НАЦИОНАЛЬНАЯ ГАСТРОНОМИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛЬЮ

Вуячич В.

PhD, Факультет туризма и гостиничного сервиса, Университет Черногории (Черногория), 81000, Crna Gora, Kotoru, Stari grad, 320, vuvesna@ac.me

Паунович М.

MA, Факультет туризма и гостиничного сервиса, Университет Черногории (Черногория), 81000, Crna Gora, Kotoru, Stari grad, 320, vuvesna@ac.me

УДК 338.484
ББК 65.43

Цель. Цель настоящей работы заключается не только в представлении специфики национальной кухни, но и выявлении необходимости включить национальную гастрономию в туристический продукт каждой страны.

Методы. Изучая текущую ситуацию в гастрономии, благодаря диалектическому подходу к проблематике, анализу, синтезу и наглядному методу, которые применяются в этой работе, нами рассматривается степень важности национальной кухни с точки зрения выбора продуктов питания, кулинарных методов приготовления пищи и ритуальной трапезы, которые могут быть использованы для формирования турпродукта страны (Черногории).

Результаты. Авторы приходят к выводу, что национальная гастрономия может рассматриваться в контексте индустрии туризма в качестве важного фактора внутренней экономики и рентабельности, но и в качестве важного и сильного фактора рекламных и других туристских направлений политики каждой страны.

Научная новизна. Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) включила в 2010 году французскую кухню в список Всемирного наследия. Этот список культурных традиций, ритуалов и ремесел под защитой ЮНЕСКО дополняется первый раз гастрономической культурой. 2015 год отмечается как Год гастрономии, что свидетельствует о том, что большее значение следует уделять гастрономии как части культурной самобытности каждой страны, и о том, что гастрономия является важным элементом признания, маркетинга и рентабельности факторов туристического направления. Научный вклад исследования по этому вопросу отражен в актуализации национальной кухни, потому что этой области не уделяется достаточно внимания.

Ключевые слова: туристическое предложение, национальная гастрономия.

NATIONAL GASTRONOMY AS A FACTOR OF TOURIST OFFER DEVELOPMENT AND TOURISM INDUSTRY MANAGEMENT

Vujachich V.

PhD, Faculty of Tourism and Hotel Management, University of Montenegro (Montenegro), 320, Stari grad, Kotoru, Crna Gora, 81000, vuvesna@ac.me

Paunovich M.

MA, Faculty of Tourism and Hotel Management, University of Montenegro (Montenegro), 320, Stari grad, Kotoru, Crna Gora, 81000, vuvesna@ac.me

© Вуячич В., Паунович М., 2015

Purpose. The purpose of this paper is not only to introduce the specificity of national cuisine, but also to reveal the need of making national gastronomy part of tourist product of every country.

Methods. Studying the current situation in gastronomy, due to applied dialectical approach to problem, analysis, synthesis and visual method, the paper considers the degree of importance of national cuisine from the point of view of choice of food, cooking methods and ritual meal, which can be used for the country's (Montenegro's) tourist product formation.

Results. The authors come to the conclusion that national gastronomy can be considered in the context of tourism industry as an important factor of domestic economy and profitability, but also as an important and strong factor of advertising and other tourism policies of every country.

Scientific novelty. In 2010 the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) integrated French cuisine into the World Heritage List. This list of cultural traditions, rituals and crafts under UNESCO protection for the first time has been complemented by gastronomic culture. 2015 is marked as the Year of Gastronomy, which indicates that more importance should be given to gastronomy as part of cultural identity of every country, and that gastronomy is an important element of recognition, marketing and profitability of tourist destination factors. Scientific contribution of research on this issue is reflected in the updating of national cuisine, as this area has been overlooked.

Key words: tourist offer, national gastronomy.

Введение

Еда является глобальным явлением в нескольких дименсиях (она и экономическое, и географическое, социальное и культурное явление), которому уделяется большое внимание с экологической, технологической, пищевой, а для некоторых народов и стран – и с экзистенциальной точки зрения [9, с. 199].

Кулинарная история на протяжении веков обусловлена социально-экономическими условиями, в которых жили люди. Тесные связи с гастрономией имеют не только общественные, но и естественные науки, изучающие пищеварительный тракт человека, поэтому она и «является одной из интердисциплинарных областей, учитывая, что подготовка, украшение и презентация еды, часто сопровождаются музыкой, танцами, изобразительным искусством, но, кроме того она имеет общего и с химией, биологией, физикой, математикой, агрономией, а также и антропологией, историей, философией, психологией, социологией» [6].

