

ПОТЕНЦІАЛ КУЛІНАРНИХ ТУРІВ У КОНТЕКСТІ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ТУРИЗМУ

У статті аналізується гастрономічний (кулінарний) туризм, пов'язаний з ознайомленням виробництва, технологією приготування та дегустацією національних страв та напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу.

Ключові слова: кулінарний туризм, винно-гастрономічний туризм, гурман-тури, гастрономічний туризм.

В статье анализируется гастрономический (кулинарный) туризм, связанный с ознакомлением производства, технологией приготовления и дегустацией национальных блюд и напитков, а также кулинарными традициями народов мира.

Ключевые слова: кулинарный туризм, винно-гастрономический туризм, гурман-туры, гастрономический туризм.

The article analyzes the gastronomic (culinary) tourism associated with an introduction of production technology of preparation and tasting of local food and drinks, as well as culinary traditions of the peoples of the world.

Key words: culinary tourism, wine-gastronomic tourism, gourmet tours, gastronomic tourism.

Зростання потреби сучасної людини в подорожуванні дає підстави визначати туризм як соціальний «номадизм». У літературі за останні роки цей термін набуває поширення і під ним розуміють інтелектуально-екзистенціальне кочування людини як самодостатнього суб'єкта, постійне переміщення без кінцевого місця призначення. Сучасний номадизм віддзеркалює зростаюче прагнення людини до самореалізації, рекреації своїх духовних і фізичних сил [4, 211–215]. Задовольнити таке прагнення здатен туризм, в тому числі і кулінарний, або гастрономічний.

Важливість кулінарного туризму полягає в здатності розпредметити ціннісно-смісловий універсам культури окремих народів і в такому ракурсі постає як один із засобів активізації крос-культурної комунікації, саме є проявом міжкультурних контактів і як такий сприяє встановленню багатовекторних комунікаційних зв'язків. Внаслідок різноманітних культурних контактів відбувається обмін ментальними, духовними і матеріальними цінностями, досвідом на міжособистісному, етнічному, державному та загальноцивілізаційному рівнях.

Аналіз наукової та фахової літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання даної проблеми в Україні. В дослідженнях А. Бусигіна, Е. Маслова, І. Комарницького, В. Федорченка, Т. Божук, Л. Прокопчук розглядаються історико-культурний контекст розвитку цього виду туризму,

особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національної кухні та кулінарних традицій.

Відзначимо, що в сучасній туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. Зустрічаються терміни кулінарний туризм, винно-гастрономічний туризм, гурман-тури, гастрономічний туризм.

Слушною є точка зору Д. Басюк, яка вважає найбільш вичерпним поняття *гастрономічний туризм*, який є похідним від терміна гастрономія (з грецької γαστήρ – шлунок), – наука, що вивчає зв'язок між харчуванням та культурою і відноситься до галузі соціальних дисциплін. Тоді як кулінарія (лат. *culīna* – кухня) є галуззю прикладної діяльності, пов'язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс технологій, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії [1]. Тобто гастрономічний туризм – вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також з кулінарними традиціями народів світу.

Тури для гурманів, поціновувачів вишуканих страв різних народів світу з'явилися в останні десятиліття минулого століття, хоча, перші шанувальники подібних страв відомі ще з давніх часів. Однак кулінарний туризм як самостійний напрям туристичної діяльності з'явився зовсім недавно.

Сам термін *кулінарний туризм*, яким сьогодні послуговуються в багатьох країнах, ввів в обіг професор університету в Огайо Лусі Лонг. Але вже сьогодні це поняття стало використовуватися на практиці формування туристичних продуктів майже в усіх країнах світу.

У 2001 р. Ерік Вольф написав першу статтю про кулінарний туризм в світі, пізніше він розвинув цю тему в першій книзі Міжнародної організації кулінарного туризму. У 2003 р. Ерік Вольф заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association), яка надає широкий спектр переваг для своїх членів: навчання, розвиток і просування. Маніфест Міжнародної асоціації кулінарного туризму відображає здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню: «Їжа – це квінтесенція нації, її характеру та історії». Асоціація пропонує наступні докази на підтримку зростання популярності кулінарного туризму:

- число споживчих запитів, отриманих через веб-сайт асоціації кулінарного туризму, продовжує зростати і фактично зрівнялося з кількістю, досягнутій у 2008 р;
- число веб-сайтів, орієнтованих на залучення туристів у ресторани, зросло від дюжини, зафіксованої в 2003 р., до 173 на сьогоднішній день;
- кількість туроператорів кулінарного туризму виросла від декількох в 2003 р. до 150 на сьогоднішній день;
- понад 16000 вишуканих екзотичних страв було зафіксовано асоціацією, починаючи з 2003 р. [5].

