
TRADITIONAL FOOD AS A CONDITION FOR THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM

Drago Cvijanović

Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja University in Kragujevac, Vrnjačka Banja, Serbia, drago.cvijanovic@kg.ac.rs

Aleksandra Vujko

Novi Sad Business School, Novi Sad, Serbia, aleksandravujko@yahoo.com

Tamara Gajić

Novi Sad Business School, Novi Sad, Serbia, tamara.gajic.1977@gmail.com

Abstract: The development of tourism is considerably more than in other activities conditioned by the quality of the environment, its natural and cultural values, because the degree of preservation and attractiveness of the environment directly reflects the possibilities for the development of tourism in a given area. Potential for the development of tourism in rural regions is mainly manifested in its contribution to the preservation of the environment, the creation of new jobs (jobs) in the villages and many activities. Of course, the development of rural tourism has been seen as a need for economic growth and diversity, and it is important that tourism potential, contributing to rural economic development, is not diluted by specific principles of sustainable tourism. The main goal of the research is to determine the state, possibilities and perspectives of the development of rural tourism based on authentic, local, regional food and drink. Particular emphasis on the achievement of the basic goal given in the part of the research that should answer as the owners of private accommodation look at the development of gastronomic tourism in Serbia.

Keywords: gastronomy, quality of services, rural tourism.

TRADICIONALNA HRANA KAO USLOV ZA RAZVOJ TURIZMA RURALNIH PROSTORA

Drago Cvijanović

Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Kragujevcu, Vrnjačka Banja Srbija, drago.cvijanovic@kg.ac.rs

Aleksandra Vujko

Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad, aleksandravujko@yahoo.com

Tamara Gajić

Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad, tamara.gajic.1977@gmail.com

Sažetak: Razvoj turizma je znatno više nego kod drugih delatnosti uslovljen kvalitetom životne sredine, njenih prirodnih i kulturnih vrednosti, jer se stepen očuvanosti i atraktivnosti životne sredine neposredno odražava na mogućnosti za razvoj turizma u datom prostoru. Potencijal za razvoj turizma u ruralnim regijama uglavnom se manifestuje u njegovom doprinosu očuvanju životne sredine, stvaranju novih poslova (radnih mesta) u selima i mnogih aktivnosti. Naravno, razvoj ruralnog turizma viđen je i kao potreba za ekonomskim rastom i raznovrsnošću, i važno je da turistički potencijal, doprinoseći ruralnom ekonomskom razvoju, nije razvodnjen od strane specifičnih principa održivog turizma. Osnovni cilj istraživanja je da se utvrdi stanje, mogućnosti i perspektive razvoja ruralnog turizma zasnovanog na autentičnoj, domaćoj, regionalnoj hrani i piću. Poseban akcenat u ostvarenju osnovnog cilja, dat u delu istraživanja koji treba da da odgovor kako vlasnici privatnog smeštaja gledaju na razvoj gastronskog turizma u Srbiji.

Ključne reči: gastronomija, kvalitet usluga, ruralni turizam.

1. UVOD

Ruralni turizam je veoma širok koncept koji obuhvata ne samo odmor na selu, nego i sve ostale turističke aktivnosti u ruralnim područjima (Vujko, Gajić, 2014; Gajić et al, 2017; Vujko et al, 2017; Petrović et al, 2017; Cvijanović, Ružić, 2017). Stručna literatura nudi različite definicije ruralnog turizma, od onih koje ga posmatraju

