

# OPORTUNITATEA DEZVOLTĂRII TURISMULUI GASTRONOMIC ÎN ASIA

## THE OPPORTUNITY OF DEVELOPMENT THE GASTRONOMIC TOURISM IN ASIA

DOI: 10.5281/zenodo.3707636

CZU: 338.48:641.5(5)

**Alexandru GRIBINCEA,**  
*doctor habilitat, profesor universitar,*  
**Universitatea Liberă Internațională din Moldova**

**Han HO JIN,**  
*director al Centrului de*  
**Limbă și Cultură Coreeană Se Jong,**  
**Universitatea Liberă Internațională din Moldova**

### SUMMARY

*Like the East itself, its cuisine is renowned for its mystery, exoticism and spicy products. The cuisine is full of mysteries, secrets and long traditions of the mysterious China, festive Japan, colorful Korea and many other countries in the East. This cuisine has incorporated centuries-old traditions of hospitality from the eastern countries, to which it owes its brilliant variety of tastes. The essential features of Oriental cuisine is the use of an abundant variety of herbs and spices, all kinds of spicy sauces, meat cooked in various ways on fire, wonderful sweets and delicious pastries. The traditions of oriental cuisine are largely determined by the climate, the geographical location of the countries in which it is inherent and the temperament of the people who inhabit them. The cuisine differ from each other, which makes them enigmatic, interesting and obtrusive to tourist destinations. The purpose of the investigation is to estimate the specificity of these cuisines in the area and to determine the opportunities for tourism products development. Detecting these gastronomic features and would allows other countries to attract tourists.*

**Keywords:** products, traditions, tourism, gourmet tourism, culinary traditions, Japanese, Korean, Chinese cuisine.

### REZUMAT

*La fel ca însuși Orientul, bucătăria sa este renumită pentru misterul său, exotismul și produsele picante. Bucătăria este plină de mistere, secretele și tradițiile îndelungate ale misterioasei Chine, Japoniei festive, Coreei multicolore și ale multor altor țări din Est. Această bucătărie a încorporat tradiții vechi de secole de ospitalitate din țările de est, cărora le datorează varietatea strălucitoare de gusturi. Caracteristicile esențiale ale bucătăriei orientale este utilizarea unei varietăți abundente de ierburi și mirodenii, tot felul de sosuri picante, carne gătită în diverse moduri pe foc, dulciuri minunate și produse de patiserie delicioase. Tradițiile bucătăriei orientale sunt determinate în mare măsură de*

*climă, de locația geografică a țărilor în care este inerentă și de temperamentul oamenilor care le locuiesc. Bucătăriile diferă una de alta, ce le face enigmatice, interesante și obiectul destinațiilor turistice. Obiectul investigației este estimarea specificului acestor bucătării din zonă și determinarea oportunităților de formare a produselor turistice. Depistarea acestor particularități gastronomice ar permite și altor țări, bucătării naționale să atragă turiștii.*

**Cuvinte-cheie:** produse, tradiții, turism, turism gastronomic, tradiții culinare, bucătărie japoneză, coreeană, chineză.

**Introducere.** Relativ recent, călătoriile turistice în Asia (Coreea de Sud, Japonia, China etc.) devin din ce în ce mai populare în rândul turiștilor din întreaga lume. Aceste regiuni sunt potrivite pentru turiștii cu cele mai exotice cerințe: turismul cognitiv, educațional, medical, sportiv, gastronomic capătă o răspândire tot mai largă. Fanii plăcerilor de pe plajă pot fi sfătuiți să meargă direct în stațiunile de mare ale țării, familiile cu copii vor fi încântate de insulele fermecătoare, iar iubitorii clubului vor putea dansa din belșug în Busan sau Namsam, Shibuya și Hara-juku, raionul Shinjuku cu Kabuki-te, Hong Kong, Macao sau alte regiuni. Deoarece exista diferențe geografice, climaterice, agricole, de floră și faună, apar diferențe în îndeletnicirile agricole, cultură, gastronomie. Decalajele gastronomice și culinare fac exotice unele bucate, băuturi, maniera de a prepara și consuma produsele alimentare. Aceste diferențe constituie atractivitatea turistică, formând fluxul de călători iarna și vara.

