

---

## THE ECONOMIC SUSTAINABILITY OF THE CATERING AND TOURIST FACILITY THROUGH THE ROLE OF THE SOMMELIER

**Vladimir Kitanov**

University “Goce Delcev” Stip, N. Macedonia, vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

**Tanja Angelkova Petkova**

University “Goce Delcev” Stip, N. Macedonia, tanja.angelkova@ugd.edu.mk

**Abstract:** Very few people in Macedonia know who the sommelier is and what he does. Most of those who have heard of this profession associate it with a grower, more precisely with a person who pours wine in a restaurant. This is partly true because it is only one of the sommelier's duties. In addition to simply opening bottles and pouring wine, he is in charge of creating a wine list, combining food and wine, as well as recommending wine to the guest, all of which involve collaborating with the chef. However, despite this, it is a mistake to think that sommelier can only be found in restaurants, as they are not exclusively related to catering, although they are usually found there.

In addition to working in a restaurant, in the "fine dining" section, the sommelier can perform other activities such as: training other people to work in a restaurant and winery, organizing and conducting wine tours, working in a wine shop, writing about wine, as well as consultations with private individuals and wine bars.

The most general definition is that these are people who specialize in working with wine. However, even this is not the most accurate, because a good sommelier, in addition to wine, should have knowledge of alcoholic distillates, beer, cocktails, water, juices, coffee, tea and cigarettes (cigars) and their combination with food, as well as appropriate serving it.

As a new profession, sommelier is relatively little valorized in the tourism industry. However, where they are engaged, they carry a note of professionalism and positively affect the quality of the tourist offer.

**Keywords:** sommelier, tourism, service, wine tourism, wine.

## ЕКОНОМСКАТА ОДРЖЛИВОСТ НА УГОСТИТЕЛСКИОТ И ТУРИСТИЧКИОТ ОБЈЕКТ ПРЕКУ УЛОГАТА НА СОМЕЛИЕРОТ

**Владимир Китанов**

Универзитет “Гоце Делчев“, Штип, С. Македонија, vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

**Тања Ангелкова Петкова**

Универзитет “Гоце Делчев“, Штип, С. Македонија, tanja.angelkova@ugd.edu.mk

**Апстракт:** Многу мал број луѓе во Македонија знаат кој е всушност сомелиерот и што прави. Повеќето од оние кои слушнале за оваа професија ја поврзуваат со лозар, поточно со личност која истура вино во ресторан. Ова е делумно точно, бидејќи тоа е само една од должностите на сомелиерот. Покрај тоа што едноставно отвора шишиња и истура вино, тој е задолжен за креирање на список со вина, спојување на храна и вино, како и препорачување вино на гостинот, а сето тоа вклучува соработка со главниот готвач. Сепак, и покрај ова, грешка е да се мисли дека сомелиерот може да се најде само во рестораните, бидејќи тие не се исклучиво поврзани со угостителството, иако најчесто се наоѓаат таму.

Освен што работи во ресторан, во делот “фино јадење“, сомелиерот може да извршува и други активности како што се: обука на други луѓе за работа во ресторан и винарија, организирање и водење вински тури, работа во продавница за вино, пишување за вино, како и консултации со приватни лица и вински барови.

Најопштата дефиниција е дека станува збор за луѓе специјализирани за работа со вина. Сепак, дури и тоа не е најточно, бидејќи добар сомелиер, покрај вино, треба да има познавање и од алкохолни дестилати, пиво, коктели, вода, сокови, кафе, чај и цигари (пури) и нивно спојување со храната, како и соодветно послужување на истата.

Како нова професија, сомелиерот е релативно малку валоризиран во туристичката индустрија. Како и да е, таму каде што се ангажирани, тие носат нота на професионализам и позитивно влијаат на квалитетот на туристичката понуда.

**Клучни зборови:** сомелиер, туризам, услуга, вински туризам, вино.

### **1. СОМЕЛИЕРОТ ВО УГОСТИТЕЛСКО-ТУРИСТИЧКИ КАПАЦИТЕТИ**

Тие најчесто се појавуваат во угостителските-туристичките објекти, поточно во рестораните, пред се во финото јадење. Ова се ресторани каде услугата за вино е подигната на повисоко ниво. Некоје напишано правило е дека секоја маса има по еден келнер и еден асистент кои ја служат и тие најмногу се посветени само на неа, иако има отстапувања од ова правило. Персоналот е многу квалитетен, додека храната е врвна. Како што веќе споменавме, поради потрагата по ексклузивност, списокот со вина на овие ресторани е голем и полн со добри вина.

