

JAUNA GASTRONOMISKĀ TŪRISMA PRODUKTA IZSTRĀDE KĀRSAVAS NOVADĀ *DEVELOPMENT OF A NEW GASTRONOMIC TOURISM PRODUCT IN KARSAVA DISTRICT*

Lauma Nagle

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, lauma.nagle@inbox.lv, Rēzekne, Latvija

Zinātniskā vadītāja: *Iveta Dembovska Mg. oec. lektore*

Abstract. *In the research author developed a new gastronomic tourism product in Karsava district, which is intended to be implemented in the bakery „Dzīles”.*

Gastronomic tourism service providers, working in the gastronomic tourism industry, hopes for active demand and people's interest in the provided products and services. That means that there must be a wide and unique offer of products and services. The aim of the research is to explore the theoretical aspects of gastronomic tourism and to develop a new gastronomic tourism product in Karsava district. In the research are being studied gastronomic tourism concepts, essence and significance in the development of the local economy, gastronomic tourism products offer in Karsava district. Author developed a new gastronomic product – culinary master classes – in bakery „Dzīles” in the Karsava district. Methods used in the research: sociological research method (interview); data processing method – forecasting method (planned income from culinary master classes).

Keywords: *culinary heritage, culinary master classes, gastronomy, gastronomic tourism, tourism.*

Ievads

Latviešiem patīk gardi un sātīgi paēst, kā arī iedzert pamatīgu alus malku. Līdzīgs (ne)tikums piemīt arī citām tautām, tādēļ nav nekāds brīnums, ka tā sauktais gastronomiskais tūrisms plaukst un zeļ (*Šahs, 2006.*). Ēdiens ir ceļotāja vitāla pamatvajadzība, tāpēc arī ēdināšana ir viens no tūrisma nozares neiztrūkstošiem un galvenajiem piedāvājuma elementiem. Katra valsts savus viesus cenšas pārsteigt un nacionālie ēdieni ir viens no veidiem, kā to izdarīt, papildus sniedzot jaunu pieredzi tūristam, vienlaikus apmierinot viņa vēlmes, vajadzības un ziņkārtību, jo ēdiens ir viens no spēcīgākajiem vilinājumiem, viena no spēcīgākajām baudām līdztekus kultūrvēsturiskajiem pieminekļiem, dabas objektiem un piedzīvojumiem (*Silicka, Dembovska, 2014., 152.lpp.*). Autore piekrīt I. Silickas un I. Dembovskas teiktajam, jo mūsdienās ceļotāji ēdināšanas sfērā saskata ne tikai vajadzību pēc maltītes ieturēšanas, bet arī pēc gastronomiska un estētiska apmierinājuma. Temata aktualitāti pastiprina arī fakts, kas ir minēts Starptautiskās tūrisma organizācijas ziņojumā: kā būtiska vēstures, tradīciju un identitātes sastāvdaļa, gastronomija ir arī kļuvusi par galveno motivāciju apmeklēt kādu galamērķi (*World Tourism Organization, 2017*). Pētījumā tiek pielietotas sekojošas metodes: socioloģisko pētījumu metode (intervija) un datu apstrādes metode (prognozēšanas metode) – plānotie ienākumi no kulinārajām meistarklasēm. Pētījuma mērķis ir izpētīt gastronomiskā tūrisma teorētiskos aspektus un izstrādāt jaunu gastronomiskā tūrisma produktu Kārsavas novadā. Pētījuma uzdevumi:

1. Izpētīt gastronomiskā tūrisma produkta teorētiskos aspektus un gastronomiskā tūrisma piedāvājumu Kārsavas novadā.
2. Izstrādāt kulināro meistarklašu programmu maiznīcai „Dzīles”.
3. Veikt secinājumus un izstrādāt priekšlikumus jauna gastronomiskā tūrisma produkta izveidošanā un popularizēšanā.

Pētījuma periods ir 2018.gads, prognozes tiek veiktas par 2019.gadu. Mērķa realizācija ir veiksmīga, jo autorei tiek piedāvāts plašs informācijas apjoms gan no zinātniskās literatūras, gan no maiznīcas „Dzīles” saimnieces.