kroz prizmu prostora, odnosno definišu ga kao „turizam koji se događa na ruralnom području“, do onih koje uključuju širok spektar aktivnosti i elemenata celokupnog proizvoda ruralnog turizma, kao što je rekreacija i aktivnosti u ruralnom okruženju, uživanje u ruralnom ambijentu, uživanje u prirodi i lepoti okoline, kulturnom turizmu, turizmu na seoskim domaćinstvima i tako dalje (Blešić i drugi, 2009; Vujko i drugi, 2015). Ruralni turizam ima mnoštvo oblika. Najpoznatiji među njima su: turizam na seoskim domaćinstvima, lovni i ribolovni turizam, ekoturizam, sportsko-rekreativni turizam, rezidencijalni turizam (kuće za odmor), edukativni turizam, gastronomski turizam, turizam zaštićenih delova prirode i kulturni turizam (Vujko i drugi, 2016). Gastronomski turizam se definiše kao poseta turista primarnih ili sekundarnih proizvođača hrane, festivala hrane, ugostiteljskih objekata za proizvodnju i usluživanje hrane i određenih destinacija za degustaciju i doživljavanje regionalnih specijaliteta, pri čemu je hrana primarni motiv za putovanje (Vujko et al, 2017).

Vino, hrana i turizam su usko povezani. Međutim, tek nedavno je uloga koju igraju vino i hrana u privlačenju turista u destinaciju eksplicitno priznata od strane vlada, istraživača i industrije vina, hrane i turizma. Hrana je na turističkom tržištu postala priznata kao: deo lokalne kulture, koju turisti troše; deo turističke promocije; potencijalna komponenta lokalnog poljoprivrednog i ekonomskog razvoja; regionalni faktor na koji utiču obrasci potrošnje i posmatrane želje turista. Koristi gastronomskog turizma za regiju uključuju: povećanu tražnju za poljoprivredno-prehrambenim proizvodima i gastronomskim specijalitetima; izgradnju brendova; marketinške informacije za proizvođače i dobavljače (neposredan uvid u ukus potrošača); obrazovne mogućnosti za posetioce i stanovnike; regionalnu i lokalnu distribuciju potrošnje i zaštitu intelektualne svojine (Vojnović, Cvijanović, 2017).

Značaj kvaliteta postao je sfera interesovanja čitavog civilizovanog sveta i proširio se na sve njegove pore, a najšire gledano, odražava se na ukupnost kvaliteta života savremenog čoveka. Tokom poslednje tri decenije kvalitetom usluga bavili su se naučnici, privrednici i ostali istraživači zbog činjenice da ima veliki uticaj na zadovoljstvo i lojalnost korisnika, formiranje cena, poslovni uspeh i profitabilnost. U tom periodu kontinuirano se sprovode istraživanja s ciljem utvrđivanja definicije kvaliteta usluga, postavljanja koncepta dimenzija kvaliteta radi merenja kvaliteta usluga, utvrđivanja procedura za postizanje i održavanje nivoa kvaliteta. Predmet je usredsređen na prikaz i istraživanje vezano za 5 vojvođanskih opština (Subotica, Sombor, Novi Sad, Irig, Kovin) – u jednom klasteru (Vojvodina) od tri po Strategiji razvoja turizma Republike Srbije (Vojvodina, Zapadna Srbija, Istočna Srbija), u kojima je razvoj ruralnog turizma na optimalnom nivou. Analizom bi se dobila osnova i smernica za poboljšanje kvaliteta smeštajnih kapaciteta kao i poboljšanje prepoznatljivosti same destinacije na međunarodnom turističkom tržištu.

2. METODOLOGIJA

Istraživanje je obuhvatilo anketiranje domaćina koji pružaju turističke usluge u ruralnim destinacijama. Stanovništvo je važan faktor u razvoju turizma, jer predstavlja jedan od osnovnih resursa ukupnog privrednog razvoja. Stanovništvo jasno reprezentuje kulturu, običaje i mentalitet i na osnovu toga diferencira destinaciju u odnosu na konkurenciju. Lokalno stanovništvo treba da bude povezano sa turističkim aktivnostima i da učestvuje u ispravnoj raspodeli ekonomskih, društvenih i kulturnih koristi koje one stvaraju, a posebno u direktnom i indirektnom zapošljavanju koje proizilazi iz njih. Ukupan broj istipanika, vlasnika seoskih domaćinstava koji pružaju turističke usluge u ruralnim oblastima Srbije koje su istraživane u ovom radu, jeste 46. Istraživanjem je obuhvaćeno 5vojvođanskih opština (Subotica, Sombor, Novi Sad, Irig i Kovin).