**Gradul de investigare.** În prezent, proiectele de dezvoltare a turismului etnic și gastronomic sunt prezentate în multe regiuni din Coreea, China și Japonia. Pe lângă rutele special organizate de mai multe zile, există și excursii în centre etnografice create special pentru a atrage turiștii. Contribuția principală la dezvoltarea teoriei și practicii relațiilor economice și organizaționale în industria turismului a fost adusă de diferiți savanți, personalități din domeniul științei și prac-

ticieni din străinătate, precum I.V. Zorin, N. Morgan, G. Harris, G.A. Simonyan. Studiul ideilor moderne despre fundamentele turismului etno-gastronomic face obiectul a numeroase lucrări și monografii ale oamenilor de știință din sociologie, geografie, arta gastronomică și culinară: A. S. Arutyunova, Y.V. Bromley, L. N. Gumilyova, V. A. Tishkov. În lucrările lor savanții identifică conceptele de bază ale teoriei etniei, se fac încercări de definire a trăsăturilor definitorii ale etniilor, pe baza cărora s-au fundamentat fezabilitatea integrării etnice și turismul etno-gastronomic.

**Scopul cercetării** constă în compilarea informației, studierea specificului și familiarizarea turiștilor cu specificul bucătăriei diferitelor zone, formarea pachetului turistic cu specific gastronomic.

**Baza metodologică** a studiului constituie abordarea sistematică a studierii problemelor de organizare și funcționare a turismului gastronomic, include metoda empirică de cercetare și metode teoretice - modelare economică și organizațională, sistematică, analiză statistică comparativă, sondaj sociologic, evaluarea experților.

**Obiectul studiului** îl reprezintă destinațiile turistice, care au o serie de semne necesare și suficiente pentru organizarea de servicii în domeniul turismului gastronomic.

Fiind un fenomen care permite utilizarea tradițiilor și standardelor unificate ale globalizării, turismul gastronomic

este una dintre direcțiile promițătoare ale renașterii etnoculturale a popoarelor care locuiesc pe vaste teritorii și a menținerii integrității spațiului cultural mondial, ceea ce determină fezabilitatea integrării turismului gastronomic și a separării turismului gastronomic într-un element independent de turism [30].

Țările asiatice posedă multe trăsături comune, dar și diferențe vădite. Bucătăria este puternic condimentată, utilizarea sării și a mirodeniilor în cantități mari se datorează faptului că la temperaturi atât de ridicate care predomină în zonă, multe produse se pot deteriora rapid fără speranță. Pe de o parte, țările asiatice au multe caracteristici similare, cum ar fi cultura, mâncarea, clima etc., dar cu toate acestea, se poate observa că există o diferență semnificativă. Fiecare țară are o cultură unică și tradiții care fac schimbări atât în viața de zi cu zi, cât și în bucătărie. În consecință, vor fi diferite tipuri de turism.

**Rezultate și analize.** Japonia, China și Coreea de Sud sunt țări exotice pentru turiștii din Occident. Unicitatea lor captivează prin diversitatea sa. Turismul gastronomic din aceste țări va captiva mulți gurmanzi din diverse țări. La urma urmei, nu este întotdeauna posibil să încercați feluri de mâncare cu pește puffer sau sobachitină și nu toată lumea se poate decide. O analiză comparativă a bucătăriei și a turismului gastronomic este în general interesantă. Este de remarcat faptul că climatul din aceste țări este temperat și subtropical. Culturile și produsele cultivate au un aspect similar. Produsele populare pentru gătit în aceste țări sunt, practic, aceleași, dar bucatele încă surprind prin originalitatea și unicitatea lor.

Turismul gastronomic este un tip de turism al cărui scop principal este de a cunoaște o țară sau alta prin prisma gastronomiei naționale. Pentru turistul gas-