У 2006 р. був створений Міжнародний інститут кулінарного туризму, який курирує освітні та навчальні компоненти програм Міжнародної асоціації гастрономічного туризму.

Широкий розвиток кулінарного туризму привів до створення турфірм, що спеціалізуються на міжнародному кулінарному туризмі, наприклад «Gourmet on

Tour» (США), «The International kitchen» (Великобританія), «Gourmet Getaways» (Італія), незважаючи на те, що Міжнародна асоціація кулінарного туризму з'явилася в США, законодавцями в генеруванні ідеї гастрономічних турів все-таки вважаються італійці, які вдало поєднали торговельні і технологічні виробництва із залученням туристів під знаком смачної і здорової їжі. Наприклад липнева програма кулінарних заходів у найменшому регіоні країни – мальовничій області Валле Д'Аоста виглядає так свято підсмаженого на вертелі молочного поросяти в Іссонь (11–12 липня), свято дичини у Сен-Нікола (18–20 липня), ярмарок Exposition du Jambon de Bosses (11–13 липня в Бос), присвячений сиров'яленій шинці; свято чорного хліба в Перлоце (20 липня). Випечений у дров'яній печі хліб подають з підсмаженим на решітці м'ясом, асорті з ковбас і м'ясних виробів, полентою з козлятиною і сирами. З 18 по 20 липня в Олломоні проходить свято Feta a l'Ано, на якому готують різноманітні страви з м'яса осла. З 25 по 27 липня в Вальпелліне проводиться свято традиційної страви «Сеппа а ла Вапелененце» – селянського супу з хліба і сиру фонтіна (нарізані скибочками хліб і сир шарами викладають на деко, пропитують бульйоном і готують у печі).

Кулінарні туристи представлені наступними категоріями населення:

- туристи, яким набрид звичайний туризм;
- туристи, які хочуть внести різноманітність у свій раціон;
- гурмани;
- туристи, чия робота пов'язана з приготуванням та вживанням їжі;
- представники туристичних компаній, зацікавлені в організації власних гастротурів.

Отже, цільова аудиторія кулінарного туризму включає в себе:

- туристів-гурманів;
- туристів, які використовують кулінарний туризм з метою навчання та отримання професійних навиків (кухарі, сомельє, ресторатори, дегустатори);
- представників тур фірм, які подорожують з метою вивчення даного напрямку туризму;
- туристи, які бажають поглибитися в культуру країни за допомогою вивчення національної кухні.

Кулінарні тури поділяються на два види: сільські (так звані «зелені») і міські. Їх принципова відмінність полягає в тому, що, вирушаючи до сільської місцевості, турист прагне спробувати екологічно чистий продукт, без будь-яких добавок. Наприклад, «зелені» тури пропонують збирання лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства.

Міський кулінарний тур включає в себе відвідування кондитерської фабрики, ковбасного цеху та ресторанчика, в якому пропонується делікатесне блюдо, виготовлене в цеху.

Крім того, існують тури, які знайомлять не з різними стравами однієї місцевості, а з однією стравою в різних місцевостях. Це досить знамениті французькі, болгарські винні тури, що пропонують прогулянки по виноградниках, збирання винограду, дегустацію вин. В Україні пропонуються знамениті борщі; сирні тури до Голландії, Швейцарії, Італії, де можна

покуштувати сорти кращих сирів, відвідати сирний ярмарок; пивні тури по Німеччині, Австрії, Чехії, Бельгії, які пропонують не тільки різноманітність напою, але й відвідування пивоварень, знаменитих пивних барів і фестивалів; чайні тури по Японії, Китаю, Індії, Шри Ланці ь проводять збирання різних сортів чаїв, чайну церемонію – ритуал процесу заварювання чаю і чаювання, поширений в азіатських країнах, для європейців – це родзинка туру; кавові тури по Ефіопії, Еритреї з відвідуваннями кофейної церемонії – процес приготування кави та кавування, поширений в арабських країнах.

Слід зазначити, що практично будь-яка країна має потенціал для розвитку у себе кулінарного туризму, адже в кожній з них своя неповторна національна кухня, свої традиції гостинності.

Так, у Японії туристам пропонують під керівництвом кулінарного гіда купити продукти для суші, які потім будуть приготовлені у присутності туриста кращими кухарями.

