

dr Bojana Kalenjuck, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Univerzitet u Novom Sadu

Biljana Cvetković, Msc, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Univerzitet u Novom Sadu

Jelena Dević Blanuša, Msc, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Univerzitet u Novom Sadu
UDK 338.48-6:641/642(497.113)

AUTENTIČNA HRANA RURALNIH PODRUČJA VOJVODINE I ZNAČAJ ZA RAZVOJ GASTRONOMSKOG TURIZMA¹

AUTHENTIC FOODS OF RURAL AREAS OF VOJVODINA AND THE IMPORTANCE FOR THE DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM

Apstrakt: Specifična etnička struktura Vojvodine uticala je na formiranje raznovrsne gastronomije. Mešavina stanovništva sa svojim gastronomskim karakteristikama potpomogla je da ona postane povoljna destinacija za razvoj gastronomskog turizma. Potreba za istraživanjem proizvodnje i pripreme autentične hrane u domaćinstvima vojvođanskih Mađara i značaj za razvoj gastronomskog turizma ruralnih područja proistekla je iz činjenice da Vojvodina predstavlja veliki turistički prostor u Srbiji, na kojem živi oko trideset nacija od kojih su Mađari najbrojniji. Predmet rada je očuvanost gastronomije mađarske etničke grupe, koja naseljava vojvođanska ruralna područja, sa aspekta značaja za razvoj gastronomskog turizma. Zadatak istraživanja je da istraži nivo očuvanosti kuhinje Mađara, kao mogućnost ponude autentičnog gastronomskog iskustva u turizmu. Cilj istraživanja je da utvrdi koje vrste poljoprivrednih kultura i stoke se uzgajaju kao i koji proizvodi se proizvode od istih i u kojoj meri se pripremaju tradicionalna jela, kakva je očuvanost i koje su razlike u odnosu na sunarodnike.

Gljučne reči: turizam, hrana, gastronomija, Mađari, Vojvodina.

Abstract: The specific ethnic structure of Vojvodina influenced the formation of a diverse gastronomy. The diversity of the population with its own gastronomic characteristics has influenced it to become a favorable destination for the development of gastronomic tourism. The need for researching the production and preparation of authentic food in the households of Hungarians of Vojvodina and the significance of the development of gastronomic tourism in rural areas comes from the fact that Vojvodina represents a large tourist area in Serbia, with about thirty nations, of which the Hungarians are the most numerous. The subject of this paper is the preservation of the gastronomy of the Hungarian ethnic group, which inhabits rural areas of Vojvodina, from the aspect of importance of the gastronomic tourism development. The task of the research is to investigate the level of preservation of the cuisine of Hungarians as an opportunity to offer an authentic gastronomic experience in tourism. The aim of the research is to determine which types of agricultural crops and livestock are cultivated as well as which products are made from these and to what extent traditional foods are prepared, if the cuisine is preserved, and what are the differences from the compatriots.

Keywords: tourism, food, gastronomy, Hungarians, Vojvodina

1 Rezultati prikazani u radu su deo projekta koji finansira Pokrajinski sekretarijat za visoko obrazovanje i naučnoistraživačku delatnost, 142-451-2490/2017.

Uvod

Vojvodina je multikulturalni region u kom je izmešan veliki broj kuhinja (Ivkov, 2004) koje doprinose razvoju turizma. Novi trendovi polako preusmeravaju pažnju sa masovnog turizma na alternativne oblike i tako hrana i piće koji su sastavni deo svih oblika turizma, mogu biti primarni motiv za dolazak na određenu destinaciju (Baum, 2011; Kalenjuk i sar., 2012a). Mešavina etničkih grupa sa svojim gastronomskim karakteristikama uticala je na to da Vojvodina postane povoljna destinacija za razvoj gastronomskog turizma, koji se definiše kao kretanje turista koje se realizuje posećivanjem i degustacijama kod primarnih ili sekundarnih proizvođača hrane i pića, prisustvom na festivalima hrane i pića i konzumacijom autentičnih specijaliteta u različitim ugostiteljskim objektima. Sve popularnija aktivnost turista je priprema jela u različitim domaćinstvima ili školama autentičnog regionalnog kuvanja (Hall, Mitchell, 2006). Uzimajući u obzir osnovne karakteristike gastronomskog turizma kao sve masovnijeg oblika kretanja turista, fokus interesovanja pored raznovrsnih ponuda od strane velikih metropola su sela i seoska domaćinstva odakle hrana potiče (Baum, 2011; Kalenjuk i sar., 2014; Vuksanović et al., 2016). Ruralna područja predstavljaju prostore sa potencijalno najočuvanijom gastronomskom tradicijom i autentičnošću (Banjac et al., 2016). Sa ovog aspekta turizam treba posmatrati kao granu privrede koja ima značajnu socijalnu i ekonomsku funkciju određenog prostora i kao takav doprinosi isticanju i boljem vrednovanju agrarne sredine (Henderson, 2004; Quan, Wang, 2004; Gagić et al., 2014). Preko gastronomije očuvane u selima turisti upoznaju kulturu i običaje posećenog kraja, ali i karakteristične ukuse i mirise koji nose sa sobom autentičan doživljaj. Brojne turističke organizacije su prepoznale potencijale gastronomije u regijama u kojima posluju i uvrstile ih u svoju ponudu ruralnih područja, razvijajući selektivni oblik turizma

