

ХРАНИТЕЛНИТЕ ПРЕДПОЧИТАНИЯ – КЛЮЧОВ ФАКТОР ПРИ ОБСЛУЖВАНЕТО НА КИТАЙСКИ ТУРИСТИ

Яна Шишкова

Университет по библиотекознание и информационни технологии

FOOD PREFERENCES – THE KEY ELEMENT IN SERVICING CHINESE TOURISTS

Yana Shishkova

University of Library Studies and Information Technologies

Abstract: Given the scarcity of research on tourist food preference, this study is a first attempt to generate in-depth understanding of Chinese tourists' food preferences, related to the Bulgarian cuisine, in a culturally different environment by employing on-site participant observations and focus group interviews. It provides a detailed analysis of the motivational factors underlying the Chinese participants' food preferences when holidaying in Bulgaria, and also proposes a typology that describes and contrasts the participants' tourism dining attitudes, motivations and behaviors. Furthermore, this study elucidates the influence of Chinese food culture on the participants' tourism dining behaviors and explores the disparities in dining behavioral patterns between the participants in terms of their dining motivations and the way they relate tourism dining experiences to their daily experiences.

Keywords: Chinese tourists; tourist food preference; Bulgarian cuisine

За разлика от други форми на туристически дейности и атракции, туристическото изхранване е форма на изкуство, която удовлетворява всичките пет човешки сетива – зрение, слух, вкус, обоняние и осезание (Kivela, Crotts 2006, 354–355). Храната е ключова и за разбирането на културата на едно общество, важен посредник за културно изразяване (Fieldhouse 1986). Храната е голяма част от привлекателността на дадена дестинация (Chang, Kivela, Mak 2010). Така, туристическото изхранване все повече се превръща в основен канал за туристите да оценят местна култура (Kivela, Crotts 2006, 356).

Коен и Авели (2004) подчертават, че местната храна може да създаде дискомфорт при определени обстоятелства. Тя става приемлива само, ако е модифицирана така, че да отговори на вкусовите предпочитания на туристите. В науката съществува терминът „хранителна неофобия“ – концепция, която се отнася към естествената човешка склонност към опасение и подозрение по отношение на непознати храни (Pliner, Salvy 2006). „Странните храни“ се определят като един от седемте рисков фактора при изходящия туризъм (Lepp, Gibson 2003). Следователно маркетинговете в туризма, хотелиерският бизнес и туроператорите са изправени пред предизвикателството как да представят по подходящ начин местната кухня, да ѝ придадат атрактивен вид и да намалят риска храната да се превърне в пречка пред доброто изживяване. Такова начинание изисква задълбочено проучване на различните хранителни предпочитания и етикет при различните туристи (Quan, Wang 2004).

Редица изследвания касаят факторите, които влияят върху вкусовите предпочитания в световен мащаб (Khan 1981; Randall, Sanjur 1981; Wright, Nancarrow, Kwok 2001). Сред различните фактори, културното влияние се разпознава като основна детерминанта при вкусовите предпочитания (Khan 1981; Longue 1991). Културата е неотделима част от ценностната система на хората и затова е главен фактор при избора на това как и какво ядем (Finkelstein 1998; Rozin 1996). Според Розин и Розин (1981), основните видове храни, техниките на готвене и принципите на овкусяване са трите основни фактора, които отличават кухните по света. Според тези фактори, храната се класифицира, като „приемлива“, „екзотична“, „ядивна“ и „вкусна“ (Long 2004; Makela 2000).

По отношение на китайските туристи, научната литература все още прохода. Едно от основните изследвания е съвместната разработка на Ричард Чан от университета в Провидънс, Тайван, Якша Кивела от хонконгския Политехнически университет и Атина Мак от университета в Съри, Великобритания – „Хранителните предпочитания на китайските туристи“ (Chang, Kivela, Mak 2010). Освен дефиниции и общ преглед на литературата, в него се разглеждат резултатите от редица проучвания. Така например, Телфър и Уол (Telfer and Wall 2000) правят предположение, че азиатските туристи, които посещават Индонезия, предпочитат местни ястия, докато европейците се ориентират повече към близка за тях храна. Торес (Torres 2002) смята, че националността е ключов фактор при консумирането на местна кухня от туристите. Коен и Авиели защитават тезата, че „азиатците в чужбина са по-малко предразположени от западниците да опитват кухнята на „другите“ и са повече зависими от хранителни заведения, които предлагат собствената им кухня в чужбина“ (Cohen, Avieli 2004,

775). Дзе и Кротс са открили, че националната култура е един от четирите фактора, които се асоциират с кулинарните предпочитания на туристите от Хонконг. Откритията им предполагат, че представителите на културите, които имат ниска степен на избягване на несигурността по Хофстеде, показват по-голям брой и разнообразие в кулинарните предложения, сравнено с представителите на културите, които имат висока степен на избягване на несигурността. В България, освен настоящото изследване, с този въпрос се занимава Искра Мандова и Пламен Легкоступ (Мандова, Легкоступ 2019).

Дефиниране на термина „хранителни предпочитания“ и „местна кухня“

Хранителните предпочитания са **оценъчните нагласи, които хората изразяват към храните**. Те включват качествена оценка на храните, както и колко хората ги харесват и не. Количественият метод на измерване на хранителните предпочитания е част от научните изследвания върху хранителните навици още от 40-те години на XX век, когато американската армия го използва за целите на планиране на менюто на военните. Изследванията в областта са систематизирани от американския психолог и биолог Хърбърт Майзелман в редица изследвания, касаещи вкусовите предпочитания. Разработени са две основни скали: хедонистична скала („Колко много харесвате или не харесвате дадена храна?“) и честотна скала („Колко често консумирате дадена храна?“).

Деветстепенната хедонистична скала е разработена от Интендантския институт за изследване на храните и консервната промишленост на въоръжените сили на САЩ (Quartermaster Food and Container Institute for the Armed Forces, U.S.) за изследване на хранителните предпочитания на американските военни (Periam, Girardot 1952, Jones et al. 1955, Periam, Pilgrim 1957). Представява биполярна скала от изключително харесване до изключително нехаресване на двата ѝ края, съотнесено към определени хранителни продукти (Neumann, Ebeler 2017, 62). Скалата измерва възприемането на дадена храна, а също и хранителните предпочитания (Kalva 2014; Lim 2011; Lawless 2009). Хранителните предпочитания са анализирани във времето по брой демографски променливи, включително раса, пол, географски район, възраст, вкусова физиология и много болестни състояния (Meiselman, Bell 2003, 2569 – 2572).

Измерването на хранителните предпочитания може да бъде свързано с планирането на меню. В изследвания, които започват още от 70-те години на XX век, моделиращите менютата са провели изчисления върху

съставките в редица ястия, които влияят общо върху възприемането на новите храни. Според резултатите, приемането на храните се свързва с приемането на съставките в основното ястие – ако то е приемливо като вкус, то общото приемане на даденото меню е над 50%. Хедърли и Майзелман (1996) използват рейтингите на приемане на реални ястия от менютата в университетските столови, за да стигнат до този анализ. Според резултатите, съставките на ястието се промят като принос в общото възприятие на дадено ястие, когато самият начин на приготвяне е променен, като това касае най-различни храни – от сандвичи и пица до основни ястия от студентската кухня.

Московиц и други учени моделират комбинации от ястия, отчитайки фактора отегчение от консумирането на еднотипна храна, заедно с времевите предпочитания и връзката им с менютата, в опит да предскажат колко голямо ще е желанието на клиентите да харесат ястие, според това колко скоро или колко отдавна са го опитвали (Moskowitz, Jacobs, Firtle 1980, 84 – 90).

