

Has been issued since 2002
<https://mongoloved.kigiran.com/jour>

Vol. 15, Is. 4, pp. 700–717, 2023
 DOI: 10.22162/2500-1523-2023-4-700-717

МОНГОЛОВЕДИЕ

(Монгол судлал)
 (Mongolian Studies)

ISSN 2500-1523 (Print)
 ISSN 2712-8059 (Online)

ЭТНОЛОГИЯ И АНТРОПОЛОГИЯ

УДК / UDC 392.8: 664

DOI: 10.22162/2500-1523-2023-4-700-717



Исследование потребительских предпочтений в отношении традиционных продуктов питания (на примере туристов Байкальского региона)

Анна Платоновна Никифорова¹, Ольга Платоновна Никифорова²

¹ Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления (д. 40в, стр. 1, ул. Ключевская, 670013 Улан-Удэ, Российская Федерация)
 кандидат технических наук, доцент

 0000-0002-3003-8638. E-mail: [anna.p.nikiforova\[at\]gmail.com](mailto:anna.p.nikiforova[at]gmail.com)

² Министерство здравоохранения Республики Бурятия (д. 47, ул. Коммунистическая, 670000 Улан-Удэ, Российская Федерация)
 кандидат экономических наук

 0000-0001-9520-7677. E-mail: [nikiforovaolya\[at\]mail.ru](mailto:nikiforovaolya[at]mail.ru)

© КалмНЦ РАН, 2023

© Никифорова А. П., Никифорова О. П., 2023

Аннотация. *Введение.* Изучение традиций питания разных стран и регионов мира является актуальным научным направлением, а сфера гастрономического туризма активно развивается в последние годы. Байкальский регион уникален с точки зрения природы, истории и культуры. Развитие туризма в нем возможно в том числе за счет гастрономического направления. В связи с этим *целью* данной работы является изучение потребительских предпочтений туристов Байкальского региона в отношении традиционных продуктов питания. *Методы* исследования. В процессе исследования по специально разработанной двуязычной анкете опрошено 43 респондента — туристы Байкальского региона, постоянно проживающие в других регионах России или зарубежных странах. Статистическая обработка результатов проводилась с применением стандартных методов математической статистики. *Результаты.* Установлено, что из традиционных продуктов питания наиболее часто туристы Байкальского региона употребляют буузы, шулэн, традиционный зеленый чай (*ногоон сай*), бухлёр. Качеством этих продуктов довольны большинство опрошенных. В то же время имеется перечень традиционных продуктов питания, которые опрошенные не попробовали во время своего пребывания в Байкальском регионе. Например, продукты из байкальского омуля и продукты из дикоросов — только 79 % и 86 % соответственно. Несмотря на это, большинство опрошенных туристов хотели бы приобрести ферментированный продукт из байкальского

омуля, наиболее важными потребительскими показателями качества которого являются приятный вкус, приемлемая цена, выраженный аромат и полезность для здоровья. *Выводы.* Большинство респондентов остались довольны качеством традиционных продуктов питания Байкальского региона. Продукты из байкальского омуля и ферментированный омуль, в частности, пробовал лишь небольшой процент опрошенных, что, по всей видимости, связано с запретом на промышленный вылов байкальского омуля. Для успешного развития бренда ферментированного байкальского омуля требуется маркетинговое сопровождение.

Ключевые слова: туристы, пищевые продукты, традиционные продукты питания, потребительские предпочтения, Байкальский регион, Республика Бурятия, специалитеты, гастрономическая культура

Благодарность. Работа выполнена при поддержке гранта «Молодые ученые Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления».

Для цитирования: Никифорова А. П., Никифорова О. П. Исследование потребительских предпочтений в отношении традиционных продуктов питания (на примере туристов Байкальского региона) // Монголоведение. Т. 15. № 4. С. 700–717. DOI: 10.22162/2500-1523-2023-4-700-717

Research of Consumer Preferences in Relation to Traditional Food Products (on the Example of Tourists of the Baikal Region)

Anna P. Nikiforova¹, Olga P. Nikiforova²

¹ East Siberian State University of Technology and Management (40b, buil. 1, Klyuchevskaya St., 670013 Ulan-Ude, Russian Federation)

Cand. Sc. (Technical Sciences), Associate Professor

 0000-0002-3003-8638. E-mail: anna.p.nikiforova[at]gmail.com

² Ministry of Health of the Republic of Buryatia (47, Kommunisticheskaya St., 670000 Ulan-Ude, Russian Federation)

Cand. Sc. (Economics)

 0000-0001-9520-7677. E-mail: nikiforovaolya[at]mail.ru

© KalmSC RAS, 2023

© Nikiforova A. P., Nikiforova O. P., 2023

Abstract. Introduction. The article is devoted to the study of the consumption of traditional food products by tourists of the Baikal region. The study of the food traditions of different countries and regions of the world is an actual scientific topic. The field of gastronomic tourism has been actively developing in the recent years. The Baikal region is a unique region of Russia. The development of tourism in this region is possible through gastronomic tourism. It is known that traditional dishes play an important role in increasing the popularity of tourist destinations. In this regard, the purpose of this work is to study the consumer preferences for traditional food products (on the example of tourists from the Baikal region). *Methods of research.* For assessment of the satisfaction and consumer preferences of tourists in the Baikal region in relation to traditional food products, a questionnaire was developed (in Russian and English languages). During the study, 43 respondents were interviewed — tourists of the

Baikal region, permanently residing in other regions of Russia or foreign countries. Statistical processing of the results was carried out using standard methods of mathematical statistics. *Results* and its discussion. It has been found that buuzy, shulen, traditional green tea (nagoon sai), buchler are the most popular foods for the tourists of the Baikal region. The majority of respondents are satisfied with the quality of these products. At the same time, the study has shown that there is a list of traditional food products that the respondents haven't tried during their stay in the Baikal region. For example, products from Baikal omul and products from wild-growing plants were tried only 79 % and 86 % of respondents respectively. Despite of this fact, the most of the surveyed tourists would like to purchase a fermented product from the Baikal omul. The most important consumer indicators of the quality of fermented Baikal omul are pleasant taste, reasonable price, pronounced aroma and health benefits. *Conclusions.* The majority of the respondents were satisfied with the quality of traditional food products of the Baikal region. Products from Baikal omul and fermented omul, in particular, were tasted only by a small percentage of respondents. It can be related to the fact that the commercial fishery was prohibited when the survey was conducted. Successful development of the Baikal fermented omul brand requires marketing support.

Keywords: tourists, foodstuffs, traditional foodstuffs, consumer preferences, Baikal region, Republic of Buryatia, specialties, gastronomic culture

Acknowledgements. The reported study was funded by government subsidy «Young scientists of the ESSUTM».