koji je u svetu poznat kao turizam hrane (Boniface, 2003) ili gastronomski (Hjallanger, Richards, 2002), kulinarski (Wolf, 2006; Ignatov, Smith, 2006), degustacioni (Boniface, 2003) i gurmanski turizam.

Potreba za istraživanjem proizvodnje i pripreme autentične hrane u domaćinstvima vojvođanskih Mađara i značaj za razvoj gastronomskog turizma ruralnih područja proistekla je iz činjenice da Vojvodina predstavlja veliki turistički prostor na kojem živi oko trideset nacija (35% od ukupne populacije (Kalenjuk, 2017), od kojih čak 13% čini mađarsko stanovništvo). Dinamična istorijska dešavanja uticala su na formiranje specifičnosti (tradicije življenja, običaja, veroispovesti, načina privređivanja i sl.), koje su u kombinaciji sa plodnom ravnicom formirale bogatu i raznoliku gastronomiju (Banjac et al., 2016).

Kultura ishrane je odraz složenih uslova života, geografskih i klimatskih osobenosti, istorijskih i socijalnih zbivanja u seoskom prostoru, pa se zbog multiplikovanog uticaja brojnih činilaca razlikuje od sela do sela, i od domaćinstva do domaćinstva (Stojanović, Čerović, 2008), pa i među etničkim grupama.

Predmet rada je očuvanost gastronomije mađarske etničke grupe koja naseljava vojvođanska ruralna područja, sa aspekta značaja za razvoj gastronomskog turizma. Zadatak istraživanja je da ispita nivo očuvanosti kuhinje Mađara koji naseljavaju ova područja, kao mogućnost ponude autentičnog gastronomskog iskustva u turizmu. Cilj istraživanja je dati odgovore na sledeća istraživačka pitanja:

- Koje vrste voća i povrća samostalno uzgajaju?
- Koje proizvode samostalno proizvode ili prerađuju?
- U kojoj meri pripremaju jela po recepturama svojih predaka?
- Kako ocenjuju očuvanost autentičnosti jela u svom domaćinstvu, domaćinstvu svojih potomaka i sunarodnika?
- Koja jela smatraju predstavnicima svoje kuhinje, šta razlikuje njihovu kuhinju

od kuhinje ostalih etničkih grupa i koja jela su usvojili od svojih sunarodnika?

Pregled literature

Popularnost turizma radi hrane je u svetu poznata nekoliko decenija (Santich, 2004), u Vojvodini tek odskora, ali svest zaposlenih u turizmu o njegovim prednostima za razvoj regiona svakim danom raste (Tešanović et al., 2010; Tešanović et al., 2013; Kalenjuk et al., 2013a; Kalenjuk et al., 2013b; Tešanović et al., 2015). Hrana je sastavni deo svakog turističkog proizvoda, bez obzira na razlog posete određene turističke destinacije. U lancu uspešnog plasmana poljoprivrednih, prehrambenih i gastronomskih proizvoda u turizmu, ključne segmente ne određuje uvek politika turizma, već nacionalne, ekonomske, poljoprivredne i prehrambene politike (Hjalager, Corigliano, 2000).