Gastronomiskā tūrisma produkta būtība

Latgalē arvien populārākās kļūst lauku tūrisma mītnes, kuras sniedz ne tikai nakšņošanas pakalpojumus, bet arī ēdināšanas pakalpojumus. Ēdināšana kā pakalpojums ir ļoti

svarīgs Lauku Tūrisma piedāvājumā, tas ir ļoti pieprasīts no klientiem, tāpēc ēdināšana kā pakalpojums ir jāatbalsta lauku mājās, īpaši jāveicina seno recepšu un ēdienu pagatavošanu veidus un zināšanas, tradicionālos latviešu ēdienus (*Lauku ceļotājs, 2005.*). Īpašu Latgales ēdienu baudīšanas iekļaušana tūrisma piedāvājumā var sekmēt reģiona tūrisma piedāvājuma dažādošanu, oriģinalitāti un līdz ar to arī reģiona tūrisma piedāvājumu konkurētspēju. Lauku mājas kā tūrisma produktu var veidot arī meistarklases dažādām mērķauditorijām, kuras interesē ēdienu gatavošana, dažādas nacionālās virtuves, tostarp latgaliešu tradicionālā ēšanas kultūra (*Silicka, Dembovska, 2014., 168.lpp.*). Autori Z. Hussain, J. Lema, J. Agrusa uzsver, ka pārtikas produkti bieži tiek izmantoti galamērķa zīmola veidošanā, pārtika tiek izmantota kā konkurētspējas instruments un, kad tas ir stratēģiski attīstīts valsts vai vietējā līmenī, tas sniedz potenciālu, lai uzlabotu apmeklētāju pieredzi (*Hussain, Lema, Agrusa, 2012*). Tūrisma uzņēmumi, it īpaši, lauku/viesu mājas savā darbībā – uzsver savu kulināro mantojumu, ekoloģisko produkciju, u.tml.

Tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošajā vārdnīcā „gastronomiskais tūrisms” tiek skaidrots kā tūrisma veids, kam galvenais ceļojuma nolūks ir nacionālās virtuves un augstas kvalitātes pārtikas produktu un dzērienu, augstas kvalitātes pavāru pagatavoto ēdienu baudīšana. Gastronomiskais tūrisms ir kultūras tūrisma sastāvdaļa un orientēts uz gardēžiem. Gastronomiskais tūrisms parasti tiek organizēts vēsturiskos un etnogrāfiskos novados, kur tiek koptas vietējās sadzīves un kultūras tradīcijas (*Latvijas Zinātņu akadēmijas Terminoloģijas komisija, 2017.*). M.E. Coppola rakstā tiek izteikts viedoklis par to, ka gastronomiskais tūrisms ietver jebkādu tūrisma pieredzi, kurā cilvēks uzzina, novērtē, patērē, - un droši var teikt, - nododas pārtikai un dzērieniem, kas atspoguļo konkrētas vietas vietējo virtuvi, mantojumu vai kultūru. Kulinārijas tūristus interesē ne tikai ēdiens, ko viņi bauda (kas, protams, ir iegādāts vietējā tirgū), bet arī tūristi vēlas uzzināt vairāk par ēdiena vēsturi, tā ražošanu un „ceļojumu” līdz pat šķīvim (*Coppola, 2016*). Ar šo autore vēlas uzsvērt to, ka tieši šeit parādās gastronomiskā tūrisma būtība – gastronomiskais tūrisms kļūst par reģiona identitātes noteicošo raksturīgo pazīmi.

Produkts ir jebkas, ko var piedāvāt tirgum, tādējādi apmierinot klientu vajadzības, vēlmes un prasības. Produkts nav tikai prece, tas var būt arī pakalpojums, pasākums, cilvēks, vieta, organizācija, ideja vai šo visu apkopojums (*Eglāja, 2012.*). Savukārt jauns produkts – tas ir produkts, kas pastāv samērā neilgi, tāds, kas radies, veidojies tikko vai nesen. Tā kā autore ir izvēlējusies izveidot jaunu gastronomiskā tūrisma produktu – gadskārtu ēdienu pagatavošanas meistarklases -, ir nozīmīgi arī zināt un izprast to, kas ir ēdienu pagatavošanas meistarklases, kāda ir to nozīme sabiedrībā un kāds ir meistarklašu iedalījums. Meistarklases ir privātas, šefpavāra vadītas, praktiskas mācību programmas, kurās dalībnieki mācās gatavot attiecīgajā ēdienkartē norādītos ēdienus (*Viesistaba, 2017.*). Ēdienu gatavošanas meistarklases Latvijā ir jauns pasākumu kopums, taču šī nodarbe jau ir ieguvusi diezgan lielu popularitāti Rīgā, tās apkaimē un dažādās muižās. Šefpavārs F. Bonanno uzsver, ka meistarklases ir jautrs veids, kā mijiedarboties ar saviem viesiem un darīt kaut ko jautru un atšķirīgu. Tātad meistarklases būs ne tikai jautrs un vienojošs pasākums ģimenēm, darba biedriem un dažādām kompānijām, bet arī veids, ka šefpavārs/pavārs/saimnieks var nostiprināt attiecības ar apmeklētājiem un paplašināt interesentu loku.

