

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми обумовлена тим, що у сучасному світі туризм – це багатогранне явище, що є тісно пов'язаним із економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Туристичну галузь закономірно вважають однією з найбільш швидкозростаючих галузей світової економіки XXI ст. Для багатьох країн індустрія туризму є найважливішою статтею доходу і, як наслідок, одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки. На сьогодні у світі один із найбільш популярних і нових видів туризму – гастрономічний. Все частіше мандрівники вибирають місця для відпочинку, виходячи з того, чи зможуть вони отримати там новий гастрономічний досвід. За даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO, дослідження Global Report on Food Tourism), 79% туристів вибудовують маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій і особливості місцевої кухні. 88,2% туристів вважають гастрономію важливою складовою бренду території, тобто сприймають гастрономічний туризм як стратегічний елемент брендового іміджу регіону.

Така ж тенденція спостерігається і на території України. Україна, маючи глибокі культурні традиції, зокрема у харчуванні, може запропонувати численні цікаві гастрономічні тури як для закордонних, так і вітчизняних громадян.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо визначення перспективних напрямів розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

Завдання дослідження:

- визначити сутність та специфіку гастрономічного туризму;
- надати класифікацію напрямів гастрономічного туризму;
- охарактеризувати міжнародний досвід розвитку гастрономічного туризму;
- оцінити вплив гастрономічного туризму на розвиток регіонів України;
- проаналізувати пропозиції гастрономічних турів по Україні;
- оцінити потенціал розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні;
- провести маркетингові дослідження розвитку гастрономічного туризму;
- сформулювати рекомендації щодо розробки гастрономічних брендів України;
- надання рекомендацій щодо підвищення потенціалу гастрономічного туризму України;
- розробити гастрономічний тур по Одеському регіону.

Об'єктом дослідження є процес розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних аспектів стратегічного розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у кваліфікаційній роботі використовуються наступні методи:

- аналізу та синтезу - при визначенні категорії гастрономічний туризм;

- економіко-статистичний метод для аналізу економічних показників розвитку гастрономічного туризму в світі;
- спостереження та порівняння – при оцінці потенціалу розвитку гастрономічного туризму;
- опитування та анкетування – при проведенні маркетингових досліджень розвитку гастрономічного туризму;
- економіко-математичний – при побудові графіку безбитковості запропонованого туру.

Для обробки та аналізу інформації використовувалися комп'ютерні програми Microsoft Word і Microsoft Excel.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, фахова література, матеріали наукових конференцій та періодичних видань, результати маркетингових досліджень.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, (82 найменування), додатків (А, Б). Загальний обсяг роботи становить 139 сторінок. Основний зміст викладено на 102 сторінках. Робота містить 9 таблиць, 16 рисунків, 2 додатки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні аспекти розвитку гастрономічного туризму*» розглянуто сутність та визначення гастрономічного туризму, класифікація його напрямків, міжнародний досвід розвитку гастрономічного туризму.

У другому розділі «*Аналіз розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні*» надано оцінку впливу гастрономічного туризму на розвиток регіонів України, зроблено аналіз пропозицій гастрономічних турів по Україні, оцінено потенціал розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні, зроблено маркетингові дослідження розвитку гастрономічного туризму України.

У третьому розділі «*Обґрунтування стратегічних напрямків розвитку гастрономічного туризму*» рекомендовані пріоритетні напрямки підвищення потенціалу гастрономічного туризму України, надані рекомендації щодо розробки гастрономічних брендів України, розроблено гастрономічну карту Бессарабії, розроблено і запропоновано гастрономічний тур «Смак Бессарабії», оцінено економічну ефективність запропонованих заходів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

В результаті проведеного дослідження теоретичних і практичних аспектів розвитку гастрономічного туризму нами зроблені відповідні висновки:

1. У сучасному світі туризм – це багатогранне явище, що є тісно пов'язаним із економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Туристичну галузь закономірно вважають однією з найбільш

швидкозростаючих галузей світової економіки XXI ст. Для багатьох країн індустрія туризму є найважливішою статтею доходу і, як наслідок, одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки. На сьогодні у світі один із найбільш популярних і нових видів туризму – гастрономічний. Все частіше мандрівники вибирають місця для відпочинку, виходячи з того, чи зможуть вони отримати там новий гастрономічний досвід. Важливим є те, що ЮНЕСКО визнає гастрономію частиною історичної та культурної спадщини людства.