Lokalna hrana može se posmatrati kao (Hall, Mitchel, 2001; Kalenjuk et al., 2012b):

- deo lokalne kulture koju turisti troše;
- važan deo turističke promocije;
- potencijalna komponenta lokalnog poljoprivrednog i ekonomskog razvoja, i
- regionalni faktor na koji utiču obrasci potrošnje i posmatrane želje turista.

Nasuprot mnogih drugih oblika turističkog kretanja, gastronomske destinacije su obično dostupne tokom cele godine, u svako doba dana i u svim vremenskim uslovima (Richards, 2002), što daje prednost razvoju ovog oblika turizma (Kalenjuk et al., 2012c; Kalenjuk, Tešanović, 2013c), pod uslovom da se radi o sabračajno lako dostupnim lokalitetima.

Metodologija rada

Istraživanje je izvršeno sprovođenjem anketnog upitnika među stanovnicima ruralnih područja. Anketiranje je vršeno u seoskim naseljima u kojima je naseljen najveći broj mađarskog stanovništva, i to u opštinama: Subotica, Sombor, Žitište, Čoka, Ada, Senta, Bačka Topola i Kanjiža. Ankete

su lično davane pripadnicima mađarske etničke grupe sa fokusom na lica starija od 50 godina. Za dobijanje podataka podeljeno je 120 anketa od kojih su pravilno popunjene i statistički obrađene 93 ankete. Za potrebe ovog rada ankete su obrađene primenom deskriptivne statistike. Dobijeni podaci su tabelarno i grafički prikazani u radu.

Prvi deo istraživanja odnosio se na demografske karakteristike ispitanika. Drugi deo istraživanja se odnosio na dobijanje informacija o uzgajanju i proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. Treći deo istraživanja se odnosio na informacije o pripremanju jela po recepturama predaka. Četvrti deo istraživanja imao je zadatak da dobije informacije o očuvanosti autentičnosti pripreme hrane. Poslednji deo istraživanja sastojao se od tri pitanja sa otvorenim odgovorima koji se odnose na jela koja ispitanici smatraju predstavnicima njihove kuhinje, ključne razlike u odnosu na kuhinje ostalih etničkih grupa i jela koja su usvojili od svojih sunarodnika.

Rezultati rada i diskusija

Analiza socio-demografskih karakteristika ispitanika

U istraživanju su učestvovala ukupno 93 ispitanika, 66,67% ispitanika su činile žene, dok su ostatak činili pripadnici muškog pola. Najzastupljeniji su bili ispitanici starosne dobi od 51-60 godina sa udelom od 45,16%, dok su ispitanici starosne dobi od 61-70 godina činili grupu od 31,18%. Ostatak grupe činili su pripadnici starosne dobi preko 70 godina. U istraživanju je očeštovalo 51,61% ispitanika sa srednjom stručnom spremom, dok je 32,26% činila populacija sa završenom samo osnovnom školom.

Najveći udeo činili su penzioneri sa 48,39%, dok je 32,26% činila populacija koja je još uvek u radnom odnosu i 19,35% su činili ispitanici bez zasnovanog radnog odnosa (nezaposleni). Kako bi se došlo do realnog kućnog budžeta koji može biti u korelaciji sa načinom dobijanja hrane (samostalan

