

УДК 379.85

## ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА МАЛОЧИСЛЕННЫХ НАРОДОВ АЛТАЯ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ КУМАНДИНЦЕВ)

Е. Д. Фокина<sup>1</sup>, Ж. Е. Абишева<sup>2</sup>, А. К. Аубакирова<sup>2</sup><sup>1</sup>Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия<sup>2</sup>НАО «Торайгыров университет», Павлодар, Казахстан

*Аннотация.* В статье изложены результаты анализа тенденций развития гастрономического туризма малочисленных народов Алтая на региональном рынке. Природные, социально-экономические условия и культурный потенциал региона способны обеспечить развитие разных туристских направлений, куда входит гастрономический туризм. В гастрономическом туризме еда является основным элементом тура, но ни в коем случае не единственным. Проектирование гастрономического тура должно включать разнообразные интерактивные элементы, содержащие рефлексию процессов приготовления и потребления пищи, все то, что подкрепит впечатление о процессе еды. Значительную роль могут играть музеи и этнические центры, способные обеспечить познавательный компонент гастрономического тура. Это, например, знакомство с кумандинской национальной гастрономической культурой в Красногорском районе, «купеческое чаепитие» в краеведческом музее города Камня-на-Оби. Именно характер и высокая степень взаимодействия различных структур помогут создать и развить уникальный алтайский гастрономический туристский продукт. Дается SWOT-анализ, рекомендации развития и предложен гастрономический тур на примере традиционной кухни малочисленных народов Алтая.

*Ключевые слова:* гастрономический туризм, региональный туристский рынок, Алтай, алтайская национальная кухня, кумандинцы, проектирование гастрономического тура.

## GASTRONOMIC CULTURE OF SMALL PEOPLES OF ALTAI AS THE BASIS OF TOURISM DEVELOPMENT (BASED ON THE EXAMPLE OF THE KUMANDINS)

E. D. Fokina<sup>1</sup>, Zh. E. Abisheva<sup>2</sup>, A. K. Aubakirova<sup>2</sup><sup>1</sup>Altai State University, Barnaul, Russia<sup>2</sup>Toraigrov University, Pavlodar, Kazakhstan

*Abstract.* The article presents the results of an analysis of trends in the development of gastronomic tourism of the small peoples of Altai in the regional market. The natural, socio-economic conditions and cultural potential of the region can ensure the development of various tourist destinations, which includes gastronomic tourism. In gastronomic tourism, food is the main element of the tour, but by no means the only one. Designing a gastronomic tour should include a variety of interactive elements containing reflection on the processes of preparing and consuming food, everything that will reinforce the impression of the eating process. Museums and ethnic centers can play a significant role and can provide an educational component to a gastronomic tour. This, for example, is an acquaintance with the Kumandin national gastronomic culture in the Krasnogorsk region, a «merchant tea party» in the local history museum of the city of Kamnya-on-Obi. It is the character and high degree of interaction between various structures that will help create and develop a unique Altai gastronomic tourist product. A SWOT analysis, development recommendations are given and a gastronomic tour is proposed using the example of the traditional cuisine of the indigenous peoples of Altai.

*Keywords:* gastronomic tourism, regional tourist market, Altai, Altai national cuisine, Kumandins, designing a gastronomic tour.

**В**ведение. Историко-культурное наследие любого народа охватывает всю его социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной жизни. В термин «гастрономическая культура» также включаются нормы и принципы приготовления блюд. Современные туристы хотят не только посмотреть и послушать, но и «почувствовать на вкус» то место, которое посещают. Пища является обязательной частью турпродукта, при этом доля доходов от ее реализации достигает 20% от прибыли. Гастрономия является значимым ресурсом любой территории, а также источником для формирования ее идентичности. Развитие гастрономического туризма в Алтайском регионе активно развивается. Исторически сложилось, что большинство народностей вели кочевой образ жизни. Из этого следовало формирование особенностей алтайской гастрономии. В ее основу входили продукты составляющие мясные ингредиенты, субпродукты домашней и травоядной живности. Один из главных ингредиентов, используемых в алтайской кухне — молоко. Из данного продукта делают различные блюда, которые достаточно калорийные для поддержания жизнедеятельности кочевого народа. К таким продуктам относятся алтайский сыр и кисломолочные продукты, алкогольные напитки и чай.

*Материалы и методы исследования.* Методология настоящей работы основана на собственных материалах исследований развития гастрономических туров на Алтае, анализа существующих событийных мероприятий с включением элементов гастрономического туризма.