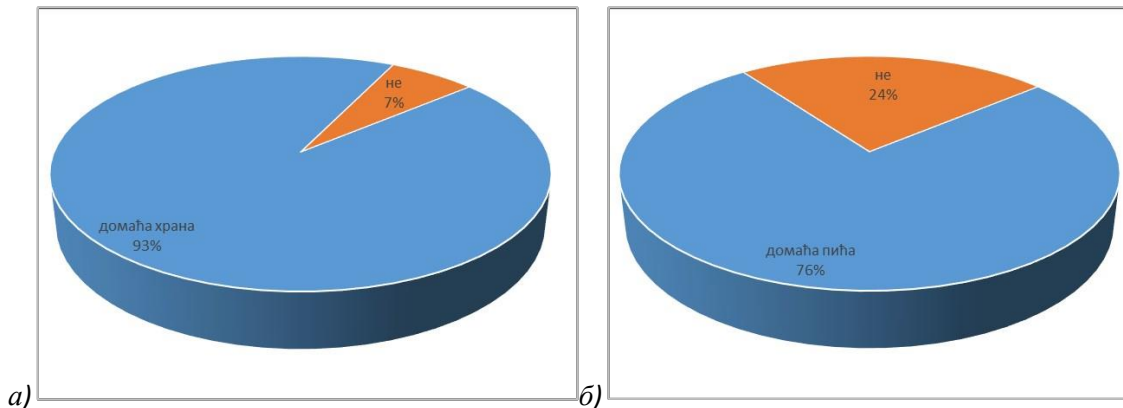
Analiza polne strukture uzorka vlasnika seoskih domaćinstava pokazuje da je relativno ujednačen udeo ispitanika prema polnoj pripadnosti, odnosno muški deo uzorka je svega za 3 osobe veći, što ne predstavlja veliku razliku u veličini grupa. Na osnovu analize strukture ispitanika može se uvideti dominirajući broj domaćina koji se bave poljoprivredom (23.9%) i isključivo turizmom (43.5%). Na osnovu ovih rezultata može se zaključiti da su stanovnici Srbije koji odluče da se bave ruralnim turizmom osobe koje se opredeljuju za to kao primarnu delatnost ili poljoprivrednici koji traže dodatni izvor prihoda. Analiza starosne strukture pokazuje da su domaćini – pružaoci usluga ruralnog turizma uglavnom osobe starije od 50 godina. Tačnije, osobe između 51 i 60 godina starosti učestvuju u uzorku sa 32.6%, dok 29.3% uzorka čine osobe koje imaju više od 60 godina. Takođe je značajan broj ispitanika koji pripadaju mlađim starosnim grupama, između 30 i 50 godina starosti, dok je broj onih koji su mlađi od 30 godina beznačajan u ovoj analizi. Analiza strukture ispitanika prema stepenu obrazovanja pokazuje da su pružaoci usluga u seoskim turističkim objektima uglavnom osobe sa srednjom školom i oni čine 54.3% od ukupnog broja ispitanika, što odgovara prethodnom zaključku da u uzorku vlasnika seoskih domaćinstava dominiraju poljoprivrednici i turoperateri. Takođe je značajan udeo je onih koji imaju više ili visoko obrazovanje, kao i osnovno obrazovanje. Međutim, analiza pokazuje da se ovom delatnošću ne bave osobe sa visokim kvalifikacijama, što je i očekivano.