2. В Законі України Про туризм відсутнє поняття гастрономічний туризм, та в загалі немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. Зустрічаються терміни «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман туризм», «гастрономічний туризм». Пропонуємо наступне визначення терміну «гастрономічний туризм», вважати основним: Гастрономічний туризм – спеціалізований вид туризму, що пов'язані з ознайомленням із історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчання і підвищення рівня професійних знань у сфері кулінарії.

3. Специфіка гастрономічних турів в тому що умови для їх розвитку мають потенціал абсолютно всі країни та регіони; тією чи іншою мірою вони є складовим елементом усіх турів. Але, на відміну від інших видів туризму, ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі. Специфіка ще в тому, що вони не носять характер сезонного відпочинку, сприяють просуванню місцевих господарств і виробників продовольчих товарів, підприємства туристичної інфраструктури; популяризують національні (місцеві) кулінарні традиції. Однак в силу своєї специфіки гастрономічні тури не продаються в масовому порядку.

4. В ході проведення аналізу міжнародного досвіду гастрономічного туризму, було з'ясовано, що гастрономічні тури значно розвинуті та організовані у Європейських країнах, серед яких лідирують Італія, Франція та Іспанія. До інших регіонів світу гастрономічні тури теж мають попит. Серед них можна виділити США, Австралію, Таїланд, Сінгапур та інші. Розробляються різноманітні міжнародні програми для розвитку гастрономічного туризму.

5. Україна має унікальний потенціал для формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Українська кухня багатогранна та специфічна, що пов'язано з полікультурністю населення. Українська кухня виступає суттєвим фактором стимулювання туристичних потоків. А в етнографічних дослідженнях зафіксовано, що українська кулінарія налічує понад 4 тисячі рецептів різноманітних страв із м'яса (особливо свинини), риби, овочів, яєць, молочних продуктів.

В Україні починає активно розвиватися напрям туристично-гастрономічної діяльності. Набувають популярності винні тури Закарпаттям, Одеською, Херсонською та Миколаївською областями. Слід зазначити, що Україна входить до п'ятірки країн Європи, де винний туризм має величезні перспективи розвитку і є всесезонним. На думку дослідників, найбільш вдалою формою є поєднання винного та сільського туризму. Відзначають попит на гурман-тури в секторі етнотуризму та сільського зеленого туризму.

Перспективним у такому контексті, на нашу думку, є розвиток гастрономічного туризму, який сприятиме відродженню національних кулінарних традицій та буде вагомим фінансовим чинником поповнення державної скарбниці й грошових доходів населення країни, яке буде задіяне в такому туристичному секторі. Під час гастрономічних турів туристи зможуть відвідати ресторани національної кухні, взяти участь у гастрономічних фестивалях, ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів, взяти участь у приготуванні національних страв тощо.

6. Проаналізувавши пропозиції вітчизняних туристичних операторів, слід зазначити: по-перше, гастрономічний туризм в Україні не набув масового характеру – професійними гастрономічними турами займається обмежене коло компаній; по-друге, існує диспропорція щодо місця проведення гастрономічних турів по Україні – більшість подорожей організовуються на Львівщині та Закарпатті, що пояснюється самобутньою культурою та специфічними кулінарними традиціями цих регіонів. Гастрономічні тури в чистому вигляді відсутні, вони йдуть як складові частини до інших пізнавальних турів, тому вважаємо, що розвиток гастрономічних турів – це актуальний напрямком розвитку туризму в Україні.

7. Одеська область - це унікальний полінаціональний регіон, в якому зосереджено багато різних культур зі своєю неповторною автентичною кухнею, з великою природною та культурно-історичною спадщиною. Яскравим фрагментом національних культур є національна кухня: традиції і технології приготування страв, особливості застольного етикету, особливості ставлення до їжі як етичної категорії і т. ін. Такий полінаціональний регіон є дуже привабливим стосовно розвитку гастро-, етнотуризму та винного туризму. Разом з цим, такий шанс можуть використовувати і національні меншини, які проживають на даній території, демонструючи власну автентичність через їжу, зберігаючи традиції і отримуючи додаткові доходи від туристів.

