

региона: снижение риска в сознании потребителей при выборе поездки в новую территорию, турист ориентируется на информацию, отражающуюся в идентичности бренда, чтобы принять решение о поездке; в имени бренда и его ключевом сообщении содержатся достоинства дестинации, ее преимущества; сильный бренд способен формировать лояльность туристов, для тех, кто уже посетил дестинацию, атрибуты бренда, его символы подкрепляют впечатления; сильный бренд и его визуализация позволяют эффективно выделиться среди конкурентов; бренд придает дополнительный престиж, ценность дестинации, является фактором, усиливающим собственный статус и, соответственно, удовольствие от отдыха в престижном месте.

Бренд дестинации — стратегически важный аспект туристической индустрии, который влияет на привлечение туристов, их лояльность и устойчивое развитие региона. Эффективное формирование бренда требует глубокого понимания целевой аудитории, уникальных характеристик дестинации и способности вызывать эмоциональный отклик. Успешные примеры демонстрируют, что сильный бренд может значительно повлиять на туристический поток и экономическое развитие региона.

СНИЛ «Тураналитик»

К. А. Бровко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П. А. Литвинов

РОЛЬ КУЛЬТУРНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В НАЦИОНАЛЬНОМ БРЕНДИНГЕ

Современный дискурс белорусской национальной кухни, к сожалению, продолжает в массовом сознании инерцию восприятия ее как элемент сугубо простой крестьянской кухни, которая характеризуется такими блюдами, как «дранікі», «верашчака», «мачанка», «капуста» и т.д. При этом происходит либо фактический отказ от иных элементов национальной кухни, либо их забвение. В итоге высокая белорусская кухня, сформированная в среде аристократии в течение многих столетий, представлена в редких специализированных ресторанах, таких как «Камяніца», «Кухмістр» и т.д. При этом белорусская кухня на рынке ресторанного бизнеса занимает отнюдь не самое последнее место. Иностранные туристы традиционно интересуются нашей кухней, сталкиваясь при этом с дефицитом возможностей ее попробовать.

Таким образом, позиционировать Беларусь на международном туристическом рынке, в том числе через уникальные гастрономические

ассоциации, не получается. Каждая национальная кухня, получившая международное признание, имеет ряд неповторимых черт, обусловленных своеобразием рецептуры и продуктов, использованием специфических способов приготовления и подачи блюд, т.е. уникальным этнографическим и культурным обликом. Без формирования в белорусской кухне этих самых особенностей невозможен выход на международный туристический рынок с узнаваемым национальным продуктом. Ввиду этого мы предлагаем алгоритм построения национального белорусского гастрономического продукта:

1. Четкое формирование концепции и ориентация на целевую аудиторию заведения.

2. Разработка меню с упором на аутентичность. Например, использование традиционных рецептов, местных продуктов и старинных способов приготовления; меню, меняющееся в зависимости от сезона, с акцентом на свежие местные продукты; вегетарианские варианты традиционных блюд, адаптированных к белорусской кухне; широкий выбор белорусских традиционных напитков; предложение дегустационных сетов, позволяющих познакомиться с разными блюдами и напитками белорусской кухни.

3. При оформлении интерьера важно использовать традиционные белорусские мотивы из натуральных материалов (дерево, лен), национальных элементов декора (рушники, вышивка), принадлежащих разным социальным слоям населения, от крестьян до мещан и шляхты, во всем спектре белорусской национальной культуры.

4. Атмосфера и сервис: живая музыка, проведение мастер-классов по приготовлению национальных блюд, обслуживание на белорусском языке (или с возможностью переключения), организация тематических вечеров и т.д.

5. Акцент на истории и культуре: рассказ в меню и на сайте о происхождении блюд и напитков, а также о белорусской культуре.

6. Ведение активных аккаунтов в социальных сетях с публикацией фотографий блюд, рецептов, истории заведения.

7. Авторские интерпретации старинной рецептуры: создание новых блюд на основе классических рецептов с добавлением современных кулинарных техник для получения эффекта фьюжана в национальной белорусской гастрономии.

Комбинируя эти идеи, ресторан сможет создать уникальное предложение и привлечь посетителей, в первую очередь иностранных. Важно выбрать те фишки, которые лучше всего соответствуют концепции и целевой аудитории заведения. Именно после масштабирования этих особенностей национальной кухни Беларуси на уровень всей страны можно будет успешно выходить на международный туристический рынок.