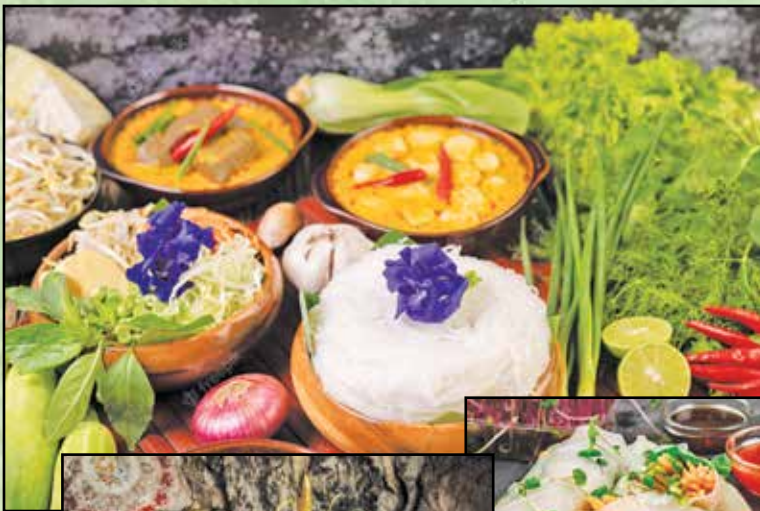
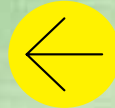


ایجاد آکادمی آموزش آشپزی برای توسعه صنعت گردشگری

جمله سرآشپزهای سطح بالا برای کار در آشپزخانه هتل‌ها و رستوران‌هاست و همیشه یافتن سرآشپزهای معروف در سطح جهانی که بتوانند رضایت گردشگران باهوش و خوش ذائقه کشورهای دیگر را جلب کنند، بسیار دشوار است. به همین دلیل کامبوج این مدرسه را تأسیس کرده تا زمینه‌ساز ارائه خدمات هرچه بیشتر به گردشگران خوش‌خوراک باشد.

اهمیت گردشگری غذایی به قدری است که کامبوج، یک آکادمی آموزش هنرهای آشپزی به حوزه گردشگری خود اختصاص داده است تا میلیون‌ها گردشگر که از سراسر جهان به بازدید از این کشور می‌آیند از لذت غذاهای مطبوع بی‌نصیب نمانند؛ چرا که گردشگری نبض اقتصاد کامبوج است. با این حال، سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری مستلزم فعالیت افراد حرفه‌ای از



غذا، عامل گسترش صنعت توریسم در جاده ابریشم

مصرف‌کنندگان بیش از پیش به دنبال کسب تجربیات معتبری مانند سنت‌های آشپزی محلی هستند. گردشگری غذایی یکی از عوامل مهم توسعه پایدار است، چرا که تولیدات محلی، از منابع اصلی ارزآوری و جذب گردشگر بوده و دلارهای توریست‌ها دوباره به چرخه سرمایه‌گذاری‌های محلی باز می‌گردد و به گسترش سایر مشاغل کمک می‌کند.

می‌کند: جاده ابریشم علاوه بر اینکه مسیری برای ترانزیت کالا، مسیر تبادل افکار، باورها، عادات، آداب و رسوم، سبک زندگی، کشف مواد اولیه آشپزی، به اشتراک‌گذاری دستور پخت‌ها و ذائقه‌ها بوده است. دبیرکل سازمان جهانی گردشگری نیز تقاضاهای رو به رشد گردشگری «تجربی» در سال‌های اخیر را مورد توجه قرار داده و تأکید می‌کند: در دنیای جهانی‌گرای امروزی،

جاده ابریشم که از دیرباز تاکنون به‌عنوان مسیر سفر و تجارت حائز اهمیت بوده، نقش عمده‌ای در تکامل هنرهای آشپزی بین‌المللی ایفا کرده است. نجمیه باتمانقلیچ سرآشپز و نویسنده، در کتاب خود با عنوان «آشپزی جاده ابریشم: سفری گیاهی» به جمع‌آوری دستور پخت بیش از ۱۵۰ نوع غذای گیاهی که به کشورهای جاده ابریشم تعلق دارد، پرداخته است. وی تأکید



اینکه آیا غذاشناسی واقعاً می‌تواند اهرمی برای رشد پایدار باشد؟ برای رسیدن به پاسخ لازم است پیوند میان غذاشناسی، گردشگری و قلمروها مورد تجزیه و تحلیل گسترده قرار گیرد؛ پیوندی که می‌تواند در مقیاس‌های مختلف درک شود و تجربیات متفاوتی را ایجاد کند. از این‌رو، خوراک‌شناسی به عنوان عنصری ساختاری در بافت اقتصاد محلی و اهرمی برای رشد به شمار می‌آید که هنوز به‌درستی کشف نشده است.

تمرکز کرده و به دنبال گسترش تبلیغات و معرفی این ویژگی‌ها با هدف جذب هرچه بیشتر گردشگر و گسترش صنعت توریسم هستند. اما با در نظر گرفتن تنوع گسترده غذاهای سنتی محلی باید گفت که نقش صنعت آشپزی در بسیاری از کشورها هنوز به‌خوبی کشف نشده و مورد توجه قرار نگرفته است. در این زمینه هر کشوری نیازمند حمایت‌هایی مانند وضع مقررات به منظور حمایت از توسعه غذاهای محلی است. بنابراین یک مدل ادغام شده از حمایت دولت، صنعت آشپزی، جامعه و همکاری رسانه‌ها، کمک مهمی به ارتقای بخش گردشگری خواهد کرد. سؤالات بسیاری نیز در این خصوص مطرح است، از جمله

غذاشناسی،

اهرمی

برای رشد پایدار؟!

آشپزی و غذاهای متنوع هر کشور یکی از ارکان جذاب و البته درآمدزای گردشگری به شمار می‌آید که اخیراً بسیار مورد توجه قرار گرفته است. اگر در هر کشوری این پتانسیل توسعه یابد، قطعاً بر افزایش کارآفرینی و ایجاد شغل و گسترش شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیرگذار خواهد بود. محققان نیز با انجام تحقیقات گسترده بر توانایی‌های هر منطقه در ارائه خدمات بخش مواد غذایی و آشپزی به حوزه گردشگری



نام ۲۰ نوع پنیر، ۳۰ نوع نان و ۱۰۰ نوع سوپ در اسناد قدیمی ایران!

درباره اهمیت گردشگری غذا در ایران باستان می‌توان به گفته تاریخدان یونانی قرن چهارم قبل از میلاد استناد کرد: ایرانیان در دوره هخامنشی دستور پخت غذاهای مختلفی را می‌دانستند و روش‌های جدیدی برای تهیه غذا ابداع کرده بودند. علاوه بر این، تقریباً در طول یک هزاره، ایرانیان با سنت‌های آشپزی مردمان بین‌النهرین آشنا شده بودند. در متون خط میخی تمدن‌های باستانی بین‌النهرین و فلات ایران، مشاهده می‌شود که آن زمان واژگان بسیار غنی را به محصولات غذایی اختصاص داده بودند. در این اسناد قدیمی نام بیست نوع پنیر، سی نوع نان مختلف و صد نوع سوپ ثبت شده است!