Гастрономічні тури можуть бути як окремими подорожами, турами вихідного дня, так і комплексними заходами: у вигляді поєднання з літнім відпочинком; інсентів-турів; у складі кейтерингових заходів. В Одеському регіоні пропонуються тури, що дозволяють ознайомитися з гастрономічними особливостями болгарського, гагаузького та молдавського народів в поєднанні з етнографією. Основні напрямки гастрономічного туризму Одеської області це винні тури, сиро-винні тури та гастрономічні тури в поєднанні з етнографією.

8. В ході проведення маркетингових досліджень розвитку гастрономічного туризму в Україні та Одеському регіоні доведено, що внутрішній гастрономічний туризм – це перспективний напрямок, який потребує розвитку, що значну роль у розвитку гастрономічного туризму відіграють гастрономічні свята і винні фестивалі. Встановлено, що фірмові страви регіону мають вплив на вибір місця відпочинку, а задоволення туристичного попиту і подальший розвиток гастрономічного туризму переміщуються у площину державного інформування населення та підтримку місцевого бізнесу, який пропонує продукти для розвитку гостротуризму, формування нових турпродуктів.

9. В останні роки гастрономія стала невід'ємною частиною знайомства з тією або іншою територією, з її культурою і стилем життя. Гастрономічний бренд є дуже сильним стимулюючим фактором для туристів. Завдяки наявності гастрономічних брендів територія отримує додаткову популярність, а брендові продукти стають невід'ємною частиною іміджу конкретної місцевості. У роботі було запропоновано список гастрономічних брендів для України, розроблено гастрономічну карту Одеського регіону.

10. У роботі розроблено тур «Смак Бессарабії». Тур складає два дні подорожі по найкolorитнішим гастрономічним місцям Бессарабії, а саме Болградського району. Туристам буде запропоновано можливість відвідати шість гастрономічних дестинацій. За нашими розрахунками вартість туру на два дні становить 3800,00 грн. Заплановано продати 200 послуг з позитивним економічним ефектом у розмірі 146 340,00 грн. Для досягнення точки беззбиткованості потрібно продати 53 тура.

АНОТАЦІЯ

Єршова О.М. «Стратегічні напрями розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні»
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності
242 «Туризм»
за магістерською програмою «Економіка та управління туристичною діяльністю»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процес розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

У роботі розглядаються теоретичні основи визначення сутності та специфіки гастрономічного туризму, класифікація напрямів гостротуризму, міжнародний досвід розвитку цього види туризму.

Проведено маркетингові дослідження розвитку гастрономічного туризму України і Одеського регіону. Проаналізовано результати маркетингових досліджень, вплив гастрономічного туризму на розвиток регіонів України, пропозиції гастрономічних турів по Україні.

Надано рекомендації щодо підвищення потенціалу гастрономічного туризму України. Розроблено гастрономічну карту Одеського регіону і гастрономічний тур «Смак Бессарабії».

Ключові слова: туризм, гастрономічний туризм, потенціал, Одеський регіон, гастрономічний бренд.

Ershova O. M. « Strategic directions of development of gastronomic tourism in the Odesa region»
qualifying work for obtaining an educational master's degree in
specialty 242 «Tourism»
for a master's degree program «Economy and management of
tourism activities»
Odessa National University of Economics
Odessa, 2018

Qualifying work of master's degree consists of three chapters. Object of study is process of development of gastronomic tourism in the Odesa region»

The work deals with the theoretical foundations of determination, their essence and specific of gastronomic tourism, classification of directions of gastronomic tourism, international experience of development this types of tourism.

Were undertaken marketing studies of development the gastronomic tourism in Ukraine and Odesa region. The results of marketing researches are analysed, also analysed influence of gastronomic tourism on development of regions of Ukraine and suggestion of gastronomic tours on Ukraine.

Recommendations are given in relation to the increase of potential of gastronomic tourism in Ukraine. The gastronomic map of the Odesa region and gastronomic tour «Taste of Bessarabia» are worked out.

Keywords: tourism, gastronomic tourism, potential, Odessa region, gastronomic brand.