Хранителните предпочитания най-общо се отнасят до избора на една храна пред друга (Rozin, Vollmecke 1986). В контекста на изследването „хранителни предпочитания“ се отнасят до изявените от китайските туристи избори между две или повече ястия, предлагани в съответната дестинация. „Местна кухня“ се дефинира като храна или напитка, произведена или отгледана в дадена местност или яваща се местен специалитет с локална идентичност (Nummedal, Hall 2006). Местната кухня може да се отличи от неместната според отличителните за продукта характеристики, социални явления и дори екологични измерения (Sage 2003). За целите на изследването **„местна кухня“ ще се отнася към българската кухня, както с обща балканска специфика и влияния от турската кухня, така и локални специалитети**, със съставки, произведени в даден регион на България.

Храната в китайската култура

За китайците храната е сякаш най-важна, за което са осмивани дори от своите велики писатели като нобеловия лауреат от 2012 Мо Йен в романа „Страна на виното“ («酒国», 1992), където стремежът към пресищане гротескно се изражда под формата на човекоядство. Китайците се отнасят към храненето почти като към ритуал, а „хапването на крак“ е на практика неприемливо. Двойната функция на храната като средство за съществуване и като ритуал, диктува и начина на посрещане на китайските туристи:

- Китайците ядат по три пъти на ден в точни часове и е неподходящо да се организират събития, които попадат в този часови период. Трите хранения следва да са по възможност в точен час – сутрин се закусква между 7 и 8.30, обядва се между 12 и 14, вечеря се около 18 часа.
- Още Конфуций е формулирал правилото, че абсолютно всяка храна следва да е минала през топлинна обработка. Това изисква внимателен подход към предлагането на всякакви сурови храни, например салати.
- Китайците консумират 70% меки към 30% твърди храни, което предполага повече супи, зеленчуци, яйца и сготвени до меко месо. Сушените месо, твърдите сурови продукти, твърди десерти (например нуга халва) не са особено подходящи за този тип туристи.
- Китайците ядат много по-малко сол от нас; това изисква да се предупреди готвачът на съответния ресторант да не слага твърде много от тази подправка.
- Изисканата трапеза предполага наличието на всички пет вкуса: солено, люто, горчиво, сладко, кисело.
- В ежедневието китайските туристи предпочитат храна в чиниите да не остава. В буддистката традиция съществува вярване, че всичко, което приживе е оставало по чиниите, след смъртта ще затрупва душата под камара от недоядени остатъци. Затова е нужно прецизно дозиране на порциите – нито много, нито малко.
- Деликатесите не са присъщи за трапезата на обикновения китаец, предпочита се оризът (на юг) или тестените храни (на север), заедно с малко туршия или задушени зеленчуци, по-рядко месо. В същото време, китайците често канят гости в ресторант, където не се скъпят на редки изискани ястия, дори и да не са по джоба им – нерядка картинка е същият домакин после цял месец да се храни с нудли със зеленчуци. Деленето на парадна и ежедневна кухня съществува още от древността и е свързано с понятието „диу миендзъ“ (丢面子) или да си „загубиш лицето“ – начин на поведение, характерен за цялото китайско общество, който определя много от постъпките в най-различни ситуации.
- Китайците не ядат десерти. Могат да опитат, но количествата захар трябва да бъдат в пъти по-малки от тези, които консумираме в България. Рафинираната захар сравнително късно достига до Китай, като движението назад към собствените корени от последното десетилетие напълно я отхвърля като част от ежедневната диета,

освен в конкретни райони, където захар се добавя почти към всички ястия.

- Китайците могат да боравят с нож и вилица, но въпреки това предпочитат храната да е нарязана на хапки, като избягват напълно ползването на ножове. Правилото е формулирано още от Конфуций, като е белег на невъзпитание на масата да присъства нож.
- Според етикета, когато най-високопоставеният човек в групата (по статут, възраст или длъжност) приключи с яденето, цялата група става и напуска ресторанта.
- Силнорелигиозните буддисти не консумират телешко, тъй като кравата е свещено животно. В Китай има и десет мюсюлмански малцинства, които не консумират свинско. Между 4 и 5% от китайците са вегетарианци и вегани (Magistad 2013). Редно е да попитаме предварително за предпочитанията на туристите и да осигурим максимално добро преживяване.
- Наблюдава се повишен интерес към храна с лечебни свойства или тонизиращ ефект върху здравето. Корените се проследяват още към IV – III в. пр.н.е., когато даоистките алхимици развиват теории за лечебното хранене, като изследват свойствата на редица вещества.
- В Китай масите за хранене в традиционните ресторанти са кръгли, с въртящ се стъклен плот, където се поставят ястията. Никой не сядва на главната маса, преди да са пристигнали всички поканени. Изчакването става в отделен кът в залата, където се сервира чай. По правило домакинът заема главното място срещу вратата, а от двете му страни сядат гостите, подредени по йерархия. Домакинът сервира от най-хубавото ястие в чинията на най-важния гост (Мандова И., Легкоступ, П. 2019, 75).
- В Китай почти винаги се сервира и консумира гореща вода. Смята се, че тя е полезна за здравето, изчиства организма и предпазва от болести. Тъй като при нас консумацията на гореща вода е рядко явление, при посрещане на китайски гости е необходимо да се има предвид тази особеност и да се предложи от домакина (Мандова И., Легкоступ, П. 2019, 76). В туризма вече има повишено разбиране за нуждите на китайските туристи. В основните хотелски вериги по стаите се разполагат кани за преваряване на водата или апарати за студена и топла вода на етаж. В ресторантите следва да се предупреди, за да се поставят бутилки или кани с гореща вода при разполагането и напускането на групата, като китайците целодневно разчитат на термоси, в които слагат чаени листа и доливат вряла вода през целия ден.

- При посещането на групи следва да се разбира правилото, че ако вечерята се заплаща от ръководителя на групата, алкохол ще се пие само, ако самият домакин желае това, а също така не е прието всеки да поръчва за себе си различен алкохол. Сервира се китайско вино или *байдзиу*, от което пият всички, като наздравниците следват строг ред по старшинство. При туристическите групи обикновено туроператорът организира хранене с дегустация на местна бира, вино или българска ракия, като това се уговаря предварително между фирмите.

Тези правила са обобщени както в научната литература, така са и плод на дългогодишни наблюдения в сферата на туризма и обслужването на китайски групи.

Анкетно проучване за установяване на хранителните предпочитания на китайските гости по отношение на българската кухня

С цел установяването на хранителните предпочитания на китайските гости, в периода 05 – 22.10.2020 г. бе проведено анкетно проучване сред 59 китайци, сред които студенти българи от Пекинския чуждозиков университет, които са пребивавали в България; редовни учители китайци към образователните институции в България; учители доброволци, изпратени по линия на Институтите Конфуций; китайци с временно или постоянно пребиваване у нас. Бяха подбрани анкетирани лица, които имат най-малко един месец престой в България и широк поглед върху българската кухня.

Самата анкета дава представителни данни според възраст, престой в България, етническа принадлежност, предпочитания към някой от петте вкуса или към смесени вкусове, предпочитани места за изхранване. Изследването представлява петстепенна скала с опции: много ми харесва – относително ми харесва – нито ми харесва, нито не – относително не ми харесва – много не ми харесва. Скалата е приложена както за традиционни напитки, така и за ястия от традиционното българско меню, както следва: 19 предястия, 8 вида супи, 25 основни ястия, 7 десерта. Резултатите от анкетното проучване са получени в колаборация с проф. Магдалена Гарванова, УниБИТ, като е използвана програмата SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) – компютърна програма, работеща в средата на операционна система Windows.

