



Ресурсный потенциал гастрономического туризма Санкт-Петербурга и Ленинградской области с учетом природных, этнических, исторических, промышленных, событийных предпосылок

Лебедева С.А.¹

¹ Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ:

Пандемия COVID-19, а также введенные рядом государств антироссийские санкции обусловили повышенный спрос на отечественные туристские дестинации. Неподготовленность российских регионов к принятию искушенных отечественных туристов в совокупности с неразвитостью российского рынка туристических услуг обуславливает необходимость и актуальность комплексной оценки ресурсного потенциала субъектов Российской Федерации для возможности диверсификации туристического предложения. В данной работе решается проблема определения места гастрономического туризма в системе туристского обслуживания г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области посредством комплексной оценки ресурсного потенциала субъектов. В статье проведен статистический анализ туристской инфраструктуры на примере коллективных средств размещения, а также рассмотрены природно-климатические, историко-культурные, этнические, промышленные и событийные предпосылки для развития гастрономического туризма. Результаты проведенного исследования могут быть использованы Комитетом по культуре и туризму Ленинградской области для дальнейшего развития и популяризации гастрономического направления и формирования готового туристического продукта, а также полезны для руководителей предприятий, являющихся потенциальными объектами гастрономического туризма.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: гастрономический туризм, производственный (промышленный) туризм, ресурсный потенциал, Санкт-Петербург, Ленинградская область.

Resource potential of gastronomic (food) tourism in St. Petersburg and the Leningrad region according to the regional natural, ethnic, historical, industrial and event prerequisites

*Lebedeva S.A.*¹

¹ RANEPA, Russia

Введение

Санкции, введенные значительной частью мировых держав в отношении Российской Федерации после начала специальной операции на Украине, а также пандемия коронавирусной инфекции,

беспрецедентно отразившаяся на сфере туризма, задают предпосылки к переключению российских граждан на туристические дестинации внутри страны. Перспективный рост спроса на поездки по территории России ставит перед государством и правительствами субъектов задачу диверсификации оказываемых туристических услуг и развития новых для регионов видов туризма. Гастрономический туризм как один из нишевых видов туристической активности может стать одним из ключевых направлений отечественного предложения на рынке туристических услуг ввиду географических и этно-культурных особенностей Российской Федерации. Тем не менее развитие какого-либо направления в туризме невозможно без анализа ресурсного потенциала принимающего региона.

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена сложившейся эпидемиологической и политической ситуацией, ставящей задачу диверсификации туристических услуг в субъектах Российской Федерации, в частности текущими потребностями г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области в расширении рынка туристических услуг, оказываемых на территории рассматриваемых субъектов, что прописано в Стратегии социально-экономического развития Ленинградской области до

ABSTRACT:

ermine the relevance of comprehensive assessment of the Russian regions' resource potential to diversify their tourist offer. This article solves the problem of determining the place of gastronomic (food) tourism in St. Petersburg and the Leningrad Region through a comprehensive assessment of the resource potential of the regions. The author used statistical analysis and other general scientific methods to characterize tourist infrastructure on the example of collective accommodation facilities, natural, climatic, historical, cultural, ethnic, industrial and event prerequisites for the development of gastronomic tourism in the Russian regions. The results of the study may be useful for the Committee for Culture and Tourism of the Leningrad Region for the food tourism development and popularization and the formation food tourist product, as well as for the heads of enterprises that are potential objects of gastronomic tourism.

KEYWORDS: gastronomic tourism, food tourism, industrial tourism, resource potential, St. Petersburg, Leningrad region

JEL Classification: L83, Z21, Z32

Received: 07.06.2022 / Published: 30.07.2022

© Author(s) / Publication: PRIMEC Publishers

For correspondence: Lebedeva S.A. (lebedeva@1economic.ru, lebedeva-sa@ranepa.ru)

CITATION:

Lebedeva S.A. (2022) Resursnyy potentsial gastronomicheskogo turizma Sankt-Peterburga i Leningradskoy oblasti s uchetom prirodnih, etnicheskikh, istoricheskikh, promyshlennyh, sobytiynyh predposylok [Resource potential of gastronomic (food) tourism in St. Petersburg and the Leningrad region according to the regional natural, ethnic, historical, industrial and event prerequisites]. *Ekonomika, predprinimatelstvo i pravo*. 12. (7). – 1919–1938. doi: [10.18334/epp.12.7.114877](https://doi.org/10.18334/epp.12.7.114877)

2030 года [1], а также Государственной программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Ленинградской области» [2].

Вопрос развития гастрономического туризма в рассматриваемых регионах поднимался и до удара пандемии по туристической отрасли, и уже после снятия ряда ограничений. Исследовалась роль предприятий общественного питания в индустрии гостеприимства [3] (Egorov, Zaitseva, 2017), гастрономические мероприятия и подходы к их организации [4] (Khomenko, Moiseeva, 2018), вопросы развития гастрономических экскурсий [5, 6] (Vorobeva, 2019; Vorobeva, Zhukov, 2019), методы и технологии продвижения гастрономического туризма [7] (Artemyeva, 2016), а также влияние гастрономического туризма на конкурентоспособность дестинации [8] (Karmanova, 2017).

Целью данного исследования является комплексный анализ ресурсной базы для развития и продвижения гастрономического туризма в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Научная новизна работы заключается, прежде всего, в комплексном подходе к рассмотрению имеющихся на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области ресурсов на базе популярной концепции «экономика впечатлений». В связи с тем, что туризм, в частности гастрономический туризм, лежит в области экономики впечатлений и ощущений, которая предполагает не просто посещение дестинации, а также развлечение, обучение и абстрагирование от реальности [9] (Pine, Gilmore, 1999), гастрономический потенциал регионов был рассмотрен автором с точки зрения принадлежности четырем областям впечатлений с учетом историко-этнической составляющей, дающей возможности для обучения туристов, а также принимая во внимание имеющиеся производственные возможности субъектов и проводимые мероприятия гастрономической направленности.