tronic, hrana este, în primul rând, o categorie cultural-cognitivă. Din aceste motive, bucătăria tradițională este percepută în legătură cu istoria, religia, economia, politica, obiceiurile, legendele și alți factori care formează identitatea unică a unei țări sau regiuni [2]. Un tur gastronomic sau gastrotour este un set de evenimente pentru degustarea mâncărilor tipice bucătăriei locale [3]. Lecțiile de studii regionale culinare se țin nu numai în restaurante, ci și în piețe, ferme, bucătării ale locuitorilor locali, în timpul carnavalului și recoltei, la masă și chiar afară. Scopul tururilor gastronomice este să se bucure de caracteristicile bucătăriei unei țări. În același timp, acest obiectiv nu se reduce la încercarea unor bucate rare, exotice, ci la încercarea a nenumărate feluri de mâncare. Este important să ne bucurăm de rețeta locală, care timp de secole a absorbit tradițiile și obiceiurile rezidenților locali, cultura lor de gătit, preparat bucate inedite. O călătorie gastronomică este o paletă cu care un turist își poate trage propria opinie despre țară. Mâncarea dezvăluie secretul spiritului oamenilor, ajută la înțelegerea mentalității lor. Așadar, turismul gastronomic este o călătorie prin țări și continente pentru a face cunoștință cu particularitățile bucătăriei locale, tradițiile culinare, pentru a gusta un fel de mâncare sau un produs unic pentru un vizitator. Cu toate acestea, turismul gastronomic ca serviciu este mai mult decât o simplă călătorie, deoarece este un set bine gândit de evenimente pentru degustarea mâncărilor tradiționale într-o anumită zonă, precum și ingrediente individuale care nu se găsesc nicăieri în altă parte a lumii și au un gust special.

China, Japonia și Coreea sunt țări exotice pentru europeni, moldoveni etc. Caracterul inedit și unic al acestor țări captivează turiștii prin diversitatea sa. Turismul gastronomic din aceste țări va captiva

mulți gurmanzi din diferite țări. La urma urmei, nu este întotdeauna posibil să probăm bucate cu pește puffer, carne de câine sau de cal și nu toată lumea poate decide (animalele se divizează în: iubite și pentru mâncare): Câine – Supa Bosintang (Coreea de Sud); Cal – Basashi (Japonia); Broască țestoasă – Guilinggao (China); Șoricei – Vin din șoricei (Coreea); Șarpe – Supă de șarpe (China și Hong Kong) [28].

Turismul gastronomic are o caracteristică importantă - nu are sezon. Fie primăvară, vară, toamnă sau iarnă, fiecare gastronom din fiecare țară poate găsi mâncăruri unice. Japonia, China și Coreea de Sud nu fac excepție. Asemănarea acestor țări este aceea că fiecare regiune și prefectură are propriile preparate unice (fie că este vorba despre salate, supe, deserturi sau delicatose). Multe ghiduri descriu zonele și mâncarea pe care turiștii ar trebui să le încerce cu siguranță. Este deosebit de vizibilă diferența dintre ingredientele constitutive iarna și vara. În Coreea de Sud, ingredientele principale variază în funcție de anotimpuri, dar nu în cantități mari. În Japonia, acest lucru se întâmplă de la sezon la sezon. Dacă este iarnă - mandarine; primăvară - prune, vișine; vara - păstrăv; toamna – kaki-ul, dovleacul. Și în fiecare sezon, bucatele iau un gust unic. În Coreea de Sud, vesela nu se schimbă mult. Există chiar și o asemănare comună în bucatele de iarnă și de vară. Supele servite în aceste sezoane sunt foarte picante. Într-adevăr, stimulează metabolismul mai repede, așa că vara oamenii transpiră și răcesc mai repede. Iar iarna, astfel de supe ajută la menținerea căldurii.

Bucătăria chineză este una dintre cele mai vechi și specifice din lume. În cultura chineză, se obișnuiește respectarea tradițiilor și istoriei, așa că bucătăria nu face excepție. Apărută în urmă cu mai bine de cinci milenii, aceasta păstrează încă tradiția și angajamentul profund

pentru rădăcinile și originile străvechi. Marele filozof chinez Confucius (sec. VI - V î.Hr.) a predat tehnicile artei culinare în urmă cu 25 de secole. Rețetele sale au supraviețuit până în zilele noastre și stau la baza bucătăriei confuciene, răspândită în patria lui Confucius, în orașul Qufu din provincia Shandong. Prima problemă cu care se confruntă un turist este selectarea unei regiuni din China din care să înceapă să exploreze bucătăria locală. Teritoriul Chinei este imens și un singur concept al bucătăriei chineze nu există aici. Există o cultură de gătit pe Hainan, propria sa cultură în munții Tibetului și propriile tradiții la Beijing. În plus, școala culinară din fiecare regiune are ramuri și tradiții proprii, până în punctul în care fiecare sat are propriile tradiții de gătit.