Анализ на данни от проведено анкетно проучване

Според пола, анкетираните са 11 мъже (18,6%) и 48 жени (81,4%). От тях 57 са китайци от етноса *хан* (96,6%), един *хуей* (1,7%), един *шъ* (1,7%). За пръв път в България от тях са 4 души (6,8%); посещавали няколко пъти – 5 души (8,5%); пребиваващи в България под 1 година – 18 (30,5%); пребиваващи в България 1 – 5 години – 24 (40,7%); с постоянно жителство – 8 (13,6%). Според възрастта са, както следва в табл. 1:

Табл. 1. Възраст на анкетираните респонденти

ВЪЗРАСТ	БРОЙ ХОРА	ПРОЦЕНТ
21 – 30 години	40	67,8
31 – 40 години	15	25,4
41 – 50 години	3	5,1
51 – 60 години	1	1,7
Общо	59	100,0

Съставител: авторът

При анкетирането отсъстват респонденти под 20-годишна възраст и над 60 години. Това се дължи както на възрастта на учителите и студентите българисти, които пребивават или са посещавали България, така и на невъзможността в условията на пандемията от Ковид-19 да се свържем по интернет с по-старото поколение българисти в Китай. По-високият брой жени се дължи на самата фокус група от хора, които имат по-дълъг опит с българската кухня. Сред филолозите и учителите традиционно преобладават жените.

Предпочитанията към определен вкус/смесени вкусове са отразени в табл. 2:

Табл. 2. Вкусови предпочитания на респондентите

ВКУС	БРОЙ ХОРА	ПРОЦЕНТ
Солено	29	24,2 %
Сладко	20	16,7 %
Кисело	7	5,8 %
Горчиво	1	0,8 %
Лютото	37	30,8 %
Смесени вкусове	26	21,7 %

Съставител: авторът

Анализът на данните показва предпочитания към люто (30,8%), като основен вкус, след което солено (24,2%), смесени вкусове (21,7%), сладко (16,7%), кисело (5,8%) и горчииво (0,8%).

За да се разбере какво точно стои зад тези данни, следва да се направят някои уточнения. Според етикета, на официалната трапеза следва да присъстват ястия от всичките пет вкуса, като към тях се добавят и още три – ароматен, златен и безвкусен.

Люто, според провинцията, от която идва гостенинът, се различава по степен на усещане. В Съчуан и южните провинции ядат много люто, откакто преди около 300 години в Китай внасят първия люто пипер. Причината е в самия климат – горещината и влагата бързо са разваляли храната, като солта и люто са имали функция на консервант. Независимо че от десетилетия в Китай във всеки дом има хладилник, и досега съчуанската кухня се смята за една от най-вкусните и предпочитани по цял Китай, а административният център на провинцията, град Чънду, бе обявен през 2011 г. за гастрономичен център на Китай. Лютите подправки в китайската кухня са люто *ладзя* (различни видове люто червен пипер); черен пипер; съчуански пипер; семена от копър. У нас добре се посрещат всякакви ястия с люто червен и черен пипер.

Солената гама предполага употребата на соев сос, сол, моносодиев глутамат (*уейдзин*), бульон. Важна разлика е, че китайците поначало не ядат толкова солено, колкото нас и именно този вкус е способен да развали впечатлението от нашата кухня. Туроператорите и екскурзоводите с опит предварително предупреждават ресторантите за китайска група, а готвачите слагат по-малко сол от обичайното. Ако групата има изхранване в китайски ресторант, трябва да се има предвид, че в последните години моносодиевият глутамат придоби статут на подправка, свързвана с нискокачествената кухня, поради извличането му вече не от морски водорасли, а от нишесте, захарно цвекло или меласа по химичен път. Той има силен и отличителен аромат, всяко ястие започва да има еднакъв вкус и така един от признаците дали ресторантът е добър е, ако готвачът не използва или ползва в минимални количества тази подправка.

Сладкият вкус, както и соленият, е с много по-малка степен на сладост, според вкусовите предпочитания на китайците. В сладката гама са следните подправки от китайската кухня: сладко петмез, захар, мед, сок от захарна тръстика, природно сладки продукти (корени от лотос, супа от сепия). У нас се използва предимно бялата рафинирана захар, в последно време кафява захар и естествени подсладители, като стевията. В традиционната кухня десерти не се консумират в повечето случаи. Възможно е да се завърши храненето с пресни сезонни плодове, десерт от сладка

тиква с пълнеж от червени фурми *дзао*. Дори тортите са много по-малко сладки от при нас. Според традиционните рецептурници и изхранване на туристически групи, у нас се е установила формулата при всяко хранене да има десерт. Това не е особено подходящо за китайски групи. Анализът на алтернативите или подбора на десертите ще изложим по-долу.

Киселото е вкус, който в китайската кухня идва основно от добавен лимон или оризов оцет. Използва се в сосове, например в северната кухня, където сред основните ястия са всевъзможните видове пелмени. Тестените изделия с пълнеж се потапят в сос от оризов оцет, чесън и соев сос, като така добавят към вкуса и аромата. Според анкетното проучване, твърде малко хора предпочитат обособено този вкус – едва 5,8%.

Горчивото в китайската кухня служи за прочистване на сетивата и укрепване на организма. Към подправките се отнасят джинджифил, горчица ряпа, листа горчица. При пищните банкети малки чинийки с нарязани кръгчета джинджифил се поднасят за прочистване на небцето между различните курсове ястия.

Трите допълнителни вкуса играят много важна роля за вкусовете усещания на китайските гости. **Безсолното** (или безвкусното) се отнася към варения бял ориз или хляба. Те възприемат хлебчетата на пара, белия варен ориз за палитрата, на която рисуват вкусови усещания. Най-често обичайното хранене включва такава основна храна, към която се добавят сготвени зеленчуци, месо, морски продукти, туршии. **Ароматно** – терминът се отнася до общите усещания на обонянието от добре пригответеното ястие; така например може да се усети „ароматът на уока“, в който е запържено пилето, това означава че всички продукти са пресни, а уокът – много горещ, така че да запази максимално от хранителните и вкусовите качества на продуктите. Когато поднасяме скара или цяло печено или пържено месо, за тях това усещане за прясно вряло олио дава разбирането за изискана трапеза. Третият допълнителен вкус е т. нар. **златно** – асоциира се с плода *кумкуат* (вид мандарина), който е едновременно сладък и тръпчив. Такъв вкус оставя артишокът и т. нар. „хилядолетни яйца“¹. У нас такъв вкус може да предложи цеденото кисело мляко с мед и орехи или добавено сладко.

В България в момента има само няколко китайски ресторанта, в които предлагат кухня, която да отговаря на тези високи стандарти и да

¹ Хилядолетни яйца, наричани още стогодишни яйца, консервирани яйца или черни яйца (на кит. 皮蛋 *pídàn*), представляват китайски консервиран хранителен продукт и деликатес, пригответен чрез измазване на яйца от патица, кокошка или пъдпъдък със смес от глинени, пепелни, солени, люти и оризови корпуси в продължение на няколко седмици до няколко месеца, в зависимост от метода на обработка (Moskvitch 2013).

съдържа петте вкуса, без допълнително добавяне на мононатриев глутамат. Според анкетно проучване сред китаисти и китайци, пребиваващи в България, направено през 2018 г. в професионалния форум на китаистите, това са:

- СОФИЯ: **Мънфу-юен** (Благословена градина), ж.к. Манастирски ливади, ул. Пирин 89, 0887 97 77 67; **Мин юан**, ж.к. Свобода, ул. Николай Чудотворец № 1, 0885 251 574; **Богат урожай**, ул. Проф. Кирил Попов 53, 0878 314 885;
- ВАРНА: **Щастлив век**, ул. 8-ми Ноември 11 (с/у храм Св. Атанасий), 052/621 485; 0885 11 81 07 – може да се поръчва извън менюто
- ВЕЛИКО ТЪРНОВО: **Пекинска кухня**, бул. „България“ 29, 0879 421 853 и 0892 288 200 (почивен ден неделя);
- ПЛОВДИВ: **Герджика**, ул. Победа 1, 0878 848 779; **Азия**, ул. „Гладстон“ 60, 032 621 469 и 088 195 070; **Шанхай**, бул. „Цар Борис III Обединител“ 33, 032 966 533 – за малка група;
- РУСЕ: Бамбук, ул. Велико Търново, № 5, 082 870 555 и 0895 607 920.