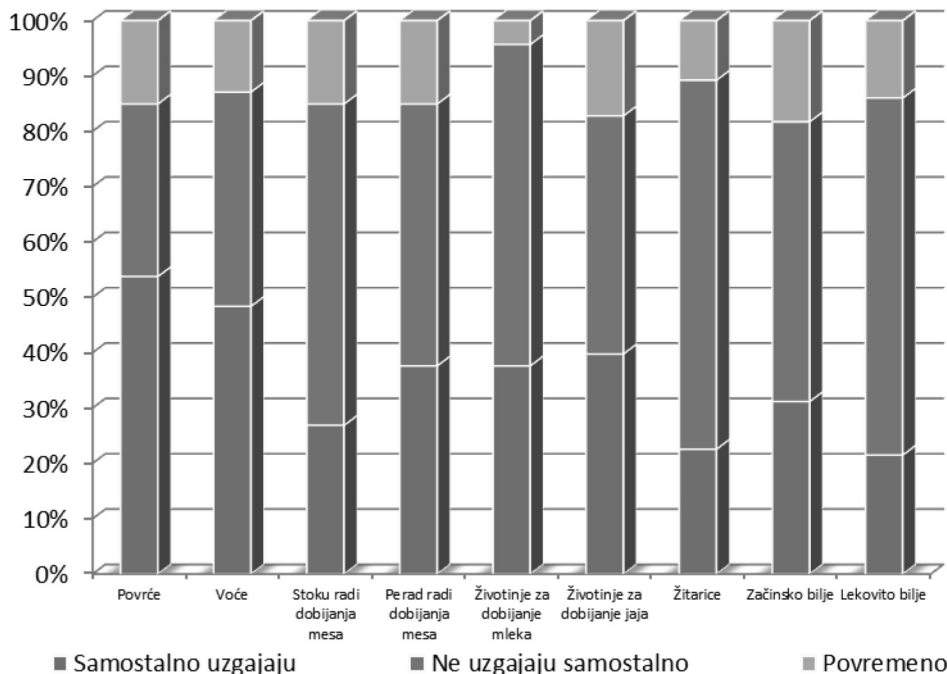
uzgoj i proizvodnja) istražena su prosečna primanja prema broju članova domaćinstava. Prosečna primanja između 20.000-40.000 din imalo je 46,24% ispitanika, a primanja do 20.000 din 44,09%. Ispitanici iz poljoprivrednih domaćinstava činili su 44,08%, dok je ostatak koji je činio veći udeo predstavljao ispitanike čija domaćinstva ne pripadaju ovoj grupi.

Analiza samostalnog dobijanja poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda

Istražujući domaćinstva koja samostalno proizvode hranu došlo se do značajnih podataka koji su prikazani u grafikonu 1. Na osnovu dobijenih rezultata utvrđeno je da 53,76% ispitanika samostalno uzgaja povrće

za svoju ishranu, a 48,39% različite vrste voća. Stoku za dobijanje mesa (svinje, ovce, goveda) uzgaja samo 26,88% ispitanika, odnosno ne uzgaja 58,06%. Perad za dobijanje mesa (kokoške, guske, patke, ćurke) uzgaja nešto veći broj ispitanika 37,63% i povremeno 15,05% ispitanika. Životinje za dobijanje mleka uzgaja čak 37,63% ispitanika, što je značajan procenat u odnosu na stoku za dobijanje mesa. Živinu za dobijanje jaja uzgaja 39,78% ispitanika i 17,20% povremeno. Ako se uđe u sferu poljoprivrede, žitarice uzgaja samo 22,58% ispitanika, 66,67% se ne bavi ovom sverom proizvodnje hrane. Začinsko (mirođija, celer, peršun, paprika) i lekovito bilje (nana, kantaron) samostalno uzgaja mali broj ispitanika, pri čemu se preko 50% ispitanika uopšte ne bavi samostalnim dobi-

Grafikon 1. Samostalno uzgajanje biljnih i životinjskih vrsta za dobijanje hrane



janjem ove dve grupacije proizvoda, nego ih kupuje prema potrebi.

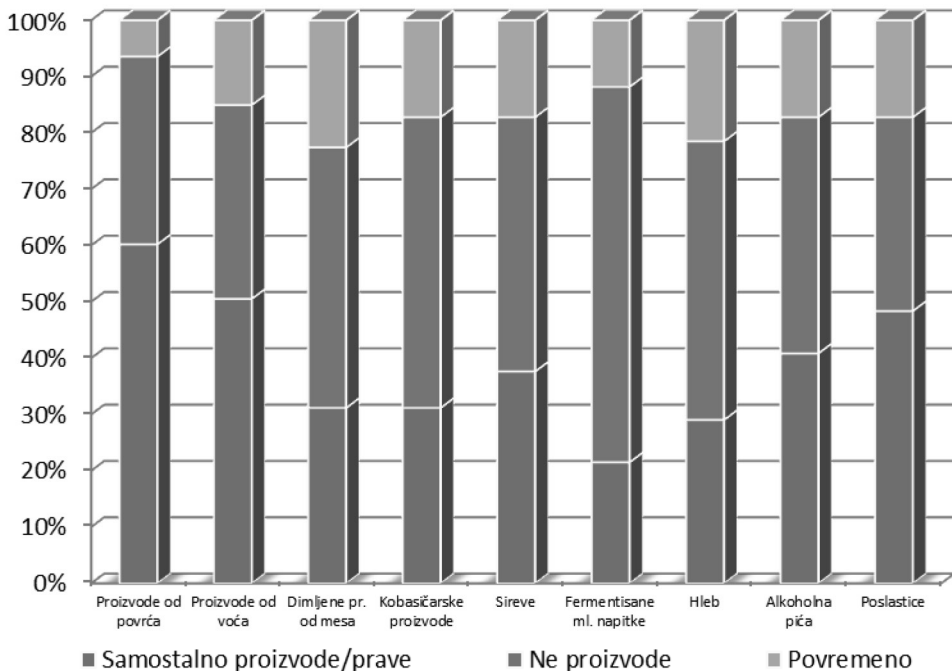
Posmatrajući rezultate koji su prikazani u grafikonu 2 može se konstatovati