For citation: Nikiforova A. P., Nikiforova O. P. Research of Consumer Preferences in Relation to Traditional Food Products (on the Example of Tourists of the Baikal Region). *Mongolian Studies (Elista)*. 2023; 15(4): 700–717. (In Russ.). DOI: 10.22162/2500-1523-2023-4-700-717

1. Введение

Изучение традиций питания жителей различных регионов мира является важным научным направлением и предметом устойчивого научного интереса [Amuquandoh, Asafo-Adjei 2013: 987–1002; Bessiere, Tibere 2013: 3420–3425; Dixit, Prayag 2022: 217–220; Pavlidis, Markantonatou 2020: 1–10; Rodríguez-Gutiérrez et al. 2020: 1–12]. Известно, что пищевые традиции народов имеют способность сохраняться в течение длительного времени, т. е. являются одним из наиболее устойчивых элементов культуры этноса [Сарманова 2020: 175].

Актуальным в настоящее время является исследование механизмов функционирования повседневной культуры. В 1980–1990-е гг. сформировалось новое научное направление — Food Studies — которое объединило ученых из различных сфер [Капкан 2010: 5]. Это направление является междисциплинарным и включает различные научные направления, связанные с изучением исторических, культурных, биологических аспектов, связанных с питанием [Капкан 2010: 5].

Интересным и многозначным является понятие гастрономической культуры. По мнению М. В. Капкан, «гастрономическая культура — это культурно специфическая система норм, принципов и образцов, воплощающаяся в способах приготовления пищи, наборе принятых в данной культуре продуктов и их сочетаниях, практике потребления пищи, а также рефлексии над процессами приготовления и принятия пищи» [Капкан 2010: 9]. В последние годы наблюдается активное распространение гастрономических культур различных стран и регионов мира. Традиции питания являются объектом устойчивого интереса у различных категорий потребителей, а также объектом научного интереса.

Важную роль в процессе распространения гастрономических культур, традиций питания и кулинарии играет развитие туризма и увеличение мобильности населения [Никифорова и др. 2017: 949].

Озеро Байкал — самое глубокое озеро планеты, уникальный природный объект, известный во всем мире. Байкальский регион включает в себя территорию водосборного бассейна Байкала — три субъекта Российской Федерации (Республику Бурятия, Иркутскую область и Забайкальский край) и Монголию [Суходолов 2010: 103]. С 1996 г. озеро Байкал является объектом мирового природного наследия ЮНЕСКО [Sukhodolov 2021: 530; Суходолов 2010: 104]. Для региона характерна эндемичная флора и фауна. В настоящее время сохранение уникальной природы Байкальского региона, его флоры и фауны является одной из важнейших задач [Суходолов 2010: 106].

Следует отметить и уникальность культуры Байкальского региона. Для нее характерно разнообразие, многоконфессиональность, сочетание традиций народов [Абалаков, Панкеева 2011: 3–4]. По мнению А. Д. Абалакова и Н. С. Панкеевой, Байкальский регион является перспективным для развития этнокультурного туризма [Абалаков, Панкеева 2011: 3–16]. Это связано с рядом факторов. Так, регион имеет удачное расположение вблизи уникального природного объекта — озера Байкал, через регион проходит Транссибирская магистраль, которая является популярным туристическим маршрутом у туристов, а также регион граничит с Монголией, привлекающей большое количество туристов. Следующим фактором является сохранение в регионе традиционных типов хозяйствования кочевников-скотоводов и охотников. Одним из факторов также является и то, что в Байкальском регионе сочетаются различные этнические культуры. Республика Бурятия является центром буддизма в России [Абалаков, Панкеева 2011: 8–9].

Сфера гастрономического туризма является активно развивающейся [Dixit, Prayag 2022: 217–220; Pavlidis, Markantonatou 2020: 1–10]. Ряд трудов зарубежных ученых был связан с изучением потребительских предпочтений туристов в отношении традиционных продуктов питания в различных странах мира [Amuquandoh, Asafo-Adjei 2013: 987–1002; Bessiere, Tibere 2013: 3420–3425; Rodríguez-Gutiérrez et al. 2020: 1–12]. Например, работа Ф. Е. Амукуандо и Р. Асафо-Аджей посвящена изучению потребительских предпочтений в отношении традиционных продуктов питания туристов, посещающих Гану [Amuquandoh, Asafo-Adjei 2013: 987–1002]. Исследование позволило определить 17 наиболее популярных у туристов традиционных блюд. Было показано, что Гана имеет высокий потенциал развития местной пищевой промышленности на основе семи наиболее популярных пищевых продуктов [Amuquandoh, Asafo-Adjei 2013: 987–1002].

В работе Н. Уллах и других авторов проведено исследование удовлетворенности туристов блюдами национальной кухни в северной части Пакистана [Ullah et al. 2022: 1–15]. Согласно исследованию, мотивация, связанная с гастрономическими предпочтениями, влияет на выбор туристического направления, а гастрономический опыт, полученный в путешествии, влияет на общую удовлетворенность поездкой [Ullah et al. 2022: 1–15].

Работа П. Родригез-Гутьеррес и других ученых посвящена изучению удовлетворенности туристов гастрономической культурой города Попаян (Колумбия)

[Rodríguez-Gutiérrez et al. 2020: 1–12]. В результате исследования сделан вывод, что гастрономический опыт туристов играет важную роль в удовлетворенности поездкой. Удовлетворенность туристов блюдами местной кухни влияет на вероятность повторного посещения [Rodríguez-Gutiérrez et al. 2020: 1–12].

Известно, что для 15 % туристов основной причиной посещения определенного туристического направления является гастрономическая культура, кулинарные традиции и блюда конкретной местности [Ullah et al. 2022: 1]. Попробовав местную кухню, туристы более полно погружаются в атмосферу региона. Интерес туристов к гастрономической культуре отдельных местностей в свою очередь является фактором развития регионов [Ullah et al. 2022: 1]. Удовлетворенность туристов блюдами местной кухни зависит от качества и безопасности этих продуктов. Ранее проведенные исследования показали, что традиционные блюда являются инструментами, способными повысить привлекательность туристических направлений [Ullah et al. 2022: 1].

Целью данной работы является изучение потребительских предпочтений туристов Байкальского региона в отношении традиционных продуктов питания.

2. Материалы и методы исследования

Оценка потребления туристами Байкальского региона традиционных продуктов питания проводилась в несколько этапов:

- разработка программы выборочного обследования туристов;
- разработка анкеты;
- статистическая обработка результатов опроса.

