

И. И. Гуторова

Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь, gutorova.irina05.07@gmail.com

РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проведенное исследование посвящено изучению развития гастрономического туризма в Республике Беларусь в рамках реализации «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г.» и «Инновационной стратегии формирования собственного стиля Минска и его узнаваемого международного облика для популяризации города среди иностранных туристов до 2035 г.». Рассмотрено состояние развития объектов ресторанного бизнеса по типам, основные направления гастрономического туризма, представлены основные предложения в контексте развития гастрономического туризма в Республике Беларусь.

Ключевые слова: туризм, иностранные туристы, гастрономический туризм, ресторанный бизнес, цифровой маркетинг

I. Hutarava

School of Business of BSU, Minsk, Belarus, gutorova.irina05.07@gmail.com

DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM IN REPUBLIC OF BELARUS

The study is devoted to the study of the development of gastronomic tourism in the Republic of Belarus within the framework of the implementation of the National Strategy for the Development of Tourism in the Republic of Belarus until 2035 and the Innovative Strategy for the Formation of Minsk's Own Style and Its Recognizable International Image for the Popularization of the City among Foreign Tourists until 2035. The state of development of objects of the restaurant business by type, the main directions of gastronomic tourism are considered, the main proposals in the context of the development of gastronomic tourism in the Republic of Belarus are presented.

Keywords: tourism, foreign tourists, gastronomic tourism, restaurant business, digital marketing

В «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г.» определены перспективные виды туризма, одним из которых является гастрономический туризм [1]. Гастрономический туризм предполагает знакомство с той или иной страной через призму национальной гастрономии. Для гастрономического туриста еда рассматривается как категория культуры. С такой позиции национальная кухня воспринимается в связи с религией, историей, обычаями, легендами и другими факторами, формирующими уникальную идентичность страны или региона.

Наиболее емко связь ресторанного бизнеса прослеживается во взаимодействии с туристической инфраструктурой, что в целом благоприятно отражается на имидже страны. Так, к примеру, для наглядности число въездных и выездных туристических поездок граждан, как в Республику Беларусь, так и за границу представлена в табл. 1.

Согласно данным табл. 1. число въездных туристических поездок иностранных граждан в Республику Беларусь в 2019 г. по сравнению с 2015 г. увеличилось на 7474,9 тыс. поездок, в том числе из стран СНГ на 6471,6 тыс. поездок, в том числе из стран вне СНГ на 1003,3 тыс. поездок. Число выездных туристических поездок граждан Республики Беларусь за границу в 2019 г. по сравнению с 2015 г. увеличилось на 2258,8 тыс. человек, в том числе в страны СНГ на 1113,7 тыс. че-

людей, в страны вне СНГ 1145,1 тыс. человек. По прогнозам ЮНВТО рост всех показателей развития международного туризма ожидается в 2021 г. Однако для возврата к докризисному уровню понадобится от 2,5 до 4 лет [1].

Таблица 1

Число въездных и выездных туристических поездок граждан, как в Республику Беларусь, так и за границу (тыс. поездок)

Годы	Число въездных туристических поездок иностранных граждан в Республику Беларусь, всего	В том числе из стран СНГ	В том числе из стран вне СНГ	Число выездных туристических поездок граждан Республики Беларусь за границу	В том числе в страны СНГ	В том числе в страны вне СНГ
2015	4357,2	2844,2	1513,0	6962,4	1887,5	5074,9
2019	11 832,1	9315,8	2516,3	9221,2	3001,2	6220,0

Для улучшения ситуации в данной сфере принят документ «Об утверждении Инновационной стратегии формирования собственного стиля Минска и его узнаваемости международного облика для популяризации города среди иностранных туристов до 2035 г.». Данный документ базируется на двух государственных стратегических документах: «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г.» и «Генеральном плане развития Минска». Основной целью «Инновационной стратегии формирования собственного стиля Минска и его узнаваемости международного облика для популяризации города среди иностранных туристов до 2035 г.» является включение Минска в престижные рейтинги городов-дестинаций мира (по версии Euromonitor или Mastercard или других релевантных международных рейтингов).

Одновременно, в «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г.» определены основные проблемы, сдерживающие развитие туризма в стране: низкие темпы развития внутреннего туризма, отсутствие эффективной управленческой вертикали в сфере туризма, дефицит квалифицированных кадров, недостаточное финансирование отрасли, недостаточная представленность туристического потенциала Республики Беларусь в интернет-пространстве, недостаточный уровень развития туристической инфраструктуры (в том числе объектов ресторанного бизнеса), отсутствие возможности транзитного отдыха, фрагментация, множественность безвизовых режимов, низкая инвестиционная привлекательность сферы туризма, пандемия коронавируса COVID-19 в 2020 г. и закрытие границ большинством стран [1]. Данные проблемы требуют принятия дополнительных мер по стабилизации ситуации на рынке услуг гостеприимства.