Meistarklases – jauns gastronomiskā tūrisma produkts Kārsavas novadā

Kārsavas novadā ir 5 pārtikas amatnieki, pastāv 2 tematiskie ciemi, ir pieejami 4 ēdināšanas pakalpojumu sniedzēji un aktīvi darbojas 5 apskates lauku saimniecības. Jaunais gastronomiskā tūrisma produkts Kārsavas novadā – meistarklases maiznīcā „Dzīles” iekļautu ne tikai izzinošu un interesantu ēdiena pagatavošanas meistarklasi saimnieces A. Barsukovas vadībā, bet arī interesantus stāstus par senču tradīcijām un vērtībām. Šī meistarklase iemācītu tūristus un citus interesentus izrotāt savu šķīvi, priecēt acis, lutināt vēderus un smelties gudrības par senču tikumiem.

Maiznīca „Dzīles” atrodas pašā Latvijas – Krievijas pierobežā. Kārsavas novadā, mazā ciematiņā Malnavā aktīvi darbojas saimniece A. Barsukova, kura ir atvērusi savu maiznīcu ar mērķi saglabāt senču tradīcijas un iepazīstināt ar jaunu garšu pasauli. Maiznīca „Dzīles” ir vieta, kur atrodamas 3 vērtīgas lietas – maize, konditoreja un Latgales virtuve. Autore uzskata, ka šī būtu atbilstoša vieta, kur izveidot un realizēt jaunu gastronomiskā tūrisma produktu, tāpēc, ka cilvēki tiecas iepazīt un saglabāt senču tradīcijas, arvien lielāku popularitāti iegūst vietējie mājražotāju produkti, tas viss komplektā ar lauku idilli veido miera oāzi, kas piesaista tūristus, it īpaši no lielām pilsētām un ārzemēm.

Maiznīcā „Dzīles” visi pasākumi, tai skaitā „Suprātkys”, notiek atbilstoši gadskārtām. Arī jauna gastronomiskā tūrisma produkts ir izveidots atbilstoši gadskārtām. Gadskārta ir Saules gada sevišķu notikumu secīgums, kas ar nemainīgu noteiktību atkārtojas katru gadu (*Pelūde, Duka, 2009., 5.lpp.*). Lai saglabātu gadskārtu tradīcijas un zināšanas par gadskārtām un „laikiem”, cilvēkiem, kas pārzin šo jomu ir jāstāsta un jādalās ar zināšanām ar jauniešiem, jāriko dažādi pasākumi, kas izceltu gadskārtu būtību un ieinteresētu jauniešu saglabāt senās tradīcijas un vērtības.

1. tabula

Kulināro meistarklašu saraksts maiznīcā „Dzīles” (autores veidota)

Kulinārās meistarklases nosaukums	Pagatavojamie ēdieni	Dalībnieku skaits	Viena dalībnieka dalības maksa, EUR
Lieldienu kulinārā meistarklase	1. Mīkstie kartupeļu plācenīši. 2. Maltās gaļas un pupiņu sautējums. 3. Lieldienu knēdeļi.	10 - 20	40
Ūsiņu kulinārā meistarklase	1. Karstās burkānu maizītes. 2. Cūkas stilbiņi skābētos kāpostos. 3. Rupjmaizes zupa.	10 – 20	45
Jāņu kulinārā meistarklase	1. Jāņu siers. 2. Jaunie kartupeliši folijā. 3. Rupjmaizes un rabarberu sacepums.	10 – 20	35
Māras kulinārā meistarklase	1. Vārītie speķa rauši. 2. Krāsni cepti kartupeļi mundierī ar zaļumu sviestu un biezpienu. 3. „Riņķīši”.	10 – 20	30
Miķeļu kulinārā meistarklase	1. Karstie siera grauzdiņi. 2. Cepts cūkas stilbiņš. 3. Ābolu pūtelis.	10 – 20	45
Mārtiņu kulinārā meistarklase	1. Baltais siers. 2. Vistas cepetis. 3. Cepti āboli.	10 – 20	45
Ziemassvētku kulinārā meistarklase	1. Taukšķēti zirņi un speķa pīrāgi. 2. Karbonāde ar sautētiem skābētiem kāpostiem. 3. Cepti āboli ar putukrējumu.	10 – 20	50
Meteņu kulinārā meistarklase	1. Grauzdētas maizītes ar kaņepju sviestu. 2. Kāpostu tīteņi. 3. Skābā krējuma kūka.	10 - 20	40

Jaunais produkts – kulinārās meistarklases ir izveidots atbilstoši latviešu gadskārtām, katrā gadskārtā tiek pagatavoti 3 ēdieni, vienā kulinārajā meistarklasē var piedalīties no 10 līdz 20 cilvēkiem. Viena pasākuma kopējais ilgums ir aptuveni 4 – 5 stundas.