Для определения особенностей потребления в 2018–2020 гг. проводился опрос туристов, приезжавших в Байкальский регион (Республику Бурятия, Иркутскую область). Для проведения опроса была составлена анкета на русском и английском языках.

Выборка состояла из 43 респондентов — туристов, постоянно проживающих в зарубежных странах или в других регионах России. При отборе респондентов учитывались сведения о структуре въездного турпотока [Об утверждении Государственной программы... 2018; Об утверждении Стратегии... 2019; Отчет агентства по туризму Иркутской области... 2019]. Опрос респондентов проводился с применением социальных сетей «ВКонтакте» (VK.ru) и CouchSurfing (couchsurfing.org), а также посредством личного анкетирования.

Статистическая обработка результатов проводилась при использовании программы Microsoft Excel 2019 (Microsoft Corporation) с применением стандартных методов математической статистики.

3. Характеристика респондентов

Анкета, предназначенная для сбора данных о потребительских предпочтениях в отношении традиционных продуктов питания Байкальского региона, состояла из нескольких частей.

На рис. 1 представлены результаты обработки первой части анкеты, связанные с данными о респондентах. Представленные на рис. 1а, 1б данные показывают, что большинство опрошенных туристов Байкальского региона было представлено мужчинами (61 %) молодого возраста (21–30 лет — 82 %, 31–40 лет — 9

%). По роду занятий большая часть респондентов (72 %) являются студентами, 14 % — специалистами, среди опрошенных было по 5 % рабочих и безработных, 2 % пенсионеров, вариант «другое» указали 2 % (см. рис. 1в). По уровню образования среди опрошенных нами туристов 57 % имеют неоконченное высшее образование, 22 % — степень бакалавра, 12 % — степень магистра, 7 % имеют среднее специальное образование, а 2 % — неоконченное среднее образование (см. рис. 1г). На вопрос о религиозной принадлежности 70 % респондентов отнесли себя к буддистам, 19 % — к христианам, а вариант «атеизм» выбрали 11 % опрошенных (см. рис. 1д).

Известно, что Байкальский регион привлекает туристов не только из других регионов России, но и из различных стран мира [Об утверждении Государственной программы... 2018; Об утверждении Стратегии... 2019; Отчет агентства по туризму Иркутской области... 2019]. Полученные данные показывают, что большинство опрошенных постоянно проживают в странах Азии: 52 % в Китае, 14 % — в Монголии, 2 % — в Сирии (см. рис. 1е). В число опрошенных вошло 12 % жителей других регионов России. 10 % опрошенных постоянно живут в европейских странах (по 3 % — в Германии и Италии, по 2 % — в Сербии и Чехии). В странах Северной и Южной Америки проживают 7 % респондентов (5 % — в США, 2 % — в Чили) (см. рис. 1е).

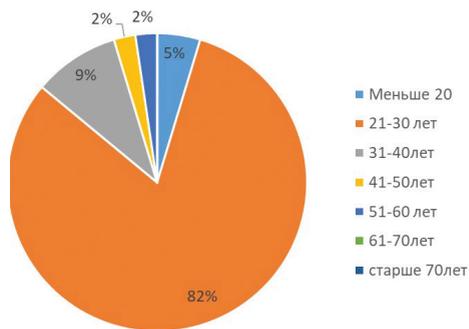
Полученные данные подтверждаются сведениями из официальных источников. Так, по данным агентства по туризму Иркутской области на протяжении последних лет туристы из Китая занимают первое место по числу посещений Иркутской области. Большую долю числа иностранных туристов также занимают гости из Республики Корея, Германии, Франции, Монголии, США, Японии, Великобритании, Польши, Швейцарии [Отчет агентства по туризму Иркутской области... 2019].

В соответствии со сведениями, представленными в Государственной программе Республики Бурятия «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Бурятия» (2018 г.), за последнее десятилетие увеличилось число иностранных туристов, приезжающих в Республику Бурятия. Наблюдается увеличение числа туристов из стран Азиатско-Тихоокеанского региона, в том числе Монголии, Китая, Республики Корея, что, вероятно, связано с упрощением процедур въезда из этих стран. Так, с 2000 г. действовало соглашение о безвизовых групповых туристических поездках между Россией и КНР, с 2014 г. — безвизовый режим с Монголией и с Южной Кореей [Об утверждении Государственной программы... 2018].

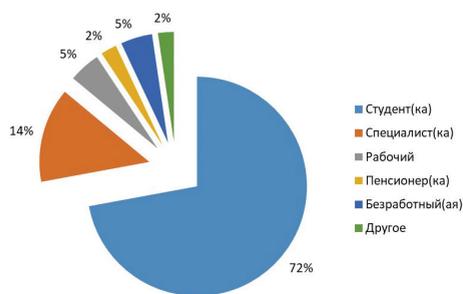
В соответствии с Распоряжением Правительства Республики Бурятия «Об утверждении Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Республике Бурятия на период до 2035 года» Республика Бурятия имеет большой потенциал в развитии гастрономического туризма, так как имеет свою национальную кухню, свои традиции гостеприимства [Об утверждении Стратегии... 2019]. Важным этапом для развития туризма в республике является организация городских гастрономических туров, где турист сможет познакомиться с национальной кухней в ресторанах и кафе города, на мероприятиях гастрономического направления и на предприятиях пищевой промышленности [Об утверждении Стратегии... 2019].



а) пол



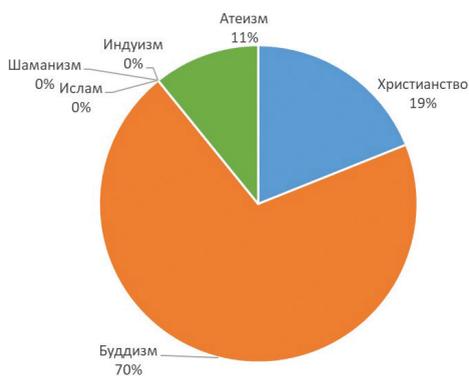
б) возраст



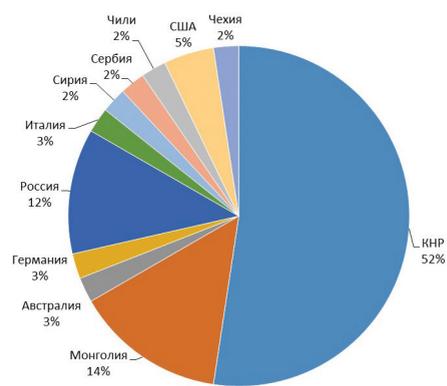
в) род занятий



г) уровень образования



д) религия



е) страна постоянного проживания

Рис. 1. Сведения о респондентах — туристах, приезжающих в Байкальский регион
 [Fig. 1. Information on the respondents — tourists coming to the Baikal region]