Меѓутоа, ако добрата храна е придружена со добро вино, но несоодветна за неа, уживањето ќе изостане. Љубовта кон виното не е доволна, потребна е добра усогласеност за вистинско задоволство. Ова е местото каде **сомелиерот** стапува на сцена. Тој треба да се погрижи за целосниот процес во кој виното од визбата стигнува до гостинот. И не само тоа, тој мора да стори се за гостинот да се чувствува пријатно, како со своето познавање на вината, така и со неговата личност.

### **2. СОМЕЛИЕРОТ ВО ЕНОТУРИЗМОТ**

Покрај со угостителството, сомелиерот е многу важен и во енотуризмот. Најголемите винарии во светот заработуваат огромни суми пари на оваа активност. На тој начин, покрај продажбата на билети за винаријата, тие ги продаваат и своите вина и го промовираат својот бренд. Поради подобра презентација на винаријата, професионална личност е повеќе од неопходна со цел да им се донесат вината што подобро на гостите.

Сомелиерите кои работат како водичи во винарските визби и винските тури мора да имаат совршено познавање на технологијата на виното, историјата на винарските визби и сите вина произведени во одредена винарија, така што на посетителите можат најдобро да им презентираат сè што ги интересира.

### **3. СОМЕЛИЕРОТ ВО ХОТЕЛСКАТА ИНДУСТРИЈА**

Сомелиерите во хотелската индустрија се првенствено поврзани со ресторанскиот дел од хотелот. Сепак, хотелот може да понуди и други погодности. Така, дегустациите на вино се многу популарни, каде што група луѓе пробуваат одреден број вина, сите придружени со сомелиер. Покрај ова, таканаречените вински хотели стануваат сè попопуларни во светот, каде што самиот објект се наоѓа на сред лозје, а на овој начин гостите имаат многу поблиска слика за самото вино. За сето ова се потребни луѓе кои ќе водат групи гости и ќе им објаснат што ги интересира.

### **4. СОМЕЛИЕРОТ НА ЈАХТА-ТУРИЗАМ**

Во време кога сè поголем број луѓе во светот имаат огромни суми пари, побарувачката за сомелиер на јахти се зголемува. Сопствениците на јахти не жалат за парите да уживаат и да научат што е можно повеќе за виното, а тука улогата на сомелиерот е повеќе од неопходна.

### **5. СОМЕЛИЕРОТ НАДВОР ОД ТУРИЗМОТ**

Покрај туризмот, сомелиерот има и други улоги и начини за промовирање на виното. Можеби најважни од сите се сомелиерите кои се занимаваат со вино во пишаниот збор. Тука можеме да направиме груба поделба меѓу научниците и критичарите. Првите пишуваат воопшто за вино, региони, видови грозје, стилови на вино, нови трендови и промени во винскиот свет. Додека последните обично го даваат својот субјективен впечаток за специфични вина и ги проценуваат секоја година. Најдалеку во ова отиде Роберт Паркер, чии оценки со нетрпение се очекуваат и неговите 100 поени за вино добиваат огромни цифри. Овие сомелиери треба да бидат најпатени. Сомелиерите кои работат во продавници за вино, исто така, треба да знаат многу. Тие треба да ги знаат основните информации за секое вино што е на полицата за да можат да му понудат на потенцијалниот купувач точно она што го сака.

Сомелиерите кои работат како консултанти при отворање ресторани и барови, пред сè мора да имаат долгогодишно искуство во угостителството и завидно искуство со цел да ги исполнат сите барања и да го постават угостителскиот објект на вистинскиот пат. Од нив може да се побара сè, од правење список со вина и наоѓање снабдувач до обука на персонал. Покрај широко познавање на вино, тие се принудени добро да ги познаваат и другите алкохолни пијалоци.

