

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra humanitních věd**



**Bakalářská práce**

**Mezi tradicí a globalizací (případ jídel v restauracích  
v ruském městě Astrachaň)**

**Anastasiia Epifanova**

© 2023 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Anastasiia Epifanova

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

**Mezi tradicí a globalizací (případ jídel v restauracích v ruském městě Astrachaň)**

Název anglicky

**Between Tradition and Globalization (the case of food in the restaurants of Russian City of Astrakhan)**

---

### Cíle práce

Cílem práce je zjistit, zda a jak je v restauračních zařízeních ruského města Astrachaň přítomna tamní tradiční kuchyně a jaké je zastoupení kuchyní z jiných regionů a částí světa. Obecně tak práce poukáže na vztah tradice a globalizace a bude jen analyzovat prostřednictvím studia restauračních zařízení ve městě Astrachaň.

### Metodika

Práce nejprve začne krátkým přiblížením pojmů tradice a globalizace ve vazbě na pojem modernita. Poté načrtne, co je v této souvislosti tradiční kuchyně a co kuchyně globalizovaná. Praktická část nejprve přinese popisy tradičních jídel z oblasti Astrachaně a ukáže, proč jsou tradiční. Následně formou obsahové analýzy jídelních lístků restaurací v Astrachani představí, jak jsou v nich zastoupeny tradiční místní jídla a jak jídla z jiných regionů Ruska nebo i z celého světa. Poslední oddíl empirické části ukáže na základě rozhovorů (příp. dotazníkového šetření), jak vnímají skutečnost globalizace a lokální tradice v jídle někteří obyvatelé města Astrachaň.

## **Doporučený rozsah práce**

40-50 stran

## **Klíčová slova**

globalizace, tradice, jídlo, Astrachaň

---

## **Doporučené zdroje informací**

Counihan, C. and Van Esterik, P. (2019). Food and culture. New York: Routledge.

Feldman I. (1990). Kuchyně národů SSSR. Moskva: Godina. (v ruském jazyce: Kuchnija nacij SSSR).

Giddnes, A., 2000. Unikající svět (Jak globalizace mění náš život). Praha: Sociologické nakladatelství

Pavlovskaya, A. (2016). Food history and food traditions of the nations around the world. Moscow: Moscow State University. 559 p

Uzun, O. (2007). Russian people. Russian cuisine. Moscow: OLMA Media Group. 383 p

---

## **Předběžný termín obhajoby**

2021/22 LS – PEF

## **Vedoucí práce**

prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.

## **Garantující pracoviště**

Katedra humanitních věd

---

Elektronicky schváleno dne 30. 8. 2021

**prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 5. 10. 2021

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

---

V Praze dne 20. 03. 2023

---

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci „Mezi tradicí a globalizací (případ jídel v restauracích v ruském městě Astrachaň)“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. 3. 2023

---

### **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala prof. PhDr. Michalu Lošťákovi, Ph.D. za cenné rady, připomínky a konzultace, které mi poskytoval v průběhu zpracování bakalářské práce.

# Mezi tradicí a globalizací (případ jídel v restauracích v ruském městě Astrachaň)

## Abstrakt

Bakalářská práce se snaží na příkladu ruského města Astrachaň poukázat, jak se do gastronomie prolínají globalizační tendence a jak si regionální kuchyně této destinace dokázala, či naopak nedokázala udržet své typické, tradiční pokrmy, které jsou zvláštní, specifické, originální do té míry, že mohou i cestovatelům nabídnout něco navíc. Tato práce si klade za cíl zjistit, zda a jak je v restauračních zařízeních ruského města Astrachaň přítomna tamní tradiční kuchyně a jaké je zastoupení kuchyní z jiných regionů a částí světa. Na základě literární rešerše, analýzy nabídky jídel v jídelních lístcích ve třech vybraných gastronomických zařízeních v Astrachani a výsledků dotazníkového šetření navrhnout zlepšení současného stavu za pomoci inovace nabídky ve zkoumaných gastronomických zařízeních, a to rozšířením jídelního lístku o regionální pokrmy astrachaňské kuchyně. Díky těmto návrhům se umožní nejenom propagace regionální kuchyně, ale lze také zvýšit návštěvnost a zájem o danou destinaci mezi zahraničními návštěvníky. Tato práce se zároveň snaží identifikovat, jak do astrachaňské kuchyně vnikají globalizační trendy a jak na ně reaguje místní obyvatelstvo. Na podkladě provedeného průzkumu se ukazuje, že astrachaňská kuchyně je tradiční, do níž jenom v menší míře zasahují globalizační tendence, přičemž oslovení respondenti nadále preferují ruskou a astrachaňskou kuchyni.

**Klíčová slova:** tradiční pokrmy, gastronomie, Astrachaň, regionální kuchyně, ruská kuchyně, globalizace, tradice, gastronomická zařízení

# **Between Tradition and Globalization (the case of food in the restaurants of Russian city of Astrakhan)**

## **Abstract**

Using the example of the Russian city of Astrakhan, the bachelor's thesis tries to point out how globalization tendencies intertwine in gastronomy and how the regional cuisine of this destination managed, or on the contrary failed to maintain its typical, traditional dishes, which are special, specific, original to the extent that they can offer something extra to travelers as well. This work aims to find out whether and how traditional local cuisine is present in the restaurants of the Russian city of Astrakhan and what is the representation of cuisines from other regions and parts of the world. On the basis of literature research, analysis of menu items in three selected gastronomic establishments in Astrakhan and the results of a questionnaire survey, propose an improvement of the current situation with the help of innovation of the offer in the examined gastronomic establishments, namely by expanding the menu to include regional dishes of Astrakhan cuisine. Thanks to these proposals, it will be possible not only to promote regional cuisine, but also to increase attendance and interest in the given destination among foreign visitors. At the same time, this thesis tries to identify how globalization trends penetrate Astrakhan cuisine and how the local population reacts to them. On the basis of the conducted survey, it appears that Astrakhan cuisine is traditional, which is only slightly affected by globalization tendencies, while the respondents still prefer Russian and Astrakhan cuisine.

**Keywords:** traditional dishes, gastronomy, Astrakhan, regional cuisine, Russian cuisine, globalization, tradition, gastronomic establishments

# Obsah

<b>1 Úvod.....</b>	<b>9</b>
<b>2 Cíl práce a metodika .....</b>	<b>11</b>
2.1 Cíl práce .....	11
2.2 Metodika.....	11
<b>3 Současný stav poznání řešené problematiky .....</b>	<b>13</b>
3.1 Vymezení základních pojmů .....	13
3.1.1 Globalizace.....	13
3.1.2 Modernita .....	14
3.2 Gastronomie ve vztahu k tradicím a globalizaci .....	15
3.2.1 Tradiční gastronomie .....	16
3.2.2 Tradiční strava.....	17
3.2.3 Tradiční gastronomie a její postavení v cestovním ruchu.....	17
3.2.4 Trendy v gastronomickém cestovním ruchu .....	19
3.3 Zkoumání vlivu globalizace na nabídku pohostinských zařízení.....	22
3.3.1 Pohostinské zařízení.....	23
3.3.2 Nabídka pohostinských zařízení .....	24
3.3.3 Vliv globalizace na nabídku pohostinských zařízení .....	26
3.4 Ruská kuchyně .....	27
<b>4 Vlastní zpracování.....</b>	<b>29</b>
4.1 Charakteristika tradiční kuchyně regionu Astrachaň .....	30
4.2 Komparace nabídky – jídelních lístků vybraných restaurací .....	32
4.3 Dotazníkové šetření se zaměřením na globalizaci a tradice v jídle.....	34
<b>5 Zhodnocení a doporučení .....</b>	<b>46</b>
<b>6 Závěr.....</b>	<b>48</b>
<b>7 Seznam použitých zdrojů.....</b>	<b>50</b>
<b>8 Seznam obrázků, grafů a zkratk.....</b>	<b>54</b>
8.1 Seznam obrázků .....	54
8.2 Seznam grafů.....	54
8.3 Seznam použitých zkratk .....	54



# 1 Úvod

Jídlo bylo vždy důležitou součástí zkušeností návštěvníků s cizí kulturou. Lidé jedí, aby přežili, avšak za předpokladu, jsou-li lidé zároveň návštěvníky, také konzumují, aby objevili danou destinaci a vnitřní prostředí navštíveného cílového místa. Gastronomie je součástí kultury a jedním z hlavních prvků nehmotného dědictví na celém světě. Je rostoucí hnací silou pro návštěvníky, kterou však mnohá cílová místa dostatečně nevyužívají. Vzájemná souvislost mezi gastronomií a cestovním ruchem je, že jde o prostředek pro přenos kultury, který, pokud je dobře řízen, posiluje místní hospodářský rozvoj, udržitelné postupy a zkušenosti s jídlem. Proto gastronomie cestovního ruchu pomáhá značně a trhu cílového místa, stejně jako při udržování a zachování místní tradice, rozmanitosti a autenticity. K lepší prezentaci regionu může na začátek pomoci, pokud by již stávající podniky pravidelně zařadily do nabídky jídelních lístků pohostinských zařízení alespoň malou část tradičních regionálních jídel.

Strava je základní biologickou potřebou člověka. Dlouhá časová období byla ovlivňována především přírodními faktory. Klimatické a půdní podmínky specifické pro různá zeměpisná pásma byla fenoménem, který dokázal výrazně modelovat způsob života lidí. Jako každá jiná lidská zkušenost, i stravovací návyky jsou zprostředkované a určeny kulturou. Jsou to normy a konvence lidských společností, které rozhodují o tom, co je zakázáno konzumovat (Ngugi, O'Sullivan, Osman, 2020). Strava patří k nejkonzervativnějším složkám kultury, hodně napovídá o půdě a vývoji konkrétní společnosti, proto stravovací návyky či modely chování při jídle a pití patří k nejvýraznějším identifikačním hodnotám lidského společenství (Fanzo, Davis, 2021).

Gastronomie je úzce spojena s cestovním ruchem. Je nedílnou součástí turistického produktu a také turistické nabídky země. Jídlo bylo vždy klíčovým prvkem v kultuře společnosti a nyní jako nikdy předtím je o něj stále větší zájem. Turisté při svých cestách vyhledávají autentická jídla a kulinářské speciality (Křížek, Neufus, 2014).

Tradiční gastronomie patří do kulturního dědictví každého národa. Pokrmy a nápoje charakteristické pro určitý národ jsou spojeny s uplatňováním různých zvyklostí a tradic při stolování. Mnoho turistických destinací využívá gastronomii jako marketingový nástroj, zatímco pro další je cestovní ruch významným nástrojem, kterým lze gastronomii

propagovat. Proto je jejich vzájemné pouto velmi silné. Gastronomické dědictví je součástí materiální kultury.

Národní gastronomie je podle Kotíkové (2013) součástí kulturního dědictví každého národa. Tradičními jídly, která gastronomická zařízení nabízejí ve svých provozech, se odlišují od své konkurence, čímž se zvyšuje jejich postavení na trhu a atraktivita mezi zákazníky. Tradiční strava je také hodnotou, která může být široce uplatněna v cestovním ruchu, a to z důvodu, že se považuje za primární motiv, proč lidé danou zemi navštěvují.

Je však třeba si uvědomit, že aby byl zážitek z produktu tradiční gastronomie maximální, musí být naplánován a dobře zacílen. To se týká nejenom interiéru a exteriéru daného gastronomického zařízení, ale i uniforem obsluhujícího personálu, což ve výsledku vytváří v návštěvnicích konečný dojem (Kotíková, 2013). K tomu Rajniš (2021) dodává, že zaměstnanci pohostinských zařízení by také měli mít dobrou znalost o surovinách a jídlech, která připravují. Na konečném dojmu z návštěvy restaurace se však podle Křížka a Neufuse (2014) podílí i způsob stolování. Dnes se však ukazuje, a to v souvislosti s rozšiřující se globalizací na celém světě, že mnohé národní kuchyně přebírají tyto cizí prvky a následně je pohostinská zařízení implementují do svých jídelních lístků. Na druhé straně však vzniká velký počet gastronomických podniků, které si zakládají právě na regionální či národní kuchyni a snaží se všechny tyto cizí prvky eliminovat.