Этнология и антропология



а) буузы — блюдо из теста с мясной начинкой, приготовленное на пару



б) шулэн — традиционный мясной суп с лапшой



в) хушуур — блюдо из теста с мясной начинкой, обжаренное в масле



г) боовы — десерт из теста, приготовленный путем обжаривания в масле



д) ногоон сай — специальным образом приготовленный зеленый чай с молоком



е) бухлёр — мясной бульон с мясом, сваренным куском



ж) хошхоног — блюдо, изготовленное из вареной прямой кишки



и) урмэ — десерт, изготовленный из молочных пенек



к) курунга — традиционный кисломолочный напиток



л) аарса — сытный кисломолочный напиток, изготовленный с добавлением муки



м) кумыс — традиционный кисломолочный напиток из кобыльего молока



н) саламат — блюдо, изготовленное из сметаны с добавлением муки



п) борсо — сушеное мясо



р) продукты из байкальского омуля



с) продукты из дикоросов Байкальского региона



Фото 1. Традиционные продукты питания Байкальского региона
[Photo 1. Traditional food products of the Baikal region]

4. Оценка потребления традиционных пищевых продуктов туристами Байкальского региона

Вторая часть анкеты была посвящена оценке потребления традиционных пищевых продуктов туристами Байкальского региона. В ней содержались фотографии продуктов питания Байкальского региона и описание блюда (см. фото 1). Опрошенным предлагалось оценить, насколько удовлетворены туристы традиционными продуктами питания. Дать оценку предлагалось по шкале, включающей наименования от «совсем не удовлетворен» до «очень доволен». Респондентам также предлагался вариант «никогда не пробовал».

Известно, что блюда национальной кухни могут включать «репрезентативные блюда» и «специалитеты», т. е. продукты, характерные для отдельной местности [Капкан 2010: 6]. К характерным специалитетам Байкальского региона можно отнести продукты из пресноводной рыбы, главным образом, из байкальского омуля [Никифорова и др. 2017: 950]. Продукты, изготовленные из дикорастущих растений Байкальского региона, также являются специалитетами. Традиционная кухня Республики Бурятия характеризуется традициями мясной и молочной кухни. Например, так называемая «белая пища» — традиционные молочные продукты [Никифорова и др. 2017: 950].

Следующий этап исследования был посвящен оценке удовлетворенности туристов, приезжающих в Байкальский регион, качеством традиционных продуктов питания. Для этого туристам предлагалось оценить, насколько они остались довольны качеством традиционных блюд, и отметить в анкете один из вариантов: «очень доволен», «доволен», «нейтрально», «не удовлетворен», «совсем не удовлетворен» и «никогда не пробовал».

К наиболее популярным у туристов продуктам можно отнести буузы, шулэн, ногоон сай, бухлёр. Для многих остальных традиционных блюд вариант «никогда не пробовал» выбрал значительный процент респондентов. Наиболее популярными у туристов продуктами являются блюда мясной кухни. Несмотря на то, что традиционными для Бурятии также являются молочные продукты [Pan et al. 2018: 1–2], ассортимент которых является широким, блюда из молочного сырья пробовало незначительное количество опрошенных туристов. Курунгу, аарсу, саламат, кумыс не пробовали 93 %, 95 %, 79 %, 74 % опрошенных соответственно.

Буузы можно отнести к одному из самых известных продуктов питания Байкальского региона. Результаты опроса показали, что 41 % опрошенных туристов очень довольны, а 55 % — довольны качеством бууз. Характеристиками шулэна также остались довольны большинство опрошенных (64 %), 21 % — очень довольны, никогда не пробовали этот продукт 9 % опрошенных. *Ногоон сай* также является достаточно популярным у туристов продуктом. Так, 40 % опрошенных туристов остались довольны, попробовав этот продукт, 7 % оценили его нейтрально, 5 % — были очень довольны, 2 % не были удовлетворены этим продуктом. 46 % выбрали вариант «никогда не пробовал». Бухлёр не пробовали 63 % опрошенных, а остались довольны 33 %, очень довольны — 2 %, оценивают продукт нейтрально 2 %.

5. Специфические продукты Байкальского региона и потребительские предпочтения в отношении байкальского омуля

Одним из традиционных видов промысла в Байкальском регионе является сбор дикоросов, в том числе ягод, орехов, грибов, черемши, лекарственных

растений и т. д. В результате анализа данных анкет установлено, что продукты из дикоросов не пробовали 86 % опрошенных, 7 % — очень довольны, 2 % — довольны качеством дикоросов, 2 % — оценивают нейтрально.

Жители многих регионов мира традиционно используют дикорастущие растения в качестве компонентов для приготовления пищи, приправ, а также в лекарственных целях [Aryal et al. 2018: 1; Bundela et al. 2023: 109; Tahir et al. 2023: 1–2]. В последние годы рынок дикоросов активно развивается [Савельев 2020: 3]. Известно, что в России в год может быть заготовлено 7,4–8,5 млн тонн дикоросов, но на настоящий момент производится только 6 % от этого объема [Савельев 2020: 3]. Перспективным и развивающимся в России и мире является рынок органических продуктов [Савельев 2020: 3]. Представляют большой интерес технологии комплексной переработки растительного сырья, позволяющие расширить ассортимент и получить продукцию высокого качества [Алексеев и др. 2023: 22–44; Горбунова и др. 2017: 120–126]. Создание и продвижение региональной продукции является важным фактором развития имиджа региона [Бузина и др. 2020: 146].

Следует отметить, что Байкальский регион имеет высокий потенциал заготовки дикоросов и их комплексной переработки для получения продукции, обладающей уникальными характеристиками и высоким качеством. Это позволит не только повысить социально-экономическое развитие, но и сформировать позитивный имидж региона.

Байкальский омуль (*Coregonus migratorius*) — эндемик, символ и бренд озера Байкал [Nikiforova et al. 2020: 596; Sukhodolov 2021: 530]. На протяжении многих лет он являлся главным промысловым видом рыб Байкальского региона [Sukhodolov 2021: 530]. Ассортимент продуктов из байкальского омуля является широким. Проведенное нами исследование показало, что продукты из байкальского омуля никогда не пробовали 79 % опрошенных туристов. Возможно, это связано с запретом на промышленный вылов байкальского омуля, действующий с 1 октября 2017 г. 12 % респондентов оценивают эти продукты нейтрально, 2 % — довольны, а 7 % — очень довольны их качеством.