Гастрономия занимается технологической подготовкой еды. Приготовление пищи и блюд зависит от нескольких факторов, среди которых следует особо отметить виды продуктов питания и их количество, виды специй и приправ и методы их подготовки [2, с. 223]. Добиться кулинарного эффекта – значит подготовить блюда так, чтобы потребление пищи приносило удовольствие, от которого во многом зависит ее адекватная дезинтеграция и абсорбция в организме.

С гастрономией тесно связана кулинария. Она представляет собой искусство приготовления пищи в соответствии с принципами гастрономии, и мастерство выбора соответствующих продуктов для потребления человеком. Во Франкфурте в 1978 году Питер Кубелка учит готовить в Академии изящных искусств, а Даниэль Споэрри и движение *eat-art* включают кулинарию в группу изящных искусств в Университете в Кельне [8, с. 195].

Гастрономия и туризм

На протяжении всей истории человеческого общества кулинары записывали рецепты с инструкциями для приготовления определенных блюд, для здоровых и больных людей. Таким образом кулинария получила научный статус и стала необходимой для культурного человечества. В период Карла V Мудрого во Франции появилась старейшая книга рецептов, хотя и не самый старый кулинарный документ Le Viandier. Le Viandier первый раз был опубликован в 1490 году и в настоящее время хранится в Национальной библиотеке Парижа (la Bibliotheque nationale) [8, с. 27].

Гастрономия имеет большое значение в индустрии гостеприимства, и в конечном итоге она стала одной из самых важных ее отраслей. Основной задачей гастрономии является обеспечение хорошего и своевременного питания тех, кто постоянно или периодически кормится вне своего дома, в месте постоянного жительства или во время поездок. Вот поэтому гастрономия и является одним особым компонентом туризма и играет очень важную роль в продвижении определенного туристического направления. Сегодня многие направления хорошо известны как кулинарными деликатесами, так и естественными культурными ценностями. «Гастрономия как экзистенциальная и научная деятельность неразрывно связана с индустрией гостеприимства, чья деятельность состоит из «оказания услуг по проживанию, питанию и розливу

напитков» или «подготовке и продаже продуктов питания и напитков, и аренде меблированных номеров на ночь».

В соответствии с типом обслуживания индустрия гостеприимства делится на гостиничный и ресторанный бизнес. Гостиничный бизнес занимается предоставлением услуг по размещению путешественникам, а также предлагает другие общие услуги. Отели обычно получают 60–75% дохода только от продажи номеров, в то время как сектор еды и напитков (Food and Beverage sector) достигает примерно 20–35% от общего дохода. В отличие от гостиничного бизнеса, ресторанный бизнес ориентирован на подготовку, производство, продажу еды и напитков, в соответствии с традиционными способами и методами. Первый трактир появился в Европе в 17-м веке, первый ресторан был открыт в конце 18-го века, а первый отель – в первой половине 19-го века. Быстрое развитие туризма повлияло на развитие индустрии гостеприимства, особенно в Великобритании, Франции, Италии и других европейских странах [5]. В Париже в 1643 году была открыта первая кофейня [4, с. 165], а в 1765 году Буланже открыл первый ресторан [4, с. 8].

Развитие и эволюция туризма приводят к появлению специфических форм туризма, которые имеют специальные туристические мотивы, поэтому сегодня у нас есть новые виды туризма – гастрономический и эногастрономический туризм. При определении гастротуризма (англ. *Food tourism*) необходимо различать путешественников, для которых национальная кухня – это часть туристических впчатлений, и тех, чья деятельность, поведение и даже выбор маршрута обусловлены интересом к еде.

Соответственно, туризм, который основан на предложении продуктов питания, может быть определен как посещение первичных и вторичных производителей продуктов питания, кулинарных фестивалей, ресторанов, дегустаций, посещение регионов, специализированных на производстве продуктов питания. Это определение не означает, что любую поездку в ресторан надо считать туризмом. Туризм, который основан на предложении пищи, может рассматриваться в качестве примера кулинарного, гастрономического, гурманного, или туризма, который дает информацию о потребителях, для которых интерес к еде и вину является формой «серьезного отдыха» (досуга / свободного времени) [3, с. 11].