Для достижения поставленной цели были использованы общенаучные **методы** анализа, контент-анализ научных публикаций, а также статистический метод и графические приемы визуализации данных, в том числе создание карты-схемы с отображением объектов гастрономического туризма.

Результат работы представляет из себя всестороннюю оценку ресурсной базы для развития гастрономического туризма в Санкт-Петербурге и Ленинградской области с указанием ресторанов, крестьянско-фермерских хозяйств, пищевых и сельскохозяйственных предприятий и производств, продовольственных рынков, продуктов

ОБ АВТОРЕ:

Лебедева Светлана Алексеевна, ст. преподаватель кафедры менеджмента спортивной и туристской индустрии (lebedeva-sa@ranepa.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Лебедева С.А. Ресурсный потенциал гастрономического туризма Санкт-Петербурга и Ленинградской области с учетом природных, этнических, исторических, промышленных, событийных предпосылок // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Том 12. – № 7. – С. 1919–1938. doi: [10.18334/epp.12.7.114877](https://doi.org/10.18334/epp.12.7.114877)

питания и блюд местной кухни, которые могут быть полезны как для последующих исследований данного направления, так и для Комитета по культуре и туризму Ленинградской области для дальнейшего развития и популяризации данного направления и формирования готового туристического продукта и руководителей предприятий, являющихся потенциальными объектами гастрономического туризма.

Место гастрономического туризма в экономике впечатлений.

Обоснование всестороннего анализа ресурсной базы

Современные путешественники стали настолько требовательны, что простые экскурсии вне зависимости от объекта показа их больше не впечатляют. Чтобы привлечь внимание туристов, дестинации сталкиваются с проблемой разработки уникального туристского предложения, отвечающего многообразию запросов сегодняшних потребителей, в частности удовлетворению потребности не только узнать что-то новое (*обучение*), но и сделать это в необычной приятной (*эстетика*) обстановке, позволяющей полностью отвлечься от насущных проблем (*уход от реальности*). Достигнутый уровень развития цифровых технологий также открывает возможности для геймификации сферы туризма (*развлечение*) [10, с. 642] (*Tanina, Tanin, 2020, p. 642*). Таким образом, речь идет уже не просто о создании турпродукта, а о формировании искусственной «сцены» для реализации туристского предложения [11, с. 178–179] (*Lebedeva, 2018, p. 178–179*). В свою очередь, туризм все больше внедряется в индустрию развлечений, в полной мере становясь частью экономики впечатлений и ощущений.

Принимая во внимание долгую историю развития гастрономического туризма как одного из видов туристской активности, а также учитывая неоднократное изменение термина начиная с 1998 года и вплоть до сегодняшнего дня, в данной работе будет использовано определение, предложенное Всемирной ассоциацией гастрономического туризма в 2012 году, в полной мере соответствующее концепции «экономики впечатлений» и лежащее в четырех областях этой области познания. Исходя из определения, гастрономический туризм – это поездка с целью ознакомления с кухней дестинации, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, посещения гастрономических фестивалей, выставок, ярмарок и праздников, единственных в своем роде ресторанов и небольших местных заведений, а также обучения и повышения уровня профессиональных знаний и навыков в области гастрономии, кулинарии и ресторанного искусства [12, с. 129] (*Lebedeva, 2018, p. 129*).

Из определения, предложенного специализированной организацией, видно, что гастрономический туризм аккумулирует характеристики нескольких видов досугового туризма – винного (который часто исследуется обособленно), событийного, сельского, производственного (промышленного), этнографического, образовательного. Более того, приведенная дефиниция задает рамки для изучения ресурсного потенциала этого туристического направления в регионе.

Особенности местной кухни определяются в первую очередь природными и климатическими условиями. Несмотря на развитость мировой торговли и почти безграничные возможности товарного обмена, самобытность и аутентичность продуктов питания являются одним из ключевых факторов успешного позиционирования региона на рынке в качестве гастрономической дестинации [13, с. 30–31; 14, с. 257; 15] (*Kalenjuk et al., 2015, p. 30–31; Ellis et al., 2018, p. 257; Levitt, DiPietro, 2021*). Исторические и культурные особенности дестинации, которые также накладывают определенный отпечаток на производимые на территории региона продукты питания, в свою очередь, формировались коренным населением и проживающими на ней этносами.

Знакомство с особенностями производства продуктов, которое является одним из направлений гастрономического туризма, предполагает анализ существующих в регионе сельскохозяйственных и пищевых промышленных предприятий. С одной стороны, размывание границ между гастрономическим и производственным (промышленным) туризмом дает возможность местным производителям сформировать источник постоянного дополнительного дохода посредством организации экскурсий на предприятиях. С другой стороны, организация подобных мероприятий возможна только при соблюдении как предприятиями, так и посетителями определенных санитарных норм и требований техники безопасности, что требует тщательного нормативного регулирования и не является темой настоящего исследования.

Оценка существующей туристической базы г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области: общий статистический анализ

Вне зависимости от имеющихся природных, культурных, этнических, производственных, гастрономических и прочих ресурсов на территории дестинации необходимо здраво оценивать возможности принятия туристов регионом. В этой связи в данном разделе работы представлена общая статистическая информация за последние десять лет о состоянии сферы туризма и ресурсного потенциала для осуществления туристской деятельности в Санкт-Петербурге и Ленинградской области на основании данных Федеральной службы государственной статистики (*табл. 1–3*).

