

**К вопросу о перспективах развития гастрономического туризма в Рязанской области в представлениях молодёжи региона**

**Тужикова Светлана Андреевна**

*Студент (бакалавр)*

Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, Факультет социологии и управления, Рязань, Россия

*E-mail: melody1995@rambler.ru*

В настоящее время проблема развития внутреннего туризма для Российской Федерации довольно актуальна. Политические события, санкции, курсы валют благоприятствуют привлечению потока туристов на отечественные курорты. Туризм - важная часть экономического развития любой страны, но на сегодняшний день этот сегмент экономики в нашем государстве только переживает период своего становления, поэтому вызывает особый интерес. В данной статье представлен анализ перспектив развития гастрономического туризма в Рязанской области.

Сегодня для Рязанской области развитие регионального туризма - это приоритетное направление. Создаются различные туристические маршруты, проводятся акции, и презентуются программы: «Рязань туристическая», акция «Отдыхай дома. Путешествуй по Рязанской области». Как видим, правительство региона заинтересовано в развитии гастрономического туризма. Гастротуры могут стать важной изюминкой региона и эффективным инструментом для привлечения потока туристов в Рязанский край.

С целью актуализации проблемы автором данной статьи в ноябре 2015 года был проведен социологический опрос, посвященный изучению перспектив развития гастрономического туризма в Рязанской области, в нём приняли участие респонденты в возрасте от 15 до 30 лет. Выбор именно этой возрастной категории обусловлен тем, что молодежь является основным индикатором перемен, происходящих в обществе. Молодые люди постоянно находятся в поиске новых впечатлений и интересов, появление чего-то неординарного никогда не проходит мимо. Объем выборки составил 100 человек, тип выборки - стихийный отбор. В качестве метода сбора первичной информации было использовано анкетирование.

В результате проведенного исследования были получены данные, показывающие, что 80% респондентов хотели бы принять участие в гастрономическом туре по Рязанской области, однако 75% опрошенных ничего не слышали о гастрономических маршрутах и фестивалях в Рязанской области. Несмотря на то, что, например, в Рыбновском районе ежегодно в июле месяце проходит фестиваль малины. При этом важно, что 65% респондентов абсолютно уверены, что Рязанский край является привлекательным для туризма. Лишь 15% и 5% опрошенных ответили «скорее нет, чем да» и «нет» соответственно на вопрос о туристической привлекательности Рязанского края. Развитие сельских гастротуров в Рязанской области имеет своё место, так как больше половины респондентов (65% опрошенных) согласились бы провести свои выходные, занимаясь сбором ягод, грибов и т.д. Так же в ходе исследования стало понятно, что существующие гастрономические бренды региона, а именно «Рязанские сласти» неизвестны 65% респондентов, поэтому стоит обратить особое внимание на продвижение и рекламу региональных гастрономических брендов, прежде всего среди местного населения. Для решения данной проблемы необходимо использовать ресурсные возможности СМИ, довольно эффективными здесь могут оказаться инструменты маркетинга и PR-менеджмента, также туристические агентства должны принимать самое активное участие в информировании населения.

Гастрономический туризм привлекает жителей региона, в первую очередь, тем, что, как туристам, им интересно узнать что-то новое о той или иной местности посредством

кулинарных традиций (33% респондентов), и такой же процент опрошенных (33% респондентов) интересуется особенностями приготовления, оформления и подачи блюд. Вот почему так важно учитывать пожелания туристов при составлении программ гастрономических фестивалей и маршрутов.

Подводя итоги, стоит отметить то, что большая часть из числа опрошенных готова принять участие в гастротурах (80% респондентов). Доказанным фактом является и то, что 80% респондентов хотели бы поучаствовать в гастрономическом туре именно по Рязанской области. Начальной точкой развития гастрономического туризма в Рязанской области могут стать «зелёные» гастротуры, так как это будет менее затратным в экономическом плане. Вполне возможно, что туры по сельской местности станут популярными, а агротуризм мог бы поспособствовать продвижению фермерской продукции.

В контексте развития гастрономического туризма в Рязанской области по-прежнему острой остается проблема поддержания высокого уровня информированности населения о гастрономических мероприятиях в регионе. Довольно эффективным способом продвижения рязанских гастрономических брендов могли бы стать социальные сети.

Таким образом, с уверенностью можно сказать, что развитие гастрономического туризма в Рязанской области вполне перспективно. Во-первых, потому что данный вид регионального туризма отвечает потребностям жителей региона, что и показал проведенный социологический опрос. Следовательно, развитие гастрономического туризма является прогрессивным направлением, с его помощью можно проложить путь к развитию молодежи. Появится новый канал получения полезной и интересной информации, позволяющий познавать историю и традиции родного края. Во-вторых, вложив инвестиции в развитие гастрономического туризма сейчас, регион через несколько лет начнет получать свои оправданные дивиденды. В-третьих, гастрономический туризм - это перспективный социально-рекреационный ресурс региона. В этой связи представляется возможным дальнейшая актуализация предложенной проблематики в контексте рассмотрения вопросов о создании общепризнанного гастрономического бренда региона, а также единой информационной системы, профессиональных стандартов, образовательных программ и рекомендаций.

### Источники и литература

- 1) Кущева Н.Б., Бедаева Т.В. Гастрономический туризм как перспективный вид развития регионов России // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №12 (44), 2014. С. 207-217.
- 2) Федеральное агентство по туризму: <http://russiatourism.ru/>