У кулінарному туризмі існують різні напрямки, що сформувалися для задоволення побажань туриста. Наведемо класифікацію кулінарних турів за кількома ключовими критеріями, такими як специфіка місцевості, мета поїздки або бажання спробувати певний напій або страви (див. таблицю). Всі ці особливості повинні враховуватися при складанні гастрономічного туру, щоб найкращим чином відповідати очікуванням цільової аудиторії.

Класифікація кулінарних турів

Ознака класифікації	Підвид	Особливості	Вид туристської діяльності, характер відвідуваних підприємств	Країна
1	2	3	4	5
Спрямовані на сільське або міське середовище	Сільський або «зелений»	Вирушаючи в сільську місцевість, турист прагне спробувати екологічно чисті продукти, що не мають ніяких добавок	збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства	Всі країни, де є кулінарний туризм

	Міський	Відвідування ресторанів з дегустацією делікатесних і фірмових страв	Відвідування промислових або сервісних підприємств – кондитерських фабрик, маленьких ковбасних цехів та ресторанчиків при них	Всі країни, де є кулінарний туризм
--	---------	---	---	------------------------------------

Продовження таблиці

1	2	3	4	5
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Під час туру турист знайомиться з різними сортами одного і того самого продукту в різних регіонах місцевості	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин	Франція, Італія, Іспанія, Кіпр, Греція, Португалія, Австрія, Україна (Крим, Закарпаття, Одеса), Грузія, Угорщина, Швейцарія
	Пивні		Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації	Німеччина, Австрія, Чехія, Бельгія, Україна (Чернігів, Київ, Запоріжжя, Дніпропетровськ)
	Сирні		Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації	Голландія, Швейцарія, Італія, Україна (Закарпаття)
	Шоколадні		Відвідування шоколадних фабрик, дегустації	Іспанія, Франція, Італія, Англія, Бельгія, Швейцарія, Україна (Львів, Київ)

	Чайні		Відвідування чайних плантацій, фабрик розфасовування продуктів збирання	Японія, Китай, Шри Ланка, Грузія, Абхазія, Україна (Харків)
	Кавові		Відвідування кавових плантацій, фабрик розфасовування продуктів збирання	Бразилія, Індія, Італія, В'єтнам, Колумбія, Перу, Гватемала, Ефіопія
За ціллію подорожі	Культурно-пізнавальні	Туристи їдуть з пізнавальною і розважальною метою	Відвідування різних екскурсій і дегустацій	Всі країни, де є кулінарний туризм

За кордоном користуються попитом послуги на кулінарні-тури як індивідуальні, так і групові. Залежно від виду заявки туриста і від способу організації продажу тури можуть бути індивідуальні (замовлені), пакетні і інклюзив - тури.

Індивідуальний тур формується туристичними підприємствами на індивідуальній основі з урахуванням персональних запитів клієнта і за безпосередньої його участі.

Пакетний тур – серійний тур, який пропонує в широкий продаж за нижчою ціною і включає в себе тільки чотири обов'язкові базові елементи: туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер.

Інклюзив-тур – жорсткий, заздалегідь спланований набір послуг, зорієнтований на певний вид туризму. Відрізняється єдиною для всіх програмою, єдиним графіком подорожі.

Індивідуальні тури надають туристу більше незалежності і самостійності, але вони дорожчі, тому що такі види послуг як внутрішні транспортні маршрути, послуги гіда і деякі інші послуги турист оплачує повністю, на відміну від групових турів, де ціна розбивається на всіх членів групи. Це багатоваріантний тур.

Кулінарний туризм не можна віднести до масового, оскільки цей вид туризму відносно молодий і нерозвинений, тому більша частина поїздок представлена у форматі саме індивідуальних турів, що впливає на ціноутворення.

Організація індивідуального гастрономічного туру має ряд особливостей, пов'язаних зі специфікою даного виду туризму. При організації кулінарного туру потрібні детальне вивчення ресторанного ринку приймаючої країни та ретельний відбір закладів громадського харчування, що надають оптимальний

набір якісних послуг харчування і певне меню за адекватною для кожної категорії споживачів ціною. Важливим є зовнішнє оформлення меню, більше того, слід передбачити, що зразок меню може бути обов'язковим сувеніром відвіданого ресторану. При вивченні меню такого ресторану необхідно приділити особливу увагу тому, щоб у ресторанах з національною кухнею були блюда саме національної кухні, а це вимагає наявності меню, що включає в себе традиційні страви та напої, високої якості їх приготування, і передбачає, що обслуговуючий персонал ресторанів, включених в проект кулінарного туру, повинен володіти іноземними мовами та необхідною інформацією про страви, напої і продукти, з яких вони приготовлені. Офіціанти практично повинні виконувати додаткову роль кулінарних екскурсоводів. Також необхідно виділити місця, де туристи могли б придбати гастрономічні сувеніри та продукти, якими славиться дана місцевість.