Таблица 1

Количество коллективных средств размещения (КСР) в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области, ед.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
г. Санкт-Петербург	382	398	382	389	412	508	845	1057	1052	872	882
Ленинградская область	322	302	253	269	274	212	272	339	372	346	424

Источник: составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики [16] (*Rosstat*).

Таблица 2

**Площадь номерного фонда КСР в г. Санкт-Петербурге
и Ленинградской области, тыс. кв. м**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
г. Санкт-Петербург	611,9	581,3	651,0	654,6	590,6	699,2	830,9	931,2	982,3	923,5	1135,4
Ленинградская область	145,6	124,9	113,1	117,9	118,2	146,0	194,6	238,4	295,6	278,3	370,7

Источник: составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики [16] (Rosstat).

Таблица 3

**Среднесписочная численность работников в КСР
в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области, чел.**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2019	2020	2021
г. Санкт-Петербург	14706	14928	14064	13640	13594	14282	17628	17458	15393	15332
Ленинградская область	4552	4171	3965	4304	4024	3960	4999	6604	6102	6509

Источник: составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики [16] (Rosstat).

С точки зрения наличия туристских ресурсов наблюдается положительная динамика как в Санкт-Петербурге, так и в Ленинградской области. Число коллективных средств размещения в 2021 году по сравнению с 2011 годом увеличилось в 2,3 и 1,3 раза соответственно, как и площадь номерного фонда (в Санкт-Петербурге – в 1,9 раза, в Ленинградской области – в 2,5 раза). Наблюдается рост числа работников в КСР в обоих субъектах. В Санкт-Петербурге прирост работников в КСР за рассматриваемый период составил 4,3%, в Ленинградской области – 43,0%. Согласно оценкам ученых, сегодня рассматриваемые регионы входят в десятку субъектов – лидеров по ресурсному потенциалу для осуществления туристской деятельности [17, с. 44] (Salin, Vakhrameeva, Narbut, 2021, p. 44).

Природные, исторические, культурные и этнические предпосылки для развития гастрономического туризма

Расположение Северо-Западного федерального округа, а также природно-климатические условия, в которых располагаются г. Санкт-Петербург и Ленинградская область, накладывают определенный отпечаток на производство сельскохозяйственной продукции, которая является ключевым сырьем для развития гастрономического туризма. Резкие изменения погоды, частая смена воздушных масс, способствующая перепадам температур, опасные метеорологические явления обуславливают низкие позиции округа в целом и изучаемых регионов в частности с точки зрения производства сельскохозяйственной продукции (табл. 4, рис. 1).

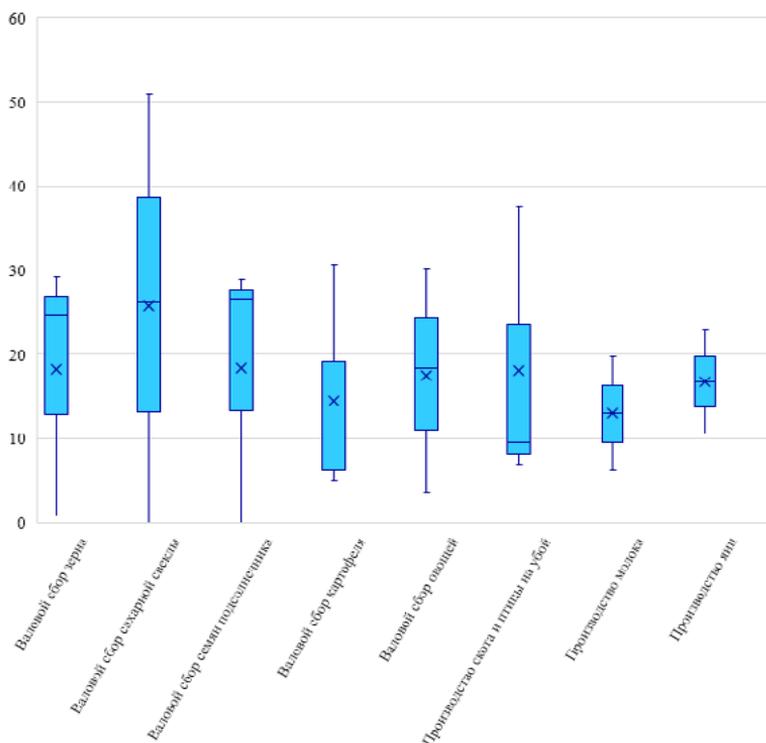


Рисунок 1. Разброс доли федеральных округов Российской Федерации в производстве сельскохозяйственной продукции (по категориям)

Источник: составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики [18] (Rosstat).

Кроме того, в данных регионах отсутствуют специфичные уникальные продукты, необходимые для создания гастрономического бренда. В некоторых исследованиях упоминается корюшка, которая малоизвестна среди туристов, а также общестрановые пищевые и алкогольные продукты, такие как икра и водка [19, с. 139–140] (Kotova et al., 2018, p. 139–140). Исходя из отсутствия ярко выраженных аутентичных продуктов и, следовательно, локальной кухни, историко-культурные и этнические особенности играют первостепенную роль в развитии туристической активности гастрономической направленности в рассматриваемых субъектах. Тем более, как показывают исследования, традиционная этническая кухня является наиболее популярным направлением знакомства с малыми народами [20, с. 2569] (Morozova et al., 2021, p. 2569).