В анкетното проучване попитахме и за предпочитанията на китайските гости по отношение на заведенията за изхранване (табл. 3):

Табл. 3. Предпочитания на китайските гости към заведенията за изхранване

ВИД ЗАВЕДЕНИЕ ЗА ИЗХРАНВАНЕ	БРОЙ ОТ- ГОВОРИ	ПРОЦЕНТ ИЗБРАЛИ	ПРОЦЕНТ ОТ ОБЩ БРОЙ РЕСПОНДЕНТИ
Скъпи ресторанти	29	49,2 %	16,5 %
Ресторанти, в които се хранят местните	53	89,8 %	30,1 %
Китайски ресторанти	41	69,5 %	23,3 %
Ресторанти за бързо хранене	26	44,1 %	14,8 %
Пазари и улични заведения	27	45,8 %	15,3 %
ОБЩО	176	298,3 %	100 %

Съставител: авторът

Анализът на данните по отношение на избора на хранително заведение показва, че за най-голям процент от респондентите предпочитанията съвпадат с общите тенденции, описани от изследването на СИТМ 2018, с ясни предпочитания към местния колорит и ресторантите, в които се хранят българите (89,8 %).

На второ място са китайските ресторанти (69,5 %). Китайската кухня, независимо от дългата си история и постоянното включване на нови

съставки, поради самите техники на готвене и определения набор от подправки, съществува в обособен вид и в малка степен се влияе от новите тенденции за смесване на стиловете. Китайците от малки са привикнали със специфичните за тях вкусове и имат потребност от китайска кухня, независимо дали приготвена вкъщи (за дългосрочно пребиваващите) или консумирана в ресторант. При това, качествени китайски ресторанти, както видяхме по-горе, има само в няколко български града и са под десет на брой. Именно това се отразява в относително ниския процент при избора на хранително заведение, доколкото няма очакване за достатъчно качествена храна. Що се касае до обслужването на туристи и групи, които посещават България за повече от два дена, следва отново да се подчертае необходимостта най-малко през ден да се осигурява едно изхранване в китайски ресторант. Първо, защото трите китайски ресторанта в София са от много висока класа, като екскурзоводите китаисти, които водят балкански турове, свидетелстват, че около нас никъде, освен в Истанбул, няма ресторанти с толкова добро качество. Второ, защото разнообразието при изхранването следва да е дозирано, като небцето и цялото тяло си почива от новите преживявания, захранвайки се с познати вкусове. Това влияе както на доброто самочувствие и здраве, така и на готовността да се опитат при следващото ядене нови непознати храни.

Скъпите ресторанти (49,2%), ресторантите за бързо хранене (44,1%), пазарите и уличните заведения (45,8%) съответно се намират процентно в една и съща плоскост на предпочитанията. Дългосрочно пребиваващите обикновено си изкарват парите тук и не могат да си позволят често да посещават скъпи ресторанти. Те биха хапвали там, ако има покана от трето лице, специален повод или за разнообразие. Посещаващите България туристи също не са склонни често да дават допълнителни пари за изхранване, още повече, че ресторантите с 2–4 звезди обикновено предлагат голям избор от вкусни и питателни храни. Храненето в скъп ресторант е по-скоро въпрос на статут, отколкото на реално предпочитание. Ресторантите за бързо хранене дават усещането за нещо познато, доколкото големите световни вериги са представени както в България, така и в Китай. В такива вериги рядко е възможно да видим туристи, освен ако не са с индивидуална програма. Дългосрочно пребиваващите, от друга страна, понякога имат необходимост за нещо познато, но различно от китайската кухня, и затова могат да предпочетат да хапнат в McDonalds или KFC. Уличната храна има своите привърженици сред китайските гости, тъй като се смята, че в най-голяма степен предава локалните вкусове. В последно време, в Китай върви обществено обсъждане и се повишават изискванията към хигиената и качеството на

обслужване. Оттам се пораждат понякога съмнения в чистотата на уличните заведения и не всеки е склонен да опита такава храна. От своя страна, пазарите са притегателни за китайските гости – пример за популярно място са Халите в София, след един документален филм за България, излъчен по националната телевизия през 2017 г. От тогава насам, сред запитванията неизменно присъства молбата да се посети този пазар. Храната в такива места е интересна. Сравнително ниският процент, отдаден като предпочитание за нея, е свързан с етикета, при който се предпочита всички да се разполагат на кръгли маси и да хапват заедно, като споделят обща храна. Повишеното търсене на местен колорит диктува прецизното формиране на подходящи менюта с българска традиционна кухня за китайските туристи. Според българския рецептурник, в анкетното проучване видовете ястия са разделени на предястия, супи, основни и десерти. Допълнително са изследвани нагласите към традиционните алкохолни и безалкохолни напитки.

ПРЕДЯСТИЯ

При избора на предястия сме се ръководили както от стандартните ресторантски менюта, така и от допълнителни традиционни храни, които по-рядко се предлагат на туристически групи. Основно сме избягвали ястия, които се асоциират с турската кухня, въпреки че е невъзможно от менютата да се отдели например шкембе чорбата или скарата. В табл. 4 е представена петстепенна скала на хранителните предпочитания, свързана с основните предястия от българската традиционна кухня.

Анализът показва, че сред най-предпочитаните предястия са баница (62,7% отбелязали, че я харесват много); пърленка (57,6%); шопска салата (52,5%). На второ място, с над 40% предпочитания, са: телешки език в масло (45,8%), пилешка каша (44,1%), луканка (42,4%) и катма (41,4%); на трето място можем да предложим на гостите туршия (37,3%), спаначена каша с яйце и тиквички с чеснов сос (33,9%), сирене по шопски и паниран кашкавал (30,5%). Сред най-малко предпочитаните ястия са салата Снежанка (25,9%), чушка бюрек (22,0%), качамак (20,7%), катък (19,6%), къпоолу (18,6%), пълнени яйца (10,3%). Последният дял биха могли да се квалифицират като „екзотични“ ястия и следва да бъдат предлагани дозирано и само в рамките на по-голям избор храни.