Se pot evidenția unele caracteristici distinctive în bucate. În Japonia, la mâncare se adaugă sosul de soia și puțin zahăr. Coreenii adoră ardeii iute, în special ardeii roșu. De aici, bucatele sunt complet diferite la gust. În ceea ce privește produsele și ingredientele, acestea sunt, în principal, legume: varză, ridiche, alge marine; leguminoasele sunt deosebit de populare în ambele țări, fasole Azuki; orez; tot felul de tăiței, fructe de mare. Țările sunt foarte similare din acest punct de vedere. Dar metodele de gătit sunt complet diferite. Există multe tipuri de fructe de mare în Coreea de Sud și Japonia, toate sunt foarte proaspete. Prin urmare, în restaurante, de multe ori se poate alege peștele sau crustașa preferată. În fiecare restaurant, pe mese, sunt mici camfoare, în care bucătarul (sau turiștii) vor găti mâncăruri.

Baza bucătăriei naționale chineze este alcătuită din bucate dintr-o mare varietate de produse: cereale, făină, legume, carne, pește, nevertebrate marine, alge, păsări de curte, lăstari tineri de bambus etc. În multe locuri, orezul gătit în diverse moduri înlocuiește pâinea. Cu toate

acestea, unele preparate exotice sunt preparate din produse pe care le considerăm mai puțin comestibile: cuiburi de rândunele, aripioare de rechin, broaște țestoase, meduze, moluște, semințe de lotus, petale de crizanteme, șerpi și broaște. Specialiștii culinari chinezi folosesc aproape tot ce oferă natura. Nu este o coincidență că proverbul chinez spune: „Nu este nimic necomestibil în natură, există doar bucătari răi”.

Merită de remarcat o altă similitudine în aceste țări, cum ar fi să gătească pane. Întrucât locuitorii acestor țări sunt oameni foarte ocupați, ei preferă diverse produse semifabricate, care sunt vândute cel mai adesea pane. Deși mâncarea de stradă, care este foarte populară în aceste țări, de asemenea, nu se poate descurca fără ea. În Japonia și Coreea de Sud, fiecare turist gastronomic trebuie să viziteze aleile, cartierele mici, cu gustări de stradă. La urma urmei, aceasta este una dintre culturile sau tradițiile locale. Doar se poate cumpăra și încerca bucate neobișnuite. În Coreea, acestea sunt tokpokki (prăjituri cu făină de orez prăjite în sos picant), în Japonia acestea sunt Takoyaki (o bilă de aluat de grâu cu diverse ingrediente, cel mai adesea - caracatiță). O caracteristică comună remarcabilă este că toate felurile de mâncare sunt consumate direct în stradă și în cea mai mare parte - în picioare. Acest fapt este foarte diferit de cultura noastră. Însă turiștii gastronomici vor fi încântați să se cufunde în această cultură.

O diferență deosebită față de alte țări și asemănări dintre China, Coreea și Japonia este dragostea față de fructele de mare crude. Sashimi - în Japonia, caracatiță crudă - în Coreea de Sud, ceea ce este foarte exotic și neobișnuit pentru alte țări. De remarcat, în special, servirea mesei. Și într-o țară, și în alta, numărul de farfurii de pe mese este, pur și simplu, uimitor. Acestea variază de la cinci-șase la

douăzeci de bucăți. Dar în servire există o diferență semnificativă. În timp ce felurile de mâncare destul de voluminoase sunt servite în Coreea de Sud, apoi în Japonia farfuriile sunt foarte minuscule și, cel mai important, farfuria, orezul sau tăieței sunt serviți în castroane relativ mari în comparație cu celelalte.

În toate trei țări se folosesc la masă bețișoare. În China și Japonia sunt din lemn, frecvent din bambus. De cele mai multe ori se află pe masă în acces liber. În Coreea - bețișoarele sunt din metal (Al), oferindu-se de chelner. În Coreea salatele și apa nu sunt limitate și se oferă pe gratis.

Cultura mâncării în aceste țări este foarte diferită. Coreenii mănâncă din toate felurile de mâncare în același timp și indiferent în ce ordine. În Japonia, există reguli, ce fel de mâncare urmează și toată lumea respectă această regulă. Pentru turiștii străini, bucătarul vă poate spune ce urmează, ce fel de mâncare cu ce sosuri se consumă etc. Se poate distinge o altă diferență în ceea ce privește utilizarea alimentelor. În Coreea, felul principal este servit fiecărui oaspete, iar salatele și gustările sunt servite pe farfurii comune. În Japonia, fiecare invitat primește propriile farfurii cu mâncăruri.