Pēc 1. tabulas var secināt to, ka latviešiem ir dažādas gadskārtas, katrai no tām ir savas paražas un tradicionālie ēdieni. Pat gadalaikā, kad senčiem (zemniekiem) bija visnabadzīgākais laiks (kad jaunā raža vēl nebija ievākta un pagājušā gada krājumi jau bija iztukšoti) svētku galdi tāpat bija pilni. Katra meistarklase sākas ar viesu sagaidīšanu, pasniedzot tiem 2 veidu uzkodas un gadskārtām raksturīgus dzērienus (olu liķieris, „gogelmogelis”, olu alus, medus limonāde,

rūgušpiens ar zemeņu ievārījumu, ābolu kvass, „miestiņš”, „Ziemassvētku punšs”, miežu ūdens). Tad notiek sagatavošanās darbam – tiek izdalīti nepieciešamie virtuves piederumi un izskaidrota pasākuma programma, kā arī novadīta drošības instruktāža. Turpinājumā seko ēdienu pagatavošana un vakariņu baudīšana.

Lai autore veiksmīgi varētu izstrādāt visas kulinārās meistarklases un to detaļas, autore intervēja maiznīcas „Dzīles” saimnieci A. Barsukovu. Intervija sastāv no 15 jautājumiem, uz kuriem tika saņemtas visas nepieciešamās atbildes. Tāpat autore darbā izmantoja prognozēšanas metodes, kad tika prognozēts gan apmeklētāju skaits kulinārajām meistarklasēm, gan kulināro meistarklašu ienākumi un izdevumi.

Secinājumi un priekšlikumi

1. Neskatoties uz to, ka gastronomiskais tūrisms Latvijā ir neizpētīts darbības lauks, gastronomiskais tūrisms un tā produkti kļūst par reģiona identitātes noteicošo raksturīgo pazīmi, to nosaka ne tikai Latvijas iedzīvotāju un tūristu interese par Latvijas tradicionālajiem ēdieniem un aktivitātēm, bet arī atbilstoši tēmai grāmatu izdošana, meistarklašu rīkošana, u.c. pasākumi.
2. Latvijas pārtikas ražotājiem (un mājražotājiem) un ēdināšanas uzņēmumu vadītājiem sadarbībā ar Latvijas novadu pašvaldībām ir jāorganizē tādi pasākumi kā „Rīga Street Food Festival”, lai iepazīstinātu Latvijas iedzīvotājus ar gastronomijas tūrisma produktu niansēm un būtību, tādā veidā radot Latvijas iedzīvotājos interesi piedalīties gastronomiskā tūrisma produktu attīstībā un popularizēšanā.-
3. Kārsavas novadā visvairāk gastronomiskā tūrisma produkti un pakalpojumi tiek sniegti Malnavas pagastā, kā arī aktīva gastronomiskā tūrisma produktu un vērtību saglabātāja, attīstītāja un popularizētāja ir saimniece A. Barsukova, kura darbojas gan kā pārtikas amatnieks, gan kā tematiskā ciema saimniece, gan kā apskates lauku saimniecības īpašniece.
4. Maiznīca „Dzīles” ir atbilstoša vieta, kur izveidot un realizēt jaunu gastronomiskā tūrisma produktu, jo šajā maiznīcā darbojas apņēmīga saimniece A. Barsukova, kura spēj saglabāt un popularizēt senās tradīcijas un senču vērtības, kas ir ļoti svarīgi jaunā gastronomiskā tūrisma produkta realizēšanā un īstenošanā.
5. Kārsavas novada iedzīvotājiem ir jāattīsta un jāsaglabā savas tradīcijas, senās receptes un senču mantojumu, gan piedaloties dažādos pasākumos, kas tiek rīkoti gan Kārsavas novadā, gan Latvijas robežās un ārpus tām, gan izveidojot savus uzņēmumus un produktus, kas ir saistīti ar tūrismu, lai ne tikai saglabātu savas tautas un zemes vērtības, bet arī gūtu materiālu labumu un uzlabotu ekonomisko situāciju novadā un valstī.
6. Kulinārās meistarklases ir jauns gastronomiskā tūrisma produkts Latvijā, taču neskatoties uz to, kulinārās meistarklases tiek aktīvi rīkotas un popularizētas Rīgā, kā arī dažādās Latvijas muižās.
7. Latvijas ēdināšanas uzņēmumu vadītājiem kopā ar pavāriem ir jārīko dažādas tematiskās kulinārās meistarklases, kas būtu īpašas un raksturīgas tikai konkrētajam uzņēmumam, lai piesaistītu apmeklētājus, ieinteresētu apmeklētājus gastronomiskajā tūrismā un gūtu papildus ienākumus.

