



ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ, ЗНАЧЕНИЕ, РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Мулладжанова Хосият Яздоновна,

Преподаватель кафедры социальных наук Самаркандского института экономики и сервиса

Султанмуродова Сабрина,

Студентка Самаркандского института экономики и сервиса

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18346753>

Аннотация. В статье рассматривается гастрономический туризм как одно из наиболее перспективных и динамично развивающихся направлений современной туристической индустрии. Раскрывается сущность гастрономического туризма, его основные формы и особенности, а также роль национальной кухни и локальных продуктов в формировании туристского интереса. Анализируется влияние гастрономического туризма на социально-экономическое развитие регионов, включая рост занятости, поддержку малого бизнеса и продвижение культурного наследия. Особое внимание уделяется историческим предпосылкам развития гастротуризма, роли глобализации и формированию гастрономических брендов. Рассматриваются проблемы и перспективы развития гастрономического туризма, в том числе вопросы инфраструктуры, качества услуг и государственной поддержки. Делается вывод о значительном потенциале гастрономического туризма как инструмента устойчивого развития и повышения туристической привлекательности стран и регионов.

Ключевые слова: гастрономический туризм, кулинарное наследие, национальная кухня, туристский продукт, региональная экономика, гастрономические бренды, культурный туризм, туристическая индустрия.

ВВЕДЕНИЕ

Гастрономический туризм в последние годы стал одним из самых динамично развивающихся направлений туристической сферы. Туристы всё чаще выбирают поездки не только ради отдыха или посещения исторических и природных объектов, но и ради знакомства с кухней страны, её традициями, продуктами и кулинарным наследием. Современный турист хочет получить «вкусный опыт», попробовать блюда, приготовленные по аутентичным рецептам, посетить национальные рестораны, рынки, фермерские хозяйства и мастер-классы. Поэтому гастрономический туризм стал не просто модным направлением, но и важной частью экономики многих регионов.

Гастрономический туризм — это вид туризма, направленный на знакомство с кулинарными традициями, продуктами, блюдами и кулинарной культурой определённого региона или страны. Он включает в себя посещение ресторанов, рынков, участие в мастер-классах, фестивалях еды и дегустациях. Гастротуризм отличается тем, что еда становится не просто частью путешествия, а его главной целью. В Европе подобные услуги зародились в старинных отелях и монастырях. Первоначально в городах небольшие



ресторанчики начали предлагать простую еду и такие продукты, как хлеб. Один из таких ресторанов, Le Restaurant Divin открылся в Париже в 1765 году. Знаменитые английские таверны предоставляли еду и напитки, а также жилье.

Гастрономический туризм оказывает положительное влияние на экономику региона. Он способствует росту местного бизнеса, развитию сельского хозяйства, увеличению числа рабочих мест в сфере обслуживания. Когда туристы приезжают познакомиться с кухней региона, они тратят деньги не только на еду, но и на размещение, транспорт, сувениры и экскурсии. Поэтому гастрономический туризм — это комплексный инструмент экономического роста. В целях развития туризма в Узбекистане, расширения системы оказания услуг туристам и создания для них всех условий выделяются крупные средства на строительство новых туристических комплексов, гостиниц, кемпингов, ресторанов, баров, транспортных объектов. Развитие туризма такими темпами обязательно требует развития и общественного питания, ведь всем туристам, будь то отечественным или иностранным, приходится независимо от этого пользоваться услугами ресторанов или сетей общественного питания.

Исторические люди всегда путешествовали ради обмена продуктами, специями, рецептами. Великий Шёлковый путь стал одним из важнейших маршрутов, по которому распространялись не только товары, но и гастрономические традиции. Современный гостротуризм во многом опирается на этот исторический фундамент. С развитием глобализации интерес к локальным кухням стал особенно сильным, так как люди стремятся к уникальности и подлинности.

Гастрономический туризм включает несколько форм, каждая из которых ориентирована на разные интересы туристов.

- посещение ресторанов и кафе национальной кухни;
- участие в гастрономических фестивалях и праздниках еды;
- посещение сельских хозяйств и фермерских хозяйств;
- винные, чайные, кофейные туры;
- мастер-классы по приготовлению национальных блюд;
- посещение пищевых предприятий: сыроварен, кондитерских, хлебопекарен;
- уличная еда как отдельное направление гостротуризма.

Местные продукты играют ключевую роль в гостротуризме. Они отражают природные особенности региона, его климат, сельскохозяйственные традиции. Например, в Узбекистане популярны такие блюда, как плов, лагман,



манты, самса, шурпа, сумалык, халим (халиса) и т. д. Их приготовление связано с культурой народа и передаётся из поколения в поколение. Для туристов такие блюда представляют особый интерес, так как они позволяют почувствовать дух региона.

Сегодня многие страны и регионы создают гастрономические бренды, чтобы повысить узнаваемость своей кухни. Например, в Баварии туристов угощают баварской (немецкой) кухней, в Мюнхене туриста обязательно водят в «Хофбрейххаус», то есть самый большой пивной зал. В Австрии подают всемирно известные шницели, ну и конечно в Италии обед не обходится без пасты. Афганские, колумбийские, индийские и чешские рестораны работают в США и во многих других странах. В последнее время стали появляться и вегетарианские рестораны, или начали работать зарубежом узбекские рестораны с национальными блюдами — это не просто рестораны или блюда, а мощные мировые бренды. Создание национального бренда помогает региону привлекать туристов и продвигать свои продукты на международный рынок и увеличивать экономику страны. Несмотря на высокий потенциал, развитие гастротуризма сталкивается с рядом проблем. Среди них — недостаток инфраструктуры, слабая реклама, отсутствие квалифицированных специалистов в сфере туризма и ресторанного бизнеса. Также важным препятствием является отсутствие стандартизации качества услуг, экологические проблемы и не стабильность экономической ситуации. Гастрономический туризм имеет огромный потенциал для дальнейшего роста. Перспективными направлениями являются создание гастрономических маршрутов, развитие гастрономических фестивалей, сотрудничество между ресторанами и туристическими компаниями, а также продвижение национальной кухни через социальные сети. При грамотной поддержке государства гастротуризм может стать важной частью туристической индустрии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гастрономический туризм является важным направлением современного туризма. Он помогает сохранять культурное наследие, развивать экономику регионов, привлекать туристов и укреплять международный имидж страны. Учитывая растущий интерес к национальным блюдам и аутентичным продуктам, гастротуризм будет продолжать активно развиваться и занимать всё более важное место в мировой туристической индустрии.



Список использованной литературы:

1. Арбузова Е. «Гастрономический туризм: теория и практика». — Москва: Туризм-пресс, 2021.
2. Петрова Л. «Национальные кухни как туристический ресурс». — СПб.: Питер, 2020.
3. World Food Tourism Association. Global Food Tourism Report, 2023.
4. Официальные документы Министерства туризма Республики Узбекистан, 2019–2024.
5. Искандар Т. «Туризм: теория и практика». Издательство ООО «STAP-SEL», 2024.
6. Richards G. Food and the Tourism Experience. OECD Report, 2019.