Табл. 4. Хранителни предпочитания на китайците по отношение на българските предястия

ПРЕДЯСТИЯ	Много харесвам	Относително не харесвам	Нито харесвам, нито не харесвам	Относително не харесвам	Много не харесвам
Шопска салата	52,5 %	20,3 %	23,7 %	3,4 %	0 %
Снежанка	25,9 %	29,3 %	39,7 %	3,4 %	1,7 %
Къпоолу	18,6 %	50,8 %	27,1 %	0 %	3,4 %
Лютеница	36,4 %	41,8 %	21,8 %	0 %	0 %
Катък	19,6 %	28,6 %	39,3 %	10,7 %	1,7 %
Чушка бюрек	22,0 %	39,0 %	37,3 %	1,7 %	0 %
Тиквички с чеснов сос	33,9 %	42,4 %	20,3 %	1,7 %	1,7 %
Туриция	37,3 %	27,1 %	28,8 %	6,8 %	0 %
Телешки език в масло	45,8 %	23,7 %	18,6 %	10,2 %	1,7 %
Луканка	42,4 %	35,6 %	11,9 %	8,5 %	1,7 %
Сирене по шопски	30,5 %	16,9 %	40,7 %	10,2 %	1,7 %
Паниран кашкавал	30,5 %	11,9 %	32,2 %	15,3 %	10,2 %
Пълнени яйца	10,3 %	10,3 %	41,4 %	27,6 %	10,3 %
Качамак	20,7 %	53,4 %	22,4 %	3,4 %	0 %
Пилешка каша	44,1 %	37,3 %	18,6 %	0 %	0 %
Спаначена каша с яйца	33,9 %	42,4 %	20,3 %	3,4 %	0 %
Пърленка	57,6 %	15,3 %	10,2 %	16,9 %	0 %
Баница	62,7 %	18,6 %	18,6 %	0 %	0 %
Катма	41,4 %	27,6 %	27,6 %	3,4 %	0 %

Съставител: авторът

Част от респондентите, поради религиозни причини, не консумират телешко (будистите) или свинско (мюсюлманските общности, основно хуей и уйгурите). Обслужването на такъв тип групи се явява частен случай, като следва да се уточнява предварително с изпращащата страна. Малък процент (3%), съответстващ на тенденциите в цялата страна, се явяват вегетарианци, като за тях също се планират отделни менюта, които се обговарят предварително.

Тук и при следващите таблици следва да се има предвид, че отговорът „нито харесвам, нито не харесвам“ е избран като алтернатива за липсата на отговор, когато човекът не е опитвал дадено ястие. Там, където имаме висок процент на този отговор, е напълно възможно респондентите да не могат да определят вкуса на храната, просто защото нямат опит с нея. Затова може, в рамките на по-предпочитани ястия, да се предложат предястия, като чушка бюрек, сирене по шопски, катък, Снежанка, но с изричното разбиране, че млечните продукти поначало не се явяват част

от китайската диета. Вкусът на производните на млякото, особено на нашето саламурено сирене, е твърде силен и солен за тях. Сирене следва да се предлага само отделно и по малко, може като плато сирена за цялата група, но не и в рамките на основното ястие, защото има риск туристите просто да не го хапнат, да останат гладни и недоволни от обслужването.

СУПИ

Сред супите сме подбрали осем от традиционните, които се предлагат в ресторантите. От списъка липсва например телешкото варено, първо, защото много рядко се предлага в основните ресторанти, където се изхранват туристите, второ, защото е специфично откъм религиозни виждания, тъй като пристигат все повече вярващи будисти, за които кравата е свещено животно и телешко изобщо не се консумира. Изявените предпочитания по степен на харесване можем да проследим в табл. 5:

Табл. 5. Вкусови предпочитания по отношение на супите от традиционната българска кухня

СУПИ	Много харесвам	Относително харесвам	Нито харесвам, нито не харесвам	Относително не харесвам	Много не харесвам
Шкембе чорба	47,5 %	27,1 %	13,6 %	11,9 %	0 %
Супа топчета	47,5 %	35,6 %	6,8 %	6,8 %	3,4 %
Курбан чорба	58,6 %	19,0 %	12,1 %	5,2 %	5,2 %
Рибена чорба	54,2 %	18,6 %	22,0 %	5,1 %	0 %
Гъбена чорба	45,8 %	37,3 %	11,9 %	5,1 %	0 %
Боб чорба	27,1 %	18,6 %	20,3 %	25,4 %	8,5 %
Леща	13,6 %	25,4 %	30,5 %	23,7 %	6,8 %
Таратор	20,3 %	23,7 %	40,7 %	15,3 %	0 %

Съставител: авторът

Според данните, най-предпочитана е курбан чорбата (58,6%) и рибената чорба (54,2%). Съотнесено с резултатите от втората колона, на трето място е супа топчета (47,5%, които много харесват и 35,6%, които относително я харесват) и чак на четвърто е шкембе чорбата (47,5% и 27,1%). Така, предположението, че шкембе чорбата е най-успешната ни представителна супа, което до момента съществуваше в екскурзоводските и туроператорските среди, не се оправда. Този вид супа се оказва специфичен продукт, като не всеки харесва карангия (макар в Китай много повече да се употребява в кухнята, отколкото при нас), а поради религиозни причини или вегетарианска диета, част от китайските гости отказват да

я опитват. В коментари към анкетите получихме от дългосрочно пребиваващите китайци в България коментар, че качеството на самата шкембе чорба на много места се различава, което ги спира да си поръчат, макар като цяло да я харесват. Изводът е, че такава супа следва да се поръчва само в проверени места (Шишкова 2021).

Боб чорбата (27,1 %) и лещата (13,6 %) се оказват в долната граница на предпочитанията. В Китай има много бобови растения, като най-употребяваното от тях е соевото сирене, известно като *доуфу* (тофу). В същото време, консистенцията на продукта се различава при обработката. Обикновено бобовите се стриват на паста и така се използват не само в супите, но и при приготвянето на сладки с пълнеж и други десерти. Доуфу се отнася към безвкусния вкус и се съчетава с различни храни, които му придават аромат. Останалите бобови са със сладък вкус, оттам и употребата им в десертите. Очевидно е, че във вид на зърна, бобът и лещата не се явяват предпочитана храна. Препоръката е да се избягва сервирането на тези две супи, като по-добре бобът да се представя във вид на салата с лютеница или с лук, в рамките на плато различни салати. По този начин той ще бъде приет като екзотично ястие за опитване, но няма да повлияе на общото усещане от трапезата.

Тараторът е най-специфичната от всички супи. Той е твърде особен на вкус за китайските ни гости. Тук трябва да се има предвид, че всички интервюирани имат относително богат опит с българската кухня и могат точно да определят какво харесват и какво не предпочитат. Що се касае до посещения от туристи, тараторът се свързва с киселото мляко, което е един от малкото български продукти, спечелили популярност на китайския пазар.

Продуктите на мандра „Момчиловци“ са известни в цял Китай и са широко рекламирани. В същото време, макар България да се възприема и промотира като родината на киселото мляко (йогурта), в самата Поднебесна се е установило разбирането, че йогуртът е сладък и нишестен. Сблъсъкът с истинското кисело мляко може да бъде твърде рязък, затова е добре да се прави градация и внимателно въвеждане на продукта в течение на няколко дена. Бихме могли да моделираме в следната градация: цедено кисело мляко с мед и орехи или боровинково сладко (познат сладък вкус с непозната консистенция), на следващия ден да се предложи баница с айран (следва да не е много солен, привичен „безвкусен“ вкус), на следващия ден Снежанка в рамките на плато салати и най-накрая таратор, придружен с етнокултурни пояснения за важноста му в нашата диета и влиянието на киселото мляко върху здравето. Такъв тип градация ще остави приятно впечатление, ще подготви небцето, като продуктът ще има успех в представянето.

ОСНОВНИ ЯСТИА

Според изследванията, които представихме в началото на този дял, основните ястия са онези, върху които се гради усещането за удовлетвореност и неудовлетвореност от съответната трапеза. При подбора на менюта могат да бъдат представени „екзотични“ ястия, които не отговарят на основните вкусове на китайските туристи, само ако сме сигурни, че се предлагат достатъчно други храни, които да се доближават до вкусовете предпочитания. За основните ястия това се оказва трудно, тъй като стандартното меню у нас включва три курса: за обяд това е супа, салатата и основно ястие или супа, основно ястие и десерт; за вечеря – салатата, основно и десерт. Този подход, докато не бъде разчупен през призмата на китайския етикет, диктува да познаваме особено добре кои ястия се предпочитат, а кои съвсем не отговарят на вкусовете на китайските гости.

В табл. 6 са представени общо 25 основни ястия от българския рецептурник, като към основните блюда, предлагани в ресторантите, добавихме и любими местни блюда, които рядко се предлагат на културните туристи.