Широкий спектр вопросов гастрономических особенностей туризма освещены в работах А. Г. Редькина, О. В. Отто [8], Д. А. Максимова [4], В. Д. Иванова [3], Н. Е. Нехаева [6], Б. И. Актимбаева [1], Д. Н. Алимова [2], Н. Г. Прудниковой, О. С. Третьяковой, О. М. Масловой [10] и других авторов.

Были использованы данные ассоциации гастрономического туризма России, Управления Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай, Управления Алтайского края по туризму и курортной деятельности.

При выполнении исследований применялись сравнительный, аналитический и социологический методы исследования.

*Результаты исследования и их обсуждение.* Спрос на гастрономические туры в России растет с каждым годом, на 2022 г. Алтай находился на четвертом месте из регионов по популярности у россиян [11].

Алтайский регион исторически формировался как многонациональный и поликультурный регион, в котором проживают более 140 национальностей, большую часть из которых составляют группы славян и тюркоязычных народов, из общей численности проживающих в России кумандинцев — самая большая по численности группа проживает на территории Алтайского края (рис. 1). Малочисленные народы могут составить базу развития гастрономического туризма в местах компактного проживания. В юго-восточных районах края интересными объектами туризма могут стать гастрономическая культура алтайского и кумандинского народов.

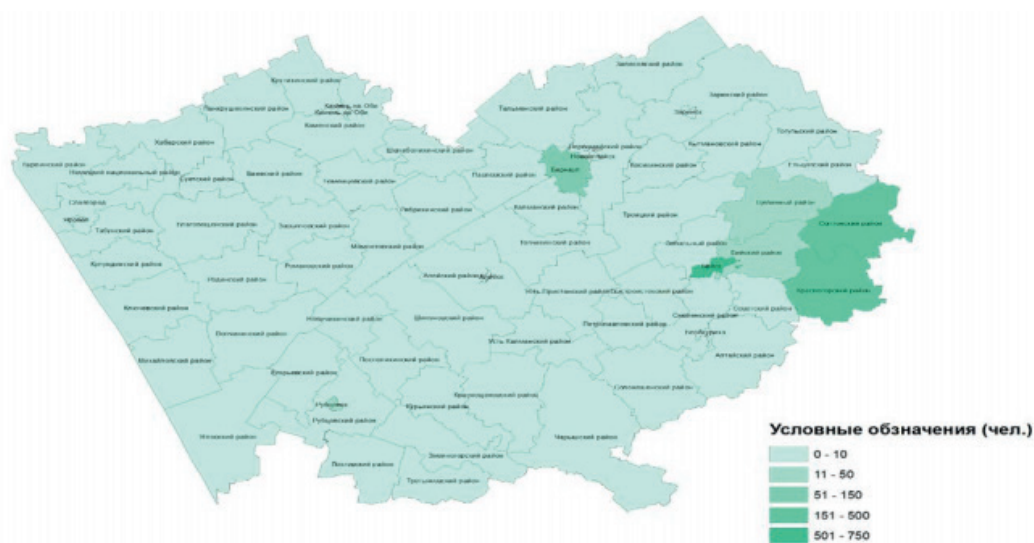


Рис. 1. Карта-схема численности кумандинцев по районам Алтайского края

Кумандинцы — небольшой тюркский этнос, представленный в трех регионах России: Алтайском крае, Республике Алтай и Кемеровской области. Сейчас на территории южной Сибири проживает около трех тысяч человек, считающих себя кумандинцами (рис. 2).

