

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ БЕЛОРУССКОЙ КУХНИ В ГАСТРОНОМИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ

Туризм выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития страны. За 2010–2013 гг. число поездок иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь, выросло с 5,7 до 6,2 млн. или на 8,8 %. Экспорт туристических услуг за этот период вырос с 440,4 до 791,4 млн дол. США, или на 79,7 %. За период с 2005 по 2010 г. экспорт туристических услуг увеличился на 74,0 %. Это свидетельствует о его высоких темпах роста.

Развитию туризма будут способствовать путешествия, главной целью которых является познание жизни народа через культуру приготовления и потребления пищи. В связи с этим можно создавать гастрономические туры, цель которых — насладиться особенностями кухни той или иной страны. Гастрономический туризм в первую очередь является средством познания менталитета, вековых традиций и национального духа народа через культуру приготовления и употребления пищи. На белорусском рынке можно наблюдать слабую диверсификацию предложения.

Беларусь сегодня обладает уникальным туристическим потенциалом, который состоит не только в живописной сельской местности, но и в возможности познакомиться с кулинарными изысками сельской глубинки. Яркий пример — деревня Морочь Клецкого района Минской области. Эта деревня — своеобразный островок в Клецком районе. Сохранили они и традиции питания, которые несут, оберегают и передают будущему поколению. В связи с этим деревня может стать местом для проведения различных мероприятий как практического, так и теоретического характера: телевизионные передачи, посвященные тематике национальной белорусской кухни; мастер-классы и открытые вечера с представлениями приготовления блюд кухни; тематические праздники и фестивали; мероприятия формата «узнать — приготовить — попробовать».

Рассматривая продвижения белорусской кухни через гастрономический туризм, можно сформулировать следующие выводы: в Республике Беларусь и за рубежом необходимо производить семинары по продвижению белорусской кухни; открыть школу белорусской кухни; внести предложение о создании топ-10 белорусских блюд; предложить включение белорусских блюд в список нематериального культурного наследия страны; для хозяев агроусадб проводить конференции по белорусской кухне; ввести специальную дисциплину по изучению белорусской кухни в колледжах, в которых готовят специалистов ресторанного бизнеса; совершенствовать виды гастрономического туризма в регионах республики.

Литература

Похлебкин, В. В. Кухня века / В. В. Похлебкин. — М. : Полифакт. Итоги века, 2000.

Ермакович, Д. И. 100 самых вкусных блюд на Земле, которые необходимо попробовать и научиться готовить / Д. И. Ермакович. — Минск : Харвест, 2010.

К.В. Савченко
В.К. Камешкова
ВГТУ (Витебск)

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В Г. ВИТЕБСКЕ

Сегодня ресторанный бизнес во всем мире считается одним из наиболее быстро окупаемых направлений инвестирования. В то же время он является одним из наиболее рискованных, поскольку ошибка, допущенная лишь в одном из множества ключевых факторов успеха, может обусловить убыточность бизнеса в целом [1]. Говоря о состоянии рынка ресторанный бизнес в Республике Беларусь, нельзя не отметить, что рынок услуг напрямую зависит от общих экономических показателей в экономике страны.

Проведенный анализ ресторанный бизнес в Витебске показал, что в настоящее время в городе функционирует 22 ресторана, 63 кафе, 12 баров и 16 заведений, имеющих в ассортименте пиццы и фастфуд. Обеденное меню в ресторанах и кафе Витебска отличается большим ассортиментом и невысокими ценами. Большой ценовой разницы между стоимостью обеденного меню в ресторане и кафе нет. Необходимо отметить, что в Витебске есть предприятия общественного питания, открытые по франшизе успешных предприятий. Примером таких заведений являются «МакДональдс» и «Баскин Роббинс». Территориальное распределение заведений в городе неравномерно — наибольшая концентрация ресторанов и кафе наблюдается в центральной части города.

В ходе анкетирования было выявлено, что потребители, выбирая ресторан для посещения, больше всего обращают внимание на стоимость блюд — 26 % опрошенных отметили значимость этого фактора. На втором месте вкусовые качества блюд — 21 %. Третье место занимает качество обслуживания — 18 %.

Удачное расположение г. Витебска способствует дальнейшему развитию индустрии общественного питания. Город часто посещают российские гости, которые имеют средства для посещения предприятий общественного питания любого типа. Однако в последние годы доля затрат горожан на услуги общественного питания имеет тенденцию к снижению.