Гастрономический туризм выступает подгруппой культурного туризма. Национальная кухня является частью уклада каждой нации и ее особенностью, которой все больше и больше интересуются туристы. Гастрономический туризм является специальным, потому что он доступен для туристов в любое время



Рис. 1. **Виды туризма на основе предложения пищи**

суток, 365 дней в году. Национальное застолье может произвести очень сильное и длительное впечатление на посетителей и стать одним из наиболее важных мотивов посещения данной местности. Быстрое развитие гастрономического туризма характеризует первое десятилетие нового тысячелетия. Об этом свидетельствуют многочисленные примеры в Европе и в мире.

В мире растет количество фестивалей. Посетители традиционных фестивалей питания готовы покупать местные продукты на 1–5 % дороже их обычной стоимости. 83 % туристов, которые путешествуют за границу и оплачивают размещение с полупансионом, заявили, что готовы пропустить еду в отеле, если возникнет возможность дегустации местной кухни. Хорошим примером развития кулинарного туризма является Октоберфест, который организуется с 1810 года, когда жители Мюнхена по случаю свадьбы принца Людвига и принцессы Терезы устроили огромный праздник. Сегодня целью двухнедельного Октоберфеста в Мюнхене является распространение музыки, культуры, сувениров, которые помогают посетителям лучше понять историю, происхождение и самобытность страны.

Черногория находится в группе привлекательных туристических направлений, туризм и сельское хозяйство являются основными стратегическими секторами развития Черногории. В последние годы ведется активная работа по продвижению фирменных блюд и пищи Черногории. Есть большое количество событий, где еда и деликатесы являются основным или сопроводительным мотивами туристических мероприятий. Наиболее значимые примеры:

• Карнавал в Которе (который привлекает более 30 000 посетителей, и его сопровождающие части «Папаладе», «Ньоккаде») и Бокельская ночь.

• Праздник Мимозы (в 2014 году состоялся 45-й раз без перерыва, он включает в себя фестиваль вина и рыбы).

• День Св. Трифона (3 февраля) – Праздник сопровождается выступлениями церковных хоров, концертами музыкальных и фольклорных групп, посетители могут попробовать местные деликатесы – пасты и пирожки с кремом.

• Продвижение копченых блюд в Негуши – мероприятие, посвященное продвижению мяса и других копченых продуктов.

В последние два десятилетия в России наблюдается значительный рост числа событий, связанных с продвижением национальной кухни. Наиболее популярными являются:

• Гастрономический фестиваль «Кухни России и стран СНГ» в Москве

• Камышинский арбузный фестиваль (проводится с 2007 года в Камышине)

• Праздник-фестиваль «Сызранский помидор» (проводится в Сызрани с 2001 года)

• Фестиваль мировой еды и путешествий «Вокруг света» в Москве.

Гастрономическое предложение в России и в Черногории

Национальная гастрономия – отрасль общей гастрономии; она означает набор всех характеристик, связанных с питанием, культурой питания, способом приготовления пищи, обусловленных этно-бытием народа. Национальная гастрономия является своеобразным зеркалом материальной культуры того или иного народа, это социальная среда, через которую легче увидеть характер нации [11, с. 1]

Каждый народ имеет свои традиции, обычаи, в том числе. свою кухню. Национальную гастрономию можно считать важным культурным памятником туристического направления.

Кто читал произведения русской литературы, произведения Чехова, Гоголя, Пушкина и Толстого, помнит заманчивые описания столов, полных блюд, приготовленных различными способами, помнит блины с икрой, маринованные шампиньоны, соленые сельди, различные виды черного хлеба, борщ, треску с яйцами, вареники, водку. Но русская кухня со временем менялась, появлялись новые продукты и рецепты. В «Очерке домашней жизни и нравов великого русского народа в XVI и XVII столетиях» историк Н. И. Костомаров отметил, что русская кухня в прошлом основывалась на обычаях, а не искусстве, а блюда приготовлялись из мучных, молочных, мясных и растительных припасов [7]. До второй половины XIX века, т.е. до широкого распространения картофеля, основным овощем служила репа. Из овощей готовились супы и каши, среди которых известны щи, борщ, рассольник, окрошка и уха. Суп и салат заправляли сметаной. Благодаря отношениям с другими странами, в России появились новые блюда. Одним из них является всемирно известный салат, названный Оливье, В Черногории, он считается праздничным, чаще новогодним, блюдом, и почти никто не знает другого названия, кроме как «русский салат». Другое блюдо, которое получило широчайшее распространение в мире: бефстроганов. По мнению В. В. Похлебкина, признанного исследователя истории кулинарии, блюдо возникло в конце XIX века. Оно, собственно, было изобретено для званых ужинов и представляло собой объединение французской технологии с приёмами русской кухни [10]. После Второй мировой войны блюдо вошло в номенклатуру международной ресторанной кухни, как «русское блюдо». Сегодня ассортиментом блюд русская кухня не уступает самым популярным кухням в мире, а по богатству рецептов грибных блюд она занимает первое место.