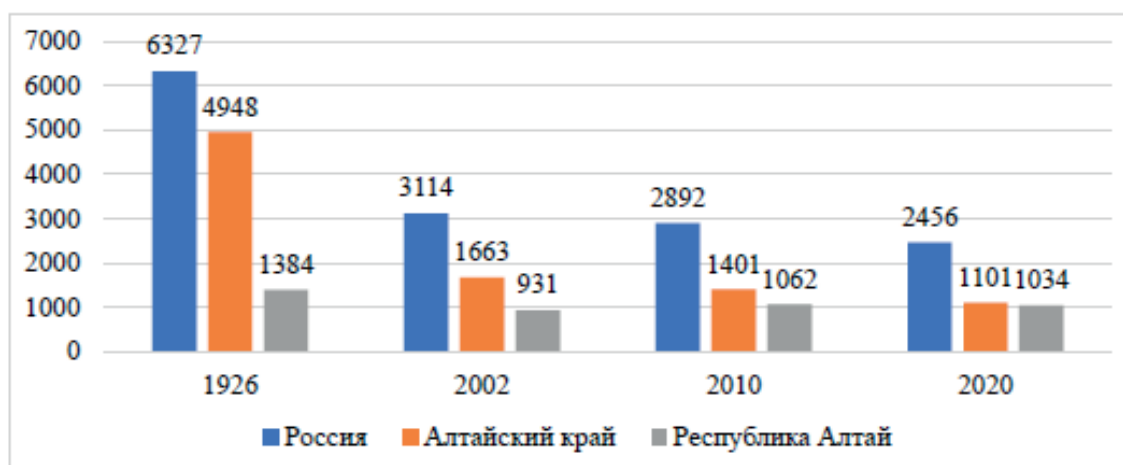


Рис. 2. Динамика количества кумандинцев

По итогам переписи населения 2010 года в России проживали 2892 кумандинца, из них 48,4% — в Алтайском крае, 36,7% — в Республике Алтай. Отмечается их компактное проживание.

Гастрономическая культура малочисленных народов является основой для разработки гастрономических туров [9]. В юго-восточных районах края интересными объектами туризма могут стать гастрономическая культура кумандинского народа, где у местного населения сформировался комплексный тип хозяйства, включавший в себя сезонную (преимущественно зимнюю) охоту, собирательство дикоросов, рыболовство на реках и озерах, скотоводство и ограниченное земледелие.

Особенности хозяйственной деятельности оказали прямое влияние на гастрономическую культуру. С сохранившимися гастрономическими традициями народа можно познакомиться во время ежегодных фестивалей кумандинской культуры, проходящих в Алтайском крае в августе. Гостям фестиваля предлагаются разнообразные блюда из зерна, из которых наиболее известным является талкан / талган.

Также можно принять участие в экскурсии «Медовосырное Красногорье», которая включает выступление фольклорной группы «Одычак» и знакомство с национальными блюдами. Гостям предлагаются традиционные кумандинские напитки — травяной чай и березовый сок. Приготовление чая имеет свои особенности.

Гастрономическая культура, наряду с культурно-историческим наследием может удовлетворить познавательный интерес туристов, тем самым являясь одним из элементов для развития познавательного туризма в регионе [14].

Для определения наиболее перспективного места для развития гастрономического туризма в крае, был разработан список критериев:

1. Наличие развитой транспортной инфраструктуры, близость к федеральным трассам и транспортным узлам (А322, М52, Барнаул, Бийск и т. д.);
2. Наличие на территории района нескольких культур, а значит и видов национальной кухни;
3. Расположенность на «нитке» одного из брендовых маршрутов или же в непосредственной близости от него (Малое Золотое кольцо Алтайского края, Большое Золотое кольцо Алтайского края, Качаья подкова Алтая);
4. Наличие средств размещения;
5. Наличие достопримечательностей;
6. Событийная форма гастрономического туризма.

Нами предложен гастрономический тур на Алтай на примере нетрадиционной кухни народов Алтая. Суть тура — знакомство с культурой и историей Алтая через кухню алтайских народов. Тур был разделен на несколько районов посвященные разным народностям Алтая. Туристы во время пу-

тешества знакомятся не только с местностью и ее достопримечательностями, но так, же и с местной кухней и ее особенностями. Также гости могут посетить пасеки, чтобы попробовать знаменитый алтайский мед, эко-тропы и получить информацию об алтайских травах, экскурсия на сыроварню, где изготавливают фермерские крафтовые сыры.

Произведен анализ актуальности данного тура, изучены его конкуренты и предложения. Проанализировав поисковые запросы, которые схожи с тематикой тура, было выявлено, что потенциальными конкурентами являются туроператоры «Охота», «Бархатный сезон», «Кочевник-тур», «Атлас Алтая», «Youtour».

Проведен SWOT-анализ гастрономического тура на Алтай.

Возможности: расширение услуг; привлечение новых потребителей; уникальные места посещения.

Сильные стороны: насыщенная программа гастрономического тура; уникальность тура; услуги гида, фотографа.

Угрозы: появление аналогичных туров; конкуренция с другими видами отдыха; низкий спрос.

Слабые стороны: дорогостоящий тур; зависимость от погодных условий; ограниченность ресурсов проживания.

Анализируя данные критерии, можно прийти к выводу, что наиболее перспективным направлением для развития гастрономического туризма на территории Алтайского региона является Смоленский район.

*Выводы.*

Изучив и проанализировав гастрономический туризм в Алтайском регионе, были составлены следующие рекомендации по развитию туризма.

1. Разработка и проведение новых гастрономических фестивалей наряду с улучшением уже существующих популяризирует гастрономические и событийные туры, а также туры выходного дня. Фестивали смогут стать не только частью туристских маршрутов и многодневных туров, но и позволят развивать однодневные туры и повысить спрос на туры выходного дня. На данный момент в регионе существует большое количество популярных гастрономических фестивалей, некоторые из них широко известны по всей России.