Autorka bakalářské práce se rozhodla zpracovat toto téma z důvodu osobní zainteresovanosti, kdy sama pochází z Ruska, a chce na příkladu města Astrachaň vyhodnotit, zda i tradiční pokrmy a gastronomie tohoto regionu podléhají globalizačním tendencím. Nebo se naopak snaží zachovávat svoje tradiční jídla a prvky své kultury, aby tím přicházejícím návštěvníkům ze zahraničí ukázaly, v čem je jejich gastronomie specifická a zcela jedinečná.

## 2 Cíl práce a metodika

### 2.1 Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je zjistit, zda a jak je v restauračních zařízeních ruského města Astrachaň přítomna tamní tradiční kuchyně a jaké je zastoupení kuchyní z jiných regionů a částí světa. Obecně bakalářská práce poukáže na vztah tradice a globalizace a bude je analyzovat prostřednictvím studia několika vybraných restauračních zařízení ve městě Astrachaň.

Díličí cíle jsou specifikovány následovně:

- vymežit základní pojmy, které budou tvořit teoretická východiska této práce (např. globalizace a modernita),
- stanovit, v čem je specifická tradiční gastronomie v oblasti cestovního ruchu,
- specifikovat vlivy globalizace na nabídku restauračních zařízení,
- zjistit a popsat, jaká jsou tradiční jídla regionu Astrachaň, jaké prvky, suroviny a jídla zdejší restaurační zařízení začleňují do svých jídelních lístků,
- prozkoumat názory místních obyvatel k problematice globalizace a tradice v jídle.

### 2.2 Metodika

Bakalářská práce má teoreticko-empirický charakter. Celkem má bakalářská práce šest kapitol, mimo úvod, závěr a metodickou část je to také kapitola pojednávající o současných teoretických poznatcích, dále kapitola vymežující vlastní výsledky řešení a zhodnocující dosažené výsledky.

Nejprve je důležité specifikovat, co se bude zkoumat. Objektem zkoumání jsou v této bakalářské práci restaurační zařízení v ruském městě Astrachaň a jejich jídelní lístky. Je však důležité se s touto problematikou seznámit po teoretické stránce. Proto byly vyhledány důležité literární publikace či odborné články v časopisech týkající se stanoveného tématu. Tyto poznatky jsou zpracovány do dílčích podkapitol a částí ve třetí kapitole této práce. Využito je metody analýzy sekundárních zdrojů, syntézy a komparace. Vyústěním této třetí kapitoly je získání relevantního informačního aparátu pro následnou čtvrtou, prakticky zaměřenou kapitolu.

V ní je v krátkosti uvedena charakteristika ruského města Astrachaň, a to v návaznosti na deskripci typické tradiční kuchyně tohoto regionu. Je totiž důležité zjistit, jaké suroviny a jaká jídla jsou pro tento region typická, co se zde považuje v jídle za tradici. To proto, aby bylo možno vyhodnotit, zda jsou tyto suroviny používány pro přípravu tradičních jídel v restauračních zařízeních v Astrachani. Využita je nejprve metoda studia dokumentů (jídelních lístků vybraných pohostinských zařízení ruského města Astrachaň). K tomu se dospělo tak, že se prostřednictvím vyhledávače Google zcela náhodně vybraly tři restaurace v uvedeném městě, které mají své webové stránky, a které na nich prezentují nabídku jídel ve formě jídelního lístku. Tyto pak byly podrobeny příslušnému rozboru. Bylo stanoveno, jaká jídla se v nich nejčastěji objevují, zda jde o tradiční jídla regionu, jídla ruská či zda byla převzata ze zahraničí, také, jaké jsou jejich ceny.

Další aplikovanou metodou je také anketní šetření v online formě. Anketa má celkem 13 otázek, přičemž byli osloveni místní obyvatelé, aby se vyjádřili k problematice globalizace a tradic v jídle, jak oni na tuto problematiku nahlíží, co preferují a jaké jsou v této oblasti jejich názory, i s ohledem na cestovní ruch v uvedeném regionu (vliv tradiční gastronomie na místní cestovní ruch).

## 3 Současný stav poznání řešené problematiky

### 3.1 Vymezení základních pojmů

Na počátku této teoretické části je důležité přiblížit základní termíny, a to globalizace a modernita. Ty tvoří základní teoretická východiska této práce.

#### 3.1.1 Globalizace

Held, McGrew, Goldblatt a Perraton (1999) rozdělili globalizaci do několika směrů. Tyto pohledy se odlišují tím, že odkazují na autory jednotlivých (různých) systematických a ideologických stanovisek. Níže uvedená paradigmatata pramení z perspektiv pohledů na globalizaci v rámci těchto požadavků: socioekonomické důsledky, kauzální dynamika, implikace pro sílu národního státu a jeho historii. První směr zahrnuje hyperglobalismus. Popisuje globalizaci jako milník v dějinách lidstva, oslabující význam národních států, jenž slouží pouze k přesměrování kapitálu a jednotlivých ekonomik. Tím inklinuje směrem k tzv. denacionalizaci. Také je zde zdůrazňován ekonomický přínos, objektivnost a nezvratnost procesu globalizace, jemuž je možnost se jen adekvátně přizpůsobit. Největšími hyperglobalizátory jsou nadnárodní instituce, jako je Světová obchodní organizace (WTO), Světová banka (WB), Mezinárodní měnový fond (IMF) aj. Národní ekonomiky jsou vnímány jako základní kámen trojlístku světově ekonomicky nejdůležitějších oblastí, a to: Evropa, Jihovýchodní Asie společně s Čínou a Severní Amerika (Held, McGrew, Goldblatt, Perraton, 1999).

Globalizace v tomto pohledu určuje další vývoj v posunu integrace, která byla zaznamenávána v posledním čtyřicetiletém období. Stoupenci tohoto pohledu jsou Paul Krugman, Paul Hirst a Grahame Thompson (Giddens, 2000).

Dalším směrem je transnacionalismus, který v zásadě souhlasí s výše uvedeným paradigmatem, ale nerespektuje názor plně globalizovaného světa. Na základě toho vnímá globalizaci ze zcela jiné perspektivy. Odpůrcům dává za pravdu, že větší míra globalizace se realizovala během 19. a počátku 20. století, např. dobrovolné stěhování a přesuny kapitálu dosahovaly v tomto čase vyšších hodnot. Ovšem na druhou stranu, na rozdíl od odpůrců, se tuto globalizaci snaží brát v potaz. Snaží se nacházet v globalizaci pozitivní aspekty a eliminovat negativní dopady s ní spojené (Giddens, 2004).

### 3.1.2 Modernita

Modernita je pojmem, který je často a dlouho používán mnoha autory, v množství neujasněných významů. Jde tedy o pojem, který zůstal dodnes ve svém porézním stavu. Důvodem, proč modernita odolává jakékoliv detailní definici, může být, že její analytické opodstatnění spočívá v první řadě v její pojmové nerozhodnosti, dále v obsáhlosti velkého počtu různě disciplinárně laděných fenoménů a polemik (Martuccelli, 2008).

Seznámením se s náhledy autorů na pojetí modernity se otevírá pohled na to, co je předmětem zkoumání přítomné doby a současné společnosti, což je také nejmenším společným jmenovatelem modernity prolínající se do postmodernity.

Giddens (2010) nabízí poměrně širokou představu o modernitě, kterou, co se týče dějin, zasadil do období 20. století, kde rozeznává primárně změny vůči předchozím společnostem. Modernitu označuje jako jednu z mnoha historických ér z hlediska existence celosvětové civilizace. Vývoj světa je obecně chápán jako proud, který se ubírá jedním směrem, a je ovládán různými dynamickými zákonitostmi. Avšak Giddens (2010) se domnívá, že přechod mezi obvyklým řádem a vytvářením moderních institucí nelze chápat jako jeden souvislý děj. V běhu dějin se objevuje množina nespojitostí, které jsou vázány na moderní dobu.

Bauman, Kubicki a Zeidler-Janiszewska (2006, s. 92) se v rozhovorech zmiňují o postmodernitě jako o modernitě zbavené jejích iluzí. Vysvětlují: *„Dějiny nejsou iluzí: pouze jejich vektorovost, nasměrování procesu, podřízení „objektivním zákonům“, jsou moderní iluzí – která není důsledkem nesprávného pochopení dějin, ale spíše důsledkem jisté historicky determinované ambice vůči nim – záměru vědomého usměrnění procesu. Sociologie postmoderny je pokus mluvit o tom, jak se žije bez tohoto záměru, a jaké společenské, kulturní nebo psychické důsledky takový život vyvolává; co to znamená žít v dějinách, které jsou zbaveny presystémové orientace.“*

Beck (2007) se ptá, zda skutečně existují různé modernity, jak tedy mohou být definovány jejich rozdíly, jak se mohou prolínat jedna do druhé. Odpovědi na tyto otázky mohou být význačné pro poměrnou vágnost termínu modernita, který v závislosti na subjektu obsahuje všechny roviny obnovy od osvícenských dob až do současnosti. Avšak lze tvrdit, že se svět a jeho vícevrstevné uspořádání neustále mění, nejde však exaktně předpokládat směr a dopad změn, čas potvrdí nebo vyvrátí předpoklady o přeměně společnosti. Tento názor zastává také autorka bakalářské práce.

I proto definice postmoderní společnosti není snadná a jednoznačná. Sociolog Petrušek (2011) přiznává, že současné společnosti je možné přiřadit mnoho přídavných jmen, nelze však prohlásit, že některé z jejích označení je správné a jediné možné označení pro současnou společnost, protože se neustále vyvíjí.

I přes různorodé názory na modernitu a postmodernitu se však různí autoři shodují v jednom, a to, že pro vznik postmoderní společnosti je nevyhnutelně potřebná její předchůdkyně, a to společnost moderní.

### **3.2 Gastronomie ve vztahu k tradicím a globalizaci**

Kulturní tradice jako specifické projevy sociálních forem života a organizovanosti kultury obsahují v každém okamžiku nejen svou minulost, ale i zárodek budoucích stavů. Směrem do minulosti je proto třeba počítat s limity kolektivní paměti, která sice odráží určitým způsobem předchozí stav kulturního jevu, ale vybírá si z něj vždy podle soudobého hodnotového klíče a během mezigenerační výměny ho přizpůsobuje novým podmínkám, mění a vyvíjí se. Vzory chování fungují jako podvědomé hodnoty nebo stereotypní modely v lidských vztazích a komunikaci a přenášejí se z generace na generaci „tradováním“ (Counihan, Van Esterik, Julier, 2019; Soukup, 2011).

Pojem národní kuchyně (gastronomie) je metaforickým výrazem pro jídla, která jsou považována za typická pro určitý národ. Národní ruská kuchyně se častokrát ztotožňuje s jídly lidových vrstev, které však nebyly stejné na celém území země. Rozdíly se týkaly především etnických, konfesních a sociálních faktorů. Největší rozdíly v tradiční kuchyni však byly určeny především přírodními podmínkami (Freedman et al., 2008).

Každá národní gastronomie má svá více či méně výrazná, často neopakovatelná specifika. Společným znakem je skutečnost, že se tyto národní zvláštnosti vytvářely jako odraz společensko-ekonomického vývoje jednotlivých národů. Jejich rozličnost je tedy dána zeměpisnou polohou, národními tradicemi, zvyklostmi, náboženskými vlivy, přírodním bohatstvím, ale i hustotou osídlení (Orieška, 2010).