В анализа разделяме условно ястията на четири категории, според най-високата степен на предпочитание на респондентите. В първата са всички, които показват над 50 % оценка „много харесвам“. Това са: мешана скара (75,9%), пържена пъстърва с картофи (64,4%), чеверме (63,8%), джолан (51,7%), пилешко бутче с ориз (58,6%), печена пъстърва с гарнитура (57,6%), кавърма (51,8%), мусака (50,0%). В тази категория са избрани 8 от 25 ястия, като се отдава предпочитание на месо или риба с гарнитура. При мешаната скара, чевермето, мусаката, кавърмата, джолана имаме и малък процент, които много не харесват даденото ястие. Основно, това са мюсюлмани, които не консумират свинско или будисти, които не консумират телешко. Показателно е, че при пържената и печената риба няма процент на нехаресващите в малка или голяма степен, затова е препоръчително най-малко едно от храненията да предлага такова основно ястие. В същото време, до момента туристическите фирми предлагаха предимно печена пъстърва (р-т „Горски кът“, Рилски манастир; морските курорти), водени от предположението, че китайците предпочитат по-неутрален вкус. Анкетното проучване показва, че пържената риба се предпочита пред печената, затова и може да се предлага в много по-широки мащаби.

Табл. 6. Хранителни предпочитания към основните ястия на китайските гости

ОСНОВНИ ЯСТИЯ	Много харесвам	Относително харесвам	Нито харесвам, нито не харесвам	Относително не харесвам	Много не харесвам
<i>Мешана скара</i>	75,9%	8,6%	13,8%	0%	1,7%
<i>Пилешки дробчета или сърца в масло</i>	31,6%	22,8%	22,8%	17,5%	5,3%
<i>Телешки мозък в масло</i>	8,8%	19,3%	35,1%	26,3%	10,5%
<i>Чевърме</i>	63,8%	22,4%	8,6%	0%	5,2%
<i>Мусака</i>	50,0%	32,1%	16,1%	0%	1,8%
<i>Сарми</i>	22,4%	43,1%	29,3%	0%	5,2%
<i>Капама</i>	37,9%	24,1%	34,5%	1,7%	1,7%
<i>Миш-маш</i>	33,3%	15,8%	45,6%	0%	5,3%
<i>Кавърма</i>	51,8%	30,4%	12,5%	1,8%	3,6%
<i>Пържен или задушен телешки език</i>	41,4%	20,7%	20,7%	12,1%	5,2%
<i>Гювече</i>	48,2%	26,8%	25,0%	0%	0%
<i>Кюфтета в доматиен сос</i>	49,2%	27,1%	18,6%	3,4%	1,7%
<i>Цаца</i>	47,5%	42,4%	10,2%	0%	0%
<i>Пържена пъстърва с картофи</i>	64,4%	27,1%	8,5%	0%	0%
<i>Печена пъстърва с гарнитура</i>	57,6%	25,4%	16,9%	0%	0%
<i>Пълнен шаран</i>	15,5%	51,7%	27,6%	5,2%	0%
<i>Пълнени тиквички</i>	22,1%	27,1%	44,1%	3,4%	3,4%
<i>Пълнен патладжан в доматиен сос</i>	20,3%	27,1%	33,9%	8,5%	10,2%
<i>Пълнени чушки</i>	25,0%	39,3%	32,1%	3,6%	0%
<i>Пилешко бутче с ориз</i>	58,6%	20,7%	19,0%	1,7%	0%
<i>Свинско със зеле</i>	49,2%	23,7%	22,0%	1,7%	3,4%
<i>Свинско шкембе по ловджийски</i>	38,6%	24,6%	17,5%	12,3%	7,0%
<i>Джолан</i>	51,7%	24,1%	17,2%	3,4%	3,4%
<i>Кюфтета от тиквички с чеснов сос</i>	34,5%	41,4%	19,0%	3,4%	1,7%
<i>Пълнени гъби с бекон и топено сирене</i>	34,5%	25,9%	27,6%	8,6%	3,4%

Съставител: авторът

Във втората категория по степен на предпочитания са от 40 % до 49,9 %: кюфтета в доматен сос и свинско със зеле (49,2 %), гювече (48,2 %), цаца (47,5 %) и пържен или задушен телешки език (41,4 %). Тук следва да уточним, че за китайските гости следва да се внимава с целите плочки саламурено сирене, независимо че при готвене част от солеността изчезва. Преди да се поръча видът гюведже, е добре от предния ден да се обяснят вариантите на самите туристи, като се избере онова, което най-много ще им допадне като съставки. По този начин се сменя отговорността от туроператора за неподходящото основно ястие, ако има твърде недоволни от сиренето. Задушеният телешки език много не се харесва на 5,2 %. Тук причините могат да са не само религиозни, но и чисто вкусови, доколкото не всички китайци харесват карантите за основно ястие.

Третата категория е на приемливите ястия в диапазона 30,0 % – 39,9 %, които следва да се предлагат с повишено внимание и при по-дълъг престой, като се редуват с по-предпочитани: свинско шкембе по ловджийски (38,6 %), капама (37,9 %), кюфтета от тиквички с чеснов сос (34,5 %), пълнени гъби с бекон и топено сирене (34,5 %), миш-маш (33,3 %), пилешки дробчета или сърца в масло (31,6 %). Тъй като всички изброени, с изключение на капамата, могат да се отнасят както към топли предястия, така и към основни ястия, то би било разумно те да се предлагат към основните ястия като допълнение – например една порция с пълнени гъби или дробчета би била подходяща за четирима души.

В четвъртата категория (от 0 % до 29,9 %) попадат както „екзотичните“ ястия, които са най-далечни по вкус или странни на усещане, така и онези, които действително не допадат като вкус на китайските ни гости: пълнени чушки (25,0 %), сарми (22,4 %), пълнени тиквички (22,1 %), пълнен патладжан в доматен сос (20,3 %), пълнен шаран (15,5 %) и най-непредпочитан се оказва телешки мозък в масло (8,8 %). Трябва да се отбележи, че при голяма част от ястията се наблюдава висок процент отговорили „нито харесвам, нито не харесвам“: телешки мозък в масло (35,1 %), сарми (29,3 %), пълнен шаран (27,6 %), пълнени тиквички (44,1 %), пълнен патладжан в доматен сос (33,9 %), пълнени чушки (32,1 %). Тъй като тези ястия в голямата си част не се предлагат в ресторантите, където обикновено се изхранват туристическите групи, то е допустимо да предположим, че отговорилите с тази опция вероятно не са опитвали съответното ястие. В китайската кухня има традиция да се поднася цяла риба и в частност шаран за рождените дни. Независимо от ниския процент харесване, би било разумно да се рискува с това ястие, доколкото то не е просто близко по вид, аромат и консистенция до рецептите в Китай, но също се отнася и към парадната кухня, като придава по-голяма изисканост на трапезата.

Сармите могат да се поднесат като предястие, от което да опитат няколко души, същото важи за пълнените тиквички и патладжан. Пълнените чушки имат висок процент на относително харесване (39,3%), което по-скоро ги отнася към втора категория на ястията, които без риск могат да бъдат поднасяни като основни, особено ако екскурзоводът преди това е имал беседа за свойствата на киселото мляко за удължаване на живота и укрепване на здравето. При това, следва да се предупреди ресторантът да поднесе именно кисело мляко като гарнитура, а не млечен сос.