Согласно Всероссийской переписи населения 2010 года¹, на территории Санкт-

¹ На момент работы над статьей данные о размещении коренных малочисленных народов по результатам Всероссийской переписи населения 2020 года опубликованы не были.

Петербурга и Ленинградской области проживали следующие этнические группы, относящиеся к коренным малочисленным народам: вепсы (271 человек – 4,6% от общей численности этнической группы проживают в Санкт-Петербурге, 23,2% – в Ленинградской области), воль (33 человека, 51,6% от общей численности народа, проживают в Ленинградской области), ижорцы (169 человек, 63,5% всей этнической группы, живут в Ленинградской области) [21] (*Rosstat*). Помимо указанных малочисленных этносов свой след в регионе оставили ингерманландские финны и тихвинские карелы [22, с. 45; 23, с. 101–102] (*Olifir, 2018, p. 45; Zhukov et al., 2021, p. 101–102*). Модель конструирования гастрономического бренда, подразумевающая презентацию этнических кухонь России в разрезе народов, проживающих на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области, получила название «Санкт-Петербург – гастрономические ворота России» [19, с. 141] (*Kotova et al., 2018, p. 141*).

Событийные предпосылки: организация мероприятий гастрономической направленности

Начиная с 2020 года и по настоящее время в связи с мерами, принимаемыми для предотвращения распространения коронавирусной инфекции в Российской Федерации, многие мероприятия были отменены или перенесены на более поздний срок, поэтому на сегодняшний день на сайте Комитета по культуре и туризму Ленинградской области, а также в Национальном календаре событий можно найти только три мероприятия. 15–16 мая в г. Новая Ладога был проведен гастрономический фестиваль «Корюшка идет!». На 3 июня запланирован Фестиваль водных видов спорта и морской гастрономии «Паруса Кронштадта», а на 31 июля – гастрономический фестиваль «Калейдоскоп вкуса» в парке «Песчанка» (г. Всеволожск).

Тем не менее в допандемийный период как в Ленинградской области, так и в Санкт-Петербурге было проведено большое количество мероприятий гастрономической направленности, в том числе ежегодных. Например, в 2018 году, согласно Национальному календарю событий, в Санкт-Петербурге было проведено три фестиваля, продолжительность которых составляла от двух дней до месяца. Так, в течение всего апреля проводился Петербургский ресторанный фестиваль, с 5 по 9 июня – Международный гастрономический фестиваль «White Nights Gourmet Days 2018», а 21–22 июля – Большой летний фестиваль «О, да! Еда!». В Ленинградской области в 2018 году областные гастрономические праздники и фестивали проходили с июля по октябрь. В частности, регулярно проводятся такие мероприятия, как праздник вепской культуры «Сырный день» в Бокситогорском районе, фестиваль народной культуры «Русский Чай» в Подпорожском районе, районный фестиваль «Белый гриб» в Лодейнопольском районе, а также гастрономический фестиваль – «Вместе есть! Вкусно жить» в Выборге [23, с. 101] (*Zhukov et al., 2021, p. 101*).

Таким образом, у рассматриваемых субъектов Российской Федерации имеется колоссальный опыт организации и проведения как международных, так и областных и районных гастрономических мероприятий: фестивалей, праздников, гуляний.

Производственные предпосылки: рестораны, пищевые предприятия, рынки, ярмарки

Рестораны являются ключевым объектом туристического показа на рынке гастрономического туризма. Ряд международных исследований подтверждают, что рестораны высокой кухни, в частности входящие в Красный гид Michelin, способствуют экономическому развитию дестинации, оказывают благоприятное воздействие на имидж дестинации, формируя бренд региона. Кроме того, рестораны, отмеченные звездами Michelin, являются своего рода зеркалом местной кулинарной культуры, разработчиками уникальных гастрономических предложений, промоутерами терруарных продуктов и сельского гастрономического туризма [24, с. 226; 25, с. 156] (*De Albuquerque Meneguel, Mundet, Aulet, 2019, p. 226; Batat, 2021, p. 156*).

Несмотря на то, что до октября 2021 года в России не было ни одного ресторана, отмеченного звездой Michelin, а в марте 2022 года в связи с начавшейся российской специальной операцией на Украине команда гида Michelin приостановила свою деятельность по рекомендации ресторанов и проекты по развитию Гида Michelin в России [26] (*Michelin, 2022*), в России с 2016 года публикуется собственный ежегодный рейтинг ресторанов – Национальная ресторанный премия Wheretoeat. Начиная с 2020 года 34 ресторана Санкт-Петербурга и Ленинградской области вошли в топ-100 ресторанов России хотя бы один раз (*рис. 2*). При этом 12 ресторанов попали в рейтинг и в 2020, и в 2021, и в 2022 годах, т.е. три года подряд. 8 ресторанов дважды были отмечены в этом рейтинге за последние три года. 14 ресторанов попали в рейтинг Wheretoeat только один раз за рассматриваемый период (*табл. 5*).