Je třeba si také uvědomit, že ačkoliv se stravovací návyky řadí k stabilním složkám lidských společenství, rovněž podléhají vývoji a změnám, což se interpretuje jako kulturní změna. Existují dva základní typy kulturní změny, a to endogenní a exogenní. U endogenního typu dochází k přeměně prvků uvnitř systému a postupně k inovaci, tedy nástupu a včleňování nových prvků. Exogenní změny jsou podmíněny interakcí různých sociokulturních systémů,

kdy dochází ke kulturní difúzi. Tyto změny probíhají jednak ve fázi generativní – nástup a rozvoj jevů stravovacího systému, a ve fázi transformační – formální a funkční proměny a zánik obyčejů (Stoličná-Mikolajová, 2004).

### 3.2.1 Tradiční gastronomie

Tradiční gastronomie je důležitým prvkem kulturního dědictví každé země. Tradiční gastronomie představuje jídla, která se konzumují místně nebo regionálně po celé generace, během konkrétních oslav a ročních období. Metody přípravy těchto jídel se dědily z generace na generaci a staly se nedílnou součástí každodenního života různých společností. Tradiční jídla se považují za dědictví přenášené z generace na generaci a spotřebitelé očekávají specifické sensorické vlastnosti a vysokou kvalitu potravin. Současně musí být tradiční potraviny bezpečné z mikrobiologického a chemicko-fyzikálního hlediska, bez nadměrného zpracování a bez konzervantů. Předpokládá se, že tradiční výrobek či pokrm je spojen s konkrétním místem, oblastí, regionem nebo zemí (Kotíková, 2013).

Geografické rozdíly mezi jednotlivými lokalitami určují druhy rostlin a živočichů, kterým se v dané oblasti daří. Geografie může určit chuť jídla a rozsah vyráběných potravin. Jídlo má spojovací sílu. Může spojovat lidi různého věku, kultury, náboženství a sociálního zázemí (Dallen, 2016).

Kivela a Crotts (2015) zdůrazňují roli, kterou může hrát gastronomie při ovlivňování celkové značky a umístění destinace:

- Jídla jsou součástí marketingového mixu destinace, protože pomáhají vytvářet smysl pro místo a umožňují turistům doslova „ochutnat“ destinaci v přímém kontaktu s místní kulturou.
- Gastronomie je aspektem kultury, s níž turisté nejčastěji přicházejí do styku.
- Stravovací návyky jsou rozdíly, které se projevují okamžitě: čas, po který lidé jedí, způsob stravování a to, co konzumují, se při vstupu do nové kultury stává bezprostředními body jednotlivých rozdílů.
- Tradiční jídla, vyrobená bez chemických konzervantů a látek, přímo v daném prostředí, poskytují přímé spojení s venkovem, protože turisté mohou rozpoznat jeho původ.



### 3.2.2 Tradiční strava

Během historického vývoje se postupně přímá závislost lidí na přírodě oslabovala. Na venkově se to začalo citelněji projevovat od poloviny 19. století, když byla zahájena průmyslová výroba potravin a jejich masovější distribuce do obchodů. Zde je třeba upozornit na fakt, že osvojování nových idejí, sociokulturních regulativů a artefaktů naráží zvláště v tradičních společenstvích na zafixované kulturní stereotypy a na konformitu. Etnografické výzkumy a jejich etnologická interpretace zaznamenává tedy i mnohé kulturní stereotypy, přičemž ty mohou působit dlouhodobě nebo mohou přežívat epizodicky. V rámci takové historicko-genetické interpretace obrazu tradiční kulinární kultury výzkumy upozorňují na skutečnost kontinuálního přetrvávání tzn. archaismů v rurální kultuře (Dvořáková-Janů, 1999).

### 3.2.3 Tradiční gastronomie a její postavení v cestovním ruchu

Gastronomie je významným atributem v rozvoji cestovního ruchu, který přispívá ke kvalitním zážitkům, které návštěvníci získají při návštěvě cílového místa (Kotíková, 2013). Je nedílnou součástí kulturního dědictví národa. Je-li gastronomie natolik jedinečná a neobyčejná, může se stát motivem pro návštěvníky cílového místa. Místní kultura je cenným zdrojem nových produktů, jejichž úkolem je přitáhnout a potěšit návštěvníky. Gastronomie v tomto zastává podstatnou roli, protože v minulosti formovala jednotnost národů. S rozvojem cestovního ruchu se návštěvníci, ale také strava, kterou konzumují, staly mobilnějšími. V současnosti již není problém spojit si určitý druh pokrmu s regionem, resp. s konkrétním navštíveným cílovým místem. Vzhledem k tomu návštěvníci tvoří poptávku po jídle, které poznali při návštěvě jiné destinace (Hjalager, Richards, 2002).

Každá národní gastronomická kultura má své charakteristické rysy a projevy, kterými se liší od jiných. Místní a národní tradiční jídla jsou lákadly pro stále více návštěvníků, a proto je nezbytné v zájmu udržitelného rozvoje cestovního ruchu dbát na zachovávání tradičních projevů gastronomické kultury a udržovat je pro následující generace (Burešová, Zimáková, 2016). Formování produktu regionální gastronomie cestovního ruchu je významné, protože rozšiřující se síť rychloobslužných zařízení (tzv. fast food) začíná ve světě převažovat. V dnešní době se zvýšilo i množství gastronomických zařízení, která orientují svou nabídku produktů na zahraniční kuchyně. Mnohdy nepříliš vhodně kopírují specifická národní jídla daných zemí a zároveň zapomínají na využívání původních technologických postupů a surovin (Marušková, 2007).

Naopak „slow food“ obsahuje alternativy požitku a smyslu odpovědnosti s ohledem na prostředí (Ferrarová, 2021). Slow food se tímto stává prostředkem neporušení místní i národní gastronomie a je součástí konkurenceschopného produktu cestovního ruchu (Kotíková, 2013).

### **Gastronomický cestovní ruch**

Gastronomický cestovní ruch představuje takovou formu cestovního ruchu, jehož hlavním motivem je gastronomie a kulinářské zážitky. Jedná se o účast na specializovaných gastronomických akcích. Jde také o zážitky spojené s konzumací, přípravou a prezentací jídla a seznámení se s gastronomickými tradicemi v cílovém místě. Gastronomický cestovní ruch není jen o cestování do prvotřídních restaurací, ale také o návštěvě jakéhokoli stravovacího zařízení (např. nákup ve stánku), které přináší nezapomenutelný a unikátní gastronomický zážitek. Ten je proto umocňován nejen místem, ale i atmosférou (Kotíková, 2013).

Uspokojení výživových potřeb je částí každého produktu cílového místa cestovního ruchu. Gastronomický cestovní ruch se týká cílových míst, kde místní potraviny a nápoje jsou hlavními motivačními faktory pro cestování. To znamená, že existují lidé, kteří jsou ochotni cestovat po světě kvůli zážitku autentické mezinárodní kuchyně. Jídlo má pro návštěvníky neodmyslitelný význam. Jídlo jako takové získalo obrovský potenciál v uplynulých letech. Vysoké procento cestujících zvažuje možnost stravování jako relevantní aktivitu během cestování. Skvělá kuchyně a cestovní ruch se navzájem podporují a cílená marketingová kampaň může pomoci řídit tento trend pro potenciální návštěvníky, kteří cestují kvůli gastronomii. Cestovní ruch je považován za subkulturu kulturního cestovního ruchu, protože jídlo je hlavní složkou každé kultury (Kotíková, 2013)

Gastronomický cestovní ruch lze podnítit posílením vědomí o důležitosti domácích surovin a národní gastronomie v rozvoji cestovního ruchu, ohodnocením domácích potravin a zvýrazněním jejich podílu na zlepšování kvality produktů cestovního ruchu. Je také možné zvýraznit funkce domácích surovin v regionálním rozvoji, a tím zajistit udržitelný rozvoj hospodářství, přičemž se zdůrazní, že národní gastronomie jako tradiční hodnota je částí místní kultury a objektem zájmu návštěvníků. Současný návštěvník je mnohem vzdělanější, hledá nové zážitky, dobrodružství, má zájem o zdravý životní styl a chce poznávat místní kulturu (Kotíková, 2013; Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Gastronomický cestovní ruch zahrnuje návštěvu producentů potravin, gastronomické festivaly, restaurace a speciální místa, která jsou v souvislosti s ochutnávkami specifických pokrmů, podávané na speciálním inventáři (Sormaz et al., 2016). Návštěvníci mohou přímo pozorovat proces přípravy jídel šéfkuchaře. Z toho vyplývá, že místo přípravy v restauracích a hotelích pro návštěvníky a cestování návštěvníků ve snaze získat zkušenosti ohledně místních potravin a nápojů, to vše zahrnuje gastronomický cestovní ruch.

Průmysl gastronomického cestovního ruchu se neskládá jen z průvodců jídly a restauracemi, ale vztahuje se na jakýkoli kulinářský zážitek. Důležitým bodem pro rozvoj gastronomického cestovního ruchu je, že místní obyvatelé chrání zdejší produkty patřící do daného regionu. Kultura jako prvek gastronomického cestovního ruchu obecně vyjadřuje vnitřní ochotu návštěvníků poznávat různé kultury. Stále populárnější forma gastronomického zážitku je škola vaření, kde návštěvníci mohou poznávat autentická regionální jídla a nápoje. Vinařský a pivní cestovní ruch se často považují za podmnožinu gastronomického cestovního ruchu, protože zahrnují i konzumaci alkoholických a nealkoholických nápojů. Na gastronomický cestovní ruch lze nahlížet jako na ideu prožívání jídla, nápojů a jiných kultur, které s nimi souvisí (Kotíková, 2013).

Regionálně vyráběné potraviny a nápoje odrážejí různé aspekty kultury navštíveného regionu a přispívají k tomu, že gastronomický cestovní ruch poskytuje skutečné příležitosti ke vzdělávání tím, že představuje návštěvníkům nové chutě, vůně a chutě místních kultur. Díky rostoucí poptávce po regionálních produktech, zvyšující se počet cílových míst využívá kuchyni jako hlavní turistickou atrakci. Dosavadní studie potvrdily, že místní produkty zvyšují udržitelný cestovní ruch, posilují místní ekonomiku, podporují infrastrukturu šetrnou k životnímu prostředí a jsou součástí originality cílového místa (Hall, Gössling et al., 2013).

#### **3.2.4 Trendy v gastronomickém cestovním ruchu**

Tak jako se v průběhu let vyvíjela gastronomie, měnily se i trendy, které ji ovlivňovaly. Příčinou je měnící se životní styl obyvatelstva i stále se rozšiřující se globalizace. To, co se kdysi považovalo za trend, je dnes již samozřejmostí. V současnosti si návštěvníci dobře promyslí, kde, jakým způsobem a za co utratí své peníze, a proto při výběru restaurace nebo jiného stravovacího zařízení více myslí i na přidanou hodnotu. Při návštěvě restaurace uspokojí nejen svoji fyziologickou potřebu, ale budou mít z toho i jedinečný zážitek.

Nové trendy v gastronomii a činitelé, které na ni působí, způsobily, že jednotlivé národní/regionální kuchyně ve 21. století zažívají období znovuzrození. Častější stravování mimo domov, změněné stravovací návyky, kvalita, pestrost nabídky, to vše vedlo k rozvoji gastronomických zařízení nebo k většímu zájmu o národní kuchyni. Velmi významnou roli hraje i cestovní ruch, který kromě přírodních a kulturně-historických památek nabízí i příchut' pravých národních pokrmů, a tak pozvedává národní hrdost (Kotíková, 2013).

Gastronomické trendy zobrazují komplikovanou záležitost, která se rozvíjí podle potřeb doby a věnují pozornost životnímu stylu obyvatel. Je všeobecně známo, že gastronomie je značně pestrá a nabídka gastronomických zařízení je opravdu široká. V současnosti stravovací zařízení zobrazují široký sortiment jídel – od tradiční kuchyně, až po pokrmy neobyčejných exotických zemí světa. Z toho zřetelně plyne, že do každé kuchyně se vmísí i prvky cizích kuchyní, a výjimkou není ani kuchyně ruská, o níž bude pojednáno v praktické části této práce. Gastronomie je stále vyvíjející se a zaměřuje se především na čerstvé domácí suroviny nebo na kratší dobu přípravy jídel (Beránek et al., 2013).