ДЕСЕРТИ

В настоящото изследване сме подбрали седем десерта, които се срещат по нашите ресторанти, а също имат и сезонна специфика (тиквеник, печена тиква, сладолед с ягоди). Във въведението уточнихме общото отношение на китайците към десертите, като над всички долуизброени следва да се имат предвид качествените сезонни плодове. По степента на харесване те са, както следва (табл. 7):

Табл. 7. Вкусовите предпочитания на китайските гости към традиционните български десерти

ДЕСЕРТИ	Много харесвам	Относително харесвам	Нито харесвам, нито не харесвам	Относително не харесвам	Много не харесвам
Тиквеник	45,8%	37,3%	15,3%	1,7%	0%
Печена тиква с мед и орехи	56,9%	27,6%	13,8%	1,7%	0%
Цедено мляко с боровинки	74,6%	11,9%	11,9%	1,7%	0%
Грис халва	50,8%	27,1%	20,3%	1,7%	0%
Крем карамел	45,8%	35,6%	10,2%	8,5%	0%
Еклерова торта	32,2%	52,5%	13,6%	1,7%	0%
Сладолед с ягоди	72,9%	11,9%	15,3%	0%	0%

Съставител: авторът

Първенство сред десертите държи цеденото кисело мляко с боровинки или с мед и орехи (74,6%). Това се дължи на няколко фактора: силна реклама в Китай на киселото мляко „Момчиловци“; внушението, че киселото мляко е извор на младост, дълъг живот и крепко здраве; възприемането на България като Родина на киселото мляко; предпочитанията към смесени вкусове и към ниска степен на сладост, тъй като десертът е едновременно в безвкусната, леко кисела гама със сладко овкусяване.

На второ място е сладоледът, към който предпочитано допълнение са ягодите (72,9%) – те имат и същия романтичен нюанс, като на запад (влияние от западните филми) и допринасят за общото положително усещане от храната и мястото на изхранване като цяло. Печената тиква с мед и орехи (56,9%) е един твърде подходящ сезонен десерт, поради това че е в позната консистенция, близка до китайските десерти; няма твърде изявен и натрапчив вкус; представя един от традиционните ни продукти – меда, който представяме в екскурзоводските беседи с изключителните вкусови качества и чистота на природната среда, от която е получен. Орехите, както и всякакви други ядки, в Китай се консумират, като към тях се добавя сол и захар, поради това, съчетанието в десерта на трите съставки допринася към общото усещане за удовлетворителен вкус.

Грис халвата (50,8%) е изненадата в даденото изследване, като тя бе предложена от китайци с постоянно жителство като допълнителен десерт, извън стандартните менюта. Високият процент отговори „нито харесвам, нито не харесвам“ показва, че част от респондентите не са я опитвали, но като цяло, тя допада на вкуса на китайските гости, тъй като е близа до консистенцията на техните оризови каши *джоу* и оризовите десерти и може да е удачно допълнение към менюто. С изричното уточнение да се предупреди готвачът да намали наполовина количеството захар в рецептата. Еклеровата торта (32,2%), както всички други торти, а също тиквеникът (45,8%), както и други видове сладки баници, не са особено популярни сред китайските туристи. Тук причината е в липсата на култура на консумиране на подобни продукти, както и тенденцията да се намали максимално консумирането на рафинирана захар, която поначало е чужда на китайската диета. Крем-карамелът (45,8%), както и другите кремове, са твърде сладки за китайския вкус. Допълнително, често те се приготвят с нишесте, което е основна подправка в тяхната кухня за съгъстяване на сосове и мариноване на месо. Нишестето е продукт, който в кремове за тях е в необичайна и не винаги приемлива употреба, затова е по-добре подобни десерти да се избягват. Като цяло, сравнено с останалите три категории, при десертите почти няма погрешен избор (освен тортите), а процентите на най-високо предпочитание са значително по-високи от всички други ястия.

БЕЗАКОХОЛНИ И АЛКОХОЛНИ НАПИТКИ

В табл. 8 са представени основни традиционни безалкохолни напитки, като айрян, боза и зелен сок. Изследват се предпочитанията и към алкохолните напитки, включвани от туроператорите в стандартните менюта за изхранване на китайските туристи.

Табл. 8. Вкусови предпочитания към български алкохолни и безалкохолни напитки

БЕЗАЛКОХОЛНИ И АЛКОХОЛНИ	Много харесвам	Относително харесвам	Нито харесвам, нито не харесвам	Относително не харесвам	Много не харесвам
<i>Айрян</i>	37,3 %	37,3 %	15,3 %	10,2 %	0 %
<i>Боза</i>	10,5 %	31,6 %	36,8 %	8,8 %	12,3 %
<i>Зелев сок</i>	3,5 %	3,5 %	43,9 %	40,4 %	8,8 %
<i>Наливна бира</i>	15,5 %	41,4 %	36,2 %	6,9 %	0 %
<i>Светла бира</i>	15,5 %	34,5 %	41,4 %	8,6 %	0 %
<i>Тъмна бира</i>	10,3 %	19,0 %	50,0 %	13,8 %	6,9 %
<i>Ракия</i>	8,5 %	20,3 %	50,8 %	20,3 %	0 %
<i>Червено вино</i>	32,2 %	40,7 %	27,1 %	0 %	0 %
<i>Бяло вино</i>	47,5 %	28,8 %	23,7 %	0 %	0 %

Съставител: авторът

От безалкохолните напитки айрянът има най-голямо одобрение (37,3 % и 37 % много и относително харесване). Съчетано с най-предпочитаното предястие, като баницата, е напълно допустимо да се предложи подобна закуска. Бозата е напълно непозната напитка на китайския пазар. Високият процент отговори „нито харесвам, нито не харесвам“ при нея (36,8 %) и при зелевия сок (43,9 %) показва по-скоро, че не е била опитвана. Тези, които са опитвали зелевия сок обаче, изразяват силно нехаресване (40,4 % и 8,8 % за относително и много не харесвам). Ако при бозата би могло да се работи за промотиране, тъй като тя има подходяща за китайския вкус консистенция, сравнима с привични храни, като например оризовата каша и китайския вид смутита, то при зелевия сок по-скоро не следва да има дори въвеждане, освен по специални събития. Причината за тази степен на неприемане е силно соленият вкус, който е съчетан с резливост и послевкус, който изисква много пиене на вода. Подобни силни усещания не се приемат от китайското небце и могат да бъдат в графа „екзотични“ напитки с прецизно преценяване къде, как и дали да бъдат сервирани.

Анализирайки трите вида бира, можем да забележим, че като цяло китайците не предпочитат тази напитка. Най-голямо приемане има към светлата бира (15,5 % и 34,5 % много и относително харесване). Отговорът се крие в историята и по-точно в периода, когато след Опиумните войни (1839 – 1842 и 1856 – 1869), обединените европейски сили и Япония завземат и се настаняват в най-удобните пристанища на Китай. Германия завзема град Циндао – пристанище в провинция Шандун и там строи първата бирена фабрика в страната. Рецептата се спазва и до днес, като това е алкохолът, който е най-привичен вече за чужденците, които посещават Китай. Като цяло обаче, бирата не е сред най-предпочитаните алкохолни напитки за тези гости.

Китайците имат своя ракия – *байдзиу* (白酒) или *шаодзиу* (烧酒), която представлява напитка от сорго (гаолян), ориз, пшеница, просо или др. култури, със съдържание между 35 % и 60 % алкохол. Историята ѝ може да се проследи още от времената на неолита. Независимо че при китайците липсва основен ензим за разграждане на алкохола, те обичат да се веселят и да пият, но го правят бързо и „на екс“, като използват за това чашки от по 20 мл. Културата на бавното консумиране на алкохол не им е присъща, дори бирата се пие на един път в различни краища на Китай. Само виното, което навлезе в страната през 80те години на ХХ век, се пие бавно. Нашата ракия е с твърде силен вкус за тях. Те са склонни да я опитат, но на малко от тях допада, още повече, че в рамките на стандартния тур обикновено еднократно или максимум двукратно се предлага да се опита местен алкохол. По този начин те не могат да възприемат ракията в цялото ѝ разнообразие, както и виното.