Следует отметить, что в 2023 г. снят запрет на лов байкальского омуля для рыбаков-любителей, а для восстановления численности популяции байкальского омуля проводится комплекс мероприятий. В связи с тем, что байкальский омуль является брендом Байкальского региона, известным не только на территории России, но и в других странах мира, перспективным является развитие производства и расширение ассортимента продуктов из омуля.

Рыба и рыбные продукты имеют высокую популярность во всем мире. Особую роль они играют в рационе жителей стран Азии в связи с традициями в питании (две трети общемирового потребления) [Никифорова и др. 2017: 949]. Они являются важным источником белка, микро- и макроэлементов, омега-3 жирных кислот [Li et al. 2020: 273–283; Mendivil 2021: 1–6]. Исследования российских и зарубежных ученых показали, что регулярное употребление рыбы имеет ряд преимуществ для здоровья человека. Так, было доказано, что рыба обладает антиоксидантными, противовоспалительными свойствами, положительно влияет на здоровье сердца [Chen et al. 2022: 1; Li et al. 2020: 273–283; Mendivil 2021: 1–6].

Консервирование рыбы происходит с применением различных способов. Во многих странах мира для консервирования рыбы используется ферментация. Например, в странах Северной Европы производятся такие продукты, как раффис (Норвегия) сюрстрёмминг (Швеция), хакарл (Исландия), а в странах Азии — нам пла (nam pla, Таиланд), джеотгал (jeotgal, Корея), буду (budu, Малайзия) и другие [Zang et al. 2019: 3–4].

Среди продуктов из байкальского омуля особый интерес представляет так называемый омуль «с душком» — ферментированный рыбный продукт. Готовый продукт обладает своеобразным запахом, нежной консистенцией и приятным маслянистым вкусом. Характерной его особенностью является специфический аромат, интенсивность которого может варьироваться от слабой до выраженной [Никифорова и др. 2017: 951–952].

Третья часть анкеты была посвящена изучению потребительских предпочтений в отношении ферментированного байкальского омуля. В этой части анкеты содержались вопросы о том, пробовали ли они ферментированный байкальский омуль и о желании респондентов приобрести ферментированный продукт из байкальского омуля.

Полученные данные показали, что большинство опрошенных (88 %) не пробовали омуль «с душком», 2 % респондентов пробовали этот продукт только один раз, и 10 % — несколько раз. По всей видимости, такие результаты обусловлены тем, что данный продукт не производится промышленно. Несмотря на это, готовность приобрести омуль «с душком» выразило большинство опрошенных туристов (77 %). Это свидетельствует о высоком интересе к ферментированному байкальскому омулю, о желании попробовать новые продукты.

Полученные результаты подтверждают интерес к ферментированным рыбным продуктам. Данные, полученные в ранее проведенном нами исследовании, которое посвящено было изучению потребительских предпочтений жителей Республики Бурятия в отношении ферментированного байкальского омуля, показали, что 50,9 % жителей республики готовы приобрести данный продукт, при этом в прибрежных районах готовность купить продукт выразили 70,7 % опрошенных, а в г. Улан-Удэ — 44 % [Никифорова и др. 2017: 955].

На следующем этапе определяли потребительские показатели ферментированного байкальского омуля, которые респондентам предлагалось оценить по 5-балльной шкале. Результаты представлены на рис. 2.

Полученные данные (см. рис. 2) показывают, что наибольшее значение для туристов имеют приятный вкус, приемлемая цена, выраженный аромат, полезность для здоровья.

В ранее проведенном исследовании, в котором оценивались потребительские предпочтения жителей Республики Бурятия в отношении ферментированного байкальского омуля, показано, что наиболее важными для потребителей показателями являются приятный вкус (важен для 75,44 % опрошенных), свежесть (67,54 %), безопасность (58,33 %). Далее по значимости следуют отсутствие «химических» добавок (46,49 %), приемлемая цена, выраженный приятный аромат (42,11 %), красивый внешний вид (41,23 %) [Никифорова, Никифорова 2020: 31].

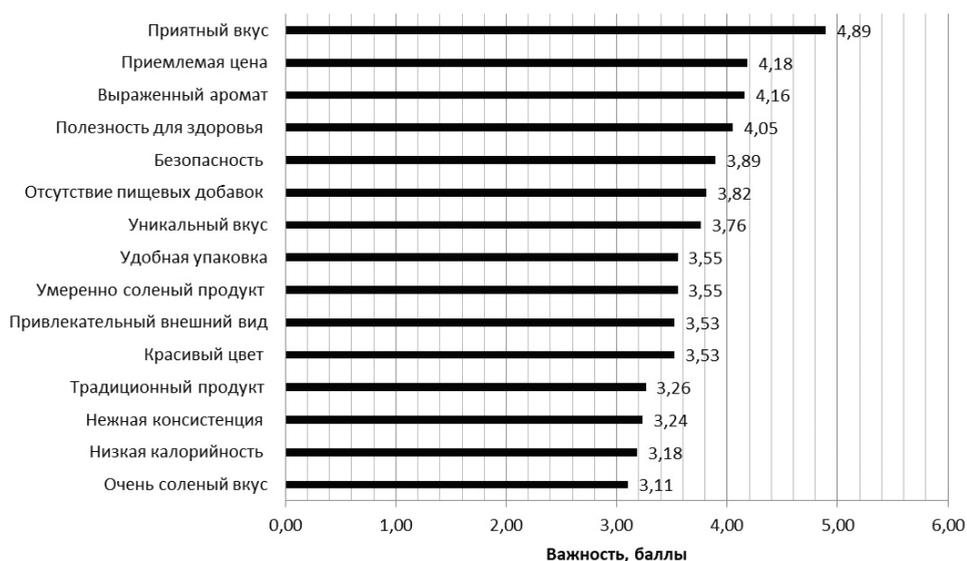


Рис. 2. Потребительские предпочтения туристов Байкальского региона в отношении ферментированного байкальского омуля
 [Fig. 2. Consumer preferences of tourists of the Baikal region in relation to fermented Baikal omul]

В последние годы большой научный интерес представляет применение бактериальных культур при производстве рыбных продуктов. Их использование позволяет улучшить органолептические показатели, повысить безопасность, сократить продолжительность производственного процесса [An et al. 2022: 1–2; Speranza et al. 2020: 2].

Таким образом, для совершенствования технологии ферментированного байкальского омуля с учетом требований потребителей может применяться биотехнологический подход, основанный на применении молочнокислых микроорганизмов. Это позволит улучшить органолептические характеристики, повысить безопасность готового продукта. За счет содержания в рыбе омега-3 жирных кислот, белков, микро- и макроэлементов, а также использования пробиотических микроорганизмов ферментированный омуль будет полезным для здоровья. Ферментированный байкальский омуль («омуль „с душком“») может стать одним из ярких региональных брендов, способствующих формированию позитивного имиджа территории. Для этого требуется привлечение специалистов из сферы маркетинга.