3. REZULTATI I DISKUSIJA

Od starina su hranu u kući pripremale najstarije žene oslobođene glavnih poljoprivrednih poslova, a ostatak ukućana je bio na njivi. Doručak je po običaju bio nešto kaloričniji. Često se jela sveže pečena lepinja ili hleb, namazani svinjskom mašću i posuti mlevenom crvenom paprikom. Tokom zime u Vojvodini su od starina postojala tri obroka: doručak ili fruštuk (u 7 sati), ručak (uvek u podne) i večera u (18 časova). Tokom leta, kada su dani bili duži, bilo je i više obroka. Pored uobičajenih tu je pre podne oko 10 sati bila jauzna ili mala uja, a popodne oko 17 časova je bila velika uja. Za ove obroke se obično spremale jabuke u šlafroku, hleba i masti sa alevom paprikom i sl. Oni koji su se zatekli na njivi često su znali da pojedu samo neko sezonsko voće i hleb. U gastronomskom smislu Vojvodine pripada rajskom uživanju. Đakonije kojima se teško može odoleti daju pečat vojvođanskoj kuhinji, hvaljenoj zbog izazovnih ukusa, mirisa i boja. U vojvođanskoj kuhinji caruju „plodovi obora“, a jela bez mesa i suvomesnatih proizvoda gotovo da i nema. U Vojvodini je običaj da se stalno nešto gricka između pet obaveznih obroka: fruštuka, dve jauzne, ručka i večere. Fruštuk, odnosno doručak je bio najobilniji dnevni obrok koji je obezbeđivao energetska bazu za naporan radni dan. Jela se slanina, šunka, čvarci, kobasice, kulen, ali i ladnjače, sir, kajmak, kajgana, zavijače i mnogo hleba. Slatki deo doručka podrazumevao je hleba i pekmeza, kompota, palačinke, krofne i sl. Jauznama (užinama) premošćavala se glad od doručka do ručka, odnosno od ručka do večere. Prepodnevna je podrazumevala hleb namazan paštetom, mašću, pekmezom, vodom poprskanim hlebom i šećerom, da se šećer bolje zalepi, pogačicama, kiflicama, jabukom i svim onim što se jede u hodu, bez pribora za jelo. Za poslepodnevnu jauznu jela su se mekike, kolač voće, puding.

Tradicionalna kuhinja predstavlja primarnu odliku seoskog turizma. U našem uzorku, čak 93% domaćina nudi posetiocima domaće proizvedenu hranu. Takođe, dve trećine domaćina (76.1%) svojim posetiocima nudi piće iz sopstvenog podruma.

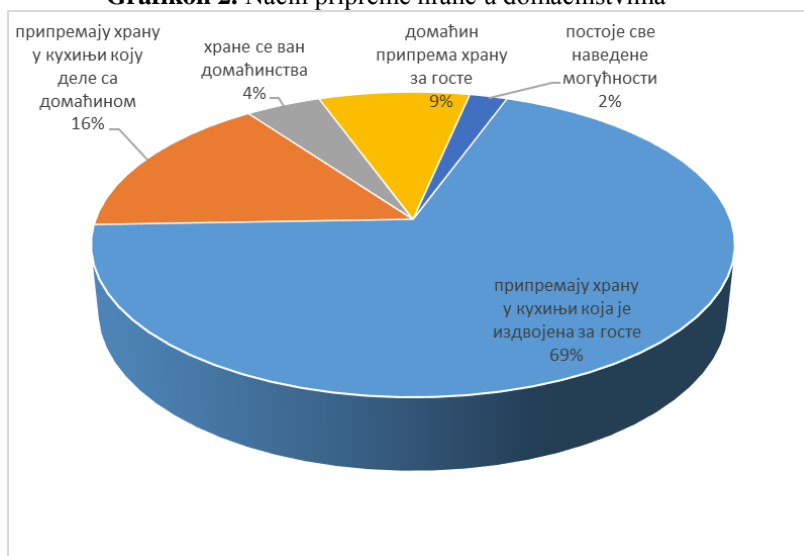
Grafikon 1. Broj domaćinstava koji nude: a) domaću hranu; б) domaće piće



Izvor: Izradili autori

Što se tiče uslova za pripremu hrane u domaćinstvima, najveći broj turista (69%) imaju mogućnost da pripremaju hranu u kuhinji koja je za njih posebno izdvojena; 16% turista priprema hranu u kuhinji koju deli sa domaćinom; u par domaćinstava (9%) domaćin priprema hranu za goste, u svega dva domaćinstva (4%) gosti se hrane van domaćinstva, a u jednom domaćinstvu (2%) postoje sve navedene mogućnosti.

