

УДК 338.48-6:641/642

Олег Боратинськийздобувач ступеня доктора філософії
за науковою спеціальністю 242 «Туризм»*Науковий керівник:***Марія Паска**д-р вет. наук, професор
завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ТА АВТЕНТИЧНА КУХНЯ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Туризм, як важливий сектор економіки, являє собою певний вид діяльності, що пов'язана з виробництвом, розподіленням і реалізацією широкого кола продуктів й послуг, котрі направлені задовольнити виникаючі, в процесі функціонування, потреби. Останні пов'язані з поїздками, тобто переміщеннями (подорожами) людей.

Мета роботи: проаналізувати сучасний стан особливостей гастрономічного туризму в контексті перспектив їхнього розвитку.

Організація туристичних поїздок призводить до отримання туристичного продукту – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) – згідно Закону України про туризм (документ 324/95-ВР, чинний, поточна редакція – Редакція від 16.10.2020, підстава – 124-ІХ) [1].

Під туристичним продуктом розуміють, згідно міжнародної термінології, сукупність речовинних (предметів споживання) і неречовинних

(послуг) споживчих вартостей, що потрібні для задоволення потреб туриста, які з'являються під час його туристичної поїздки (подорожі), а також викликані останнім. Тобто туристичний продукт одночасно виступає в формі туристичного товару та туристичних послуг. Сам же туристичний товар є супутнім (вторинним) продуктом по відношенню до основного продукту – туристичної послуги.

Згідно статті 4 Закону України про туризм, «організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм». Окрім того, згідно тієї ж статті 4 – «залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму: дитячий; молодіжний; сімейний; ...» [1]. У згаданому переліку Закону України про туризм поняття гастрономічного туризму не зустрічаємо. Це обумовлено тим, що сам гастрономічний туризм [2] – відносно нове явище, особливо для терен України, яке формується і розвивається «свіжим» туристичним продуктом, зумовленим значними витратами коштів туристами, за даними спеціалізованих джерел більше третини, на харчування. Даний вид туризму поки що формується в нашій країні, в так званому чистому виді відсутній, а компоненти та певні складові гастрономічних турів додають в основні програми.

Незважаючи на те, що гастрономічний туризм, як самостійно-відокремлений напрямок туризму, почав розвиватися відносно недавно, багато дослідників переконані, що саме перші мандрівники були гастротуристами. Усім відомі дослідники незвіданих країв, як от Христофор Колумб, Васко да Гама, Фернанд Магеллан, Джеймс Кук, Миклухо-Маклай, Марко Поло та інші, звітуючи про подорожі, виділяли свої враження від куштування страв місцевої кухні. Часто метою подорожей середньовічних торговців і купців ставало бажання скуштувати та привезти додому якісь незвичайні продукти: екзотичні фрукти, спеції, горіхи, вина, масла тощо. І саме оті особистісні враження від куштування екзотичних продуктів лягало в основу уявлень про країну, її народ і звичаї. Хоча окремою наукою ця галузь стала набагато пізніше. Подальші дослідження гастрономічного туризму стосувались його означення за етнічними ознаками, технологією готування страв і особливостями їх споживання, видами напоїв і страв тощо.

Історичний розвиток сфери туризму, а серед цього й гастрономічного, дозволяє виділити певні моменти, що популяризують останній. Серед важливих факторів, як виділяє значна частина дослідників, бажання туристів якнайповніше ознайомитись з історично-культурною туристичною дестинацією через неможливість це зробити в іншому місці; вплив соціальних медіа (так звана фуд-журналістика).

Можна коротко резюмувати, що гастрономічний туризм є важливою складовою культурно-просвітницького туризму з метою «презентувати етнічну (почасти регіональну) кухню як компонент традиційної культури певного етносу або його частини» [3].



Рис. 1. Карта гастрономічних регіонів України

Національна автентична кухня – важлива складова культури нації, або ж певне відображення історії народу у кулінарії. Формувалась же українська гастрономія під впливом певних чинників, що і призвело до

її багатоманіття, серед яких виділимо: розташування території країни на перетині торгівельних шляхів Північ-Південь і Захід-Схід; сприятливі природно-кліматичні умови, що сформували багаті біологічні ресурси; вплив етнічних груп, які проживали на території України тощо.

Як правило, основна маса страв і продуктів, з яких їх готують, поширені по всій території нашої країни, але кожен регіон вирізняється певними своїми гастрономічними «родзинками» (рис. 1).

Для популяризації гастрономічного туризму в Україні, з врахуванням особливостей страв автентичних кухонь, необхідна підтримка усіх видів органів і інших фахових професійних об'єднань. Доречним буде розпочати формувати національний проект, в рамках якого створити єдину інформаційну платформу, що міститиме інформацію про заклади харчування; календар гастрономічних свят, фестивалів, майстер-класів тощо; харчові підприємства з екскурсійними послугами; маршрути та послуги туристичних підприємств тощо. В даному ресурсі доцільно представити гастрономічну карту України (як приклад рис. 1), де за регіонами чи містами легко відшукується актуальна інформація щодо гастротуризму, а також в подальшому розробити мобільні додатки.

Висновки. Розвиток гастрономічного туризму, з виділенням страв автентичної кухні конкретного регіону України, сприятиме підвищенню соціально-економічного потенціалу територіальної громади.

Ключові слова: гастрономічний туризм, автентична кухня, перспективи розвитку.

Список використаних джерел

1. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України: сайт. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#top>
2. Ковешніков В. С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки [Електронний ресурс] / В. С. Ковешніков // НУХТ. – 2017. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2017/9.pdf.
3. Любіцева О. О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий контекст [Електронний ресурс] / О. О. Любіцева // Географія та туризм. – 2013. Вип. 24. – С. 93–99. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_24_15.