

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ – ПОПУЛЯРНИЙ НАПРЯМ ХХІ СТОЛІТТЯ

Донедавна кулінарна культура була сферою, яку ігнорували. Однак кулінарна культура завжди є найдовше живучою частиною культури і традиції. Інакше кажучи, кухня, де зливаються воедино багато різних ідентичностей суспільства і найбільше відчуються національні почуття, є дзеркалом повсякденного способу життя, релігійних вірувань, звичок, традицій і звичаїв. Зміни стилю харчування в суспільстві та підвищення цінності харчування в соціальному плані стали однією з причин руху в туристичній діяльності. В останні роки гастрономічний туризм став основним і швидко зростаючим компонентом привабливості туристичної дестинації. Маркетингові можливості гастрономічного туризму розвиваються країнами, які надають цьому питанню важливого значення. Бажання туристів відчутися місцеві смаки в дестинаціях та закладах розміщення підготували ґрунт для розвитку гастрономічного туризму. Туристичні підприємства, які усвідомили важливість гастрономічного туризму для місцевих та іноземних туристів, включили гастрономічні фактори у свої об'єкти. Тому, щоб привернути увагу до гастрономії, управління туризмом має здійснюватися у координації з усіма фондами та організаціями громадянського суспільства, пов'язаними з туризмом, а також за підтримки відповідних міністерств. Крім того, промоційні заходи повинні здійснюватися розробниками гастрономічного туризму у спосіб, який можна виміряти.

Турист може захотіти відвідати певну територію, щоб отримати новий культурний досвід, або просто спробувати місцеві страви та різні смаки, притаманні цій місцевості. Як наслідок, такі причини, як куштування місцевих страв певної місцевості, спостереження за етапами виробництва та дегустація місцевої страви, виготовленої з сировини, доступної лише в цьому регіоні, стали одними з головних, що впливають на вибір туристами дестинацій для відвідування. Крім того, це сприятиме сталому використанню ресурсів регіонів, а також створенню альтернативних туристичних об'єктів, які можуть бути структуровані в регіонах, де культура харчування виходить на перший план. Гастрономія сьогодні розглядається як визначальний фактор для залучення туристів при виборі ними дестинацій. Гастрономічний туризм може стати самостійним видом туризму, альтернативним до сонячних і морських напрямків, а також може слугувати як діяльність, що підтримує ці дестинації.

Гастрономічний туризм включає в себе відвідування виробників продуктів харчування, відвідування фестивалів, ресторанів та спеціальних місць, пов'язаних з певними особливими продуктами харчування, а також дегустацію спеціальних страв, спостереження за процесом їх виробництва та приготування або споживання спеціальної страви з рук дуже відомого шеф-кухаря, а також спостереження за тим, як готується певна страва. Крім того, замість того, щоб готувати їжу в ресторанах і готелях для туристів, гастрономічний туризм охоплює подорожі туристів, які прагнуть отримати досвід, пов'язаний з місцевими продуктами харчування та напоями. Індустрія гастрономічного туризму, яка складається не лише з кулінарних гідів та ресторанів, охоплює будь-який вид кулінарного досвіду. У цьому секторі працюють кулінарні школи, магазини, що продають кулінарні книги, гастрономічні туроператори та гідів; засоби масової інформації, телевізійні програми та журнали, пов'язані з гастрономією; винороби, виноградники, пивоварні, лікєро-горілчані заводи, власники полів та виробники. Важливим моментом для розвитку гастрономічного туризму є захист населенням регіону місцевих продуктів, що належать до цього регіону. Деякі з акціонерів гастрономічного туризму - це індивідуальні виноградарі, готелі, ресторани, туроператори, пакетні тури або індивідуальні туристи, а також місцевий бізнес.

Культура, як елемент гастрономічного туризму, зазвичай виражається у внутрішньому бажанні людей пізнавати різні культури. Окрім того, що гастрономічний туризм є туризмом за інтересами, через пізнання культурних особливостей приймаючих територій завдяки місцевим стравам, гастрономічні туристи є одночасно і культурними туристами. Гастрономічні тури, організовані з метою ознайомлення зі стравами та культурою харчування регіону, які відіграють важливу роль у виборі та досвіді, який туристи можуть отримати в регіоні, можуть бути особливістю певного регіону. Серед таких регіонів - Франція, Австралія, Південна Африка, Італія, Америка, Англія тощо, де більш розвинений винний туризм; Канада з півним туризмом та Італія з такими відомими стравами, як паста і піцца. Крім того, всі ці місця, а також регіон Тоскана в Італії, долина Напа в Каліфорнії, США, Південна Африка, Австралія, регіони Шампань і Бургундія в Чилі та Франція давно відомі як гастрономічні дестинації.