Отже, кулінарний туризм включає в себе наступні види:

- ресторанний тур – подорож, яка складається з відвідування найвідоміших та популярних ресторанів, які відрізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, національним спрямуванням;

- тур сільською місцевістю – тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації її кухні та продуктів, які виробляють у даному регіоні. Може також включати в себе сільськогосподарські роботи;

- гастрономічна тематика (виставки, ярмарки, шоу тощо), наприклад відвідання «Томатіни» в Іспанії – тур, який містить відвідання екологічно чистих господарств та виробництв, ознайомлення з продуктами та їх виробництвом (Франція, Німеччина, Великобританія, США, Швейцарія). В Україні – це Фестивалі «борщу», «сала» (Слобожанщина, Закарпаття);

- освітній тур, метою якого є навчання в спеціальних закладах кулінарного профілю відвідування курсів та майстер-класів;

- комбінований тур – поєднує риси попередніх кулінарних турів.

Потрапивши в іншу країну, варто пам'ятати, що їжа з використанням певних приправ, продуктів, які є досить безпечними для здоров'я місцевого населення, може погано вплинути на самопочуття туриста (наприклад надлишок спецій порушує роботу шлунку, велика кількість солі — підвищити артеріальний тиск тощо).

Щоб уникнути неприємних ситуацій, варто замовити спеціалізований тур. Під час кулінарних турів турист може: відвідати ресторани національної кухні; взяти участь у кулінарних фестивалях; ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів; взяти участь у приготуванні національних страв.

Кулінарний туризм має специфічні риси, а саме: умови для розвитку кулінарного туризму, які мають абсолютно всі країни, що є унікальною відмінною рисою даного виду туризму; не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якого часу року можна підібрати відповідний тур; тою чи іншою мірою є складовим елементом всіх турів. Але на відміну від інших видів туризму ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом кулінарної подорожі; просування місцевих господарств і

виробників продовольчих товарів – невід’ємна складова будь-якого кулінарного туру.

Кулінарний туризм надає змогу не тільки ознайомитися з кулінарними традиціями певної країни, з укладами матеріальної культури народу, елементами його фольклору і традиційними способами виробництва продуктів харчування, а й доторкнутися до її історичного минулого.

Кулінарна спадщина є частиною туристського досвіду. Крім того, існує шлях поглибленого вивчення традиційної кухні в розумінні та інтерпретації соціальних, культурних, комерційних, технологічних, економічних і оздоровчих контекстів. Також слід зазначити, що аспект харчування в туризмі має виражений етногеографічний підхід, оскільки їжа цікавить туриста не стільки з точки зору технології її приготування, скільки як явище побутової культури, що розвивається за певних географічних умов. Національна кухня знаходиться в тісному взаємозв'язку з іншими аспектами життя, які відображають взаємини людей у суспільстві, норми і форми поведінки, традиційні для даної нації. Кулінарний туризм є важливим чинником позитивної глобалізації сучасного соціуму, який сприяє перетворенню протистояння культур у їх діалог, збереженню природної та культурної спадщини.

Література

1. *Басюк Д. І.* Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д. І. Басюк // Наук. пр. НУХТ. - 2012. - № 45. - С. 128-132. 155.
2. *Биржаков М.Б.* Введение в туризм: учебник для студентов высших учебных заведений / М.Б. Биржаков. – [8-е изд.]. – М. – Санкт-Петербург: Издательский дом «Герда», 2006. – 510 с.
3. *Гордієнко К.Д.* Економічний тлумачний словник. Понятійна база законодавства
4. *Ильина Е.Л.* Туроперейтинг: учебник / Е. Л. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 480 с. – С. 211–215.
5. Кулінарний туризм становиться популярне во всем мире [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://www.tourism-review.ru/culinary-tourism-growing-rapidly-around-the-world-news3184> – Название с домашней странички Интернета.
6. *Сокол Т.Г.* Основи туристичної діяльності: підручник / Т.Г. Сокол; [за заг. ред. В.Ф. Орлова]. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
7. Україна у сфері економіки / К.Д. Гордієнко. – [2-г вид.]. – К.: КНТ, 2007. – 360 с. – С. 3.