O componentă importantă a meniului chinezesc este orezul, în special în sudul și estul Chinei. În nord se mănâncă mai mult tăieței, iar în centrul Chinei se mănâncă cu porumb dulce. În locul tacâmurilor pentru servirea mâncărilor solide se folosesc bețele. Modul în care se taie alimentele este foarte important și diferă de la un ingredient la altul pentru că în bucătăria chinezească se eliberează foarte bine gustul, aroma, culoarea și prezentarea.

Există încă o caracteristică similară în toate restaurantele din aceste țări - în niciun caz nu trebuie să oferiți bacșiș chelnerilor sau barmanilor, în aceste cazuri puteți jigni foarte mult personalul de serviciu.

**Tabelul 1. Factorii de dezvoltare a turismului gastronomic.**

Factorii de bază	Subfactori	Conținutul
Cultural-istorici	Factorii etnici	Multinațional, varietatea de culturi, tradiții, deprinderi, religii și preferințe gastronomice
	Factori istorici	Existența monumentelor istorice și de arhitectură, obiecte de cult și artă
	Factori spiritual-sociali	Nivelul educației, necesitățile cultural-estetice ale populației, interesul cognitiv
Natural-geografice	Factori geografici	Relieful, existența resurselor de recreere, obiecte naturale exotice
	Particularitățile natural-climaterice	Zone climatice, particularitățile climei, starea ecologică favorabilă
Politice	Politice	Stabilitatea politică, starea criminalității normale. Formalități turistice lejere, politica de cooperare în domeniul turismului
Politico-geografice	Transfrontalieră	
	Migrația în masă a popoarelor	
Financiar-economic	Starea economiei naționale	Stabilitatea financiară, nivelul de trai înalt al populației, stabilitatea prețurilor
	Proiecte investiționale	
Social-demografice	Social-demografice	Componenta de vârstă și sex, componenta familiei, nivelul educației, urbanizarea, corelarea dintre necesitățile materiale și spirituale în societate
Tehnico-materiale	Mijloace de cazare, alimentație și comerț	Baza materială cu diverse servicii calitative, nivelul prețurilor, serviciilor, cultura servirii
	Infrastructura transportului	Diverse tipuri de transport, securitatea și confortul călătoriilor
Organizaționale de publicitate	Strategice	Elaborarea și promovarea strategiei corect organizate a strategiilor de marketing, publicitatea itinerarelor (pachetelor) gastronomice
	Imaginea teritoriului	Formarea brandului, corespunzător așteptărilor turiștilor

Dacă comparăm costurile excursiilor gastronomice în Coreea de Sud și Japonia, atunci există o diferență între ele, dar nu foarte mare. În primul rând, țările sunt foarte exotice pentru restul lumii, în al doilea

rând, viața în aceste țări nu este cea mai ieftină și, în al treilea rând, călătoriile aeriene au prețuri foarte nedemocratice. Dar excursiile în Japonia vor fi mai scumpe decât în Coreea de Sud.

**Tabelul 2. Turul gastronomic.**

Orașul	Prețul, USD	Durata, zile/nopti
Moscova - Seul	905	6 /5 [21]
Moscova - Seul	578	9/8 [29]
Moscova - Seul	1403	6 /5 [15]
Moscova - Beijing	780	7/6 [7]
Moscova - Beijing	1812	9/8 [6]
Moscova - Beijing	1050	8 [8]
Moscova - Beijing	1582	11/10 În bucătăria chineză există cinci școli culinare principale care sunt asociate cu cinci provincii (Shandong, Sichuan, Jiangsu și Zhejiang (bucătăria Huayang), Guangdong) și capitala Chinei – Beijing [4]
Moscova -Tokyo	4480	10 [19]
Moscova -Tokyo	2282	9 [18]

**Tabelul cu denumirea restaurantelor, clasate Michelin, Seul 2017.**

Stele Michelin	Denumire restaurant	Adresa
***	Gaon / Korean haute cuisine	gaonkr.com
***	La Yeon / Korean haute cuisine	Shilla hotel
**	Gotgan / Korean Culinary Legacy	Yeoiudo
**	Gwonsooksu / Korean set menu	kwonsooksu.com
**	Pierre Garnaire / French contemporary	Lotte hotel
*	Dining in Space / French contemporary	dininginspace.modoo.at
*	Lamitie / French	lamitie.modoo.at
*	RistoranteEo / Italian contemporary	Gangnam
*	Mingles / Korean contemporary	restaurant-mingles.com
*	Balwoogongyang / Temple cuisine	balwoo.or.kr
*	Boreumshoi / BBQ	Gangnam
*	VotreMaison / French contemporary	Gangnam
*	BI CE NA / Korean	Itaewon
*	Soigne / Innovative	Gangnam
*	Ala Prima / Innovative	Gangnam
*	Yu yu an / Chinese	Four season hotel
*	24 seasons / Korean contemporary	24seasons.co.kr
*	Jungsik / Korean contemporary	jungsik.kr
*	Zero complex / Innovative	Gangnam

