

С.М. Доброгорська
КЗВО Київської обласної ради «Академія мистецтв»,
Planshet452@gmail.com

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ОЧИМА СТУДЕНТІВ

Сучасні негативні економічні реалії України дають шалений поштовх для розвитку національного туризму. Переорієнтація клієнтської бази на туристичний ринок України залишається питанням часу. Нажаль, зрозумілим є той факт, що український ринок на даному етапі не в змозі бути на рівні з європейським в умовах та якості надання послуг. Саме тому, має активізуватися сервіс нових видів туризму, які б могли суттєво урізноманітнити програму відпочинку та в певній мірі згладити вище сказані недоліки. Одним із таких перспективних напрямів якраз і є – гастрономічний туризм.

В своєму дослідженні ми зробили спробу дослідити активність до даного виду туризму з позиції студентства, а також зробити «наголос» на даній формі відпочинку. Нами була розроблена анкета (12 питань) і згодом проведено анкетне опитування серед 105 студентів першого курсу.

На перше питання анкети «*Як часто ви подорожуєте?*» більша частина студентів відповіла, що подорожує в основному раз у пів року (30 % респондентів). Велика частка і студентів. Які подорожують раз на рік (29 %). Водночас, є і велика частка студентів (11 %), які фактично не подорожують.

Друге питання анкети «*Як часто ви відвідуєте гастрономічні заходи?*» було спрямоване на інтерес і в певній мірі на встановлення обізнаності студентів щодо даного виду туризму. Виявилось, що більшість респондентів не відвідували подібні заходи ніколи (28 %). Студентів, які відвідують гастрозаходи раз у пів року – 22 %, а таких, що раз у рік – 20 %.

Третє питання анкети «*Які гастрономічні заходи Ви відвідували?*» акцентувалося для тих, хто хоч раз відвідував гастрономічні заходи. Відповіді були доволі різноманітні, але найпоширенішими виявилися: завод Кока-Кола, фестивалі сиру, пива, вина, шоколаду, вуличної їжі та ярмарки меду. Варто також зазначити, що конкретних назв цих заходів, які здебільшого наявні, студенти не могли вказати. Це в певній мірі вказує на не зовсім вдалі маркетингові ходи в назвах даних подій з боку організаторів.

На четверте питання анкет «*Який вид гастрономічного туризму Вам подобається найбільше?*» респонденти відповіли дуже не однозначно: 35 % – подобається ресторанний тур, 28 % – відвідування ярмарок або виставок, 26 % – комбіновані тури.

Відповіді на п'яте питання анкети «*Які гастрономічні заходи для Вас цікаві?*» були доволі очікуваним – найбільше студентів цікавлять гастрономічні ярмарки (37 %), майстер-класи (33 %) і підприємства, заводи (15 %). Найменш популярними гастрономічні маршрути та продовольчі заходи.

На шосте питання анкети «*Що Вам найбільш цікаве у гастрономічному туризмі?*» відповіді розподілилися наступним чином: 33 % – процес дегустації, 30 % – з метою скуштувати щось нове, 17 % – цікавить пізнання місцевої культури, 14 % – цікаво буде взяти участь у приготуванні. Найменше

цікавить студентів пізнання рецептури – 3 %. Для решти, всі вище вказані варіанти є цікавими. Тобто, як ми можемо підмітити студенти хочуть посмакувати новою для себе їжею, а також не проти й самі допомогти кухарю.

Сьоме питання анкети звучало наступним чином «*Що Ви найбільше хотіли б скуштувати під час гастрономічних турів?*». Тут ми змогли виділити певний напрям смаків опитуваних, а саме: 36 % – хотіли б скуштувати м'ясні страви, 28 % – кондитерські вироби, 11 % – овочеві та фруктові страви, 10 % – морепродукти, 7 % – напої, 8 % студентів було важко зробити вибір на користь чогось одного, тому вони не проти скуштувати все.

У восьмому питанні анкети «*Які заклади харчування Вас цікавлять найбільше?*» студенти найчастіше робили вибір на користь фаст-фудів (36 %) та закладів дешево і сердито (33 %). Здорова їжа актуальна лише для 19 %. Решта ж відповідей фактично порівно розподілилися між закладами для вегетеріанців і з дитячим меню.

Нам також було цікаво дізнатися про найбільш відвідувані місця у містах і саме тому сформувавши наступне питання (дев'яте) «*Де Ви отримуєте інформацію про гастрономічні заходи? (три найбільш популярні)*». Це питання важливе, щоб зрозуміти, де і звідки студенти отримують інформацію. Найбільш кращими розповсюджувачами інформації виявилися соціальні мережі (49 згадувань), друзі (48 згадувань) батьки та Інтернет (по 34 згадування). Можна підмітити, що зараз молодь майже не дивиться телевізори це варто взяти на озброєння.

Десяте питання було сформульовано наступним чином «*Напишіть 5 українських місць (міста, фестивалі, ресторани, підприємства та ін.), які Ви хотіли б відвідати?*». Серед відповідей найчастіше домінували не назви фестивалів або виставок, а назви міст. Найпопулярнішими для відвідування виявилися Львів, Одеса, Ужгород, Полтава, Івано-Франківськ (понад 20 згадувань). В меншій мірі згадувалися фестивалі, де найбільш популярними були вино і сир.

На одинадцяте питання «*Кухні яких країн світу Вам найбільше до вподоби?*» студенти відповіли теж доволі очікувано. Італійська та японська кухні були згадані понад 60 раз, що є цілком логічно, оскільки піцерії і суші-ресторани в містах нашої країни моментами навіть більш представлені чим заклади української кухні. Приємно, що на третій позиції (55 згадувань) розмістилася саме українська кухня. Серед частих згадувань варто також відзначити французьку, американську, грузинську та китайську кухні.

Дванадцяте питання звучало наступним чином «*Що Вам найбільше заважає подорожувати?*». Воно передбачає розуміння проблеми подорожей українців не тільки гастрономічними турами, а й загалом. Відповіді розподілилися наступним чином: 61 % – заважає брак фінансів, 33 % – брак часу, 3 % – брак компанії, 2 % – брак організаційних моментів, 1 % – брак знань про гастрономічні заходи.

Результати є актуальними для туристичних фірм, оскільки студенти проявляють інтерес до даного виду туризму. Водночас, обізнаність в проведенні даних заходів бажає бути кращою. Дані також можуть бути використані адміністраторів різних закладів з позиції розробок студентських пропозицій і залучення цієї верстви населення до своєї клієнтської бази.