Kotíková (2013) a Šenková (2013) mezi současné trendy v gastronomii řadí:

- Velikost porcí jako důležitý faktor konkurenceschopnosti – zájem poutají tvůrčí malé chuťovky – snacky a nabídka různých velikostí porcí. U tohoto trendu nejde jen o velikost porce, ale hlavně o promítnutí jídla do sdílení zážitků a vytváření pocitu soukromí, bezpečí a komfortu.
- Zvýšení zážitku z jídla způsobené vyšší atraktivností obyčejného – místo výstředních jídel se zákazníci více zaměřují na jednoduchost. Občas postačí i malý exkluzivní dodatek, který ani nemusí znamenat vysoký náklad na upoutání zákazníka.
- Domácí produkty jako trend rozvíjející se gastronomie – zákazníci stále více mají v oblibě suroviny, které jsou zdravé, bezpečné a kterým mohou důvěřovat. Nákup potravin od místních dodavatelů podporuje místní ekonomiku a je ekologičtější, i proto, že odstraňuje náklady na dopravu a s ní spojené nežádoucí vlivy na životní prostředí.
- Důležitost zdravějších přísad v současné gastronomii – v současnosti se do popředí dostávají přídatky, které jsou prospěšné pro zdraví, jako například vitamíny, omega-3 mastné kyseliny, probiotika, která zlepšují imunitní systém, guarana, zelený čaj, bylinky, které jsou přidávány do minerálních vod apod.

- Reputace podniků jako jeden z faktorů konkurenceschopnosti – ubytovací a pohostinská zařízení již více nemají dohled nad tím, kdo nebo co se o nich šíří (což je jeden z příkladů globalizace). Gurmáni, gastro žurnalisté, stále méně vytvářejí reputaci v gastronomii. Tuto funkci přebrala veřejnost, on-line komunity na sociálních sítích.
- Dietní strava se postupně stala součástí zážitkové gastronomie, která se stále více chápe jako konkurenční výhoda. Některé diety lze přerušit bez újmy na zdraví a některé jsou přirozenou součástí jídelních lístků. Současným trendem v dobrých hotelových restauračních zařízeních je nabídka nejrůznějších druhů dietního jídla. Značně rozšířené mezi zákazníky je uvádění průměrných hodnot energie, bílkovin, cukru a tuku pokrmů v běžných jídelních lístcích.

Podle Beránka et al. (2013) mezi současné trendy v gastronomii patří také:

- Biopotraviny a potraviny, které pocházejí z faremního hospodaření – o tyto potraviny je stále větší zájem. Uvádí se, že pokrmy, které pocházejí z těchto surovin, mají pro lidské tělo vyšší hodnotu, mají však i lepší a výraznější chuť. Mohou však být cenově dražší, a tak musí spotřebitel počítat s jejich vyšší cenou. Pokrmy připravené z biopotravin však zpravidla cílí na jinou sortu zákazníků, kteří preferují jiné hodnoty, než je cena. Pro provozovatele pohostinských zařízení však může být problém, jak biopotraviny správně skladovat, neboť se musí oddělit od ostatních potravin z důvodu jejich rychlejšího zkažení, a také proto, aby nebyly konvenčními potravinami jakkoliv ovlivněny. Pokrm však nemusí být nutně připravený celý jenom z biopotravin, může se např. jednat jenom o jednu zásadní složku, která bude nahrazena biopotravinou.
- Wellness food – v evropských zemích se trend wellness rozvíjí pozvolně od 50. let minulého století. Tímto pojmem se nechápe jenom léčebné terapeutické postupy, jde totiž o celkové pojetí života. Wellness je tedy především způsobem života. V oblasti gastronomie jde především o uplatnění zdravé racionální stravy, tedy stravy, která se připravuje také za pomoci biopotravin. Navíc jde o pokrmy, které jsou nutričně vyvážené, a zároveň jsou velmi chutné.
- Regionální produkty a slow food – jde o trend, kdy jsou při přípravě pokrmů stále více využívány regionální potraviny. Pro provozovatele pohostinských zařízení je tento způsob přípravy pokrmů nejenom finančně výhodný, ale jde i o způsob, jak na zákazníky více zapůsobit a k sobě je přilákat. Značka „Regionální potravina“ zaručuje

určitý standard kvality, a to nejenom tím, že restauratér odebírá produkt ze svého regionu, tak i méně zatěžuje životní prostředí a podporuje místní zaměstnanost.

- Vaření z čerstvých a sezónních potravin – v posledních letech převládá trend vařit ze surovin, které pocházejí z blízkého okolí, což zaručuje jejich čerstvost.
- Gastronomický cestovní ruch – v současnosti nabírá tento nový druh cestovního ruchu na významu. Velké množství dnešních návštěvníků považuje za důležitý faktor při výběru cílového místa to, zda budou mít možnost zažít kvalitní gastronomický zážitek.
- Molekulární gastronomie – jde o přípravu klasického pokrmu novými technologickými postupy, přičemž se zároveň použije nový prvek. Zmínit lze např. přípravu zmrzliny, která byla vyrobena za pomoci tekutého dusíku.
- Moderní kuchyňská technologie – moderní technologie hraje v současné gastronomii důležitou roli. Zákazníci požadují rychlé a kvalitně připravené pokrmy se zachováním původních nutričních hodnot. Proto se do restaurací stále ve větší míře kupují stroje a zařízení využívající „zdravé technologie“. Vysoké požadavky jsou kladeny na skladování potravin, aby se mohla prodloužit životnost potravin bez přidání konzervačních látek. Dalším příkladem využití moderních technologií jsou tlakové pánve, které jsou multifunkční a mohou nahradit celou řadu varných zařízení. Některé tlakové pánve dokáží efektivně využívat teplo a díky tomu dochází k úspoře elektrické energie.

Na základě myšlenek vybraných autorů, kteří rozdělují trendy v gastronomii, je možné konstatovat, že významnou roli v gastronomii zastávají domácí, resp. regionální produkty, zvýšení zážitku z jídla, které je obohaceno o nové prvky apod. Zákazníci stále více vyhledávají zdravá jídla, jídla z čerstvých surovin a ta, která mají nutriční vlastnosti, resp. prospěch pro jejich zdraví.

### **3.3 Zkoumání vlivu globalizace na nabídku pohostinských zařízení**

Stravování vždy bylo, je a bude součástí kulturního bohatství a dědictví člověka, rodiny, venkova či země. Přispívá významným způsobem k uchování a upevnování zdraví, vytváření a udržování kulturních tradic a také ovlivňování životního stylu a harmonie života člověka. Postupný vývoj společnosti, zakládání měst, rozvoj obchodu, vojenské výpravy, cestování, to vše ovlivňovalo způsob úpravy a podávání pokrmů, a tak se zvyšovala úroveň kuchařského umění; pronikalo sem však i poznání a dovážení nových druhů potravin

a pochutin, obecně se šířilo poznání rozmanitých kuchařských předpisů, na druhé straně vznikala i zvláštní úprava pokrmů tzv. národních kuchyní (Šindler, 2015).

Podle Inglise (2005) má největší vliv na změny v gastronomii migrace lidí z celého světa, kteří si s sebou přinášejí vlastní gastronomickou kulturu. Další významný vliv má na ni také masová produkce zahraničního jídla. Globalizace na jedné straně může ničit tradiční a specifické chutě určité kultury, ale na straně druhé je může oživovat.

### 3.3.1 Pohostinské zařízení

Technickou základnu pro poskytování stravovacích služeb tvoří pohostinská zařízení, která se podílejí na uspokojování poptávky návštěvníků v cestovním ruchu i místních obyvatel v závislosti na místě jejich lokalizace. Jejich provoz se uskutečňuje v prostorách skladu, výroby a odbytu. Podmínkou pro fungování těchto prostor je kvalitní vybavenost. Beránek et al. (2013) považují tato zařízení za nezbytnou součást vybavenosti sídel – obcí a středisek cestovního ruchu. Jejich cílem je podle Ryglové, Buriana a Vajčnerová (2011) uspokojovat výživové potřeby, potřeby rozptýlení, zábavy a společenské komunikace nejen místního obyvatelstva, ale i návštěvníků (turistů, výletníků) v různých fázích jejich účasti na cestovním ruchu. Plní přitom funkci uspokojování poptávky po výživových potřebách obyvatelstva, zábavy a společenské komunikace a v neposlední řadě i kulturní a výchovnou funkci.

Při charakterizování pohostinského zařízení vychází Oriška (2010) z toho, že jejich hlavním úkolem je příprava jídel, která se ve většině konzumují v zařízeních provozovatele. Produkt, který nabízejí, je složen z mnoha hmotných, ale i nehmotných služeb. Jde také o prostory, ve kterých se připravují pokrmy a nápoje, uskutečňuje se prodej jídel a nápojů, případně doplňkový prodej polotovarů a zboží potravinářského charakteru a poskytují se s tím související služby.

Pohostinská zařízení přizpůsobují své služby potřebám hostů, kteří kladou na poskytované služby stále vyšší požadavky, zejména na rychlost obsluhy a bohatý sortiment, jakož i na dispoziční řešení, rozmístění a architektonické ztvárnění objektů v závislosti na jejich lokalizace (Kotíková, 2013).

Podle McIntoshe a Goeldnera (in Cooper, 2008) jsou pohostinská zařízení specifickou částí hoteliérství. Jsou to zařízení, která přímo souvisí s uspokojováním základních potřeb člověka, s hromadnou výrobou, prodejem a spotřebou jídel a nápojů zákazníky. Rovněž musí

neustále přizpůsobovat své služby potřebám zákazníků, zejména sortimentem a provozní dobou.

Pohostinská zařízení se odlišují charakterem zaměření, rozsahem poskytnutých služeb, počtem míst k sezení v odbytovém prostoru, v návaznosti na to musí být přizpůsobená plocha výrobního prostoru – kuchyně a plocha skladovacích prostor, charakterem nabídky sortimentu jídel a nápoj. Budují se jako součást ubytovacích zařízení (hotelů, motelů, hotelů, penzionů), nebo jako samostatné objekty, které uspokojují potřeby nejen místního obyvatelstva, ale také návštěvníků. Poskytují služby návštěvníkům během cestování a pobytu v cílovém místě (Orieška, 2010).

Možnosti specializace pohostinských zařízení ovlivňuje řada činitelů jak na straně poptávky, tak i na straně nabídky. Na straně poptávky jde zejména o dostatečný a opakovaný zájem po určitém produktu. Na straně nabídky jsou to zejména technicko-technologické, ekonomické podmínky efektivní výstavby a provozu pohostinských zařízení (Gillespie, 2006). Pro potřeby této bakalářské práce byly jako konkrétní objekt zkoumání zvoleny restaurace, které nejvýrazněji odrážejí vlivy globalizace na nabídku pohostinských zařízení.

Restauraci je možné charakterizovat jako zařízení poskytující stravovací služby s širokou nabídkou jídel a nápojů. Provozovny s výrazně specifickým sortimentem a upraveným interiérem mohou mít v názvu charakteristické pojmenování podle podávání národních a jiných specializovaných jídel; asijská, rybí, koliba apod. (Kotíková, 2013). Podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) jsou hlavními znaky restauračních služeb následující: zákazník si hradí plnou cenu jídla, stravování předchází výroba jídel, obojí probíhá ve stejném zařízení, restaurační služby podléhají specifickým předpisům, zejména hygienickým.