Izmantotā literatūra un avoti

1. Coppola, M., E. (October 28, 2016). *Food, tourism, and culture: the keys to success of a global trend*, Retrieved 28.11.2017 from <https://www.treksoft.com/en/blog/food-tourism-culture-keys-success-global-trend>
2. Eglāja, I. (2012., 22. okt.). *Mārketings*. http://www.vatp.lv/sites/default/files/7.lekcija_marketings_2012.pdf, sk. 17.04.2018.
3. Hussain, Z., Lema, J., Agrusa, J. (2012). Enhancing the cultural tourism experience through gastronomy in the Maldives. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, vol. 5(2), pp. 71-84 Retrieved 20.11.2017 from <http://web.b.ebscohost.com>
4. Latvijas Zinātņu akadēmijas Terminoloģijas komisija (2017). *Gastronomiskais tūrisms*. <http://termini.lza.lv/term.php?term=gastronomiskais%20%C5%ABrisms&list=gastronomiskais%20%C5%ABrisms&lang=LV>, sk. 20.11.2017.

5. Lauku ceļotājs (2005.). *Lauku tūrisma mītne kā pārtikas aprites uzņēmums*. Rīga: „Lauku ceļotājs”, 28 lpp.
6. Pelūde, I., Duka, V. (2009). *Gadskārtu ēdieni. Latviskas receptes visam gadam*. Rīga: Apgāds Zvaigzne ABC. 144 lpp.
7. Silicka, I., Dembovska, I. (2014.). Gastronomiskā tūrisma piedāvājuma izpēte un analīze Latgales reģionā. *Latgales tautsaimniecības pētījumi*. Rēzekne: RA Izdevniecība, 152. – 170. lpp.
8. Šahs, R. (2006., 25.febr.). *Gastronomiskais tūrisms Latvijā*. <http://apollo.tvnet.lv/zinas/gastronomiskais-turisms-latvija/327081>, sk. 03.11.2017.
9. Viesistaba (2017). *Šefpavāra meistarklase*. <https://viesistaba.lv/sefpavara-meistarklase>, sk. 10.04.2018.
10. World Tourism Organization (2017). *2nd UNWTO Report on Gastronomy Tourism: sustainability and gastronomy*. Retrieved 16.11.2017 from <https://media.unwto.org/press-release/2017-05-17/2nd-unwto-report-gastronomy-tourism-sustainability-and-gastronomy>

Summary

Defining the problem, the author consider, that gastronomic tourism providers working in the gastronomic tourism industry, hopes for active demand and people's interest in the provided products and services. That means that there must be a wide and unique offer of products and services. So the main aim and task of gastronomic tourism providers is to satisfy customer needs and wishes. **The aim** of the research is the research is to explore the theoretical aspects of gastronomic tourism and to develop a new gastronomic tourism product in Karsava district.

The tasks of the research:

1. Explore the theoretical aspects of gastronomic tourism product and the offer of gastronomic tourism products in Karsava district.
2. Develop a new gastronomic product – a culinary master classes program for the bakery “Dzīles”.
3. Make conclusions and develop proposals for the creation and promotion of a new gastronomic tourism product.

Hypothesis of the research: If Karsavas district gastronomic tourism service providers improve and popularize their offerings, then there are not only opportunities for increasing the number of tourists, but also the promotion of the region's tourism product offerings, its originality and the competitiveness of tourism offers – the hypothesis has been confirmed during research work, because of the development and implementation of culinary master classes, bakery “Dzīles” attract tourists, tourism products become more competitive and the region's tourism product offer range supplemented.

Methods used in the research: sociological research method (interview); data processing method – forecasting method (planned income from culinary master classes).

Novelty of the research: In Karsava district has been created a new gastronomic tourism product. So far, has been researched gastronomic tourism offer in Karsava district, in general in Latvia and in certain regions of Latvia, as well as the role of local food products in gastronomic tourism.