6. Выводы

Согласно проведенному исследованию, большинство респондентов, туристов Байкальского региона, остались довольны качеством традиционных продуктов питания. Наибольшей популярностью у туристов Байкальского региона пользуются такие продукты, как буузы, шулэн, традиционный зеленый чай (ногоон сай). Следует отметить, что многие другие традиционные продукты туристы никогда не пробовали, и это свидетельствует о том, что они являются недостаточно известными или доступными.

Большинство опрошенных туристов не пробовали продукты из дикоросов Байкальского региона. Разработка новых технологий из дикорастущего сырья является перспективным направлением. В связи с этим требуются дополнительные мероприятия, предназначенные для повышения популярности традиционных блюд и узнаваемости местных продуктов у туристов.

Продукты из байкальского омуля и в частности ферментированный омуль пробовал лишь небольшой процент опрошенных, что, по всей видимости, связано с запретом на промышленный вылов байкальского омуля, который действовал во время проведения опроса. Тем не менее большинство респондентов выразили желание приобрести ферментированный продукт из байкальского омуля.

Для большинства опрошенных туристов наиболее важными потребительскими показателями качества ферментированного байкальского омуля являются приятный вкус, приемлемая цена, выраженный аромат и полезность для здоровья.

Для формирования узнаваемого бренда «омуль „с душиком“», как уникального ферментированного продукта с использованием результатов новейших биохимических исследований, требуется маркетинговое сопровождение.

Литература

- Абалаков, Панкеева 2011 — *Абалаков А. Д., Панкеева Н. С.* Этноэкологический туризм в Байкальском регионе // Известия Иркутского государственного университета. Сер.: Науки о Земле. 2011. Т. 4. № 2. С. 3–16.
- Алексеев и др. 2023 — *Алексеев Е. В., Каримова Н. Ю., Цветкова А. А.* Способы переработки ягод черники: современное состояние и перспективы развития // Хранение и переработка сельхозсырья. 2023. № 1. С. 22–44. DOI: 10.36107/spfr.2023.353
- Бузина и др. 2020 — *Бузина Т. С., Иванько Я. М., Петрова С. А.* Оптимизация взаимодействия участников кластера по получению пищевой дикорастущей продукции в регионе // Лесной вестник // Forestry bulletin. 2020. Т. 24. № 4. С. 138–149.
- Горбунова и др. 2017 — *Горбунова Н. В., Евтеев А. В., Банникова А. В., Решетник Е. И.* Перспективы использования продуктов комплексной переработки растениеводства в качестве источников получения антиоксидантов // Дальневосточный аграрный вестник. 2017. №. 2(42). С. 120–126. DOI: 10.24411/1999-6837-2017-00020
- Капкан 2010 — *Капкан М. В.* Феномен гастрономической культуры : специфика форм репрезентации: на примере России XIX–XX веков: дисс. ... канд. культурологии. Екатеринбург, 2010. 173 с.
- Никифорова и др. 2017 — *Никифорова А. П., Никифорова О. П., Антохонова И. В.* Оценка тенденций потребления рыбных продуктов жителями Республики Бурятия // Экономика региона. 2017. Т. 13. № 3. С. 948–958.
- Никифорова, Никифорова 2020 — *Никифорова А. П., Никифорова О. П.* Изучение потребительских показателей качества рыбных продуктов // Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК — продукты здорового питания. 2020. № 4. С. 28–34.
- Об утверждении Государственной программы... 2018 — Об утверждении Государственной программы Республики Бурятия «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Бурятия»: Постановление Правительства Республики Бурятия от 25 сентября 2018 г. № 524 [электронный ресурс] // URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&prevDoc=165029984&backlink=1&&nd=165193186> (дата обращения: 03.08.2023).
- Об утверждении Стратегии... 2019 — Об утверждении Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Республике Бурятия на период до 2035 года. № 714-р

[электронный ресурс] // URL: <https://base.garant.ru/73082230/> (дата обращения: 03.08.2023).

- Отчет агентства по туризму Иркутской области... 2019 — Отчет агентства по туризму Иркутской области о проделанной работе за 2019 год [электронный ресурс] // URL: <https://irkobl.ru/sites/tour/%D0%9E%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%20%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82%20%D0%B7%D0%B0%202019.pdf> (дата обращения: 03.08.2023).
- Савельев 2020 — *Савельев Ю. В.* Биотехнологический потенциал лесных регионов России и технико-экономическое обоснование комплексной переработки лесного биотехнологического сырья // *Отходы и ресурсы.* 2022. Т. 9. № 1. С. 595–605.
- Сарманова 2020 — *Сарманова С. П.* Пищевые традиции немцев Сибири как маркер их этнической идентичности // *Вестник Омского университета. Сер.: Исторические науки.* 2020. № 1. С. 175–179.
- Суходолов 2010 — *Суходолов А. П.* Байкальский регион как модельная территория устойчивого развития // *Baikal Research Journal.* 2010. № 4. С. 103–108.
- Amuquandoh, Asafo-Adjei 2013 — *Amuquandoh F. E., Asafo-Adjei R.* Traditional food preferences of tourists in Ghana // *British Food Journal.* 2013. Vol. 115. № 7. Pp. 987–1002. DOI: 10.1108/BFJ-11-2010-0197
- An et al. 2022 — *An Y., Cai X., Cong L., Hu Y., Liu R., Xiong S., Hu X.* Foods. Quality Improvement of Zhayu, a Fermented Fish Product in China. 2022. № 11. 2756. DOI: 10.3390/foods11182756.
- Aryal et al. 2018 — *Aryal K.P., Poudel S., Chaudhary R.P., Chettri N., Chaudhary P., Ning W., Kotru R.* Diversity and use of wild and non-cultivated edible plants in the Western Himalaya // *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine.* 2018. Vol. 14. № 10. DOI: 10.1186/s13002-018-0211-1
- Bessiere, Tibere 2013 — *Bessiere J., Tibere L.* Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces // *Journal of the Science of Food and Agriculture.* 2013. Vol. 93 № 14. Pp. 3420–3425. DOI: 10.1002/jsfa.6284
- Bundela et al. 2023 — *Bundela A. K.* Securing Wild Edible Plants for Planetary Healthy Diet / *A. K. Bundela, P. C. Abhilash, J. Peñuelas* // *Anthropocene Science.* 2023. № 2. Pp. 109–111. DOI: 10.1007/s44177-023-00054-4
- Chen et al. 2022 — *Chen J., Jayachandran M., Bai W., Xu B.* A critical review on the health benefits of fish consumption and its bioactive constituents // *Food Chemistry.* 2022. Vol. 369. 130874. DOI: 10.1016/j.foodchem.2021.130874
- Dixit, Prayag 2022 — *Dixit S. K., Prayag G.* Gastronomic tourism experiences and experiential marketing // *Tourism Recreation Research.* 2022. Vol. 47. № 3. Pp. 217–220. DOI: 10.1080/02508281.2022.2065089
- Li et al. 2020 — *Li N., Wu X., Zhuang W., Xia L., Chen Y., Wu C., Rao Z., Du L., Zhao R., Yi M., Wan Q., Zhou Y.* Fish consumption and multiple health outcomes: Umbrella review // *Trends in Food Science & Technology.* 2020. Vol. 99. Pp. 273–283. DOI: 10.1016/j.tifs.2020.02.033
- Mendivil 2021 — *Mendivil C. O.* Fish Consumption: A Review of Its Effects on Metabolic and Hormonal Health // *Nutrition and Metabolic Insights.* 2021. Vol. 14. 11786388211022378. DOI: 10.1177/11786388211022378
- Nikiforova et al. 2020 — *Nikiforova A., Zamaratskaia G., Pickova J.* Fatty acid composition of salted and fermented products from Baikal omul (*Coregonus autumnalis migratorius*) // *Journal of Food Science and Technology.* 2020. Vol. 57. Pp. 595–605. DOI: 10.1007/s13197-019-04091-z
- Pan et al. 2018 — *Pan L., Yu J., Mi Z., Mo L., Jin H., Yao C., Ren D., Menghe B.* A Metabolomics Approach Uncovers Differences between Traditional and Commercial Dairy Products in Buryatia (Russian Federation) // *Molecules.* 2018. Vol. 23. № 4. 735. DOI: 10.3390/molecules23040735