### 3.3.2 Nabídka pohostinských zařízení

Charakter a rozsah nabídky je dán primární a od ní odvozenou sekundární nabídkou. Nositelem nabídky (objektem) jsou v tomto případě pohostinská zařízení. Jejich nabídka závisí na lokalitě, kapacitě, sortimentu a provozním čase. V širším chápání ji určuje poptávka. Nabídka se rozvíjí s přihlédnutím na trendy vývoje ve spotřebě obyvatelstva, trendy kupní síly konzumentů, stravovací zvyklosti, věkové složení a četnost poptávky (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Nabídku pohostinských zařízení tvoří určitý objem a sortiment výrobků a služeb, které mají uspokojit poptávku. Ta je ovlivněna jak příjmy potenciálních zákazníků, tak i cenami jídel



a nápojů. Nabídka je ovlivňována jak daným typem gastronomického zařízení, tak i sezónními trendy, kapacitou výroby a odbytu, zásobováním, konkurenčními tlaky, požadavky od zákazníků atp. (Orieška, 2010).

Kotíková (2013), poukazuje na to, že je povinností pohostinských zařízení sledovat trendy a aplikovat je co nejdříve do své nabídky. Projevují se v rozšíření a obohacení nabídky o ty druhy jídel a nápojů, po kterých se již projevila dostatečně velká a pravidelná poptávka. K základním formám nabídky v pohostinském zařízení patří písemná (příp. elektronická) nabídka (jídelní a nápojový lístek), ústní (týká se konkrétního zákazníka a je zaměřena na jeho konkrétní potřeby), vizuální (nabídkové vitríny, vozíky) (Orieška, 2010).

Podle Křížka a Neufuse (2014) tvoří jídelníček závaznou písemnou (příp. elektronickou) nabídku. Jeho obsah je rozhodujícím faktorem charakteristickým pro vztah mezi konzumentem a pohostinským zařízením. Je třeba dbát na to aby jídelní a nápojový lístek usnadnil výběr a rozhodování zákazníkům. V praxi se lze setkat se samostatně zpracovaným jídelním a nápojovým lístkem, které se hostům nabízejí zvlášť, nebo s jídelním a nápojovým lístkem, které tvoří jeden celek. V tomto případě se k jejich označení používá pojem „nabídkový lístek“. Jídelní a nápojový lístek je definován jako nástroj nabídky pohostinského odbytového střediska, propagační prostředek, ceník, pomůcka pro obsluhující pracovníků a kontrolní orgány (Beránek et al., 2013).

Jídlo a pití jsou základními produkty jídelního a nápojového lístku restaurace. Struktura lístku závisí na sortimentu potravin a nápojů, výběru, dostupnosti, flexibility pro speciální objednávky a kvality jídla a nápojů. V závislosti na potřebách lidí se úroveň služeb musí přizpůsobit (Gillespie, 2006).

Specifickou formou nabídky je menu, kdy je možné jich rozlišit několik typů, rozlišuje se účel a šíře, proč je sestavováno. Prvním druhem je jednoduché menu, čímž se chápou všechna jídla, která si může zákazník v daném zařízení objednat v určitou dobu (např. k obědu či na večeři). Zpravidla jde o tyto chody: polévka, hlavní jídlo, moučník a káva. Do rozšířeného menu se začleňuje ještě aperitiv, příp. další jídla a nápoje. Slavnostní menu se připravuje při různých zvláštních příležitostech, a jeho součástí bývá běžně šest i více chodů. V těchto případech se uvádí cena za celé menu, nikoliv za každou položku zvlášť, jak na to upozorňuje Orieška (2010).

### 3.3.3 Vliv globalizace na nabídku pohostinských zařízení

Má-li pohostinské zařízení na konkurenčním trhu prosperovat, musí jeho majitel sledovat, znát a předvídat trendy v chování hostů a vzápětí je využívat v nabídce služeb. Jedním z projevů globalizace je využívání nových technologií v hotelnictví a pohostinství, expanze nadnárodních hotelových a gastronomických společností, růst kvality služeb a respektování preferencí hostů (Janatka, 2019).

Mezi vybrané vlivy globalizace patří častější stravování lidí mimo domov, a to konzumací jídel, která nejsou typická pro danou lokalitu (region, stát), změněné životní a stravovací návyky, uvědomění si kvality, inovace a nové technologie, nové postupy vaření a způsoby přípravy, nové přístroje, pestrost nabídky, tlak na snižování nákladů a spotřeby energie, ohled na životní prostředí a rozvoj nových distribučních systémů (Kotíková, 2013). K hlavním pozitivním vlivům integrace a globalizace patří v této oblasti zvýšený tlak na kvalitu poskytovaných služeb, rychlá aplikace moderních technologií, tlak na spolupráci podniků cestovního ruchu při uspokojování potřeb návštěvníků v cestovním ruchu (Orieška, 2010). Globalizace přerůstá hranice států, regionů a kontinentů. Společnost i každý subjekt, ať si to uvědomuje nebo ne, stává se účastníkem globalizace. Znamená také vyrovnávání jednotlivých částí světa na jednotný celek, který má různá vývojová stadia na různých prostorově vymezených trzích cestovního ruchu a proto nepředstavuje obsahově a časově vyvážený stav (Beck, 2007).

Z ekonomických trendů je důležitý zejména vývoj příjmové situace hostů, která se projevuje v diferencované poptávce po službách restaurací. S cílem uspokojit tento druh poptávky v pohostinských zařízeních existuje vyšší a nižší standard služeb, a tím i cenová nabídka v jednom větším zařízení (pod jednou střechou). Nabídku pohostinských zařízení ovlivňují také technologické trendy. V současnosti mají technologie v hospodářství a ve společnosti dominantní postavení. Nové technologie zvyšují účinnost prodeje, kontroly majetku a managementu životního prostředí. Globální produkt umožňuje snižování jednotkových nákladů, čímž ohrožuje a vytlačuje zejména malé a střední podniky z trhu, které nedokáží svými náklady konkurovat velkým, nadnárodním společnostem. Globalizace proto vede k orientaci na hodnoty, které preferují zákazníci, zejména výhodnější ceny produktů a kvalitní služby (Kotíková, 2013; Janatka, 2019).

Pohostinská zařízení si musí najít přístup k zákazníkovi, a to zejména sledováním, poznáváním a předvídaním trendů, které přicházejí ze zahraničí a tyto pak promítat do

konkrétní nabídky služeb. Proto není důležité pouze zvyšování kvality jídel a nápojů, ale zejména přizpůsobení nabídky zákazníkovi, a tak uspokojit jeho potřebu a očekávání. Trendy v gastronomii se vracejí k domácím tradicím, využívají domácí suroviny a lokální produkty (Kotíková, 2013). Jako odezva na fast food vzniklo v Paříži mezinárodní hnutí „Slow food“, které se snaží o to, aby ze světa nevymizelo široké spektrum nejrůznějších chutí (Ferrarová, 2021). Přispívá k zachování místní a národní gastronomie. Přednost zde dostávají regionální kuchyně, které podporují lokální dodavatelské trhy (Beránek et al., 2013).

Rozmach restauračních zařízení a různých podniků veřejného stravování znamenal zavedení inovativních technologií, nových postupů vaření, do popředí se dostává příprava lehčích jídel a také nové způsoby přípravy jídel. V současnosti se klade důraz na hygienu a bezpečnost surovin a přípravu pokrmů, proto se zpřísnila kontrola kvality používaných ingrediencí. Se změnou životní úrovně se mění i požadavky, hodnoty, formy uspokojování základních a vyšších potřeb. Růstem zkušeností přímo úměrně rostou i očekávání zákazníků. K současným dominantním trendům v poptávce po pohostinských službách patří především uvědomělejší a náročnější zákazníci, aspekt zdraví (nízkoenergetická, oddělená strava apod.), změna životního stylu, vegetariánská a veganská strava, poptávka po polotovarech, orientace na zážitky. Poskytování kvalitních služeb se v podnicích cestovního ruchu považuje za jedinou možnost udržení se na trhu cestovního ruchu v rostoucí konkurenci. Hlavním kritériem úspěchu na trhu je spokojenost zákazníků, protože pouze spokojený zákazník šíří dobré jméno podniku a přijde opětovně (Kotíková, 2013; Janatka, 2019).

### 3.4 Ruská kuchyně

Charakter stravování byl vždy jedním z nejdůležitějších projevů etnicity daného národa. Národní kuchyně nepředstavovala pro Rusy nikdy jen prostředek k zahnání hladu, ale byla vždy základním pilířem existence lidí na Zemi. Prošla více než tisíciletým vývojem. Prostý lid během carského panství jedl většinou chudou a jednotvárnou stravu, kterou představovalo pečivo, teplé polévky, kaše a dokonce i nápoje. Vše se připravovalo především z mouky a krup. Hospodyně v maximální míře využívaly všechny dostupné zdroje – obiloviny, luštěniny, syrovou nebo tepelně upravenou zeleninu, ovoce a do určité míry i zdroje živočišných bílkovin (Pešek, 2007). V počátcích se na carském dvoře a šlechtických panstvích připravovaly pokrmy podle zvyků Byzantské říše, která byla bohatá, luxusní a charakteristická svým přepychem, ale hlavně nadměrným plýtváním

surovinami. V 17. a 18. století za panování cara Petra I. a carevny Kateřiny se ruská kuchyně u carského dvora dostala zcela pod vliv francouzské kuchyně (Pavlovskaya, 2016).

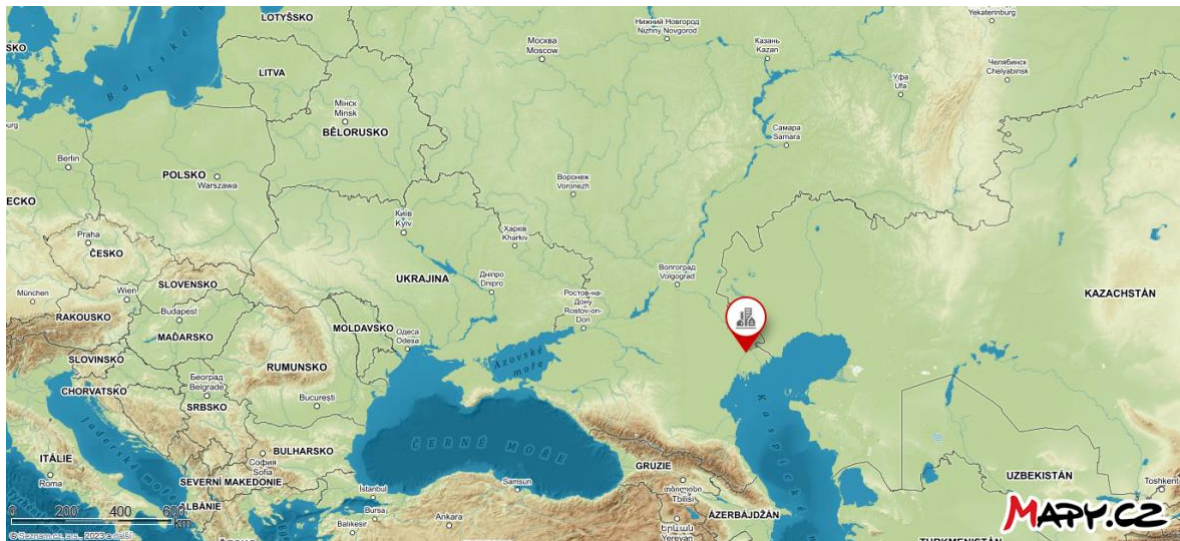
Pro ruskou kuchyni jsou charakteristická i jídla z obilných krup: různé kaše, nákypy, lívance, ovesné rosoly, jakož i jídla z hrachu a čočky. Předkové nepěstovali pouze zrniny. Jako dědictví zanechali i zeleninové plodiny, zelí a řepu. Ve velkém rozsahu se využívá kvašené zelí, které se dá uchovat až do nové úrody. Jde o nenahraditelný předkrm, výbornou přílohou k vařeným bramborám a je též součástí mnoha jiných jídel (Uzun, 2007).