da 60,22% ispitanika samostalno priprema proizvode od povrća, odnosno zimnicu, a 50,54% samostalno priprema proizvode od voća (džem, pekmez, marmeladu, slatko,

sokove) i 22,58% to radi ponekad. Samo 31,18% domaćinstava samostalno proizvodi dimljene suhomesnate proizvode i kobasice, dok preko 40% nabavlja gotove proizvode. Sva domaćinstva koja imaju stoku za dobijanje mleka se bave i proizvodnjom domaćeg sira (37,63%), a 21,51% domaćinstava proizvodi svoje domaće fermentisane mlečne proizvode poput joguta i kiselog mleka. Hleb i slične pekarske proizvode samostalno

za svoje domaćinstvo priprema 29,03% ispitanika, a 21,51% ponekad. Alkoholna pića, rakije i vina, samostalno proizvodi 40,86% ispitanika i 17,20% ponekad u zavisnosti od brojnih faktora (sezone, uslova za proizvodnju, finansijskih sredstava). Domaće poslastice samostalno priprema 48,39%, dok 34,41% ispitanika kupuje gotove poslastičarske proizvode od lokalnih proizvođača.

Grafikon 2. Samostalna proizvodnja prehrambenih proizvoda



Analiza pripreme jela po recepturama predaka

Očuvanost autentičnih načina priprema jela jedan je od najbitnijih segmenata u razvoju turizma. Nivo očuvanosti tradicionalnih receptura u mađarskim domaćinstvima prikazan je u grafikonu 3. Na osnovu dobijenih podataka pripreme jela po tradicionalnim recepturama može se konstatovati da 20,43% ispitanika priprema sve supe i čorbe, 19,35% priprema sva jela od mesa stoke za klanje (gulaš, paprikaš, perkelt, tokanj),

17,20% priprema sva jela od mesa peradi, a 15,06% priprema deserte i zimnicu po recepturama svojih predaka. Svakako, ovo predstavlja mali udeo tradicionalnih jela na trpezama.

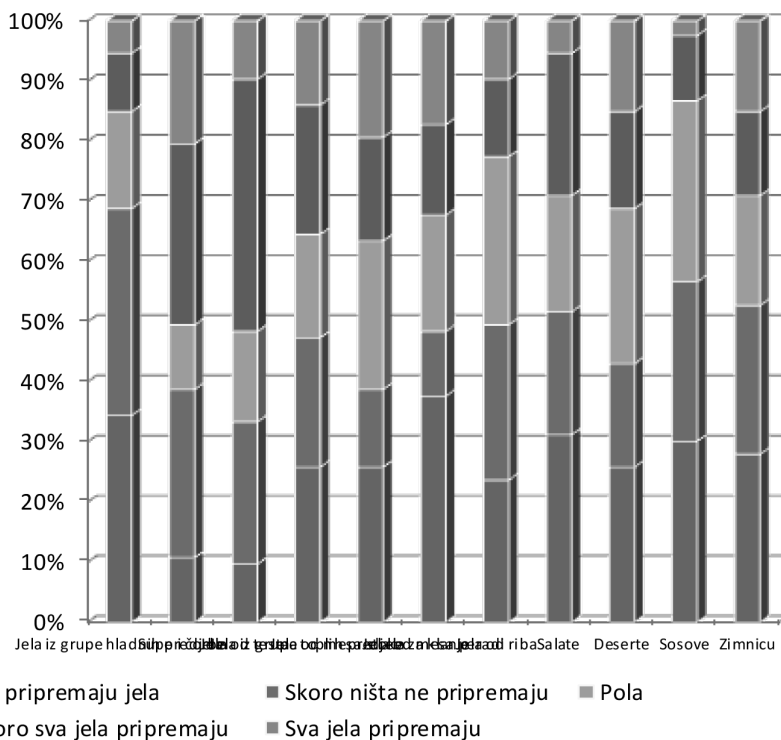
Na osnovu dobijenih podataka može se uočiti velika zastupljenost pripremanja jela iz grupe hladnih predjela po recepturama koje nisu karakteristične za mađarsku kuhinju (po 34,41%) što je donekle opravdano, jer u gastronomskoj kulturi Mađarske ona nisu ni karakteristična (Hargittai, 2003), slično je i sa toplim predjelima. Kod pripre-