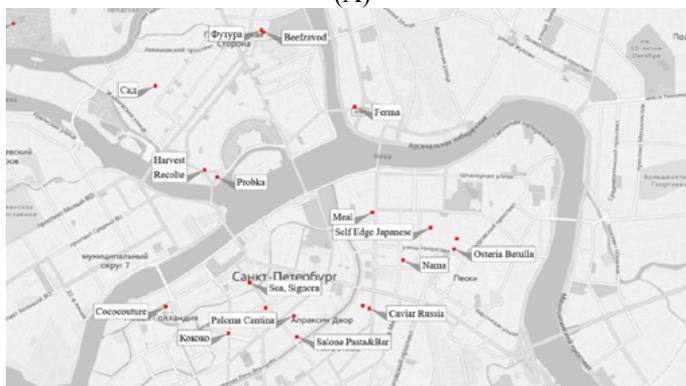
Помимо ресторанов, являющихся одним из ключевых или по крайней мере самым очевидным объектом показа гастрономического туризма, регионы представлены различными гастрономическими объектами, не готовыми к приему гостей и не являющимися сформированным туристским продуктом, но обладающими огромным потенциалом для того, чтобы стать центрами притяжения гастрономических туристов.

На 2022 год, согласно сайту «Заводы России», в Санкт-Петербурге и Ленинградской области действовало 70 пищевых и сельскохозяйственных предприятий, среди которых винные, пивоваренные и ликеро-водочные заводы, кондитерские фабрики, молочные заводы, хлебокомбинаты, фермерские предприятия и пр. (*рис. 3, 4*).

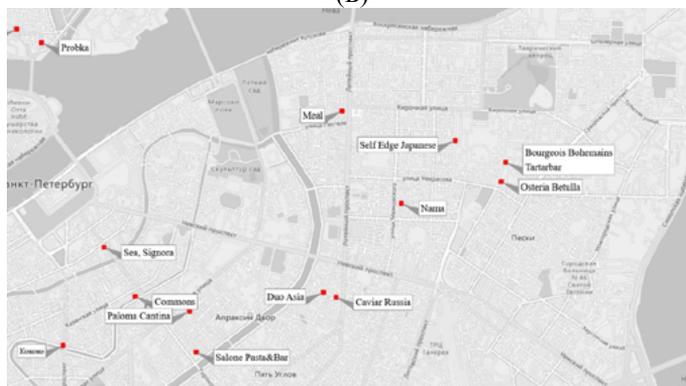
Наиболее привлекательными для организации гастрономических туров с точки зрения эстетики и возможности реализации продукции являются кондитерские фабрики, молочные заводы, фермерские предприятия, хлебо- и хладокомбинаты, а также производители алкогольных и безалкогольных напитков. На просторах интернета можно найти экскурсии для организованных групп на некоторые предприятия, например, на завод по производству мороженого «Петрохолод», шоколадную фабрику им. К. Самойловой и пивоваренный завод «Балтика».



(А)



(Б)



(В)

Рисунок 2. Карта ресторанов, вошедших в Национальный ресторанный рейтинг Wheretoeat по итогам 2020, 2021, 2022 годов (разных масштабов)

Источник: составлено автором на основе данных рейтинга [27] (*Wheretoeat*).

Таблица 5

**Место ресторанов г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области
в рейтинге Wheretoeat за период с 2020 по 2022 г.**

Количество отметок в рейтинге	Название ресторана	2020	2021	2022
***	Birch	3	1	2
	Harvest	4	2	3
	Bourgeois Bohemains	7	5	6
	Tartarbar	15	20	27
	Duo Asia	23	16	24
	Il Lago Dei Cigni	25	35	75
	Duo Gastrobar	26	23	42
	Probka	31	38	56
	Jerome	45	55	82
	Commons	77	32	41
	Meal	91	26	23
	Nordic	96	31	70
**	Mr. Bo	27	34	
	Big Wine Freaks	66	56	
	Hamlet + Jacks	74	91	
	Beefzavod	57		94
	Cococouture		10	10
	Eclipse		30	13
	Сад		59	72
	Salone Pasta&Bar		83	99
*	Percorso	54		
	Caviar Russia	83		
	Paloma Cantina	93		
	Мансарда	97		
	Блок	99		
	Nama		66	
	Футура		87	
	Ferma		98	
	Osteria Betulla			14
	Recolte			35
	Sea, Signora			57
	Self Edge Japanese			85
Animals			92	

Источник: составлено автором на основе данных рейтинга [27] (*Wheretoeat*).

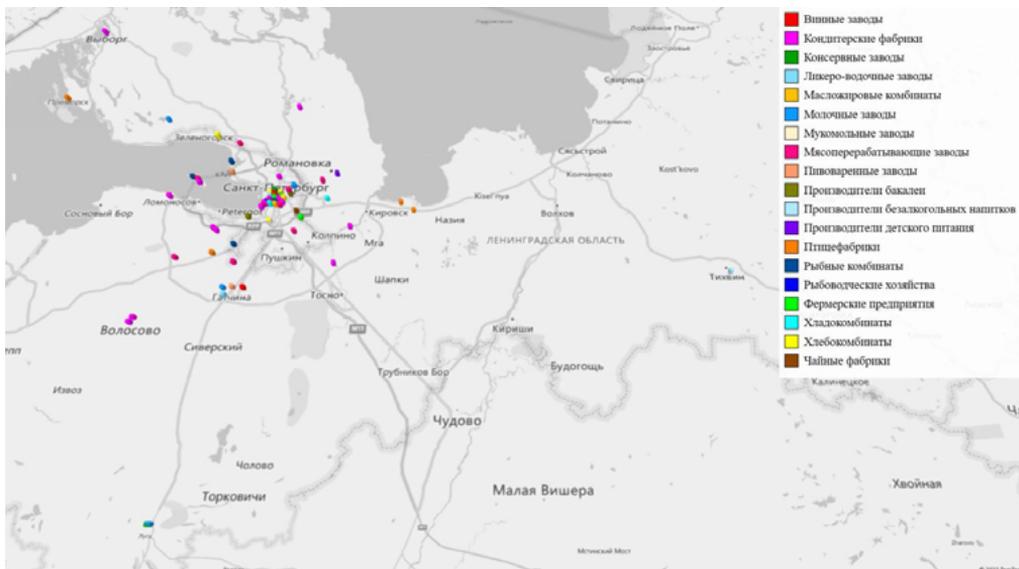


Рисунок 3. Карта предприятий сельскохозяйственной и пищевой промышленности в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области
 Источник: составлено автором на основе данных [28] (Zavody.RF).