Имя Черногории впервые упоминается в конце XV века. В Старой Черногории хлеб был основным продуктом питания, он был настолько важен, что люди клялись им. Горсть муки, головка лука, комок сыра, кусок хлеба – вот меры продуктов, которые использовались при подготовке блюд; не хватало ресурсов для более крупных мерных единиц, но не было и места скупости, когда зайдет гость, путешественник. Туризм в Черногории начал развиваться во второй половине девятнадцатого века, вместе со строительством первых профессиональных гостиничных зданий. Согласно статистическим данным, первой гостиницей Черногории считается отель Локанда, который был открыт в Цетинье в 1864 году. Изучая кухню Черногории, нетрудно увидеть, насколько ее традиции и история связаны со Средиземным морем. Как и в других странах в Средиземноморском регионе, на протяжении веков, жизнь предков современных черногорцев была простой, как и их пища. Бедность заставляла людей уделять больше внимания всему, что связано с едой. Хотя еда была однообразной, она была здоровой.

В начале урбанизации и модернизации общества, гастрономия становится более разнообразной, постепенно принимает влияние знаменитых европейских кухонь и начинает адаптироваться к их способу приготовления пищи. На национальную гастрономию, повлияли как кухня Центральной Европы, так и восточная, особенно турецкая кухня. В Черногории до сих пор остался обычай жить и есть медленно. Гастрономия Черногории подчиняется рельефу и берет то, что предлагает природа, собирает подарки Средиземноморья и сокровища северных гор.

На побережье, в основном, представлены блюда прибрежной кухни, морепродукты, приготовленные

с домашним оливковым маслом. В краю солнца и моря рыба, вино и оливковое масло считаются «святой троицей» средиземноморской кухни, лежащей в основе черногорской кухни. Этой философии питания, которая несколько тысячелетий хранится в Средиземноморье, Черногория подарила некоторые подлинные плоды: местные вина, барскую жутицу – местный сорт маслины. Характеристики прибрежной кухни: более простая подготовка, много рыбы, вареного мяса, овощей, оливкового масла, лаврового листа и розмарина [1, с. 26]

В горных районах Черногории кухня типичная горная. Под горой Ловчен недалеко от городка Цетинье находится село Негуши, известное по многочисленным деликатесам, такими как пршут, сыр, каштрадина (вяленое баранье мясо) и колбаса. Пршут (копченое свиное мясо), приобретает особый вкус и аромат благодаря специальным дровам, которые используют при сушке и копчении мяса. Кроме традиционных блюд, таких как цицвара и качамак, на севере часто приготовляется и ягненок с картофелем «под сачем». Сач – это большая металлическая крышка в форме неглубокого колокола, которым прикрывают тесто при выпечке хлеба или мясо при жарении, а на крышку кладут золу и горячие угли. К этим блюдам предлагаются сильные местные алкогольные напитки, ракия из винограда (груши) и вина, Вранац или Крстач.

В центральной части Черногории, на Скадарском озере, обычно ловят карпов и мелкую уклейку, которую затем вялят. Фирменные блюда на озере – это жареный карп с черносливом, яблоками и айвой, затем карп, запеченный с луком, угорь с рисом или на шампурах. Все это разнообразие гастрономии значительно расширяет спектр туристических предложений и поднимает качество черногорского туристического продукта на более высокий уровень. Иностранные туристы, которые посещают Черногорию, сегодня оказываются приятно удивлены национальной кухней, которая уже известна негушским мясом, сыром и винами Вранац и Крстач. В последние годы в Черногории ведутся интенсивные работы по совершенствованию туристического продукта путем поощрения национальной кухни и оригинальных блюд, и есть все основания полагать, что в дальнейшем связи туризма, гастрономии и производства продуктов питания с защищенным географическим происхождением только окрепнут.