*	KOJIMA / Japanese	Gangnam
*	Jinjin / Chinese	Seokyo-dong
*	Poom / Korean	poomseoul.com
*	Keunkiwajib	keunkiwajib.modoo.at
*	Hamo	hamo-kitchen.com

**În capitala Chinei, găsim 10 restaurante clasate Michelin: AZUR Restaurant by Mauro Colagreco, PUTIEN, Din Tai Fung Michelin Star Restaurant Beijing, Da Dong Roast Duck Restaurant, Agua Spanish Restaurant, Madam Goose, Family Li Imperial Cuisine, King's Joy Beijing, Opera BOMBANA, Trb Hutong Beijing [27]. **Trei moldoveni, care au deschis un restaurant în China, au primit recent prestigiosul platou Michelin, oferit celor mai bune localuri din lume. Și asta după doar doi de la lansarea afacerii. Bucatele preparate aici au cucerit gurmănzii chinezi, dar și pe turiștii care le calcă des pragul. Chiar dacă bucatele pe care le servesc sunt inspirate din diverse culturi, cel mai popular fel de mâncare este zeama moldovenească [26].****

mentare și lor înșiși le place foarte mult să vorbească despre bucate.

Există o diferență foarte semnificativă între Coreea de Sud și Japonia. În Japonia, puteți spune „mâncăți cu ochii”. Toate mâncărurile lor sunt o mică operă de artă, mâncarea ar trebui să arate foarte frumos, dar gustul nu trebuie să fie inferior, bucatele trebuie să miroase a produs natural. În China – invers, bucatele sunt preparate cu diverse mirodenii, încât adesea nu se înțelege proveniența lor. Magazinele vând o mulțime de rețete, mostre pentru tăierea diverselor decorațiuni din legume și fructe. În Coreea, principalul lucru este gustul. În aceste țări există muzee dedicate anumitor produse (tăiței preparați rapid în Japonia sau muzeul kimchi din Coreea), precum și diverse fabrici



#### Prețurile la bucate

Prețurile medii la cafenele și restaurante din Seul la McDonald's (USD)

6,3

35,1

5,4

Masă modestă pentru o persoană    Cina pentru 2 persoane cu alcool    Big Mac la McDonald's

#### Tabelul Indicele Big Mac este dat în două valute, locale și dolari (USD) [16; 17]

Țara	Codul valutei	Valuta națională	USD	Venotul per capita, USD
Coreea de Sud	KRW	4400	3,40	41351
Japonia, Tokyo	JPY	380	3.43	44227
China	CNY	19,6	3,17	18110

Pentru a compara prețurile, apelăm la Index Big Mac, recunoscut în mai multe țări.

În ceea ce privește lecțiile de culinarie, acestea sunt multiple. Acest lucru se datorează predilecției coreenilor, chinezilor și japonezilor pentru mâncare. Pe majoritatea canalelor de televiziune sunt programe ali-

cu excursii. De exemplu, acestea sunt fabrici de vin de orez (soju și sake).

De remarcat că pentru turismul gastro-nomic sunt indicate satele tradiționale din Coreea de Sud, China și Japonia. În cazul în care oamenii nu pot doar să se cufunde în viața rezidenților locali, dar și să învețe



cum să gătească mâncăruri tradiționale, să culeagă fructe de pădure, fructe și legume. În general, aceste țări sunt foarte potrivite pentru turismul gastronomic, deoarece atrag cu exotismul și originalitatea lor. Iar tururile gastronomice sunt o direcție complet „tânără” în turism. În ceea ce privește prețurile, acestea sunt destul de mari în aceste țări, dar, așa cum s-a menționat deja, aceasta este o plăcere foarte scumpă.

