

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/333578>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Туризм

Оглавление

Введение 3

Глава 1. Теоретические основы гастрономического туризма 5

1.1. История возникновения гастрономического туризма 5

1.2. Разновидности и особенности гастрономических туров 9

Глава 2. Анализ современного состояния гастрономического туризма в городе Баку (Республика Азербайджан) 19

2.1. Традиции и особенности национальной кухни Республики Азербайджан 19

2.2. Краткая характеристика города Баку как туристской дестинации 27

2.3. Объекты гастрономического туризма в городе Баку 34

3.1. Этапы разработки тура в рамках гастрономического туризма (на примере города Баку Республики Азербайджан) 38

3.2. Программа обслуживания туристов «Вкусы баку» 38

3.3. Расчет стоимости тура в рамках гастрономического туризма (на примере города Баку Республики Азербайджан) 43

Заключение 47

Список литературы и источников 50

Приложения 54

История возникновения гастрономического туризма

Этимология слова «гастрономия» относится к изысканности и вкусу, связанному со знанием качественных и аутентичных продуктов, блюд и напитков, характерных для данной географической области, их сочетания и потребления.

Можно утверждать, что гастрономия — это наука, изучающая взаимосвязь между культурой наций и потребляемыми ими блюдами/напитками. Её сфера включает в себя: искусство приготовления, сочетания и подачи обильных, деликатных, аутентичных и аппетитных блюд/напитков; стили и технологии приготовления пищи; территориальная специфика блюд и продуктов, из которых состоят блюда; тонкости кулинарного искусства на конкретных территориях и т. д. Частью процессов, сопровождающих гастрономию, являются: открытие, дегустация, исследование, понимание и описание методов приготовления блюд и напитков и сенсорных качеств их потребления в целом.

Частое употребление терминов «гастрономия» и «кулинария» как синонимов требует разграничения понятий. Первый имеет более широкое значение, поскольку исследует взаимодействие между едой, национальной культурой и идентичностью.

Второй имеет более узкое значение и относится к технологии приготовления и обработки кулинарной продукции. Следовательно, под понятием «гастрономический туризм» следует понимать поездки, для которых изучение местной еды и напитков является одним из основных мотивирующих факторов посещения данной туристской зоны. Это связано с поиском увлекательных, аутентичных, запоминающихся кулинарных впечатлений.

Гастрономия — это способ ознакомиться с социальными, культурными, религиозными, историческими и экономическими особенностями данного географического района. Продукт контекстуального вида туризма включает в себя динамическую и статическую деятельность, в частности, не только дегустацию еды и напитков, но и все активности, связанные с местными продуктами, культурой и наследием. Некоторые авторы дефинируют гастрономический туризм как «форму нишевого туризма, мотивированного знакомством с едой и/или напитками» [Hall C. M., Mitchell R.]. Международная ассоциация кулинарного

туризма (ICTA) определяет его как «стремление к уникальным и незабываемым впечатлениям от еды и напитков». ВТО интерпретирует это понятие как «форму туризма для туристов, которые планируют свои поездки частично или полностью с целью знакомства с кулинарными традициями или участия в деятельности, связанных с гастрономией конкретного туристического направления».

Согласно академическим исследованиям в этой области, культурный контраст или различия между культурой принимающей страны и туристами делают гастрономические впечатления значимыми и уникальными, увеличивая намерение повторного посещения [Antón C., Camarero C., Laguna M., Buhalis D.]. Исследователи подтверждают связь между имиджем местной гастрономии и удовлетворённостью туристскими впечатлениями [Toudert D., Rábago N.]. Они установили, что имидж местной гастрономии оказывает значительное положительное влияние на намерение посетителя вернуться и рекомендовать это туристское направление.

Другие современные исследования подтверждают положительную связь между удовлетворением от еды и поведенческими намерениями. По мнению авторов, гастрономия является важной частью маркетингового микса туристских направлений, поскольку помогает туристам соприкоснуться с местной культурой. Физиологические потребности личности подразумевают потребление пищи и напитков несколько раз в день, соответственно гастрономия является той стороной культуры, с которой чаще всего контактируют туристы. Согласно К. М. Холл [Hall C. M.], внедрение гастрономии в брендинг туристских направлений обеспечивает:

- увеличение прибыли — потребители с интересами в области гастрономии воспринимаются как сегменты с высокой доходностью;
 - кросс-маркетинг — гастрономический туризм может быть связан с другими туристскими продуктами и услугами (культурными достопримечательностями, природным наследием, обычаями), при этом потребители получают целостный продукт;
 - повышение имиджа туристской зоны — возможность популяризации местных продуктов питания, повышение привлекательности сельских территорий, активизация эффекта «Сделано в...» (“Made in...”).
- Гастрономический туризм обогащает впечатления иностранных туристов местной культурой. Он включает в себя различные мероприятия, такие как посещение первичных и вторичных производителей местных продуктов, участие в фестивалях, посещение рынков, кулинарные демонстрации, дегустация высококачественных продуктов, посещение ресторанов или другие сопутствующие деятельности, связанные с едой. Он предназначен, с одной стороны, для туристов, ищущих знаний и опыта с новыми культурами, а с другой стороны, придаёт дополнительную ценность брендам туристских направлений.

