

УДК: 338.48-6:641/642(520)

Косенко С.А.¹, Зацепіна Н.О.²

¹ студ. гр. МТЕ-113 НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЯПОНІЇ

Сучасний розвиток міжнародного туризму знаходиться під впливом серйозних викликів та змін в індустрії, які продовжуватимуть впливати на нього найближчим часом. Адаптація до цих змін та розробка нових стратегій стають важливими для подальшого відновлення міжнародного туризму та його майбутнього розвитку у всьому світі. Сучасний розвиток гастрономічного туризму характеризується мінливими уподобаннями клієнтів щодо їжі та напоїв, різні аспекти яких стають все більш важливими для організаторів туристичної діяльності. В сучасному світі 66% туристів погоджуються, що черпають натхнення щодо того, куди подорожувати, де їсти та що їсти, переважно з Інтернету, та їх приваблює екзотична гастрономія. Крім того, слід зазначити, що їжа має величезний вплив на те, куди люди подорожують, від відвідин найкращих світового рівня ресторанів чи місцевих закладів до кулінарних курсів. 81% подорожуючих погоджуються, що спробувати місцеву їжу та кухню є частиною подорожі, якої вони чекають з нетерпінням [4].

Японія відома своїми унікальними культурними традиціями, історичними пам'ятками та, звичайно ж, гастрономічною культурою. Японська кухня займає особливе місце в світовій кулінарії, завдяки своєму багатовіковому розвитку, використанню свіжих інгредієнтів і гармонії смаків. Японія надзвичайно цікава країна через унікальність її кулінарної спадщини та великий інтерес туристів до японської кухні. Маркетингова стратегія гастрономічного туру до Японії має бути спрямована на широке висвітлення унікальних можливостей, які пропонує цей тур. Використання соціальних мереж, співпраця з відомими гастрономічними блогерами та організація промо-акцій дозволить залучити більше туристів і забезпечити успішність туру.

Гастрономічний туризм є формою туризму через яку учасники можуть відчувати кулінарну культуру даного місця та насолодитись регіональними

стравами, створеними кліматом, інгредієнтами, культурою, звичаями, традицією та історією цього краю. Гастрономічний туризм в Японії є одним з найпривабливіших аспектів подорожей цією країною. Додаткова особливість гастрономічного туризму в Японії часте співробітництво місцевих урядів з підприємствами приватного сектору які надають послуги на національному рівні. Центрування політики з метою регіонального розвитку вивело гастрономічний туризм на перший план як загальний продукт раніше незалежних ініціатив уряду, що охоплюють промислові, туристичні та регіональні просування. Така політика існує як на національному, так і на місцевому рівнях – від центрального уряду роз'яснення туристичної стратегії організації [2].

Японія славиться своєю унікальною та різноманітною кухнею, яка поєднує традиційні техніки з сучасними інноваціями. Японська кухня приблизно поділяється на вошоку (традиційні японські страви, такі як суші, сомен та темпура) та йосоку (японські версії західних страв, такі як паста, омлет та тушкована яловичина). Японська кухня відома використанням свіжих та високоякісних інгредієнтів. Важливу роль відіграє сезонність продуктів, що підкреслює смакові властивості страв [3].

Гастрономічний туризм в Японії просякнутий традиціями та звичаями, які в Японії зберігаються з давніх часів і до сьогодні. Наприклад в Токіо та Кіото дуже популярні послуги гейші під час обіду або вечері. Їхні танці, часто в супроводі традиційних інструментів, розповідають історії та міфологію. Хитромудрі кімоно, делікатні рухи та майстерність розмови створюють досвід, який є одночасно елегантним та захоплюючим. Насолодитись місцевою їжею можна не тільки вдень, але й вночі. Наприклад місто Хіросіма для гастрономічних туристів розквітає саме в темний час. Гастрономічний тур в Хіросімі вночі зосереджений на тому, щоб показати вам, як місцеві жителі проводять ніч у місті, представляючи вам різноманітні смачні страви в Хіросімі за межами стандартного пікантного млинця. Місто пропонує свіжі морепродукти, темпуру, закуски на грилі та багато іншого.

Їжа завжди вважалася невід'ємним аспектом подорожей. Харчова промисловість Японії визначається відносно великою і різноманітною кухнею. Наведені вище фактори призводять до участі широкого кола підприємств, пов'язаних з харчовими продуктами, і багато гастрономічних туристичних ініціатив, таким чином, мають державно-приватне співробітництво з метою популяризації японської кухні як в країні, так і за її межами. Одним з ключових елементів цього співробітництва є створення кулінарних фестивалів та ярмарків, де туристи можуть спробувати різноманітні страви, від традиційних суші та рамену до регіональних делікатесів. Найцікавішим та найпопулярнішим для відвідування є Токіо Рамен Фест. Відвідувач фестивалю може піти на простий шою (соєвий соус) або шіо (сіль) рамен, або миску з багатим бульйоном зі свинини тонкоцу, або один щедро увінчаний яловичиною. Коротше кажучи, ви знайдете всі види локшини, що ваше серце бажає в Токіо Рамен Феста. Такі заходи не тільки підкреслюють багатство японської кухні, але й сприяють розвитку місцевих економік. Крім фестивалів, значну роль відіграють кулінарні тури, які пропонують відвідувачам можливість зануритися в культуру приготування їжі. Ці тури часто включають відвідування ринків, майстер-класи з приготування страв, та дегустації, що дозволяє туристам не тільки скуштувати, але й навчитися готувати японські страви самостійно [1].

Проведений аналіз показав, що японська кухня має величезний потенціал для залучення туристів завдяки своїй унікальності, різноманітності та високій якості продуктів. Таким чином, розробка гастрономічного туру до Японії є багатогранним процесом, що вимагає комплексного підходу та врахування різних аспектів. Реалізація такого проекту сприятиме збагаченню туристичного досвіду, підвищенню рівня задоволеності туристів та популяризації японської культури на міжнародному рівні.

Список використаних джерел:

1. Tokyo Ramen Festa. Time Out. 2023. URL : <https://www.timeout.com/tokyo/things-to-do/tokyo-ramen-festa> (дата звернення: 24.09.2024).
2. Food Experiences. ByFood. URL : https://www.byfood.com/?clickref=1011lyq23Sx7&gad_source=1&gclid=CjwKCAjw8diwBhAbEiwA7i_sJQ49ZFDdbAjBa-6blEq_SbELZae7C3XW7jyDeei63AqboccAxi_lrxoCRU4QAvD_BwE (дата звернення: 24.09.2024).
3. World Tourism Organisation, Report on Gastronomy Tourism: The Case of Japan, Affiliate Members Report, Volume seventeen. 2018. 12 с.
4. Zatsepina N. Trends and factors in the development of world tourism in the post-pandemic period. Smart Tourism, [S.l.], jan. 2024. ISSN 2810-9821. Available at: <<https://aber.apacsci.com/index.php/st/article/view/2338>>. Date accessed: 19 jan. 2024. doi:<http://dx.doi.org/10.54517/st.v4i1.2338>. URL : <https://aber.apacsci.com/index.php/st/article/view/2338> (дата звернення: 24.09.2024).