## 4 Vlastní zpracování

Tato kapitola již přináší konkrétní poznatky vztahující se k tradiční kuchyni Astrachaňského regionu. Je proto důležité na tomto místě alespoň v krátkosti poukázat na to, jaké vlivy formovaly astrachaňskou kuchyni, jaká jídla se považují za tradiční a z jakého důvodu. Některé zde uváděné pokrmy jsou doplněny o názorné ilustrace. Další podkapitola se věnuje jednoduché analýze a komparaci tří vybraných restaurací, které působí ve městě Astrachaň, a na jejichž příkladu je možné vyhodnotit, do jaké míry nabízejí tradiční pokrmy astrachaňské kuchyně, a do jaké míry se zde uplatňují globalizační tendence. V neposlední řadě jsou analyzovány výsledky dotazníkového šetření, které bylo realizováno mezi místními obyvateli Astrachaně.

Pokud se zde hovoří o městu Astrachaň, je třeba uvést, že se nachází na jihu v evropské části Ruské federace přibližně 100 km od pobřeží Kaspického moře (viz Obrázek 1). Městem protéká řeka Volha. Město je od Moskvy, hlavního města Ruska, vzdáleno necelých 1 300 km. Astrachaň se považuje za správní středisko celé Astrachaňské oblasti. Ve městě žije přibližně 530 tis. obyvatel. Zajímavostí je, že jde o nejsušší evropské město (Google, 2023).

Obrázek 1 Poloha města Astrachaň v rámci Evropy



Zdroj: Seznam.cz (2023)

Astrachaň je také považováno za etnicky rozmanité město, protože zde žije mnoho různých národností, ať již se jedná z větší části o Rusy, pak dále o komunity Tatarů, Arménů, Kalmyků aj. (Žemlička, 2023). Astrachaň je také významným říčním přístavem, je přezdíváno jako město mostů a vodních kanálů, ovšem s ohledem na mělkost severní části

Kaspického moře jsou námořní plavidla nucena překládat své náklady po silnici z Astrachaně. Nachází se zde také velká rybářská flotila, a proto se jedná o centrum, kde se ve velké míře konzervují ryby a vyrábí kaviár (Tikkanen, 2023). To je ostatně důvodem, proč je právě toto město z hlediska gastronomie typické především svými pokrmy z ryb na mnoho různých způsobů.

#### 4.1 Charakteristika tradiční kuchyně regionu Astrachaň

Jak již bylo zmíněno výše, a uvádí to např. také Ivanova (2018), město Astrachaň je charakteristické směsicí mnoha různých národností, a to také ovlivnilo její tradiční kuchyni. Proto se zde mísí vlivy ruské, arménské, židovské, německé, kazašské, astrachaňské, tatarské a jiné kultury, což činí místní regionální kuchyni neobyčejně zajímavou a originální. Uvádí se, že charakteristickým je pro zdejší kuchyni červený losos a vodní meloun, což jsou první dvě věci, s nimiž se cestovatel do této oblasti seznámí nejdříve. Především se však v astrachaňské kuchyni používají různé druhy ryb, které zde tvoří základ prakticky každého pokrmu. V minulosti se hojně lovil jeseter, tudíž jeseter velký a černý kaviár byly základními složkami potravy místních obyvatel. Ovšem v souladu s tím, jak se změnilo prostředí Kaspického moře, nyní se za hlavní lovené ryby považuje candát a štika, které utvořily základ pro řadu pokrmů regionální astrachaňské kuchyně. Místním tradičním svátečním občerstvením je proto např. plátek smaženého candáta, bez něhož se neobejde žádný sváteční stůl.

Obrázek 2 Základ veškerých pokrmů astrachaňské kuchyně – ryba



Zdroj: Ivanova (2018)

S ohledem na vzácnost jeseterů v Kaspickém moři, se za místní delikatesu považuje uzený jeseter. K dalším typickým gastronomickým pochoutkám se řadí také sazan (jde o původně divokou formu kapra obecného) a kaviár ze štiky a sazana. Při objednání sazanu v místní restauraci se vždy hlava této ryby podává samostatně. Mezi další charakteristické pokrmy regionální kuchyně Astrachaně lze přiřadit plněnou papriku a zeleninový guláš, který se připravuje z brambor, mrkve, papriky, rajčat a různých druhů koření. Pro astrachaňskou kuchyni je typické, že z velké míry vychází z ruské kuchyně, a proto se v ní hojně využívá zeleniny – lilku s česnekem, majonézou a rajčaty. Z mas je v této oblasti nejoblíbenější jehněčí a skopové. Astrachaň má také svou vlastní recepturu piva, které se podává prakticky ve všech gastronomických zařízeních ve městě (OrangeSmile Tours, 2023).

Pouze astrachaňská kuchyně nabízí pokrm zvaný trojitá rybí polévka. Jeho součástí je okoun, cejn, candát a jakákoliv další ryba z čeledi jeseterovitých. V minulosti se do této rybí polévky nepřidávaly nadrobno nakrájené brambory, to bylo ještě typické pro astrachaňskou kuchyni v 19. století. To se dnes považuje za inovaci v gastronomii, bez ní se již trojitá rybí polévka nepřipravuje (Make-self.net, 2022).

Obrázek 3 Jedinečný pokrm astrachaňské kuchyně – trojitá rybí polévka



Zdroj: Russian Production Company (2023)

Ryby se také přidávají i do dalších pokrmů, jako je rybí koláč s kostí nebo rybí knedlíky. Pro místní kuchyni je však charakteristický i pštroší steak nebo kainari. Základní surovinou je mleté jehněčí nebo hovězí maso zapečené v těstu. Z kazašské kuchyně pochází pokrm nazvaný jako beshbarmak, který se tradičně připravuje z koňského masa, ale může být použito i maso jehněčí, velbloudí, hovězí nebo dokonce tučný kapr. Základní surovina ryba

je využívána také v pokrmu zharekha, kdy se kousky ryb (zpravidla cejnu či kapra) smaží ve velmi horkém rostlinném oleji (Ministry of Culture Russia, 2023).

## 4.2 Komparace nabídky – jídelních lístků vybraných restaurací

Pro naplnění stanoveného cíle, zaměřeného na analýzu a přiblížení tradiční astrachaňské regionální stravy, byl proveden průzkumu ve třech vybraných restauracích ve městě Astrachaň, a to Schuka, Kristall a Akvatoriya. Průzkum se zaměřoval na prostudování nabídky tradičních astrachaňských pokrmů v jídelních třech uvedených gastronomických zařízeních.

V případě **restaurace Schuka**, se dá hovořit o tom, že jde o tradiční rybí restauraci, která hostům ve velké míře nabízí různé tradiční pokrmy astrachaňské kuchyně. Ryby se proto považují za základní surovinu, která je součástí nadpoloviční většiny nabízených pokrmů. Specifickou nabídkou je několik druhů kaviárů, které jsou tak typické pro astrachaňskou kuchyni. Také saláty jsou připravovány z ryb, přičemž restaurace nabízí i typický ruský pokrm, salát Olivier. Z polévek jsou nabízeny pokrmy typické jak pro astrachaňskou, tak i ruskou kuchyni. Dá se proto hovořit o tom, že tato restaurace z 80 % nabízí pokrmy typické pro astrachaňskou a ruskou kuchyni, přičemž 20 % pokrmů vychází z cizích kultur. Jde např. o podávané hranolky s houbami, smažené žampiony či klasické vařené brambory, což zcela pro tuto kuchyni typické není. Nicméně je zřejmé, že jde o jednu z restaurací v Astrachani, která si zakládá na přípravě regionálních pokrmů této oblasti.

Jinou situaci představuje **gastronomické zařízení Kristall**, které se nikterak neliší od evropských restaurací. V tomto zařízení se podává většina pokrmů, které jsou typické spíše pro středomořskou či jinou evropskou kuchyni, nikoliv však výlučně astrachaňskou nebo ruskou. Příkladem je např. nabídka bavorské snídaně, jejíž součástí jsou bavorské klobásy. Je zde patrný vliv i francouzské kuchyně (croissanty, plněné bagety, toasty) nebo španělské. Ryby tvoří základ několika druhů salátů. Klasickou trojitou rybí polévku toto zařízení nenabízí. V nabídce má však pokrmy asijské kuchyně, jako jsou např. thajské nudle. Dá se proto hovořit o tom, že v tomto zařízení se nabízí přibližně 10 % pokrmů typických pro astrachaňskou kuchyni.

Také **restaurace Akvatoriya** je typickou rybí restaurací nacházející se přímo v centru města Astrachaň. Zde se také uplatňují určité globalizační tendence (podávají se např. špagety), nicméně základ většiny pokrmů vždy tvoří ryba, ať již se jedná o candát, losos či mořské



plody. Tato restaurace také nabízí polévky typické právě pro astrachaňskou kuchyni. Dá se proto konstatovat, že 60 % zde připravených a nabízených pokrmů odpovídá tradiční astrachaňské kuchyni.

Z analýzy jídelních lístků tří výše prezentovaných pohostinských zařízení také vyplynulo, že **restaurace Schuka** se prezentuje jako autentická kuchyně Astrachaňského regionu, která má přímo v přízvisku svého názvu rybí restaurace, čímž odkazuje na hlavní surovinu, z níž se většina zde nabízených jídel vyrábí. Navíc právě ryba je základní surovinou astrachaňské kuchyně, jak na to bylo poukázáno již v předcházející podkapitole. Tato restaurace je na svých webových stránkách propagována jako tradiční, kde jsou kombinovány tradiční receptury místní astrachaňské kuchyně s moderními kulinářskými trendy. Jídla jsou připravována ze surovin, jako je jeseter, candát, šprot, sled', sumec, kapr, štika a jiné ryby, které jsou loveny v Kaspickém moři a v řece Volha. Restaurace si zakládá na zachování tradičních receptur astrachaňské kuchyně, s čímž souvisí i tradičně vyzdobený interiér restaurace. Pohostinské zařízení Kristall je prezentováno jako kavárna, která dobře poslouží nejenom pro obchodní jednání, ale také jako místo pro setkání s přáteli a rodinou či k relaxaci. Toto gastronomické zařízení se však nepropaguje jako tradiční, či autentické, což také vyplývá z většiny nabízených jídel a pokrmů, které jsou převzaty zejména ze zahraničí. Také interiér tohoto zařízení je typický spíše pro „klasická“ evropská či americká gastronomická zařízení. Také **restaurace Akvatoriya** je podobně jako restaurace Schuka prezentována jako rybí restaurace, přičemž o sobě uvádí, že je první rybí restaurací ve městě Astrachaň. V interiéru jsou však kombinovány jak klasické astrachaňské, potažmo ruské motivy, tak i trendy typické pro výzdobu evropských restaurací. Nadále je však stěžejní surovinou ryba, což také dokládá zdejší výzdoba restaurace.

Jako jediná z tří vybraných pohostinských zařízení nabízí restaurace Schuka nejenom klasický jídelní lístek, ale také speciálně vytvořená menu (např. dětské menu, lovecké menu, menu pro obchodní jednání apod.). Tomu také odpovídají vyšší ceny jídel a nápojů v této restauraci, s ohledem na pečlivě vybrané a tradiční suroviny, z nichž jsou jídla vyráběna. Podobně je tomu také v případě rybí restaurace Akvatoriya, jejíž ceny jsou přibližně na podobné cenové hladině, příp. o 5-10 % nižší. S ohledem na globalizaci jídel v zařízení Kristall, jsou ceny příznivější, nicméně nelze takto porovnávat tuto kavárnu s uvedenými restauracemi, neboť nabízí trochu jiný sortiment jídel a nápojů než výše uvedené rybí restaurace.