Comun pentru China, Japonia și Coreea este cultura ceaiului. Ceremonia modernă a ceaiului are peste 3.000 de ani în istoria sa. Dacă pentru europeni este mai probabil un obicei exotic frumos, pentru japonezi și chinezi este un ritual filosofic și religios canonizat care are un sens profund și necesită cunoștințe și pregătire specială. În ciuda dezvoltării paralele a tradițiilor, ceremonia chineză și coreeană a ceaiului este foarte diferită de cea japoneză: în primul rând, este mult mai simplă. În al doilea rând, metoda de preparare a ceaiului este diferită. În al treilea rând, ceremonia japoneză a ceaiului necesită o concentrare completă și detașare de grijile cotidiene nu numai a stăpânului, dar și a oaspeților.

Cele mai vechi și celebre tipuri de ceremonii de ceai sunt japoneze și chineze. Sunt oarecum asemănătoare între ele și, în același timp, au unele diferențe. Ceremonia japoneză a ceaiului a fost creată pe baza tradițiilor culturii chineze antice. De-a lungul timpului, japonezii și-au adus propria lor aromă națională la această ceremonie. Pentru ceremonia ceaiului la japonezi sunt construite, de obicei, foisoare speciale, unde oaspeții și gazdele se pot reuni pentru a bea ceai aromat. Merită subliniat faptul că în Japonia nu se bea ceai negru - doar de floare sau verde. Proprietarul casei ar trebui să găzduiască oaspeții foarte convenabil: de obicei, în foisor sunt covorașe sau bănci joase. Proprietarul însuși bea foarte rar ceai. De obi-

cei, în timpul ceremoniei ceaiului, se țin conversații pe îndelete, se discută planuri. Ceaiul este, de obicei, servit cu dulciuri. În primul rând, se prepară o ceașcă mare, din care toți oaspeții beau în cerc. Acest lucru va permite să se stabilească armonie și o atmosferă prietenoasă a ceremoniei. Și apoi proprietarul casei toarnă în căni un ceai ușor, parfumat și proaspăt.

Ceremonia ceaiului chinezesc este oarecum diferită. În primul rând, cupele și ceainicul sunt încălzite. Prima dată când ceaiul este preparat, el se contopește: acest lucru este necesar pentru a alunga spiritele rele. După aceea, se bea băutura pe care oaspeții o vor bea. Chinezii la ceremoniile de ceai beau exclusiv ceai verde. Băutura este turnată în căni și acoperită cu un alt recipient. Cupa este considerată a fi „masculină”, iar recipientul situat mai sus este de energie „feminină”. Oaspeții întorc cănila și beau din vase cu energie „feminină”. Se crede că invitații la ceremonia ceaiului din China ar trebui să bea, cel puțin, șapte căni de ceai.

Cultura ceaiului din Coreea, care a fost introdusă în palatul regal, a devenit curând răspândită în rândul oamenilor obișnuiți. Documentele istorice raportează că în zilele recoltării, de Revelion, oamenii făceau ceai și îl ofereau strămoșilor lor în timpul ceremoniilor memoriale. Acest ritual se numește „chare”, care înseamnă „ritual de ceai”. Tradiția persistă până în zilele noastre. Ceaiul coreean diferă de ceaiurile chinezești și japoneze prin gustul, culoarea și aroma sa unice. Astăzi, ceremonia tradițională de ceai Chhado, însoțită de muzică tradițională coreeană, a devenit un nou gen de artă [1; 10; 11].

**Concluzii.** Într-un tur gastronomic, turiștii vizitează crame, fabrici de bere, mici ferme și industrii, gustă produse naționale faimoase (și nu chiar așa), precum și vinuri și alte băuturi tradiționale. Aceștia vizitează piețele locale, participă

la cursuri de master culinare cu bucătari profesioniști și cu proprietari prietenoși ai propriilor ferme și terenuri. Participă la festivaluri gastronomice și spectacole de gătit. Turiștii gastronomici se vor bucura de bucătăria locală, vizitând cursuri de master sau muzee și fabrici, precum și vor trece printr-un anumit șoc al deliciilor tradiționale.

În concluzie, se poate afirma că toate

trei țări sunt dezvoltate și pregătite pentru turismul gastronomic. Multe restaurante din aceste țări au fost premiate cu stele Michelin, adesea depășind Franța.

Dezvoltarea turismului gastronomic este oportun și pentru Republica Moldova, care dispune de tradiții și potențial corespunzător. Succesele concetățenilor din China sporesc încrederea în potențialul Moldovei.