Список литературы и источников

1. Александрова, А.Ю. Международный туризм: учебник для вузов/ А.Ю. Александрова. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 470 с.
2. Байкадамова, А. Т. Гастрономический туризм - новый тренд для современного туризма / А. Т. Байкадамова, С. А. Шайсултанова, Л. Р. Зиязиева // . - 2020. - № 1(1). - С. 156-161.
3. Барагамян А. Азербайджанская кухня Т. 11 / А. Барагамян, П. Чеботарева, С. Орлов. - Баку: Изд-во «Директ-Медиа», 2010
4. Булискерия, А. Б. Гастрономический туризм как популярное направление в туризме / А. Б. Булискерия, Т. Г. Грушевицкая // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского : Материалы региональной университетской научно-практической конференции, Калуга, 17-18 апреля 2019 года. - Калуга: ФБГОУ ВПО "Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского", 2019. - С. 322-327.
5. Василенко, Е. В. Решение проблемы сезонности в туризме за счет развития гастрономического туризма в Краснодарском крае / Е. В. Василенко // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. - 2020. - № 1. - С. 27-30.
6. Восточная кухня [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://vostok-kuhnya.ru>
7. Восточная кухня [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://www.belfamily.by/vostochnaya-kuxnya.html>
8. Гриненко, С. В. Гастрономический туризм как форма детского и семейного туризма / С. В. Гриненко, А. Д. Логинова // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. - 2021. - № 2(10). - С. 41-53.
9. Ефремова, Е.В. Гастрономический туризм в контексте продвижения национальных идей и традиций / Е. В. Ефремова // Глобализация и русский мир: сб. ст. участников Всерос. науч.-практ. конф. Н. Новгород: Интерконтакт, 2016. С. 90-94.

10. Жигулева, Н. А. Гастрономический туризм как один из ключевых трендов в сфере туризма / Н. А. Жигулева // Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей : Статьи 19-ой Международной конференции студентов и аспирантов и XIII международного «Конкурса научных работ студентов, магистрантов, аспирантов и соискателей», Санкт-Петербург, 05-06 марта 2020 года. Том Выпуск 20. – Санкт-Петербург: Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет, 2020. – С. 65-71.
11. Киреева, Ю. А. Винный туризм как один из видов гастрономического туризма / Ю. А. Киреева // Научный вестник МГИФКСиТ. – 2020. – № 4(66). – С. 51-57.
12. Кущева Н.Б., Бедяева Т.В. Гастрономический туризм как перспективный вид развития регионов России // СИСП. – 2014. – №12 (44). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskij-turizm-kak-perspektivnyy-vidrazvitiya-regionov-rossii>
13. Масленникова, Н. В. Гастрономический туризм как перспективное средство развития туризма в России / Н. В. Масленникова // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации : Сборник статей по материалам VII Международной научно-практической конференции, Нижний Новгород, 16 апреля 2020 года / Мининский университет. – Нижний Новгород: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина", 2020. – С. 27-30.
14. Мерцалова, С. Л. Гастрономический туризм как приоритетное направление развития внутреннего туризма в России / С. Л. Мерцалова, О. В. Цыбакова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2021. – № 4(58). – С. 10-14.
15. Палаткина, А. В. Гастрономический туризм в европейских странах (на примере сырного туризма) / А. В. Палаткина, Д. В. Коноплева // Студенческий меридиан среднего профессионального образования в вузе : вузовский сборник научных трудов : к 90-летию Мордовского университета. Том Выпуск 2. – Саранск : Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, 2021. – С. 134-137.
16. Путилова, И. Н. Гастрономический туризм в Европе и предпосылки развития гастрономического туризма в Республике Марий Эл / И. Н. Путилова // Социально-гуманитарные науки и практики в XXI веке: человек и общество в меняющемся мире : Шестнадцатая международная весенняя научная конференция, Йошкар-Ола, 14 мая 2020 года. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2020. – С. 176-178.
17. Салманлы Ф. Первый среди равных // Каспий. 2018. 9 января. № 3
18. Сивашински, А. И. Событийно - гастрономический туризм, как дополнительный способ развития туризма в регионах России Федерации / А. И. Сивашински // Конференциум АСОУ: сборник научных трудов и материалов научно-практических конференций. – 2020. – № 1. – С. 284-288.
19. Трегулова, И. П. Современный подход к развитию гастрономического туризма: оценка рынка гастрономического туризма Республики Крым и города Севастополя / И. П. Трегулова, Н. Ю. Гончарова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма : материалы VI Международной научно - практической конференции, п. Форос, г. Ялта, Республика Крым, 13-14 мая 2021 года. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2021. – С. 275-280.
20. Усов, В.В. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания. - Учеб. пособие для СПО. – М.: Академия, 2011.
21. Чеглазова, М. Е. Гастрономический туризм, как трендовое направление в индустрии туризма / М. Е. Чеглазова, Г. В. Григорян // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России : материалы IV Всероссийской с международным участием научно-практической конференции, Казань, 24 января 2020 года. – Симферополь: Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Республики Крым "Крымский университет культуры, искусств и туризма", 2020. – С. 283-287.
22. Antón C., Camarero C., Laguna M., Buhalis D. Impacts of authenticity, degree of adaptation and cultural contrast on travellers' memorable gastronomy experiences // Journal of Hospitality Marketing & Management. 2019. Vol. 28. No. 7. P. 743-764
23. Hall C. M. Boosting food and tourism-related regional economic development // OECD, Food and the Tourism Experience: The OECD-Korea Workshop, OECD Studies on Tourism: OECD Publishing, 2012. P. 49-62
24. Hall C. M., Mitchell R. Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences // Niche tourism:

Contemporary issues, trends and cases / Ed. Novelli M. Oxford, 2005. P. 73-88

25. Toudert D., Rábago N. Interest in food, food quality, satisfaction, and outcomes in a border context: Gender, country of residence and born moderation // International Journal of Gastronomy and Food Science. 2021. Vol. 25. [Электронный ресурс]: URL: <https://djameltoudert.com/sites/default/files/files/Gastro-2021.pdf>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/333578>