2. Повышение качества оказываемых услуг в предприятиях размещения улучшит отзывы туристов о регионе. Чем лучше будет уровень оказываемых услуг, тем больше людей будут приезжать в регион, сервис очень сильно влияет на впечатление людей о месте отдыха, но сейчас много негативных отзывов о средствах размещения и предприятиях питания на Алтае. Так как внутренний туризм сейчас активно развивается, уровень оказываемых услуг в сфере гостиничного сервиса и туризма должен увеличиваться для привлечения массовых туристов.

3. Усовершенствование приготовления и подачи блюд, а также обстановки и дизайна в предприятиях питания позволит повысить спрос на национальную и региональную кухню. На данный момент многие рестораны и кафе в Алтайском регионе имеют устаревшее меню и оформление помещений, а также неквалифицированных работников, что снижает уровень предприятия на рынке услуг. Открытие новых предприятий питания, усовершенствование блюд, а также корректировка штата сотрудников позволит повысить спрос на блюда региональной кухни. На данный момент не все туристы осмеливаются попробовать блюда алтайской кухни из-за того, что их вкус не привычен и является специфическим, поэтому изменение рецептуры с сохранением основных аспектов улучшит качество блюд и популяризирует национальную кухню для туристов из европейской части России и из других стран.

4. Создание новых маральников, пасек, сыроварен и фермерских хозяйств, осуществляющих услуги размещения и питания туристов, позволит улучшить рейтинг Алтайского региона среди туристов. Необычные объекты туристской инфраструктуры такие как пасеки, маральники, зубрятники, сыроварни, страусиные и верблюжьи фермы позволяют привлечь новых туристов благодаря своей уникальности, ведь далеко не каждый регион России может гордиться такими экологическими местами, природными заповедниками, фермами редких животных и экологическими деревнями.

5. Продвижение туристских продуктов не только в соседних регионах, но и по всему Сибирскому федеральному округу позволит привлечь в регион новый поток туристов.

**Библиографический список**

1. Актымбаева Б. И., Трифонова Т. В. Гастрономический туризм как способ привлечения внимания к туристской дестинации // *Central Asian Economic Review*. — 2021. — № 1 (136). — С. 73–83.
2. Алимova Д. Н., Быкова В. А., Ажаев Г. С., Есимова Д. Д. Анализ гастрономического туризма в приграничных регионах Казахстана и России // *Наука и туризм: стратегии взаимодействия*. — 2021. — № 13. — С. 17–24.
3. Иванов В. Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туристической индустрии // *Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация*. — 2018. — № 2. — С. 105–113.
4. Максимов Д. А., Смирнова Е. И., Тутуши В. А. Гастрономический туризм в России: особенности и перспективы развития // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. — 2022. — № 6–2. — С. 292–298.
5. Мерцалова С. Л., Цыбакова О. В. Гастрономический туризм как приоритетное направление развития внутреннего туризма в России // *Вестник ОрелГИЭТ*. — 2021. — № 4 (58). — С. 10–14. — DOI 10.36683/2076-5347-2021-3-57-10-14.
6. Нехаева Н. Е., Терехова Ю. С. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России // *Естественные и математические науки в современном мире*. — 2015. — № 9 (33). — С. 82–87.
7. Оборин М. С. Тенденции формирования гастрономического туризма как самостоятельного вида услуг // *Современные проблемы сервиса и туризма*. — 2021. — Т. 15. — № 4. — С. 17–27.
8. Отто О. В., Редькин А. Г. Современное состояние развития гастрономического туризма в Алтайском крае // *Наука и туризм: стратегии взаимодействия*. — 2015. — № 4 (2). — С. 99–103.
9. Пахарь В. В. Состояние и направления развития гастрономического туризма в мире и в России // *Международный научно-исследовательский журнал*. — 2021. — № 7 (109). — С. 138–142. DOI: 10.23670/IRJ. 2021.109.7.095.
10. Прудникова Н. Г., Третьякова О. С., Маслова О. М. Анализ развития гастрономического туризма в Алтайском крае как фактор повышения конкурентоспособности туристской дестинации // *Economic Consultant*. — 2019. — № 3 (27). — С. 78–84.
11. Чаусов Н. Ю., Сандомирская А. Ю. Гастрономический туризм как перспективное направление развития внутреннего туризма в России // *Экономика и управление: проблемы, решения*. — 2023. — Т. 1. — № 8 (140). — С. 55–64. — DOI: 10.36871/ek.up.p.r. 2023.08.01.007.
12. Чеглазова М. Е. Гастрономический туризм — изюминка культурно-познавательного туризма в Крыму // *Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России*. — Алушта: Ариал, 2018. — С. 204–207.
13. Шкуронат С. Г. Современные тенденции развития гастрономического туризма // *XXV юбилейные Царскосельские чтения: материалы Международной научной конференции*. Том I; под общ. Ред. С. Г. Еремеева. — СПб., 2021. — С. 199–202.
14. Bodzhgua A. Yu., Voinova Ya. A. Marketing tools for promoting gastronomic brands in tourism // *Service and Tourism: Current Challenges*. — 2022. — Vol. 16. — No. 3. — Pp. 7–15. DOI: 10.5281/zenodo. 7421350.