## BIBLIOGRAFIE

1. Arta uitată. Ceremonia ceaiului. În: ru. theoutlook. com. Ua /article/7779/zabytoe-iskusstvo-chajnaya-tseremoniya-v-koree.html
2. Bogdanova S. Două Corei într-o singură ședință. M.: Turism, 2006.
3. Bornoff N. Japan. The National Geographic Traveler. M.: Ast-Astreli, 2005.
4. Bucătăria chineză. În: kailash. ru/ china/ 419.html
5. Bucătăria japoneză: istorie, tradiții, ingrediente. În: miuki. info/ 2011/ 12 /yaponskaya-kuxnya-istoriya-tradicii-ingridienty/
6. Bucătăria orientală. În: mosturflot- travel. ru/ posts/1125
7. China gastronomică. În: www .chinatravel. ru/ countries/ china/ pekin/
8. China gastronomică. În: www .orientaltravel. ru/ china/ tours/032773
9. Coreea. Ghid turistic. M.: Organizația Națională de Turism din Coreea, 2012.
10. Cultura ceaiului din Coreea. În: koreamuseum. ru/ chya.html]
11. Compararea ceremoniilor din China, Japonia, Coreea. În: pikabu. ru/ story/ sravnenie \_kitayskoy \_i\_ yaponskoy \_chaynoy \_tseremonii \_5766512
12. Ghid de călătorie din Japonia. M.: Ajax Press, 2004.
13. Gribincea A., Enicov I., Bradu M. Diplomacy of countries lacking raw materials. În: „Administrarea Publică”, nr. 4, 2016, p. 97-104.
14. Gribincea A., Gușilo S., Kozak Y. Dinamica restabilirii economiei mondiale postcriză. În: revista „Relații Internaționale. Plus”, nr.1/2017, p.124-133.
15. Indicele Big Mac Seul. În: profi. travel/ articles/ 39523/ details
16. Indicele Big Mac. În: proficomment. ru /indeks -bigmaka-2017-sravnivaem-ceny-v-raznyx-gorodax-mira/
17. Indicele hamburgerilor. În: dividendoff. net/ makroekonomika/ indeks-big-maka.html.
18. Japonia. Tokyo. În: itmgroup. ru/ msk/ tours/ country/ japan/ season/ gastronomicheskie /#!&c=13
19. Japonia gastronomică. În: decoratus8. club/ japonija- gastronomicheskiy-turdlya-gurmanov
20. Kim G. Republica Coreea. Almaty: Dyke Press, 2010.
21. Korea. În: kailash. ru/ korea/ 963. html],
22. În: Korejskaya- kukhnya. html (accesat pe 22 mai 2017).
23. Kuvshinov E. Bucătăria lumii. Coreea. N.: „Ziarul lumii”, 2010.
24. Lazarev A. Japonia în palmă. Despre pământul soarelui răsărit pentru cei de drum și pentru cei de pe canapea. M.: Japonia astăzi, 2010.

25. Mâncare coreeană. În: [tkd-ost.ru/dinamichnaya-koreya/74-](http://tkd-ost.ru/dinamichnaya-koreya/74-)
26. Premiați de Michelin. În: [tv8.md/2019/08/30/video-premiati-de-michelin-trei-moldoveni-au-deschis-un-restaurant-in-china-unde-servesc-si-zeama/](http://tv8.md/2019/08/30/video-premiati-de-michelin-trei-moldoveni-au-deschis-un-restaurant-in-china-unde-servesc-si-zeama/).
27. Restaurante clasate Michelin în China. În: [www.travelchinaguide.com/cityguides/beijing/dinning/michelin-restaurants.htm](http://www.travelchinaguide.com/cityguides/beijing/dinning/michelin-restaurants.htm)
28. Șase animale de casă pe care le poți mânca în Asia. În: [www.libertatea.ro/stiri/sase-animale-de-casa-pe-care-le-poti-manca-in-asia-473400](http://www.libertatea.ro/stiri/sase-animale-de-casa-pe-care-le-poti-manca-in-asia-473400).
29. Turismul gastronomic în Coreea. În: [www.svoiludi.ru/korea/gastronomicheskii-tur-v-koreiu-tur.html](http://www.svoiludi.ru/korea/gastronomicheskii-tur-v-koreiu-tur.html)
30. Turismul gastronomic ca fenomen. În: [www.vestifinance.ru/articles/70151?page=10](http://www.vestifinance.ru/articles/70151?page=10)

**Prezentat:** 26 septembrie 2019.

**E-mail:** [agribincea@mail.ru](mailto:agribincea@mail.ru)