me toplih predjela po tradicionalnim recepturama 21,51% priprema skoro sve, samo 13,98% priprema sva jela, a 25,81% ništa od istih. Čak 41,94% domaćinstava priprema skoro sva jela od testa po tradicionalnim recepturama, a to su različite varijacije testenine sa sirom i kvasnog testa (slana i slatka).

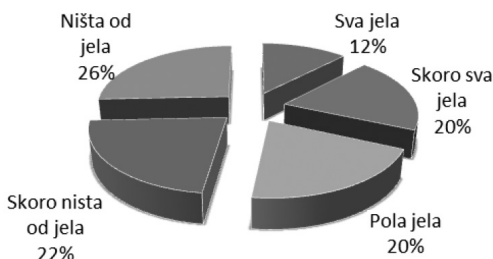
Značajnih 27,96% anektiranih navelo je da polovinu jela od mesa rečnih riba, koje su karakteristične za ove prostore, priprema po

tradicionalnim recepturama, 26,88% i dalje priprema polovinu sosova kao i precij, dok je mali broj domaćinstava sa većim udelom i potpunom pripremom pomenutih jela, što se vidi u grafikonu 3. Najviše je domaćinstava koja u potpunosti i dalje pripremaju jela koja nisu po recepturama predaka, kao što su: salate, jela od mesa, zimnica, sosovi i deserti.

Grafikon 3. Priprema jela po grupama po tradicionalnim recepturama



Generalno posmatrano (grafikon 4) u proseku samo 12% mađarskih domaćinstava sva jela priprema po tradicionalnim recepturama, 20%, skoro sva jela i 20% pola jela. Ovakvo istraživanje zahteva kompleksnije statističke analize.



Grafikon 4. Ukupna priprema jela po tradicionalnim recepturama

Analiza očuvanosti pripreme jela

Četvrti deo istraživanja je imao zadatak da dođe do informacija o očuvanosti autentičnih jela. Ispitanici su imali zadatak da ocene očuvanost u svom domaćinstvu, u domaćinstvu svojih potomaka i sunarodnika. Posmatrajući vrednosti dobijene prilikom ocenjivanja očuvanosti, u rasponu od 1 do 10, došlo se do saznanja da ispitanici očuvanost u svom domaćinstvu ocenjuju prosečnom ocenom 6,08. Dok kod svojih potomaka, mlađih generacija sa 5,03. Dobijeni rezultati se malo razlikuju od očuvanosti koju oni uviđaju kod svojih sunarodnika dajući proseču ocenu 5,10, što bi takođe zahtevalo dodatna istraživanja na ostalim etničkim grupama po uzoru na ovo.

Analiza predstavnika nacionalne kuhinje i usvojenih segmenata

U poslednjem delu isitraživanja se pokušalo doći do saznanja koja jela mađarska populacija smatra pravim predstavnicima njihove kuhinje, najznačajnije razlike u odnosu na kuhinje ostalih etničkih grupa i koja jela su oni usvojili od sunarodnika.