Во последно време, особено во повисоките класи на општеството, актуелно е да се ангажираат сомелиери за приватни колекции на вино. Тие помагаат пред сè при изборот на вина, совети за тоа кои вина да се отворат, начини на складирање. Покрај обемното знаење, тие мора да го познаваат добро и вкусот на лицето кое ќе го конзумира тоа вино.

На крајот, останата сомелиери-предавачи. Тие првенствено се занимаваат со едукација на нови сомелиери, но и други кои сакаат да дознаат повеќе за виното.

## 6. ЕНОТУРИЗАМ

Енотуризам или вински туризам се однесува на туризам кој вклучува дегустации, вински тури и купување вино во винарските визби. Додека повеќето видови туризам се првенствено пасивни, единствениот туризам се заснова на посети на винарии, дегустација на вино, прошетки по лозје, па дури и учество во бербата, што го класифицира како активен вид туризам. Овој вид туризам е многу распространет во многу светски вински региони. Покрај тоа што ви овозможува да научите и да уживате во вино, ова е одличен начин да ги запознаете различните култури, луѓе и обичаи преку патувања. Во региони кои произведуваат вино со векови, тоа е многу вкоренето во културата и обичаите на населението. Ова ги прави интересни за посетителите и ова е една од причините зошто енотуризмот е популарен во светот.

За енолозите, енотуризмот е начин за подобро разбирање на територијата. Кога ќе поминете неколку дена во истиот регион, да ги пробате вината од тој регион, но и храна, да разговарате со производителите, многу подобро ќе ги разберете вината од тој регион. Винскиот туризам е во пораст, така што во 2008 година приходот од него беше 2,5 милијарди евра, додека бројот на гости е околу 5 милиони. Сепак, се верува дека енотуризмот во моментов работи со 20% од неговите капацитети. Овој вид туризам е најраспространет во САД, поточно во долината Напа. Не застануваат Шпанија, Франција, Италија, но и земјите од Новиот свет.

## 7. УЛОГАТА НА СОМЕЛИЕРОТ ВО ЕНОТУРИЗМОТ

Сомелиерот има големо влијание во енотуризмот и многу работи зависат од него. Луѓето кои се одлучуваат да ги посетат винарските визби првенствено сакаат вино и сакаат да научат што е можно повеќе за тоа. На него останува да го приближи целиот свет на вино до гостите, почнувајќи од лозјето, па сè до шишето.

Тој мора да има огромно познавање на лозјето или дури и на целиот регион каде што се реализира посетата заради енотуризам. Покрај тоа, тој мора да знае како да им донесе сè што е можно поблиску на посетителите и да им обезбеди одговор на секое нивно прашање. Она што е исто така потребно е да се знаат основите на спарување на вино и храна. Доколку добро ја заврши својата работа, покрај задоволството на задоволните гости, тој ќе го подобри брендот на винаријата или регионот и со тоа ќе доведе до поголема продажба на вино.

## 8. ПАЗАРОТ НА ВИНО И УЛОГАТА НА СОМЕЛИЕРОТ ВО НЕГО

Сомелиер може да игра многу голема улога на пазарот на вино, и тука ќе зборуваме за начините на кои тој може да влијае на тоа. Заради обемот на темата, нема да се занимаваме со целосниот пазар, туку пред сè со оние делови во кои сомелиерот може да има решавачко влијание.

## 9. УЛОГАТА НА СОМЕЛИЕРОТ ВО ПОБАРУВАЧКАТА И ПОТРОШУВАЧКАТА НА ВИНО

Побарувачката е задоволување на потребите на потрошувачите за одредени производи, а резултатот е понудата на пазарот. Главниот фактор во побарувачката за вино е потрошувачот, кој не треба да се меша со клиентот. Имено, клиентот го купува производот за сопствени или потреби на друго лице, додека потрошувачот го троши производот.

За да се разберат причините за купување производ, мора да се знае процесот на донесување одлуки при купувањето. Се одвива во неколку фази:

- Перцепција на проблемот: потрошувачот ја согледува потребата, го дефинира својот проблем и размислува да може да го реши. Ова започна процес на донесување одлука за купување.
- Пребарување информации: потрошувачот го истражува пазарот на вино, бара информации за квалитетот, цената, годината на бербата ...
- Евалуација на алтернативите: потенцијален купувач наоѓа неколку понуди од различни производители и ги проценува (споредува).
- Одлука за набавка: е последица на анализата и евалуацијата од претходната фаза.
- Донесување по купувањето: потрошувачот го проценува производот во процесот на потрошувачка. Тоа зависи од тоа дали ќе му остане верен.