Изучая развитие ресторанного бизнеса в Республике Беларусь за период 2015–2019 гг., как составляющей индустрии гостеприимства необходимо обратить внимание на то обстоятельство, что в ресторанном бизнесе достигнуты определенные положительные тенденции за исследуемый период, которые отражены в количественном диапазоне развития объектов общественного питания по типам объектов (табл. 2).

Согласно данным табл. 2 общее число объектов общественного питания в 2019 г. по сравнению с 2015 г. увеличилось на 1420 единиц и составило в 2019 г. 13 965 единиц. Рост главным образом произошел в сегменте кафе, баров, других объектов ресторанного бизнеса. На 1 июля 2020 г. инфраструктура общественного питания насчитывала 21,5 тыс. объектов, 450 объектов специализируются на приготовлении блюд национальной кухни, из них более 50 – объекты придорожного сервиса. При этом более чем в 7 % от общего количества объектов общественного питания (1635 объектов), включая закрытую сеть и общедоступные объекты, представлены блюда белорусской кухни.

Объекты общественного питания по типам

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	Отклонение
Объекты общественного питания	12 545	12 779	12 978	13 371	13 965	1420
рестораны	539	516	516	513	534	–5
Кафе	1936	1915	1954	2057	2276	340
столовые	4668	4627	4592	4508	4468	–200
бары	1205	1189	1172	1241	1318	113
другие объекты	4197	4532	4744	5052	5369	1172
Число объектов ОП на 10 000 человек населения	13	13	14	14	15	+2

В Республике Беларусь приоритет отдается развитию гастрономического туризма по таким направлениям, как посещение экоферм и зеленых производств, проведение кулинарных фестивалей и гастрофестов, изучение кафе и ресторанов белорусской кухни, гастрономические туры и мастер-классы для профессиональных поваров и дегустаторов, экскурсии по Беларуси с дегустацией или обедом в национальном стиле, кулинарные мастер-классы для детей и взрослых [3].

Согласно «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г.» основными направлениями развития сферы туризма определены: совершенствование законодательной, институциональной и статистической базы туризма, совершенствование вертикали управления туризмом, маркетинг и продвижение национального туристического продукта, развитие туристической инфраструктуры, повышение доступности национального туристического продукта, развитие инновационных технологий в сфере туризма, развитие приоритетных видов туризма, в том числе гастрономического туризма, развитие кадрового потенциала туристической отрасли.

По данным «Инновационной стратегии формирования собственного стиля Минска и его узнаваемого международного облика для популяризации города среди иностранных туристов до 2035 г.» акцент сделан на развитии механизмов цифрового маркетинга для продвижения туристического продукта Минска на внутреннем и международном туристических рынках через интернет, создании единой электронной платформы, консолидирующей бизнес-процессы по визовой поддержке, страхованию, регистрации, транзакциях, связанных с путешествием в Минск, построения инфраструктуры и обустройства многопрофильных туристических зон в разных районах города в соответствии с «Генеральным планом развития Минска», запланировано формирование и развитие сети регулярно туристических информационных центров, охватывающих все туристические зоны Минска. В данной стратегии представлены шесть образов Минска (Минск – «Город-герой», Минск – «Ворота в Восточную Европу», Минск – «библиотека впечатлений», Минск – «красивый и гостеприимный город», Минск – «умный», высокотехнологичный, экологичный город, ориентированный в будущее, Минск – «зеленый город-парк»), которые будут использованы для формирования как узнаваемого, так и привлекательного туристического облика Минска [2].

Предлагается также ряд предложений, которые будут способствовать более качественному развитию гастрономического туризма в Республике Беларусь:

1) дальнейшее развитие гастрономического туризма и популяризация Беларуси, как страны для достойного отдыха путем развития механизмов цифрового маркетинга для продвижения продуктов гастрономического туризма на внутреннем и международном туристических рынках через Интернет;

- 2) создание в Минске Белорусского фольклорного центра – для проведения на регулярной основе театрализовано-гастрономических национальных вечеров;
- 3) проведение популяризации и рекламы существующих объектов гастрономического туризма в Республике Беларусь, в том числе с национальной белорусской кухней;
- 4) разработка эффективных сайтов объектов гастрономического туризма и осуществление своей деятельности, как в offline режиме, так и в online режиме.

Список использованных источников

1. Утверждена Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/utverzhdjena-natsionalnaya-strategiya-razvitiya-turizma-v-respublike-belarus-do-2035-goda/>. – Дата доступа: 14.03.2021.
2. У Минска появится собственный брэндбук, аккаунт в TikTok и торговая улица элитных брендов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.by/novosti-rynka/u-minska-poyavitsya-novyy-brend-akkaunt-v-tiktok-i-torgovaya-ulitsa-elitnykh-brendov/>. – Дата доступа: 20.03.2021.
3. Гастрономические туры в Беларусь – Смак Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ekskursii.by/?Gastronomicheskie_tury_v_Belarusi_Smak_Belarusi. – Дата доступа: 03.03.2021.