Na pitanje koja jela smatraju pravim predstavnicima mađarske kuhinje ispitanici su najčešće navodili jela od testa poput rezanaca sa sirom, mekike - langoš i poslastice (gomboce sa šljivama, doboš torta), punjene paprike sa dodatkom šećera, jela od mesa (gulaš, parikaš), jela od riba, zečje pečenje ili guščija džigerica sa jabukama i sataras. U ovom popisu se nalaze jela koja su se u mađarskoj kuhinji odomaćila kroz istoriju ali i koja se, slična po nazivu ili sastavu, mogu naći na trpezama ostalih etničkih grupa koje naseljavaju Vojvodinu. Na pitanje po čemu se mađarska kuhinja razlikuje od ostalih kuhinja ispitanici su naveli upotrebu začina u pripremi jela, pikantnost ukusa i mešavinu ljutog i slatkog. Da bi se došlo do saznanja koja jela su usvojili od svojih sunarodnika i rado ih pripremaju u svom domaćinstvu navedena su jela na bazi mlevenog mesa, čevapi, pljeskavice, sarme, musake, jela sa

roštilja, razne vrste hladnih predjela i jela od testa koja se razlikuju od tradicionalnih mađarskih specijaliteta.

Zaključak

Na osnovu sprovedenog istraživanja čiji je zadatak bio da istraži nivo očuvanosti kuhinje Mađara koji naseljavaju ruralna područja, kao mogućnost ponude autentičnog gastronomskog iskustva u turizmu, došlo se do zaključka da su tradicionalni segmenti od značaja za privlačenje gastronomskih turista očuvani u dovoljnoj meri te se mogu implementirati kroz različite ponude u turizmu ruralnih područja. Proizvodnja i priprema autentične hrane u domaćinstvima vojvođanskih Mađara bi na taj način doprinela razvoju gastronomskog turizma područja i celokupne ekonomije.

ZAHVALNICA

Rezultati prikazani u radu su deo projekta koji finansira Pokrajinski sekretarijat za visoko obrazovanje i naučnoistraživačku delatnost, 142-451-2490/2017.

Literatura

- Banjac, M., Kalenjuk, B., Tešanović, D., Gagić, S., Cvetković, B. (2016) *Gastronomic Tourism in Rural Areas of Vojvodina (Serbia)*. *Turizam*, Vol (20/4), 180-191.
- Baum, S. (2011) *The Tourist Potential of Rural Areas in Poland*. *Eastern European Countryside*, Vol (17), 107-135.
- Boniface, P. (2003) *Tasting Tourism: Travelling for Food and Drink*. Aldershot: Ashgate.
- Gagic, S. Jovičić, A., Tešanović, D., Kalenjuk, B., (2014) *Motives for food choice among serbian consumers*. *Economics of Agriculture, Belgrade*, Vol (61/1), 41-51. Dostupno na: <http://www.ea.bg.ac.rs/images/Arhiva/2014/Broj%201/4%20EP%201%202014.pdf> (15.09.2017)