Улогата на сомелиерот, не само во угостителско - туристички објект, туку и во други туристички активности е да им помага на потрошувачите во сите овие фази. Како прво, тој може да предложи потенцијален потрошувач да одлучи да купи вино, на пример со вечера во ресторан. Потоа, како личност со големо знаење, тој ќе ги сподели сите информации за одредено вино со потенцијален потрошувач, а подоцна ќе ги анализира и спореди со други вина. Конечно, кога ќе ги добие сите потребни информации, потенцијалниот

потрошувач се одредува за производот. Ова донесување одлуки може да биде независно, но исто така придружено со сомелиерот. Тој може да препорача вино или да му помогне на некое лице да го избере, врз основа на неговите преференции, но ние никогаш не смееме да наметнуваме вино. На крајот, во зависност од тоа колку бил добар сомелиерот, потрошувачот може да стане лојален. Овде гледаме колку е важен сомелиерот при афирмација на вино.

#### **10. ПОЗИТИВНО ВЛИЈАНИЕ НА СОМЕЛИЕРИТЕ ВО РАЗВОЈОТ НА ТУРИСТИЧКАТА ПОНУДА РЕЛАТИВНИТЕ НЕПОТРОШУВАЧИ НА ВИНО**

Постојат четири вида потрошувачи на вино. Првите се таканаречените вистински потрошувачи, оние кои купуваат само една марка. Вториот вид се потрошувачи на конкуренција, поточно оние кои сакаат да купуваат различни вина и не се врзани за една марка. Третиот вид се релативни непотрошувачи, кои поради некоја причина во моментот не купуваат вино, додека четвртиот тип се апсолутни потрошувачи, односно тоа е група на луѓе кои не купуваат вино и нема начин како да ги убедат да започнат со купување. Од гледна точка на сомелиерот, единствениот интересен вид е третиот, поточно оние лица кои треба да бидат поттикнати да конзумираат вино. Причините зошто релативните потрошувачи не се потрошувачи на вино, можат да бидат многубројни, овде станува збор само за оние каде сомелиерот може директно да влијае. Можеби најголемата причина е слабата информација на потрошувачите за виното. Бидејќи не се доволно информирани, тие не знаат за одредени марки вино. Исто така, тие не ги знаат основните карактеристики, квалитетот и цената, воопшто се плашат да пробаат одредено вино. Тука, сомелиерот има решавачко влијание, затоа што треба да открие каков е вкусот на луѓето, што сакаат да јадат и пијат, и на тој начин да им понуди соодветно вино.

Во случај сомелиерот да биде успешен, потрошувачот ќе се пресели во една од првите две групи. Ниската куповна моќ на потрошувачите е уште еден многу важен фактор. Сепак, има голем број вина кои спаѓаат во категоријата ниска цена, а нивниот квалитет е повисок од сегашната цена. Ова се работи што добриот сомелиер мора да ги знае и еден од начините да се афирмира виното. Потрошувачите не знаат доволно за виното, неговите основни карактеристики, перформанси, својства ... тука може да помогне дегустација на вино, каде под водство на сомелиер, потенцијалните потрошувачи ќе пробаат одреден број вина и ќе поставуваат прашања на кои ќе добијат одговори и со тоа ќе се доближат до виното. Или самото образование може да биде чекор напред. Забележлив е традиционализмот во потрошувачката, поточно, немаат навика потрошувачите да купуваат вино. Ова е местото каде сомелиерот влегува на сцена, а тоа првенствено се однесува на угостителската индустрија- туристички објект.