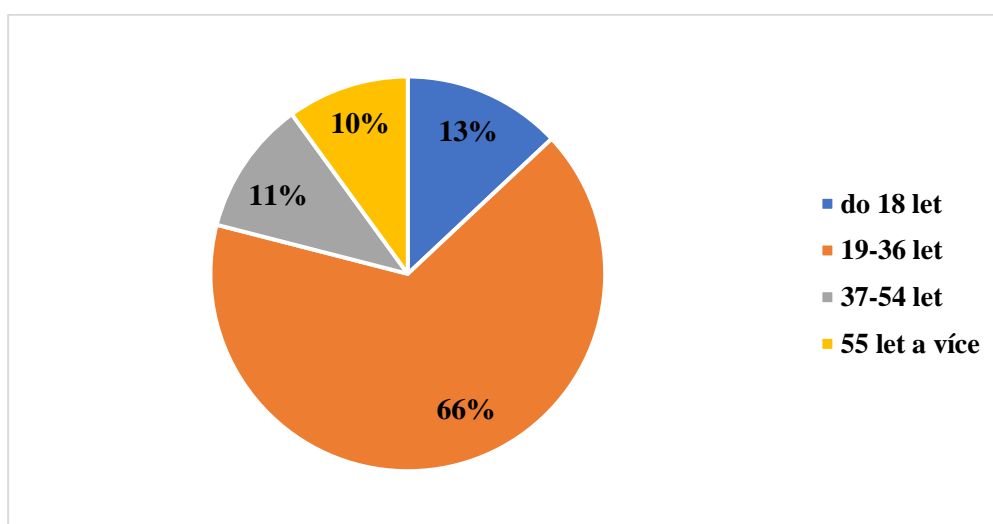
### 4.3 Dotazníkové šetření se zaměřením na globalizaci a tradice v jídle

Záměrem bakalářské práce je také získání potřebných informací z oblasti tradiční gastronomie v ruském městě Astrachaň z pohledu spotřebitelů, místních obyvatel, kteří zde restaurační zařízení navštěvují. K tomu posloužilo dotazníkové šetření.

Dotazník vyplnilo celkem 100 osob. Jeho první část byla zaměřena na získání obecných údajů o respondentech. Druhá část sestávala z otázek, jejichž prostřednictvím byly získány údaje o preferencích místních obyvatel v oblasti tradiční gastronomie a regionální kuchyně. Poslední část dotazníku byla zaměřena na zkušenosti dotazovaných s konkrétními gastronomickými zařízeními.

Nejdříve jsou vyhodnoceny tři uzavřené otázky týkající se pohlaví, věku a pracovního statutu respondentů. **První otázku** věnující se analýze respondentů podle **pohlaví** v dotazníku vyplnilo 68 žen (68 %) a 32 mužů (32 %). Dalším kritériem pro analýzu dotazovaných byl **věk (otázka č. 2)**. Respondenti měli možnost odpovědět na tuto otázku na základě výběru ze čtyř věkových intervalů. Podle Grafu 1 lze popsat strukturu respondentů podle věku, která je následující – 13 % se zařadilo do věkového intervalu do 18 let, nejzastoupenější skupinou byli respondenti ve věku od 19 do 36 let (66 %), 11 % dotazovaných bylo ve věku od 37 do 54 let, 10 % bylo ve věku nad 55 let (10 %).

Graf 1 Analýza respondentů na základě věku



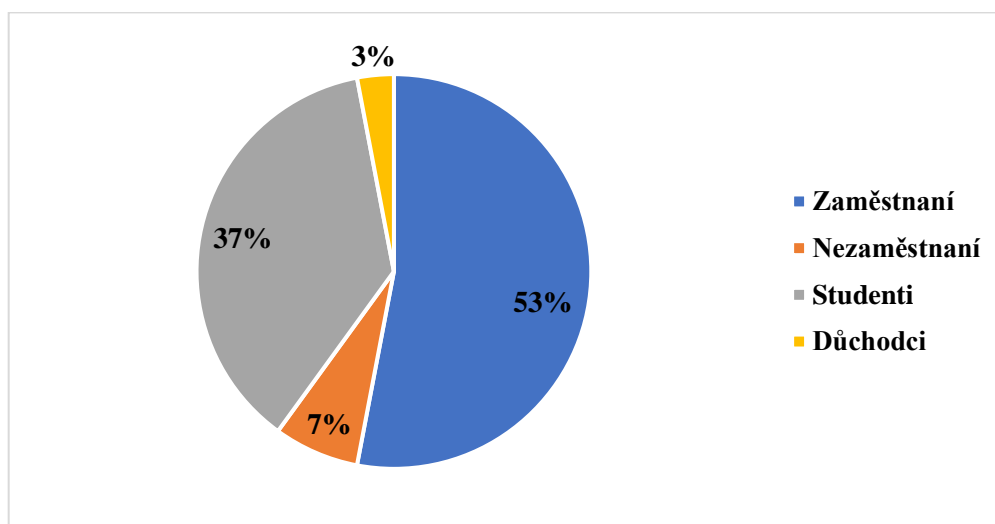
Zdroj: vlastní zpracování

Na podkladě výše uvedeného Grafu 1 je zřejmé, že oslovená skupina respondentů se z hlediska věku odlišuje od rozložení běžné populace v Astrachani. Tuto skutečnost lze

přisuzovat především tomu, kdo chtěl odpovídat na otázky v anketě a také, že byli osloveni respondenti především z restaurací v Astrachani.

Prostřednictvím **třetí otázky** byly získány informace o situaci v pracovní oblasti jednotlivých respondentů. Dotázaní byli zařazeni do těchto tříd – zaměstnaní a nezaměstnaní respondenti, studenti a důchodci. Jak je patrné z Grafu 2, více než polovina oslovených respondentů je zaměstnaných a více než jedna třetina jsou studenti. Je třeba vzít v úvahu, že tato struktura souboru respondentů bude mít vliv na interpretaci dat získaných z dalších otázek ankety. Nelze tedy zcela zobecňovat zjištění z tohoto anketního šetření na celou populaci města Astrachaně, ale lze si vytvořit určitý náhled na to, jak danou problematiku tradic a globalizace jídel v astrachaňské kuchyni vnímají mladí lidé, především ve věku do 36 let. Ti totiž tvoří více než dvě třetiny oslovených obyvatel města Astrachaň.

Graf 2 Analýza respondentů na základě pracovního postavení

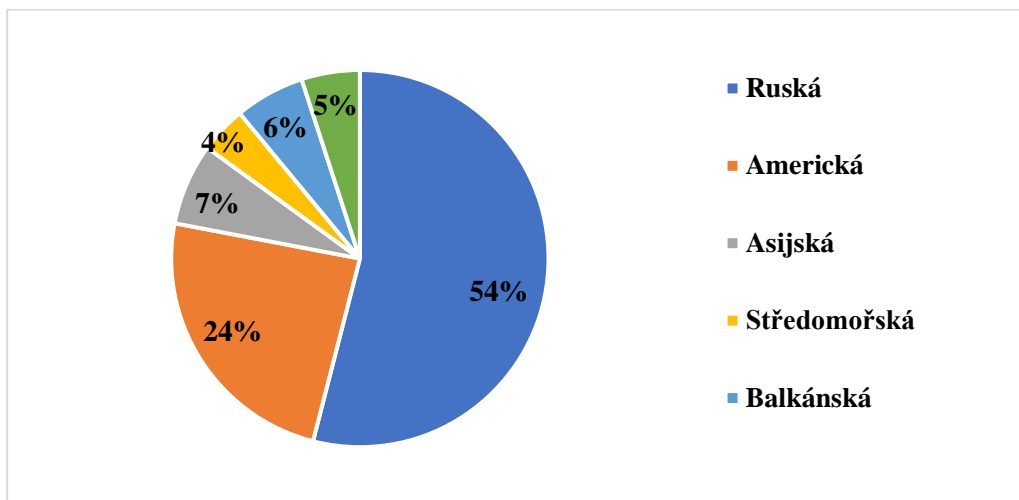


Zdroj: vlastní zpracování

Dalším cílem dotazníku bylo na základě **otázek č. 4 a č. 5** zjistit **preferenci dotazovaných v oblasti gastronomie** – jakou gastronomii preferují a kde se nejčastěji stravují (jaký typ gastronomických zařízení navštěvují). Následující otázky zkoumaly, jakou představu mají o tradiční ruské a regionální astrachaňské kuchyni, které pokrmy považují za typické a zda navštěvují zařízení s nabídkou těchto jídel. I přes neustále se rozvíjející vlivy zahraničních kuchyní a rychlého občerstvení poptávající preferují místní (lokální) gastronomii a pokrmy připravují převážně ve svých domácnostech. Více než polovina dotazovaných konzumuje nejčastěji ruské pokrmy, druhou nejpreferovanější kuchyní je americká (např. rychlá občerstvení typu McDonald's či KFC), což uvedla přibližně čtvrtina všech oslovených

respondentů. Je tedy zřejmé, že tato kuchyně si ve městě Astrachaň vytvořila dlouholetou tradici, a těší se hojnému zájmu především ze strany mladých respondentů.

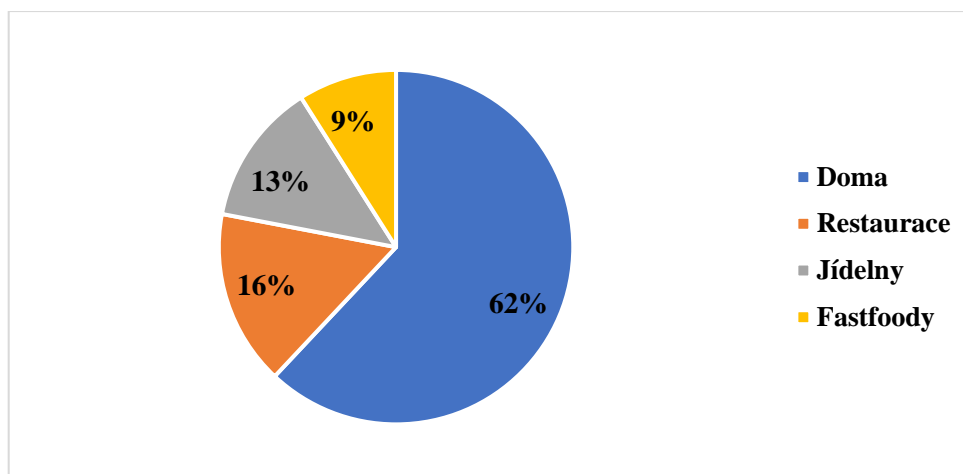
Graf 3 Preference respondentů v oblasti gastronomie



Zdroj: vlastní zpracování

Největší počet dotazovaných, a to více než nadpoloviční většina, si pokrmy připravuje doma, v restauraci a jídelně se stravuje necelá třetina respondentů (mírně vyšší podíl v restauracích, a to přibližně šestina z nich). V oblíbených provozech s rychlým občerstvením se stravují převážně mladší věkové kategorie a z celkového počtu vyplňují desetinu celého souboru respondentů, na což ukazuje Graf 4. Součástí ankety proto bylo také zjištění, co konkrétně, v případě, že se respondenti stravují doma, připravují. Většina uvedla, že jsou to různé pokrmy z ryb, a také, že jsou ovlivněny ruskou, potažmo tatarskou kuchyní. Nicméně ryby jsou základní surovinou, z níž si lidé pokrmy doma připravují. Oslovení respondenti však také uváděli, že si doma připravují jídla, jako jsou pelmeně či pirožky. Oblíbená je u místních obyvatel také rybí polévka, opět s využitím různých druhů ryb.