Виното от алкохолите печели най-голямо одобрение: червеното е с 32,2 % силно и 40,7 % умерено харесване, бялото – с 47,5 % силно и 28,8 % умерено одобрение. За да разберем защо бялото вино се харесва повече, отново следва да проследим самия процес на навлизане на тази напитка на китайския пазар. Чак до след 2000 г. червените вина се внасяха основно от Италия, като това бяха нискокачествени сладки вина, които по-скоро приличаха на ликьори. При това, цената им бе и продължава да бъде изключително висока. Преходът към сухото червено вино бе бавен и не съвсем успешен. Таниновите и тръпчивите нотки не винаги кореспондират с умерените вкусове, които предлага китайската кухня, а виното и досега е напитка на разкоша. Тя се консумира по определени поводи, рядко като предпочитан алкохол у дома. Бялото вино обаче бе представено едновременно в сух и сладък вариант, затова и към него има развит вкус и приемане. Това съвсем не означава, че следва да предлагаме повече бяло вино. Нашите вина са качествени и се нуждаят от представяне. Най-добрият начин е да има предложение за дегустации на вино и ракия, като това се съчетае със селски туризъм и посещение на винарна на място. Ако при това се организира дегустация и на различни салами (пастърма, луканка и др.) и сирена, то за китайците, които имат значително по-задълбочен интерес към гурме кухнята, това би било едно чудесно и пълноценно изживяване.

Заклучение

Резултатите от анкетното проучване дадоха конкретика по отношение на формирането на успешни менюта за нашите гости. Разделяйки четирите вида ястия по степен на харесване, можем да комбинираме съот-

ветно меню така, че две от трите да са в категорията на най-харесваните, като с третото представяме по-екзотичен за китайските туристи продукт. Различните вкусови предпочитания, основно насочени към лют, леко солен и смесен вкус, показват, че най-добрият вариант за посрещане е изхранването да се случва по китайски маниер, като на една маса се обслужват 6–8 души и, вместо стандартното меню от три курса, се представят различни видове предястия, основни ястия, съчетани с по една супа за всички и един вид десерт.

Формулата може да следва китайския принцип за сервиране на $X + 1$ ястия, където X е броят на гостите на масата. Така при шест гости се сервират седем ястия, плюс хляб и супа. За да се представи по най-успешен начин българската кухня, е необходимо максимално да се придържаме към принципа на наличие на петте вкуса, като на масата присъства цялата вкусова гама или съчетания от нея. Така например, успешна би била трапеза, на която има най-малко два вида меса (или месо и риба), предястия и зеленчуци (преминали топлинна обработка или салати), лека супа – тя може да се сервира накрая, по китайски обичай, което ще направи добро впечатление; последен е десертът – плато със сезонни плодове или от загнатите в изследването. Солените млечни продукти (сирене, кашкавал) като цяло следва да се избягват или предлагат отделно. Също, в рамките на дегустация на вина, може да се предложи плато със сирена, придружено с подробни обяснения за културата на млечните и винените продукти в България. Всяко вкусово преживяване, придружено с история и насока към полезността на храната, е много успешно по отношение на китайските гости.

Безалкохолните напитки рядко са част от туристическото изхранване, освен при вечери, на които се предлага дегустация на различни напитки на човек. Най-успешен е айрянът, непозната е бозата и неприемлив зелевият сок. Като цяло, китайците се придържат към чая, който носят със себе си, горещата преварена вода и в краен случай, към бутилираната минерална вода.

Алкохолът е най-добре да бъде представен в рамките на специална дегустация. При обичайното изхранване можем да заложим на червеното и бялото вино, като помним, че силните вкусове не са присъщи на китайската кухня, затова и Маврудът например ще е по-малко предпочитан, от Каберне совиньон, мерло или сира. Ракията може да бъде предложена за дегустация, но следва да има избор, наред с други алкохоли, така че да не се предлага в задължителен порядък на цялата група. По-добрият вариант е да се предложи по чаша вино и да се вземе допълнителна бутилка ракия, която се разлее в обичайния им обем от 20 мл, така че да я опитат всички.

Библиография

- Мандова И., Легкоступ П. 2019:** Мандова, Искра, Легкоступ, Пламен. Някои межкултурни различия между българи и китайци [Some cross-cultural differences between Bulgarian and Chinese people], Сборник с доклади от Международна научна конференция „Дипломатически, икономически и културни отношения между Китай и страните от Централна и Източна Европа“ IV, Ред. кол. Искра Мандова... [и др.], Велико Търново: Фабер, 2019, с. 69–78 ISSN: 2603–5030 (Print); ISSN 2603–5391 (Online) COBISS.BG-ID 1289556964 [Инд./Реф. в: CEEOL]// **Mandova I., Legkostup P. 2019:** Mandova, Iskra, Legkostup, Plamen. Nyakoi mezhdukulturni razlichiya mezhdu balgari i kitaytsi [Some cross-cultural differences between Bulgarian and Chinese people], Sbornik s dokladi ot Mezhdunarodna nauchna konferentsiya “Diplomaticheski, ikonomicheski i kulturni otnosheniya mezhdu Kitay i stranite ot Tsentralna i Iztochna Evropa” IV, Red. kol. Iskra Mandova... [i dr.], Veliko Tarnovo: Faber, 2019, s. 69–78 ISSN: 2603–5030 (Print); ISSN 2603–5391 (Online) COBISS.BG-ID 1289556964 [Ind./Ref. v: CEEOL]
- Chang, Kivela, Mak 2010:** Richard C. Y. Chang, Jakša Kivela, Athena H. N. Mak. Food Preferences of Chinese Tourists, *Annals of Tourism Research*, Volume 37, Issue 4, October 2010, pp. 989–1011.
- Cohen, Avieli 2004:** Cohen, Erik, Avieli, Nir. Food in Tourism: Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, 4, 2004, pp. 755–778.
- Heymann, Ebeler 2017:** Heymann, Hildegard, Susan E. Ebeler. *Sensory and Instrumental Evaluation of Alcoholic Beverages*. Elsevier, UK, 2017.
- Kivela, Crotts 2006:** Kivela, Jakša, Crotts, John C. Tourism and Gastronomy: Gastronomy’s Influence on How Tourists Experience a Destination, *Journal of Hospitality & Tourism Research* 30(3), August 2006, pp. 354–377.
- Magistad 2013:** Magistad, Mary Kay. Vegan lunch: Going meatless in Beijing, *Public Radio International*, 27 June 2013, <https://www.pri.org/stories/2013-06-27/vegan-lunch-going-meatless-beijing> (Отв. на 02.10.2020).
- Meiselman, Bell 2003:** Meiselman, H. L. Cardello, A.V. Food acceptability. Affective Methods, *Encyclopedia of Food Sciences and Nutrition* (2nd Edition), edited by Meiselman, H. L., Bell, R., 2003, pp. 2569–2576.
- Moskowitz, Jacobs, Firtle 1980:** Moskowitz, H. R., Jacobs, B. E., Firtle, N. Product response segmentation and the analysis of individual differences in liking. *Journal of Marketing Research* 17 (1), 1985, 84–90.
- Pliner, Salvy 2006:** Pliner, Patricia, Salvy, Sarah-Jeanne. Food neophobia in humans. In: Shepherd R, Raats M, editors. *The psychology of food choice*. Oxfordshire: CABI Publishing, pp. 75–92.
- Quan, Wang 2004:** Quan, Shuai, Wang, Ning. Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism. *Tourism Management* 25(3), 2004, pp. 297–305.