- Pavlidis, Markantonatou 2020 — *Pavlidis G., Markantonatou S.* Gastronomic tourism in Greece and beyond: A thorough review // *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 2020. Vol. 21. № 100229.
- Rodríguez-Gutiérrez et al. 2020 — *Rodríguez-Gutiérrez P., González Santa Cruz F., Pemberthy Gallo L.S., López-Guzmán T.* Gastronomic satisfaction of the tourist: empirical study in the Creative City of Popayán, Colombia // *Journal of Ethnic Foods*. 2020. Vol. 7. № 8. DOI: 0.1186/s42779-019-0044-0
- Speranza et al. 2020 — *Speranza B., Racioppo A., Campaniello D., Altieri C., Sinigaglia M., Corbo M. R. and Bevilacqua A.* Use of Autochthonous Lactiplantibacillus plantarum Strains to Produce Fermented Fish Products // *Frontiers in Microbiology*. 2020. № 11. 615904. DOI: 10.3389/fmicb.2020.615904
- Sukhodolov 2021 — *Sukhodolov A. P., Fedotov A. P., Makarov M. M., Kolesnikova A. V., Sukhodolov Y. A., Sorokina P. G.* Eco-legal and economic aspects of developing Malomorsky fishing area of Lake Baikal // *Aquaculture and Fisheries*. 2021. № 6. Pp. 530–534.
- Tahir et al. 2023 — *Tahir M., Abraham A., Beyene T.* The traditional use of wild edible plants in pastoral and agro-pastoral communities of Mieso District, eastern Ethiopia // *Tropical Medicine and Health*. 2023. Vol. 51. № 10. DOI: 10.1186/s41182-023-00505-z
- Ullah et al. 2022 — *Ullah N., Khan J., Saeed I., Zada S., Xin S., Kang Z., Hu Y.* Gastronomic Tourism and Tourist Motivation: Exploring Northern Areas of Pakistan // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2022. Vol. 19. № 13. 7734. DOI: 10.3390/ijerph19137734.
- Zang et al. 2019 — *Zang J., Xu Y., Xia W., Regenstein J. M.* Quality, functionality, and microbiology of fermented fish: a review // *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*. 2019. DOI: 10.1080/10408398.2019.1565491

References

- Abalakov A. D, Pankeeva N. S. Ethno-Ecotourism in the Baikal region. *Izvestiya Irkutskogo Gosudarstvennogo Universiteta*. Series “Nauki o Zemle”. 2011. Vol. 4. No. 2. Pp. 3–16. (In Russ.)
- Alekseenko E. V, Karimova N. Yu., Tsvetkova A. A. The Current State and Prospects for the Development of Methods for Processing Bilberries: Scoping Review. *Storage and Processing of Farm Products*. 2023. No. 1. Pp. 22–44. DOI: 10.36107/spfp.2023.353 (In Russ.)
- Amuquandoh F. E., Asafo-Adjei R. Traditional Food Preferences of Tourists in Ghana. *British Food Journal*. 2013. Vol. 115. No. 7. Pp. 987–1002. DOI: 10.1108/BFJ-11-2010-0197 (In Eng.)
- An Y., Cai X., Cong L., Hu Y., Liu R., Xiong S., Hu X. Quality Improvement of Zhayu, a Fermented Fish Product in China: Effects of Inoculated Fermentation with Three Kinds of Lactic Acid Bacteria. *Foods*. 2022. No. 11. 2756. DOI: 10.3390/foods11182756 (In Eng.)
- Aryal K. P., Poudel S., Chaudhary R. P., Chettri N., Chaudhary P., Ning W., Kotru R. Diversity and Use of Wild and Non-Cultivated Edible Plants in the Western Himalaya. *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*. 2018. Vol. 14. No. 10. DOI: 10.1186/s13002-018-0211-1 (In Eng.)
- Bessiere J., Tibere L. Traditional Food and Tourism: French Tourist Experience and Food Heritage in Rural Spaces. *Journal of the Science of Food and Agriculture*. 2013. Vol. 93. No. 14. Pp. 3420–3425. DOI: 10.1002/jsfa.6284. (In Eng.)
- Bundela A.K., Abhilash P.C., Peñuelas J. Securing Wild Edible Plants for Planetary Healthy Diet. *Anthropocene Science*. 2023. Vol. 2. Pp. 109–111. DOI: 10.1007/s44177-023-00054-4. (In Eng.)
- Buzina T. S., Ivan'ko Ya. M., Petrova S. A. Optimization of Interaction between Cluster