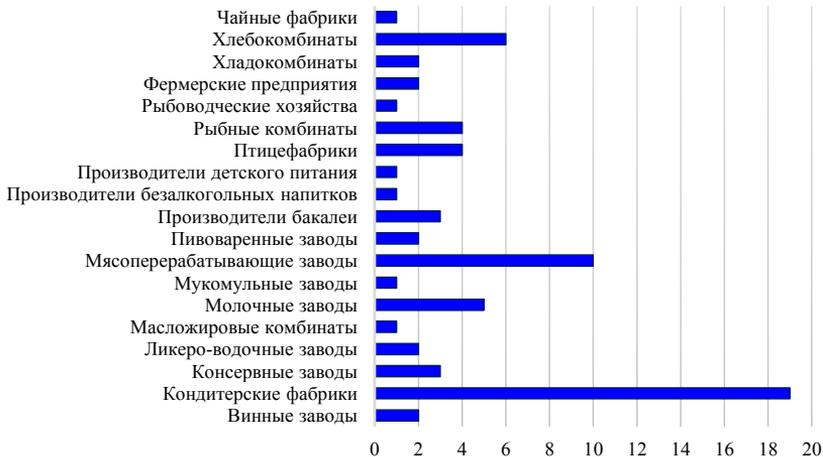


Рисунок 4. Предприятия сельскохозяйственной и пищевой промышленности в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области, ед.
 Источник: составлено автором на основе данных [28] (Zavody.RF).

Помимо указанных выше ресторанов и производственных предприятий, в Санкт-Петербурге действуют 9 специализированных сельскохозяйственных рынков,

а в Ленинградской области один специализированный рынок по продаже продуктов питания [16] (*Rosstat*). Кроме того, в рассматриваемых субъектах организуются универсальные ярмарки, ярмарки выходного дня, а также специализированные ярмарки по продаже продовольственных продуктов (рис. 5).



Рисунок 5. Ярмарки, организованные в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области в 2020 и 2021 гг. (по кварталам), ед.

Источник: составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики [16] (*Rosstat*).

Следует отметить, что часть ярмарок, по крайней мере в допандемийный период, организовывалась в рамках проведения гастрономических мероприятий и праздников.

Заключение

Всесторонний анализ ресурсной составляющей Санкт-Петербурга и Ленинградской области продемонстрировал значительный потенциал субъектов для развития гастрономического туризма. Несмотря на отстающие позиции Северо-Западного федерального округа в производстве сельскохозяйственной продукции, являющейся основным сырьем для производства блюд, а также невыраженность локальной кухни, Санкт-Петербург и Ленинградская область обладают конкурентоспособной туристской инфраструктурой, ценным этно-культурным наследием и внушительными ресторанными и производственными возможностями для создания гастрономического бренда

субъектов и формирования туристического продукта гастрономической направленности. Пандемия коронавирусной инфекции, а также введенные антироссийские санкции предоставляют уже и без того популярным среди соотечественников рассматриваемым регионам возможности для диверсификации существующего туристского предложения, развития гастрономического туризма и усиления своих позиций на данном рынке.

ИСТОЧНИКИ:

1. Закон Ленинградской области от 8 августа 2016 года № 76-оз «О Стратегии социально-экономического развития Ленинградской области до 2030 года и признании утратившим силу областного закона «О Концепции социально-экономического развития Ленинградской области на период до 2025 года» (с изменениями на 19 декабря 2019 года). Docs.cntd.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/456011417> (дата обращения: 31.05.2022).
2. Постановление Правительства Ленинградской области от 30 сентября 2019 года № 442 «О Государственной программе Ленинградской области «Развитие внутреннего и въездного туризма в Ленинградской области» (с изменениями на 31 декабря 2021 года). Docs.cntd.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/563400014> (дата обращения: 31.05.2022).
3. Егоров Д.А., Зайцева Н.А. Развитие индустрии общественного питания и гостеприимства в Ленинградской области // Туризм и трансграничное сотрудничество: гастрономический туризм и его роль в диверсификации экономической деятельности региона. Калининград, 2017. – с. 26–30.
4. Хоменко В.И., Моисеева М.С. Инновационные подходы к организации event-мероприятий в гастрономическом туризме в современной России // Инновационные подходы в решении современных проблем социальной, гуманитарной и экономической сферы. Москва, 2018. – с. 113–126.
5. Воробьева Е.В. Гастрономические экскурсии: проблемы и перспективы развития Ленинградской области // Современные тенденции развития мировой, национальной и региональной индустрии гостеприимства: Сборник статей участников VIII Международной научно-практической конференции. Тверь, 2019. – с. 107–112.
6. Воробьева Е.В., Жуков П.В. Развитие экскурсионно-гастрономической деятельности в Ленинградской области // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: Сборник статей по материалам 4-й международной студенческой научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2019. – с. 61–64.
7. Артемьева С.В. Маркетинговые технологии продвижения гастрономического туризма на туристическом рынке Санкт-Петербурга // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2016. – № 29. – с. 20–25.
8. Карманова А.Е. Гастрономический туризм как фактор роста конкурентоспособности Санкт-Петербурга // Актуальные проблемы в современной науке и пути их