- Hall, C.M., Mitchell, R. (2001) Wine and food tourism. In: Douglas, N., Douglas, N., Derrett, R. (eds.) *Special Interest Tourism*. Milton, Australia: John Wiley & Sons, 149-164.
- Hall, C.M., Mitchell, R. (2006) Gastronomy, food and wine tourism. In: Buhalis, D., Costa C. *Tourism Business Frontiers - Consumers, products and industry*. Oxford: Elsevier Ltd., 137-147.
- Hargittai, M. (2003) *Cooking the Hungarian way*. North Minneapolis, USA: Lerner Publications Company.
- Henderson, J.C. (2004) Food as a tourism resource: A view from Singapore. *Tourism Recreation Research*, Vol (29/3), 69-74.
- Hjalager, A.M., Corigliano, M.A. (2000) Food for tourists – determinants of an image. *International Journal of Tourism Research*, Vol (2/4), 281-93.
- Hjalager, A.-M., Richards, G. (2002) *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Ignatov, E., Smith, S. (2006) Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism*, Vol (9/3), 235-255.
- Ivkov, A. (2004) Gastronomija Vojvodine kao faktor atraktivnosti njene turističke ponude. *Hotellink*, Vol (3), 221-227.
- Kalenjuk, B., Đerčan, B., Tešanović, D. (2012a) Gastronomy tourism as a factor of regional development. *Ekonomika*, Vol (3), 136-146. Dostupno na: <http://www.ekonomika.org.rs/sr/PDF/ekonomika/2012/3-2012.pdf> (10.09.2017).
- Kalenjuk, B., Čomić, Đ., Tešanović, D., Armenski, T., Škrinjar, M. (2012b) Tourists manifestations in the development of culinary tourism in Vojvodina. In: *21st Biennial International Congress, Tourism & Hospitality Management*, May 3-5, 2012, University of Rijeka. Opatija, Croatia: Faculty of tourism and hospitality management, 316-322.
- Kalenjuk, B., Tešanović, D., Škrinjar, M., Đeri, L. (2012c) The importance of authentic food in the development of the culinary tourism in Vojvodina. In: *1st Belgrade International Tourism Conference 2012: Contemporary Tourism - Wishes and Opportunities*, March 22-24, 2012, Belgrade. Belgrade: College of tourism, 293-300.
- Kalenjuk, B., Tešanović, D., Gagić, S., Babić, J. (2013a) Views of employees in the hospitality and tourism industry on the total potentials of Vojvodina to attract tourists motivated by food and drink. *Researches Review of the Department of Geography, Tourism and Hotel Management*, Vol (42), 178-188. Dostupno na: <http://www.dgt.uns.ac.rs/zbornik/issue42/en/15%20Kalenjuk.pdf> (08.09.2017).
- Kalenjuk, B., Tešanović, D., Bradić, M. (2013b) The employees attitudes in hospitality and tourism and about potential for development of gastronomic tourism in Vojvodina. *The central European journal of regional development and tourism*, Vol (5/3), 31-44. Dostupno na: http://www.deturope.eu/img/upload/content_76015353.pdf (09.09.2017).
- Kalenjuk, B., Tešanović, D. (2013c) Determination for strategic development of gastronomic tourism in Vojvodina. *Ekonomika*, Vol (59/4), 195-202. Dostupno na: <http://www.ekonomika.org.rs/Ekonomika.html> (09.09.2017).
- Kalenjuk, B., Tešanović, D., Gagić, S. (2014) Regional development of tourist destinations through the development of gastronomic tourism. In: *Since the crisis on development, the 4th International Scientific Conference*, October 24, 2014, BIH. BIH: University of Business Studies, 363-374. Dostupno na: http://univerzitetps.com/images/stories/aktuelnosti/konferencija_od_krize_prema_razvoju/zbornik/index.html (09.09.2017).
- Kalenjuk, B. (2017) Hrana i ishrana stanovništva Vojvodine u funkciji razvoja turizma, kao odraz ponude ugostiteljskih objekata. In: monografiji pod nazivom: *Etničke grupe Vojvodine u 21. Veku – stanje i perspektive održivosti*. Novi Sad: PMF, 129-144.
- Quan, S., Wang, N. (2004) Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in to-

- urism. *Tourism Management*, Vol (25/3), 297–305.
- Richards, G. (2002) Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? In: A.M. Hjalager & G. Richards (Eds.). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge, 3-20.
- Santich, B. (2004) The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, Vol (23), 15-24.
- Stojanović, T., Čerović, S. (2008) Gastronomic offer of rural tourism: Tourist attraction of geographic area of Serbia. *Collection of papers, Faculty of Geography at the University of Belgrade*, Vol (56), 165-176. Dostupno na: <http://zbornik.gef.bg.ac.rs/pdf/radovi/97.pdf> (15.09.2017).
- Tešanović, D., Vičić, S., Kalenjuk, B. (2010) Structure and quality local cuisine in a recognizable serbian regional hospitality facilities. In: *The Second International Scientific Expert Conference, Quality and innovation in tourism and catering*, 2010, Bled. Slovenija: 515-526.
- Tešanović, D., Vuksanović, N., Kalenjuk, B., Vukić, M., Gagić, S. (2013) Danube tourist ships as an opportunity for export of agricultural and food products. *Economics of Agriculture, Belgrade*, Vol (60/1), 179-194. Dostupno na: <http://bsaae.bg.ac.rs/images/Ekonomika%20kompletna/2013/Broj%201-2013.pdf> (09.09.2017).
- Tešanović, D., Vuksanović, N., Kalenjuk, B., Portić, M. (2015) Tourist ships on the Danube as an opportunity for export of meat and meat products. *Economics of Agriculture*, Vol (62/2), 527-542.
- Vuksanović, N., Tešanović, D., Kalenjuk, B., Portić, M., Kneženić, M. (2016) Socio-demographic characteristics as determinants of differences in perception of local gastronomy. *Ekonomika poljoprivrede*, Vol (64/1), 359-373
- Wolf, E. (2006) *Culinary Tourism: The Hidden Harvest*. Dubuque: Kendall/Hunt Publishing.