Заключение

Есть много методов и способов повышения качества туристского предложения. Одим из наиболее интересных и успешных в туризме является продвижение национальной кухни страны – туристического направления.

Одним из самых важных мотивов туристических движений всегда было ознакомление туристов с культурой, обычаями, фольклором и национальной кухней страны. Хотя традиционно пища не является главным туристическим мотивом, однако все чаще организуются и осуществляются путешествия, основной целью которых выступает знакомство с национальной кухней. Такие тенденции более широко распространены в событийном туризме, где пища или гастрономия выступает в качестве центрального или сопровождающих мотивов события.

Гастрономическое предложение является неотъемлемой частью туристического предложения страны. Оно также является частью культуры и культурного наследия народа определенного региона, туристического города, места или страны и подтверждает положение, что культуру народа или нации легко узнать через окно ресторана.

Традиции черногорской кухни не особо известны; с точки зрения туризма можно сказать, что гастрономия Черногории еще полностью «не обнаружена».

Гастрономическое наследие Черногории богато, его удивительная оригинальность и широкий диапазон позволяют осуществить так называемый невидимый экспорт местной кухни и местных продуктов, сделать его мощным инструментом в маркетинговой деятельности туризма страны. В долгосрочной перспективе поставлена задача сформировать всемирную узнаваемость туристической Черногории не только как страны удивительных природных и культурных ресурсов, но и как страны оригинальной и изысканой кухни.

Литература:

1. Brajović M. Promenada kroz kužine po Crnoj Gori. Cetinje, 2012.
2. Davis B.,Lockwood A. Food and beverage management. Oxford, 2003.
3. Hall C, Starples M, Mitchell L. Food tourism around the world. Development, management and markets. Oxford: Butterworth Heinemann, 2003.
4. Hiršfelder G.: Evropska kultura hrane, povest ishrane od kamenog doba do danas. Beograd: Stylos, 2006.
5. Bunja Đ. Turističko ugostiteljstvo [электронный ресурс]. URL: http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf (дата обращения18.10.2014)
6. Викимедије Србије [электронный ресурс]. URL: http://www.sr.wikipedia.org (дата обращения 20.10.2014)
7. Костомаров Н.И. Домашняя жизнь и нравы великорусского народа в XVI и XVII столетиях (очерк). М.: Республика, 1992. 301 с.

8. Ivanović D. Gastronomija Francuske. Beograd: Mimi, 2010.
9. Novaković B., Mirosavljev M. Higijena ishrane. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu, Medicinski fakultet, 2005.
10. Похлебкин В.В. Кулинарный словарь. М.: Центрполиграф, 2002.
11. Vukić M. Nacionalne gastronomije. Beograd: Viša hotelijerska škola, 2009.

References:

1. Brajović M. Promenada kroz kužine po Crnoj Gori. Cetinje, 2012.
2. Davis B.,Lockwood A. Food and beverage management. Oxford, 2003.
3. Hall C, Starples M, Mitchell L. Food tourism around the world. Development, management and markets. Oxford: Butterworth Heinemann, 2003.
4. Hiršfelder G.: Evropska kultura hrane, povest ishrane od kamenog doba do danas. Beograd: Stylos, 2006.
5. Bunja Đ. Turističko ugostiteljstvo [e-resource]. URL: http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf (date of reference 18.10.2014)
6. Wikimedia Serbia [e-resource]. URL: http://www.sr.wikipedia.org (date of reference 20.10.2014)
7. Kostomarov N.I. Domestic life and manners of the great Russian people in the XVI-th and XVII-th centuries (essay). Moscow: Respublika, 1992. 301 p.
8. Ivanović D. Gastronomija Francuske. Beograd: Mimi, 2010.
9. Novaković B., Mirosavljev M. Higijena ishrane. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu, Medicinski fakultet, 2005.
10. Pokhlebkin V.V. Culinary dictionary. M.: Centrpoligraf, 2002.
11. Vukić M. Nacionalne gastronomije. Beograd: Viša hotelijerska škola, 2009.