**References**

1. Aktymbaeva B. I., Trifonova T. V. Gastronomicheskij turizm kak sposob privlechenija vnimanija k turistskoj destinacii // *Central Asian Economic Review*. — 2021. — № 1 (136). — S. 73–83.
2. Alimova D. N., Bykova V. A., Azhaev G. S., Esimova D. D. Analiz gastronomicheskogo turizma v prigranichnyh regionah Kazahstana i Rossii // *Nauka i turizm: strategii vzaimodejstvija*. — 2021. — № 13. — S. 17–24.
3. Ivanov V. D. Gastronomicheskij turizm kak populjarnoe napravlenie v turisticheskoi industrii // *Fizicheskaja kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naja rekreacija*. — 2018. — № 2. — S. 105–113.
4. Maksimov D. A., Smirnova E. I., Tugushi V. A. Gastronomicheskij turizm v Rossii: osobennosti i perspektivy razvitija // *Vestnik Altajskoj akademii jekonomiki i prava*. — 2022. — № 6–2. — S. 292–298.
5. Mercalova S. L. Cybakova O. V. Gastronomicheskij turizm kak prioritetnoe napravlenie razvitija vnutrennego turizma v Rossii // *Vestnik OrelGIJeT*. — 2021. — № 4 (58). — S. 10–14. — DOI: 10.36683/2076-5347-2021-3-57-10-14.



6. Nehaeva N. E., Terehova Ju. S. Gastronomicheskij turizm kak perspektivnoe napravlenie razvitija regionov Rossii // *Estestvennye i matematicheskie nauki v sovremennom mire*. — 2015. — №9 (33). — S. 82–87.
7. Oborin M. S. Tendencii formirovanija gastronomicheskogo turizma kak samostojatel'nogo vida uslug // *Sovremennye problemy servisa i turizma*. — 2021. — T. 15. — №4. — S. 17–27.
8. Otto O. V., Red'kin A. G. Sovremennoe sostojanie razvitija gastronomicheskogo turizma v Altajskom krae // *Nauka i turizm: strategii vzaimodejstvija*. — 2015. — №4 (2). — S. 99–103.
9. Pahar» V. V. Sostojanie i napravlenija razvitija gastronomicheskogo turizma v mire i v Rossii // *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal*. — 2021. №7 (109). — S. 138–142. — DOI: 10.23670/IRJ.2021.109.7.095.
10. Prudnikova N. G., Tret'jakova O. S., Maslova O. M. Analiz razvitija gastronomicheskogo turizma v Altajskom krae kak faktor povyshenija konkurentosposobnosti turistskoj destinacii // *Economic Consultant*. — 2019. — №3 (27). — S. 78–84.
11. Chausov N. Ju., Sandomirskaja A. Ju. Gastronomicheskij turizm kak perspektivnoe napravlenie razvitija vnutrennego turizma v Rossii // *Jekonomika i upravlenie: problemy, reshenija*. — 2023. — T. 1. — №8 (140). — S. 55–64. — DOI: 10.36871/ek. up. p. r. 2023.08.01.007.
12. Cheglazova M. E. Gastronomicheskij turizm — izjuminka kul'turno-poznavatel'nogo turizma v Krymu // *Prioritetnye napravlenija i problemy razvitija vnutrennego i mezhdunarodnogo turizma v Rossii*. — Alushta: Arial, 2018. — S. 204–207.
13. Shkuropat S. G. Sovremennye tendencii razvitija gastronomicheskogo turizma // *XXV jubilejnye Carskosel'skie chtenija: materialy Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii*. Tom I; pod obsh. Red. S. G. Eremeeva. — SPb., 2021. — S. 199–202.
14. Bodzhgua A. Yu., Voinova Ya. A. Marketing tools for promoting gastronomic brands in tourism // *Service and Tourism: Current Challenges*. — 2022. — Vol. 16. — No. 3. — Pp. 7–15. — DOI: 10.5281/zenodo.7421350.