Покрај причините зошто одредено вино би одговарало на храната што ја јадат, тој треба да ги убеди да нарачаат и вино и на тој начин да станат потрошувачи. Слична работа се случува ако потрошувачите се откажат од купување вино поради неколку лоши искуства. Откако ќе соберат информации зошто не ги сакале претходните вина, на сомелиерот останува да им понуди вина што ќе одговараат на нивниот вкус. Гледаме дека една од главните причини е високата цена. Такво нешто е сосема нормално, бидејќи цената во угостителските и туристичките објекти е три до пет пати повисока од набавната цена. Сепак, во рестораните има цени на вино што се прифатливи за гостинот, а на сомелиерот е да најде такво вино и да го убеди потрошувачот дека економскиот елемент не мора да биде клучен во квалитетот на виното. Што се однесува до понудата на вино во рестораните, тоа треба да биде директна одговорност на сомелиерот. Доколку добие „одврзани“ раце од работодавачот при составувањето на списокот, тој е најодговорен за лошата понуда на вино. Некои ресторани одлучуваат странските вина да бидат многу доминантни на списокот со вино, што е прифатливо од една страна, бидејќи квалитетот сепак се издвојува пред домашниот. Сепак, бидејќи локалните и домашните вина се многу популарни во најголемите ресторани во светот, угостителите и сомелиерите ќе мораат да стават поголем процент од домашните вина на списокот со вина.

#### **11. ВАЖНОСТА НА СОМЕЛИЕРОТ ЗА ЕКОНОМСКАТА ОДРЖЛИВОСТ НА УГОСТИТЕЛСКИОТ И ТУРИСТИЧКИОТ ОБЈЕКТ**

Економската одржливост се заснова на здрав и економски ефикасен развој, што значи оптимално управување со ресурсите на начин на кој идните генерации можат да ги користат. Во туризмот, тој е компатибилен со еколошките и социо-културните принципи на одржливост.

Сомелиерот како личност која може да влијае на економската ефикасност на туристички објект, може да биде еден од најважните сервиси на економската одржливост на угостителско - туристички објект. Доколку се постави на здрави принципи, овој објект може да го користат идните генерации, бидејќи ресурсите што ги користи, а тоа е вино, се обновуваат. Сепак, само сомелиерот не е доволен, бидејќи економската одржливост мора да ја градат сите учесници во процесот што завршува откако виното ќе се отвори на трpezата.

Почнувајќи од енологот, преку производителот, потоа сомелиерот, работодавачот и конечно потрошувачот, сите тие се еден синџир што ја поттикнува економската одржливост, бидејќи без барем една алка по ред, приказната не би била иста. Во триаголникот на одржливост помеѓу општеството, животната средина и економијата, сомелиерот ја подигнува економската одржливост на повисоко ниво. Од социјална гледна точка, факторот пари е исклучително важен во денешниот свет и рековме дека сомелиерот може да доведе до поголем профит. Околината останува непроменета, бидејќи не ја нарушува рамнотежата во природата. Затоа, ова е многу позитивно занимање кога ќе ги видите предностите на нејзината валоризација.

#### **КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА**

- Китанов, В., & Методијески, Д. (2020). Вински туризам. Штип: УГД
- Методијески, Д., Филипоски, О., Тодоровиќ, Е., Талеска, М., Мичев, Г., & Димовски, Ч. (2019). Водич за вински туризам во Република Северна Македонија. Скопје: Министерство за економија.
- Мичев, Г., & Методијески, Д. (2018). Сомелиерство. Штип: УГД.
- Ташков, Н., Димитров, Н., & Методијески, Д. (2016). Водич за препознатливите производи, локалитети, објекти и настани во Македонија. Скопје: АППТРМ.
- Anderson, K., Neglen, S., & Pinilla, S. (2017). Global wine markets 1860 to 2016: a statistical compendium. Adelaide: The University of Adelaide Press.
- Bordiga, M. (2016). Valorization of wine making by-products. Boca Raton: CRC Press.
- Bruwer, J. (2003). South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product. *Tourism Management*, 24, pp. 423-435.
- Dougherty, P. (2012). *The Geography of Wine: Regions, Terroir and Techniques*. New York: Springer.
- Flint, D., Signori, P., & Golicic, S. (2016). *Contemporary Wine Marketing and Supply Chain Management*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Gilinsky, A. (2015). *Crafting Sustainable Wine Businesses: Concepts and Cases*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Jackson, R. (2014). *Wine Science: Principles and applications*. San Diego: Academic Press.
- MacNeil, K. (2015.) *The Wine Bible*. New York: Workman Publishing.