

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Гастрономический туризм – это вид туризма, основной целью которого является знакомство с кухней, характерной для той или иной страны. Гастрономические туры делятся на два вида: сельские (экологические) и городские (например, шоколадный). Кроме того, существуют гастрономические туры по этнографическим регионам [1]. Следует отметить, что практически любая страна имеет потенциал для развития у себя гастрономического туризма. Вместе с тем есть страны, являющиеся лидерами данного направления (например, Италия, Франция, Германия). Для Беларуси гастрономический туризм пока явление редкое: нет продуманных гастрономических маршрутов, число потенциальных клиентов на внутреннем рынке очень мало, однако первые шаги в этом направлении уже сделаны.

Так, первым условным брендом можно считать драники, но даже драники вкуснее со сметаной. Поэтому в рамках данного исследования предлагается разработка молочного направления в гастрономическом туризме. Проведенное исследование показало, что молоко и молочные продукты являются неотъемлемой частью рациона почти всех белорусов, обгоняя даже картофель. Более того, Беларусь стабильно входит в пятерку стран по экспорту молочных продуктов [2]. Нельзя оставить без внимания и тот факт, что иностранцы не знают большую часть наших молочных продуктов (кефир, ряженка, творог, простокваша), что способствует уникальности создаваемого туристического продукта. Кроме того, молочное производство практически не имеет фактора сезонности.

На многих агроусадьбах угощают свежим молоком и творогом собственного изготовления, однако эти случаи пока единичны.

Таким образом, можно сказать, что молоко и молочные продукты – весьма перспективное направление развития гастрономического туризма в нашей стране. С целью развития данного направления предлагается:

- разработка комплекса экскурсий, в том числе производственных;
- создание музея молока;
- организация тематических праздников и фестивалей, например, фестиваля сгущенного молока, коктейльной вечеринки, кефирного феста;
- расширение линейки продуктов, например, производство различных видов сметанных соусов;
- разработка имиджевой стратегии продвижения товаров на рынок на каждом предприятии отрасли;
- использование «молочного сегмента» при страновом брендинге;

- внедрение инновационного направления – туризм для домашних животных, в частности, для котиков (как пример можно взять Берлинский ресторан для кошек и собак, где все меню составлено диетологами и разработано с учетом особенностей физиологии собак и кошек);
- мифологизация территории на основе фольклора (например, «молочные реки, кисельные берега»);
- разработка косметической линии на основе молочных продуктов;
- создание молочных ресторанов (автором разработан проект подобного заведения);
- разработка рекламной продукции на данную тематику, например, изготовление информационных листов по каждому из молочных продуктов, где бы содержалась информация об их полезных свойствах и калорийности.

#### Список использованных источников

1. Гастрономический туризм: сайт о вкусных путешествиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gastrotur.ru/>. – Дата доступа: 07.04.2014.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 07.04.2014.

*А. С. Петрашкевич, А. В. Щербаченя*  
 Научный руководитель – А. В. Усевич  
 БГТУ (Минск)

## ЭКОТУРИСТИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС «МЕЖДУ НЕБОМ И ЗЕМЛЕЙ»

В настоящее время все большее число людей стало уделять внимание здоровому образу жизни и отдыху на природе.

Популярность таких мест отдыха, как уже привычные всем агроусадьбы, действует созданию места, отличающегося своей новизной и незаурядностью.

Так, проект «Между небом и землей» посредством строительства домиков на деревьях предлагает отдых, уникальный для Республики Беларусь. Данный проект предназначен для организации туризма и отдыха в природной среде. В других странах такое направление в экотуризме, как отдых в домиках на деревьях, является весьма востребованным, успешным и перспективным.

Отелей на деревьях в последнее время становится все больше. Отели в домиках и дуплах деревьев сегодня могут предложить США, Ямайка, Германия, Бельгия, Швеция, Турция, Коста-Рика, Кения, Бразилия, Китай, Индия и другие страны. Все они различны по своей конструкции, высоте расположения.

Организация такого отдыха в Беларуси позволит посетителям наслаждаться многогранными водно-лесными ландшафтами и действительно почувствовать себя частичкой природы. Помимо этого задачей данного проекта является экологическое просвещение, формирование здорового образа