- решения: Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции. Москва, 2017. – с. 60–64.
9. Pine B.J., Gilmore J.H. The experience economy: work is theatre & every business a stage. – Boston, Massachusetts: Harvard Business Press, 1999. – 279 p.
 10. Танина А.В., Танин Е.Ф. Использование цифровых технологий в развитии промышленного туризма в Санкт-Петербурге // Устойчивое развитие цифровой экономики, промышленности и инновационных систем: Сборник трудов научно-практической конференции с зарубежным участием. Санкт-Петербург, 2020. – с. 640–643. – doi: 10.18720/IEP/2020.7/198.
 11. Лебедева С.А. Экономика впечатлений в сфере туризма. Некоторые направления реализации туристско-рекреационных возможностей Камчатского края // Экономика, управление, финансы: Материалы VIII Международной научной конференции. Краснодар, 2018. – с. 178–184.
 12. Лебедева С.А. Этимология понятия «гастрономический туризм» и его соотношение с концепцией «экономика впечатлений» // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: V Междунар. науч.- практ. интернет-конференция. Чита, 2018. – с. 125–130.
 13. Kalenjuk V. et al. Offer of authentic food as a condition for gastronomic tourism development // The European Journal of Applied Economics. – 2015. – № 2. – p. 27–34. – doi: 10.5937/ejae12–9139.
 14. Ellis A. et al. What is food tourism? // Tourism Management. – 2018. – p. 250–263. – doi: 10.1016/j.tourman.2018.03.025.
 15. Levitt J.A., DiPietro R.B. Authentic restaurants and food tourism: Food tourists versus general tourists // Journal of Gastronomy and Tourism. – 2021. – № 4. – p. 221–236. – doi: 10.3727/216929721X16105303036571.
 16. Розничная торговля, туризм. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения: 27.05.2022).
 17. Салин В.Н., Вахрамеева М.В., Нарбут В.В. Статистическая оценка деятельности коллективных средств размещения и их вклада в экономику субъектов Российской Федерации // Статистика и Экономика. – 2021. – № 6. – с. 35–48. – doi: 10.21686/2500–3925–2021–6–35–48.
 18. Основные показатели сельского хозяйства в России. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13276> (дата обращения: 03.06.2022).
 19. Котова Н.П. и др. Гастрономический туризм в Санкт-Петербурге и его перспективы // Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития: Материалы VI Международной научно-практической конференции. Краснодар, 2018. – с. 138–141.
 20. Морозова Т.В., Козырева Г.Б., Белая Р.В., Морозов А.А. Проблемы и перспекти-

- вы развития этнокультурного туризма на территориях приграничья // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 11. – с. 2565–2574. – doi: 10.18334/err.11.11.113749.
21. Размещение населения коренных малочисленных народов Российской Федерации. Всероссийская перепись населения 2010. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: https://gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/stoc/perepis_itogi1612.htm (дата обращения: 01.06.2022).
 22. Олифир Д.И. Этнографический туризм в Ленинградской области: его роль в культурном развитии региона // XXII Царскосельские чтения: Материалы международной научной конференции. Санкт-Петербург, 2018. – с. 45–48.
 23. Жуков П.В. и др. Перспективы развития гастрономического туризма в Выборгском районе Ленинградской области // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2021. – № 4. – с. 98–106. – doi: 10.24412/1995-0411-2021-4-98-106.
 24. De Albuquerque Meneguel C.R., Mundet L., Aulet S. The role of a high-quality restaurant in stimulating the creation and development of gastronomy tourism // International Journal of Hospitality Management. – 2019. – p. 220–228. – doi: 10.1016/j.ijhm.2018.10.018.
 25. Batat W. The role of luxury gastronomy in culinary tourism: An ethnographic study of Michelin-Starred restaurants in France // International Journal of Tourism Research. – 2021. – № 2. – p. 150–163. – doi: 10.1002/jtr.2372.
 26. Consequences of the conflict in Ukraine. MICHELIN Guide. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.michelin.com/en/press-releases/michelin-guide-consequences-of-the-conflict-in-ukraine/#:~:text=Given%20the%20severity%20of%20the,promote%20Moscow%20as%20a%20destination> (дата обращения: 04.06.2022).
 27. Национальная ресторанный премия Wheretoeat. [Электронный ресурс]. URL: <https://wheretoeat.ru> (дата обращения: 01.06.2022).
 28. Промышленность Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Заводы России. [Электронный ресурс]. URL: <https://заводы.рф/factories/leningradskaya-oblast?type=4573> (дата обращения: 01.06.2022).

REFERENCES:

- Artemeva S.V. (2016). *Marketingovye tekhnologii prodvizheniya gastronomicheskogo turizma na turisticheskoy rynke Sankt-Peterburga* [Marketing technologies for the promotion of gastronomic tourism in the tourist market of St. Petersburg]. *Economics and management: analysis of trends and development prospects*. (29). 20–25. (in Russian).
- Batat W. (2021). *The role of luxury gastronomy in culinary tourism: An ethnographic study of Michelin-Starred restaurants in France* *International Journal of Tourism Research*. 23 (2). 150–163. doi: 10.1002/jtr.2372.