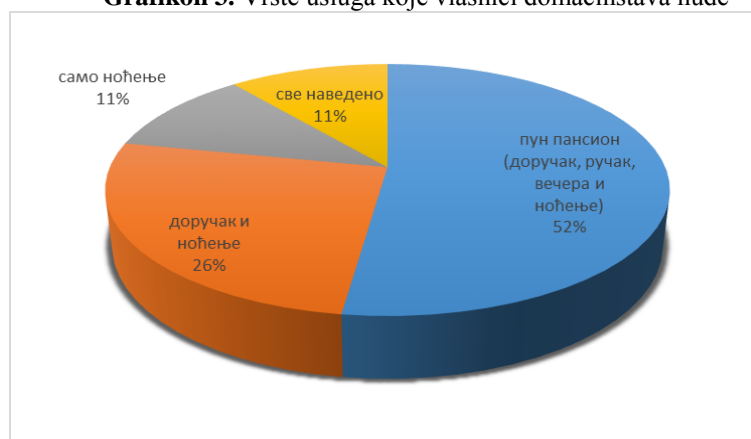
Grafikon 2. Način pripreme hrane u domaćinstvima



Izvor: Izradili autori

Prema podacima prikupljenim tokom istraživanja utvrđeno je da najveći deo domaćina, 52%, nudi pun pansion svojim gostima što podrazumeva tri obroka (doručak, ručak i večeru) i noćenje. Manji broj domaćina, 26%, nudi doručak i noćenje, dok 11% nudi samo noćenje. Sve tri navedene mogućnosti nudi samo 11% domaćina. Iz uzorka možemo zaključiti da se domaćinstva u Srbiji uglavnom odlučuju da ponude pun pansion posetiocima seoskih predela. Rezultati ove analize mogu se videti na grafikonu broj 31.

Grafikon 3. Vrste usluga koje vlasnici domaćinstava nude



Izvor: Izradili autori

Najkarakterističniji obrok u Vojvodini je ipak ručak. Može biti nasušni, tek da se utoli glad, pripremljen od onoga čega ima, često od supice, testa i krompira, ali može biti svečarski i carski, a najpoznatiji je nedeljni. Njega čine: goveda supa sa rezancima, rinflajš sa paradajz sosom, pečenje od svinjskog mesa sa krompirima i obaveznom kobasicom, tek da zamiriše i da boju, razne salate i dezerti: šrudle, sitnim kolačima, šne nokle...Večera u vojvođanskim kućama nikada nije postojala samo reda radi. Bude tu kuvanih jela, prženog mesa, suvomesnatih proizvoda. Nezaobilazni deo svakog svečarskog i nedelnog ručka su supe, ali su pred ukućanima i ostalim danima. Kuvaju se od goveđeg, junećeg, pilećeg, kokošnjeg, ćurećeg, guščjeg, pačjeg, morčjeg i golubljeg mesa. Prave se supice od raznog poveća, ali i samo od biljnog začina i tarane. Deo tradicije vojvođanske kuhinje su čorbe. Najpoznatije su ragu čorbe od povrća, junećeg, pilećeg i jagnječeg mesa, te riblje čorbe. Posebnu nostalgiju bude ajnpre, klin i paradajz čorbe. Na trpezi u Vojvodini najviše je zastupljeno svinjsko, živinsko, govede i ovčje meso. Od tog mesa prave se popularne šnicle: bečka, pariska i natur, te filovane sa kajmakom, sirom, seckanom šunkom i slaninom. Prasetina, jagnjetina, teletina i jaretina do pre pola veka nisu nikako bili pripremani u paorskim kućama,

