

УДК 338.486.5: 658.8

Делі О.В.¹

Бут Т.В.²

¹ студ. гр. МТУ-126 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ЕКОНОМІЧНА ПЕРСПЕКТИВНІСТЬ ТА САМОБУТНІСТЬ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

Гастрономічний туризм – це вид культурної туристичної подорожі, яка являє собою ознайомлення з кулінарними традиціями світу за допомогою інформативних та дегустаційних засобів. Він поєднує в собі декілька видів туризму, такі як: пізнавальний, діловий та подієвий.

Гастрономічні тури умовно поділяють на такі види:

Сільські гастротури, які зорієнтовані на екологічно чисту продукцію.

Міські гастротури, що включають в себе відвідування фабрик з виготовлення певної продукції та з безпосередньою її дегустацією.

Тури зорієнтовані на певний продукт споживання. Наприклад: винні тури, гастрономія України і так далі.

В першу чергу постає необхідність у детальному розборі поняття «культурний туризм». Культурний туризм розглядається як визначення, що включає в себе мотиваційний інтерес до історичного, художнього та наукового, а також до особливостей місцевого населення і є опорою туристичної діяльності в багатьох частинах світу. Кожного туриста залучають відмінності країн, а не їх подібність. Кухня виступає одним з найважливіших і унікальних «рецепторів» країни, являючи собою мотивовану повністю або частково зацікавленість туриста. Виходячи з цього можна зробити висновок, що кухня є невід'ємною частиною гастрономічного туризму.

Крім того, ЮНЕСКО визнає гастрономію, як частину історико-культурної спадщини людства. Тому, зв'язок між культурою та туризмом є одним з головних джерел зростання туристичних потоків.

Кулінарний туризм став популярною ланкою завдяки постійному зростанню інтересу до каналів харчування, туристичним шоу з місцевою і регіональною кухнею, документальним фільмам про їжу і онлайн-кулінарним шоу, а також до рецептів, що спонукає все більше людей відвідувати місця призначення спеціально для того, щоб скористатися новими враженнями від їжі і напоїв.

Визначено культурний туризм як «прагнення до унікальних і незабутніх кулінарних вражень, часто під час подорожей» [2].

Оскільки кухня стає своєрідним культом, то необхідно звернути увагу на таке явище, як креативна економіка, що має змогу піднести унікальний туристичний продукт і мотивувати туриста повною зацікавленістю. Ця абсолютно нова концепція, пов'язана з інтерфейсами між творчістю, культурою, економікою і технологіями в сучасному світі, де домінуючим фактором виступають зображення, звуки і символи.

Креативна економіка виступає важливим чинком, так як вносить необхідну гетерогенність, яка призведе до більшої диференціації напрямків. Популяризація місцевих продуктів і створення конкретного іміджу буде стимулювати туристичний потік, так як гастрономія є одним з факторів, що забезпечують загальне враження туриста про країну.

Кулінарний туризм є невпинно зростаючим туристичним ринком, який може генерувати мільйони доларів в економіці. Він включає в себе кулінарні фестивалі, кулінарні школи, виноробні, ресторани, відвідування ферм, місцевих ринків, кулінарні шоу та епікурейські ретріти. Оскільки третину доларів на поїздки йде на їжу, кулінарний туризм забезпечує ідеальні умови для позиціонування туристичного сектора, щоб максимально інтегрувати місцеву їжу, культуру, здоров'я і навколишнє середовище в досвід сталого туризму.

Отже, популяризація гастрономічного туризму має безліч переваг не тільки з культурної сторони, але й зі сторони економічної вигоди, що відіграє свою роль у формуванні загального іміджу країни та підвищенню її зацікавленості у іноземних туристів, а також розвитку внутрішнього туризму за рахунок введення нових заходів просування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. К.: Знання, 2011. 334 с. (Вища освіта XXI століття).
2. Гастрономічний туризм: через їжу до культури [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://uk.theoutlook.com.ua/article/6337/gastronom%D1%96chnij-turizm-cherez-jzhu-dokulturi.html>