- Consequences of the conflict in Ukraine MICHELIN Guide. Retrieved June 04, 2022, from <https://www.michelin.com/en/press-releases/michelin-guide-consequences-of-the-conflict-in-ukraine/#:~:text=Given%20the%20severity%20of%20the,promote%20Moscow%20as%20a%20destination>
- De Albuquerque Meneguel C.R., Mundet L., Aulet S. (2019). *The role of a high-quality restaurant in stimulating the creation and development of gastronomy tourism* *International Journal of Hospitality Management*. 83 220–228. doi: 10.1016/j.ijhm.2018.10.018.
- Egorov D.A., Zaytseva N.A. (2017). *Razvitie industrii obshchestvennogo pitaniya i gostepriimstva v Leningradskoy oblasti* [Development of the catering and hospitality industry in the Leningrad region] *Tourism and cross-border cooperation: gastronomic tourism and its role in the diversification of economic activity in the region*. 26–30. (in Russian).
- Ellis A. et al. (2018). *What is food tourism?* *Tourism Management*. 68 250–263. doi: 10.1016/j.tourman.2018.03.025.
- Kalenjuk B. et al. (2015). *Offer of authentic food as a condition for gastronomic tourism development* *The European Journal of Applied Economics*. 12 (2). 27–34. doi: 10.5937/ejae12–9139.
- Karmanova A.E. (2017). *Gastronomicheskiy turizm kak faktor rosta konkurentosposobnosti Sankt-Peterburga* [Gastronomic tourism as a factor of growth of competitiveness of St. Petersburg] *Current problems in modern science and ways to solve them*. 60–64. (in Russian).
- Khomenko V.I., Moiseeva M.S. (2018). *Innovatsionnye podkhody k organizatsii event-meropriyatiy v gastronomicheskom turizme v sovremennoy Rossii* [Innovative approaches to the organization of event events in gastronomic tourism in modern Russia] *Innovative approaches to solving modern problems of the social, humanitarian and economic spheres*. 113–126. (in Russian).
- Kotova N.P. i dr. (2018). *Gastronomicheskiy turizm v SPeterburge i ego perspektivy* [Gastronomic tourism in St. Petersburg and its prospects] *Tourist and recreational complex in the system of regional development*. 138–141. (in Russian).
- Lebedeva S.A. (2018). *Ekonomika vpechatleniy v sfere turizma. Nekotorye napravleniya realizatsii turistsko-rekreatsiyonnyh vozmozhnostey Kamchatskogo kraja* [The economy of impressions in the field of tourism. Some directions of realization of tourist and recreational opportunities of the Kamchatka Territory] *Economics, management, finance*. 178–184. (in Russian).
- Lebedeva S.A. (2018). *Etimologiya ponyatiya «gastronomicheskiy turizm» i ego sootnoshenie s kontseptsiey «ekonomika vpechatleniy»* [The etymology of the notion «gastronomic tourism» and its correspondence with the experience economy] *Problems, experience and prospects for the development of tourism, service and socio-cultural activities in Russia and abroad*. 125–130. (in Russian).

- Levitt J.A., DiPietro R.B. (2021). *Authentic restaurants and food tourism: Food tourists versus general tourists* *Journal of Gastronomy and Tourism*. 5 (4). 221–236. doi: 10.3727/216929721X16105303036571.
- Morozova T.V., Kozyreva G.B., Belaya R.V., Morozov A.A. (2021). *Problemy i perspektivy razvitiya etnokulturnogo turizma na territoriyakh prigranichya* [Problems and prospects of ethno-cultural tourism in the cross-border regions]. *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*. 11 (11). 2565–2574. (in Russian). doi: 10.18334/epp.11.11.113749.
- Olifir D.I. (2018). *Etnograficheskiy turizm v Leningradskoy oblasti: ego rol v kulturnom razvitiy regiona* [Ethnographic tourism in the Leningrad Region: its role in the cultural development of the region] *22nd Tsarskoye Selo readings*. 45–48. (in Russian).
- Pine B.J., Gilmore J.H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage* Boston, Massachusetts: Harvard Business Press.
- Salin V.N., Vakhrameeva M.V., Narbut V.B. (2021). *Statisticheskaya otsenka deyatelnosti kollektivnykh sredstv razmeshcheniya i ikh vklada v ekonomiku subektov Rossiyskoy Federatsii* [Statistical assessment of the activity of collective accommodation facilities and their contribution to the economy of the Russian Federation regions]. *Statistika i Ekonomika*. 18 (6). 35–48. (in Russian). doi: 10.21686/2500-3925-2021-6-35-48.
- Tanina A.V., Tanin E.F. (2020). *Ispolzovanie tsifrovyykh tekhnologiy v razvitiy promyshlennogo turizma v Sankt-Peterburge* [The use of digital technologies in the development of industrial tourism in St. Petersburg] *Sustainable development of the digital economy, industry and innovation systems*. 640–643. (in Russian). doi: 10.18720/IEP/2020.7/198.
- Vorobeva E.V. (2019). *Gastronomicheskie ekskursii: problemy i perspektivy razvitiya Leningradskoy oblasti* [Gastronomic excursions: problems and prospects of development in the Leningrad region] *Current trends in the development of the global, national and regional hospitality industry*. 107–112. (in Russian).
- Vorobyova E.V., Zhukov P.V. (2019). *Razvitie ekskursionno-gastronomicheskoy deyatelnosti v Leningradskoy oblasti* [Development of excursion and gastronomic activities in the Leningrad region] *Youth tourism in Russia: resources, trends, prospects*. 61–64. (in Russian).
- Zhukov P.V. i dr. (2021). *Perspektivy razvitiya gastronomicheskogo turizma v Vyborgskom rayone Leningradskoy oblasti* [The gastronomic tourism development prospects in Vyborg district (Leningrad region, Russia)]. *Service and Tourism: Current Challenges*. 15 (4). 98–106. (in Russian). doi: 10.24412/1995-0411-2021-4-98-106.