jer je bio greh zaklati jagnje, prase ili tele. Danas su mlada mesa sastavni deo jelovnika, naročito u svečanim prilikama. Paprikaši, perkelti, gulaši i tokanji odolevaju naletima novih jela i specijaliteti su koji se cene. Slatkovodna riba (šaran, smuđ, som, štika, tolstolobik, deverika, kečiga, linjak) je začajni deo vojvođanske ishrane bilo da se nalaze u čorbi ili parikašu, pečena u rerni, roštilju ili talandari. Od divljači se pripremaju paprikaši i gulaši, što u kombinaciji sa šumskim plodovima, povrćem i jagodičastim voćem čine ekskluzivnu gastronomsku ponudu Vojvodine. Ipak, Vojvođanima su omiljana jela koja se jedu kašikom: đuveč, pasulj, sarma, punjena paprika i variva kuvana nagusto, kao prilog mesu, a prave se od graška, boranije, kupusa, kelja, tikvica i nezaobilaznog krompira, pripremanog na sve moguće načine. Sve to prate odgovarajuće salate od paradajza, paprike, kupusa (slatkog i kiselog), krastavca, cvekla, turšije, te srpske i šopske kao i kompot salate. Testa su takođe deo tradicije vojvođanske kuhinje. Najčešće su to kiflice i pogačice, prazne, slane ili slatke, a najbolje su one sa čvarcima; nasuva, specifična vojvođanska jela od testa sa rezancima; valjušci, trgančići, tarana, šufnudle; gibanice najčešće sa sirom, ali i sa višnjama, jabukama, grizom, makom, bundevom, orasima i slično.

Vojvođanske poslastice su dobile ime ne samo zato što su slatke, već i zato što se jedu u slast.). Kolači raznih boja, oblika a svi slatki (oblande, kranclje, gurabije), štrudle sa makom, orasima, višnjama, rogačem ili suvim grožđicama jedan su od najprepoznatljivijih simbola Vojvodine. Vojvođani vole i taške, gomboce, krofne, bundevaru i palačinke bilo sa pekmezom od kajsije i šipka ili sirom, ali najviše šne nokle ili tičeje mleko, poslasticu koja nekako najlepše začinja kraj obroka. Vojvođanska kuhinja je puna mirisa bašte, špajza, kredenca, ukusa slatkog voća sačuvanih u teglama, i flašama napunjenim od kuvanog paradajza do soka od zove, jer ravnica plodne crnice i prostranih pašnjaka, rečnih dolina, kanalskih mreža i ribnjaka, brojnih lovišta, voćnjaka i vinograda sa Fruške gore i Vršackih planina, pešćane ravnice oko Subotice.

ZAKLJUČAK

Turistička organizacija Srbije jedno vreme je promovisala Srbiju sloganom „Doživite Srbiju svim čulima“ koji je u skladu sa svetskim trendom da se umesto jednostavnog pružanja usluga, u prvi plan turističke ponude stavi doživljaj. Ekonomija doživljaja prisutna je u teoriji i praksi tek nekoliko godina. Nema doživljaja bez čula. A jedan od najkompleksnijih, u koji su uključena sva čula, je uzimanje hrane. I to onda kada jelo nije samo puko zadovoljavanje gladi već uživanje u originalnoj, kvalitetnoj hrani (Holjevac, 2002; Milisavljević, 2010; Popesku, 2011). Da bi zadovoljila osnovne-egzistencijalne potrebe, gastronomija crpi bogastva raznih grana privrede određene zemlje. Danas, gastronomija se sve više povezuje sa industrijom, poljoprivredom i njenim granama ratarstvom, stočarstvom, voćarstvom, povrtlarstvom, vinogradarstvom, šumarstvom (lov i ribolov) i drugim granama (Sekulić, Mandarić, 2013). Gastronomija nesumljivo čini obeležje jedne nacije, pa samim tim predstavlja i deo turističke ponude svake turističke destinacije. Grčki suvlaki, tunizanski kus-kus, nemačke kobasice, mađarski gulaš, engleski puding, italijanske špagete, srpska sarma i slično, sve su to jela koja predstavljaju neodvojivi deo naroda čije su tradicionalno jelo.