- Participants in Obtaining Wild Food Products in the Region. *Forestry Bulletin*. 2020. Vol. 24. No. 4. Pp. 138–149. (In Russ.)
- Chen J., Jayachandran M., Bai W., Xu B.. A Critical Review on the Health Benefits of Fish Consumption and its Bioactive Constituents. *Food Chemistry*. 2022. Vol. 369.130874. DOI: 10.1016/j.foodchem.2021.130874. (In Eng.)
- Dixit S. K., Prayag G. Gastronomic Tourism Experiences and Experiential Marketing. *Tourism Recreation Research*. 2022. Vol. 47. No. 3. Pp. 217–220. DOI: 10.1080/02508281.2022.2065089. (In Eng.)
- Gorbunova N. V., Evteev A. V., Bannikova A. V., Reshetnik E. I. Prospects of Using Complex Processing Products of Crop Production as Sources of Obtaining Antioxidants. *Far Eastern Agrarian Bulletin*. 2017. Vol. 2. No. 42. Pp. 120–126. DOI:10.24411/1999-6837-2017-00020. (In Russ.)
- Li N., Wu X., Zhuang W., Xia L., Wu C., Rao Z. et al. Fish Consumption and Multiple Health Outcomes: Umbrella review. *Trends in Food Science & Technology*. 2020. Vol. 9. Pp. 273–283. DOI: 10.1016/j.tifs.2020.02.033.
- Kapkan M. V. The Phenomenon of Gastronomic Culture: the Specificity of Forms of Representation: on the Example of Russia in the 19th–20th Centuries: Cand. Diss. (Cultural Studies) thesis. Ekaterinburg, 2010. 173 p. (In Russ.)
- Mendivil C.O. Fish Consumption: A Review of Its Effects on Metabolic and Hormonal Health. *Nutrition and Metabolic Insights*. 2021. Vol. 14. January–December. 11786388211022378. DOI: 10.1177/11786388211022378 (In Eng.)
- Nikiforova A. P., Nikiforova O. P., Antokhonova I. V. Assessment of Trends in Fish Products Consumption by the Citizens of the Republic of Buryatia. *Economy of Regions*. 2017. Vol. 13. No. 3. Pp. 948–958. (In Russ.)
- Nikiforova A. P., Nikiforova O. P. Study of Consumer Indicators of the Quality of Fish Products. *Technologies of the Food and Processing Industry of the Agro-Industrial Complex — Healthy Food Products*. 2020. Vol. 4. Pp. 28–34. (In Russ.)
- Nikiforova A., Zamaratskaia G., Pickova J. Fatty Acid Composition of Salted and Fermented Products from Baikal Omul (*Coregonus autumnalis migratorius*). *Journal of Food Science and Technology*. 2020. Vol. 57. Pp. 595–605. DOI: 10.1007/s13197-019-04091-z. (In Russ.)
- On the Approval of the State Program of the Republic of Buryatia. Development of Domestic and Inbound Tourism in the Republic of Buryatia: Resolution of the Government of the Republic Buryatia dated 25 September 2018. No. 524. Available at: URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&prevDoc=165029984&backlink=1&&nd=165193186> (accessed: 03 October 2023). (In Russ.)
- On the Approval of the Strategy for the Development of Domestic and Inbound Tourism in the Republic of Buryatia for the Period until 2035: Order of the Government of the Republic of Buryatia dated 28 November 2019. No. 714-r. Available at: URL: <https://base.garant.ru/73082230/> (accessed: 03 October 2023). (In Russ.)
- Pan L., Yu J., Mi Z., Mo L., Jin H., Yao C., Ren D., Menghe B. A. Metabolomics Approach Uncovers Differences between Traditional and Commercial Dairy Products in Buryatia (Russian Federation). *Molecules*. 2018. Vol. 23. No. 4. Pp. 735. DOI: 10.3390/molecules23040735 (In Eng.)
- Pavlidis G, Markantonatou. S. Gastronomic Tourism in Greece and beyond: A Thorough Review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 2020. Vol. 21. 100229. (In Eng.)
- Report from the Tourism Agency of the Irkutsk Region on the work fulfilled for the year of 2019. Available at: URL: <https://irkobl.ru/sites/tour/%D0%9E%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%20%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82%20%D0%B7%D0%B0%202019.pdf> (accessed: 03 October 2023). (In Russ.)
- Rodríguez-Gutiérrez P., González Santa Cruz F., Pemberthy Gallo L.S. et al. Gastronomic

- Satisfaction of the Tourist: Empirical Study in the Creative City of Popayán, Colombia. *Journal of Ethnic Foods*. 2020. Vol. 7. No. 8. DOI: 10.1186/s42779-019-0044-0 (In Eng.)
- Savelyev Yu. V. Biotechnological Potential of the Forest Regions of Russia and a Feasibility Study for Integrated Processing of Forest Biotechnological Resources. *Russian Journal of Resources, Conservation and Recycling*. 2022. Vol. 9. No. 1. Pp. 595–605. (In Russ.)
- Sarmanova S.R. The Food Traditions of Germans of Siberia as a Marker of Their Ethnic Identity. *Herald of Omsk University*. Series: Historical Studies. 2020. No. 1 (28). Pp. 175–179. (In Russ.)
- Speranza B., Racioppo A., Campaniello D., Altieri C., Sinigaglia M., Corbo M. R. and Bevilacqua A. Use of Autochthonous Lactiplantibacillus Plantarum Strains to Produce Fermented Fish Products. *Frontiers in Microbiology*. 2020. Vol. 11. 615904. DOI: 10.3389/fmicb.2020.615904. (In Eng.)
- Sukhodolov A. P. Baikal Region as a Model Territory for Sustainable Development. *Baikal Research Journal*. 2010. Vol. 4. Pp. 103–108. (In Russ.)
- Sukhodolov A. P., Fedotov A. P., Makarov M. M., Kolesnikova A. V., Sukhodolov Y. A., Sorokina P. G. Eco-Legal and Economic Aspects of Developing Malomorsky Fishing Area of Lake Baikal. *Aquaculture and Fisheries*. 2021. Vol. 6. Pp. 530–534. (In Eng.)
- Tahir M., Abraham A., Beyene T.. The Traditional Use of Wild Edible Plants in Pastoral and Agro-Pastoral Communities of Mieso District, Eastern Ethiopia. *Tropical Medicine and Health*. 2023. Vol. 51. No. 10. DOI: 10.1186/s41182-023-00505-z (In Eng.)
- Ullah N., Khan J., Saeed I., Zada S., Xin S., Kang Z., Hu Y.. Gastronomic Tourism and Tourist Motivation: Exploring Northern Areas of Pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2022. Vol. 19. No. 13. 7734. DOI: 10.3390/ijerph19137734 (In Eng.)
- Zang J., Xu Y., Xia W., Regenstein J.M. Quality, Functionality and Microbiology of Fermented Fish: a review. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*. DOI: 10.1080/10408398.2019.1565491. (In Eng.)