Brzina je karakteristika savremenog doba. Taj tempo se oseća i kada su u pitanju emocije, ali i hrana koja se konzumira. Brzina je mera vrednosti u poslu, učenju, kretanju. U ime uspeha i produktivnosti brzina se ocenjuje kao jedan od najboljih saveznika. Spoj hrane i jela u ruralnim prostorima nije prihvatljiv. Pre nekoliko stotina godina spora priprema hrane i nesmetano uživanje u obrocima bili su ritualni oblici ponašanja u svim porodicama. Prednosti slow food-a: polako i dugo uživanje u svakom zalogaju, opuštena atmosfera i duži boravak za stolom, dobro sažvakana hrana bolje se vari, raznolikost i raznovrsnost unosa hrane, poboljšanje mentalnog i fizičkog stanja, male porcije hrane povoljno regulišu osećaj gladi.

Na prostoru Srbije javlja se velika mešavina kuhinja, a samim tim i veliki broj različitih jela. Ova kuhinja je mešavina različitih uticaja naroda koji vekovima žive na ovom prostoru. Na ishranu i pripremanje jela u Vojvodini, mnogo je uticao dolazak Nemaca. Oni su doneli svoja jela, običaje, pripremanje zimmnice, vina, gajenja voća i vinove loze, pa je srpsko stanovništvo poprimilo dosta njihovih jela i načina pripremanja hrane. Takođe, u Vojvodini je prisutno bogatstvo kulinarskih znanja i međusobnog uticaja mađarske, rumunske ili slovačke kuhinje, a mnogobrojna jela su izvedena iz ruske ili neke druge kuhinje iz okruženja.

Rad je deo istraživanja naprojektu III-46006 *“Održiva poljoprivreda i ruralni razvoj u funkciji ostvarivanja strateških ciljeva Republike Srbije u okviru dunavskog regiona”* finansiranog od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

LITERATURE

- [1] Blešić, I., Romelić, J., Garača, V. (2009): Ispitivanje očekivanog i percepiranog kvaliteta usluge u hotelima zapadnomoravske banjske zone. Glasnik srpskog geografskog društva. No.1, pp.1-12.
- [2] Barjaktarović, D. (2013): Upravljanje kvalitetom u hotelijerstvu, Singidunum, Beograd.
- [3] Cvijanović, D., Ružić, P. (2017) Ruralni turizam, **Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji.**
- [4] Gajić, T., Vujko, A., Penić, M., Petrović, M. Mrkša, M. (2017): Significant involvement of agricultural holdings in rural tourism development in Serbia. Ekonomika poljoprivrede 64(3), pp. 901-919.
- [5] Holjevac, A.J. (2002): Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija.
- [6] Milisavljević, M., (2010): Strategijski marketing, Ekonomski fakultet, Beograd.
- [7] Petrović, M., Radovanović, M., Vuković, N., Vujko, A., Vuković, D. (2017): Development of rural territory under the influence of community-based tourism. Ars Administrandi, 9(2), pp. 253–268
- [8] Popesku, J. (2011): Menadžment turističke destinacije, Univerzitet Singidunum
- [9] Sekulić, D., Mandarić, M. (2013): Kvalitet usluga kao determinanta satisfakcije potrošača u hotelijerstvu, Marketing, 44, 231-247.
- [10] **Vojnović, B., Cvijanović, D. (2017) Menadžment gastronomije i restoraterstva, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji.**
- [11] **Vujko, A., Gajić, T., Mladenovski, M., Momirski, J. (2015): Ispitivanje očekivanog i percepiranog kvaliteta hotelskih usluga. Škola biznisa, Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad, 1, 47-57**
- [12] Vujko, A., Vujnić, J., Gajić, T., Petrović, M. (2016): Kvalitet usluga u turističkim preduzećima kao model upravljanja turističkom destinacijom. **Škola biznisa, Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad, 1, 22-31.**
- [13] Vujko, A., Petrović, M., Dragosavac, M., Ćurčić, N., Gajić, T. (2017): The linkage between traditional food and loyalty of tourists to the rural destinations. Teme, 41(2), pp. 475-487
- [14] Vujko, A., Gajić, T. (2014): The goverment policy impact on economic development of tourism. Ekonomika poljoprivrede., 61(3), pp. 789-804