Graf 4 Nejčastější místa stravování respondentů



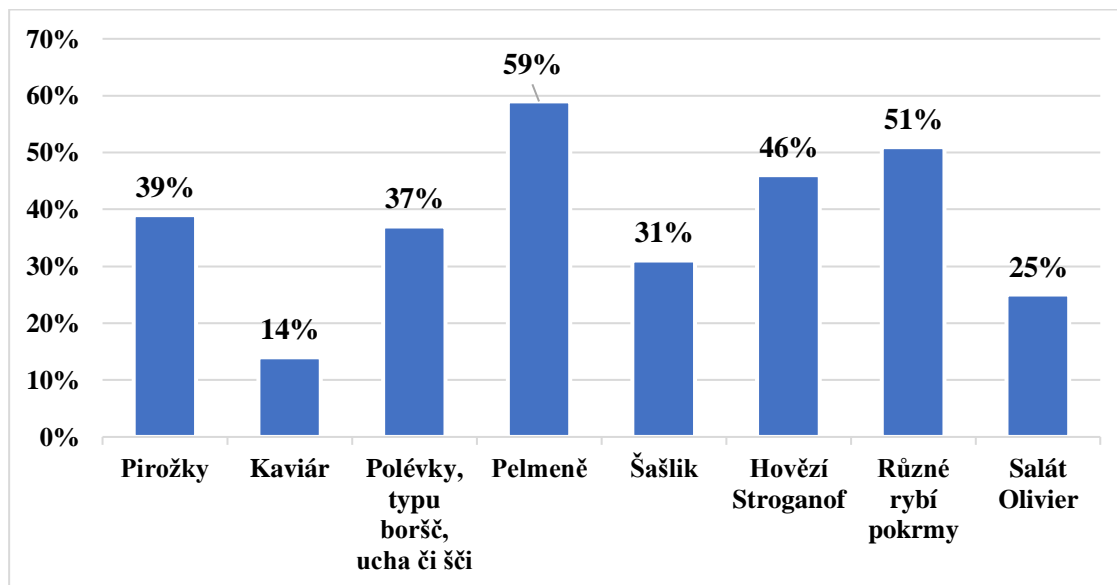
Zdroj: vlastní zpracování

S narůstajícím vlivem globalizace se i v oblasti gastronomie objevují nové technologie, nové typy gastronomických zařízení a stále větší návštěvnost mají různé bufety, bistra, restaurace s etnickou kuchyní, bio a vegetariánské restaurace, které jsou současným trendem. Právě vlivy zahraničních kultur mají za následek upadající zájmu o tradiční kulturu a její jednotlivé složky. Výjimku netvoří ani typická ruská kuchyně a zařízení, která ji nabízejí, a snaží se ji zviditelnit. Pokrmy na jídelních lístečích se opakují téměř ve všech gastronomických zařízeních, dokonce i v jednotlivých regionech (což se týká i města Astrachaň). Lze předpokládat, že i z tohoto důvodu si většina dotazovaných zvolila za možnost tradičního ruského pokrmu pelmeně. Jedná se o masové taštičky, které se vyrábí z těsta a servírují se se smetanou. Často se objevují v nabídce jídelních lístků v ruských restauracích jako typický ruský pokrm. Pro ruskou kuchyni obecně jsou velmi důležité také polévky, což je zejména boršč, ale také solyanka či ucha, tj. rybí polévka. Zejména pak v Astrachani jsou velmi oblíbené všelijaké pokrmy z ryb. Dá se hovořit o tom, že základ místní kuchyně je postaven na této surovině.

**V otázce č. 6**, kde respondenti měli možnost označit více možností, si pelmeně za tradiční ruský pokrm zvolila nadpoloviční většina respondentů, dále také různé ryby (zejména sazan či uzený jeseter), které představují tradiční jídlo pro přibližně polovinu oslovených. Ruská či astrachaňská gastronomie je svou skladbou velmi pestrá a vyznačuje se zejména regionálními a lokálními specifiky. Určit proto, které pokrmy jsou tradiční, není zcela jednoduché. Lze však tvrdit, že právě pelmeně, dále také hovězí Stroganoff, z polévek např. boršč, dále také pirožky jako ruská tradiční alternativa koláčů či pikantní palačinky. Graf 5

detailněji přibližuje, které pokrmy dotazovaní považují za tradiční ruská či lokální astrachaňská.

Graf 5 Tradiční ruské či astrachaňské pokrmy z pohledu respondentů

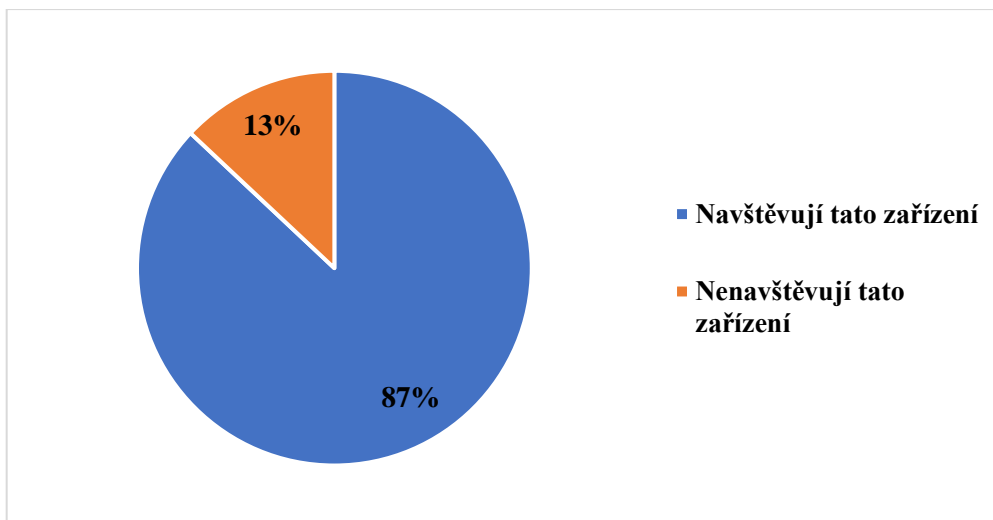


Zdroj: vlastní zpracování

Bylo také zjištěno, že za tradiční ruské či astrachaňské pokrmy považuje čtvrtina oslovených respondentů salát Olivier, jehož dnešní oblíbená, moderní verze vychází z Ivanovovy podoby salátu Stolichny.

Na základě pokrmů, které byly použity v šesté otázce, se většina dotazovaných rozhodla pro možnost, že zařízení s nabídkou tradičních pokrmů navštěvují a podle nadpoloviční většiny respondentů je nabídka těchto zařízení dostatečně zastoupena. Nejdříve je v grafu 6 uvedeno, že výrazně velký podíl oslovených z větší části navštěvuje ta zařízení, v jejichž nabídce jsou tradiční ruská či astrachaňská jídla.

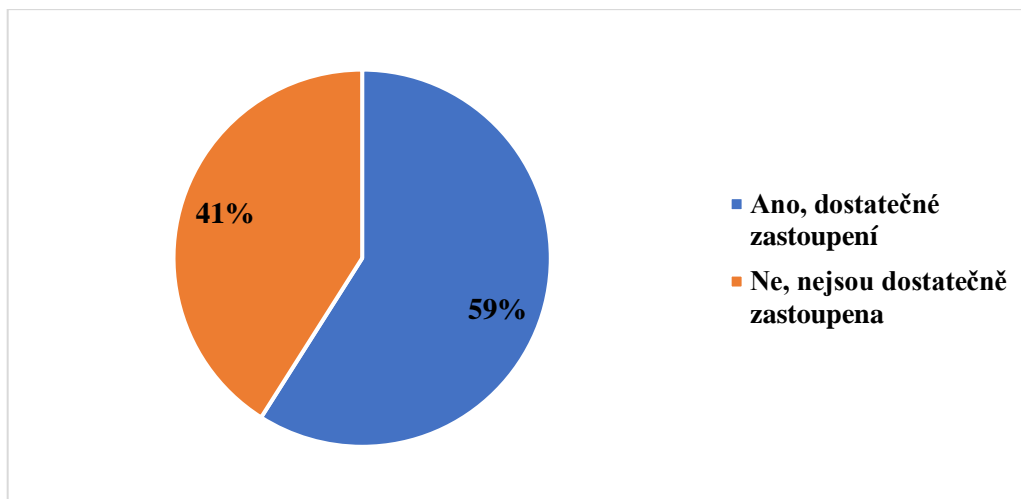
Graf 6 Návštěvnost gastronomických zařízení s nabídkou tradičních jídel



Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti byli také dotazováni na to, zda je v nabídce gastronomických zařízení v Astrachani dostatečné zastoupení tradičních jídel, jak astrachaňských, tak celkově ruských. Nadpoloviční většina si to dle níže uvedeného grafu 7 myslí, že tomu tak skutečně je.

Graf 7 Názor respondentů na dostatečné zastoupení tradičních pokrmů v místních gastronomických zařízeních

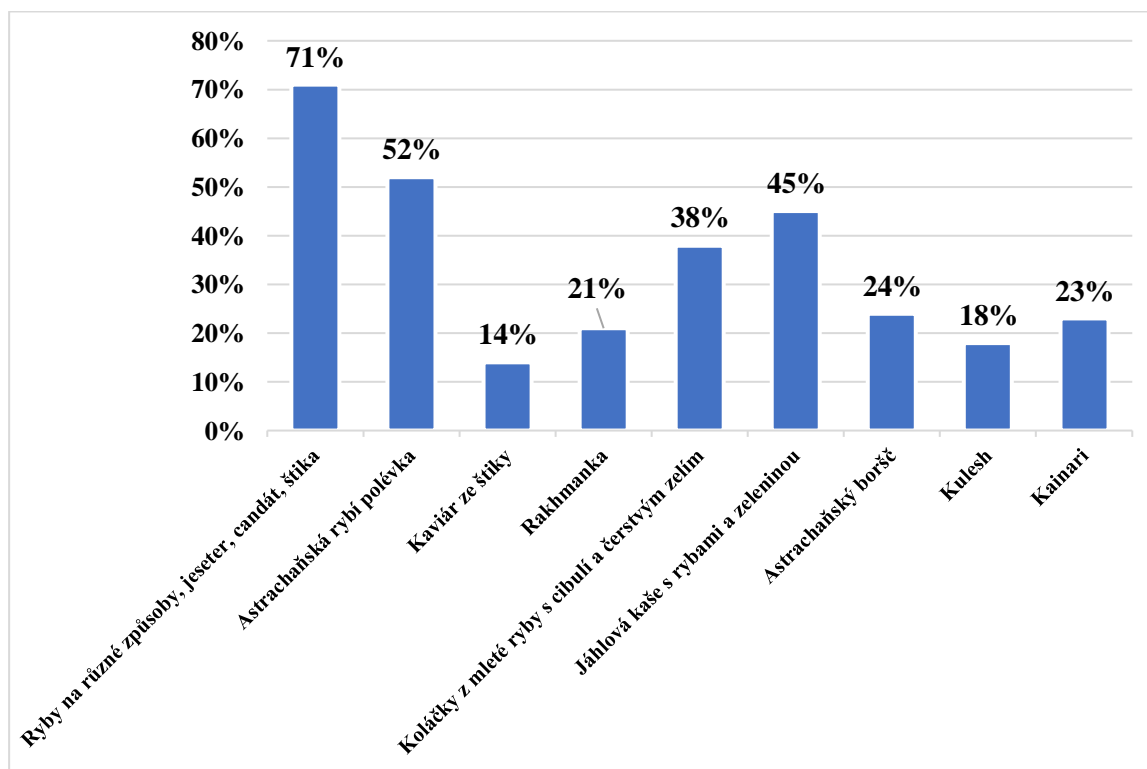


Zdroj: vlastní zpracování

Otázky č. 9-11 zkoumaly již detailněji regionální kuchyni regionu Astrachaň. Respondenti měli v **otázce č. 9** možnost vybrat z několika pokrmů. Především sem byly zahrnuty tradiční pokrmy z ryb, což je dáno celkově lokalitou města Astrachaň nacházející se nedaleko Kaspického moře. Odedávna je astrachaňská kuchyně typická především svými různými

pokrmy z mnoha různých ryb. Typická (tradiční) je také astrachaňská „trojitá“ rybí polévka, která se dochucuje rajčaty, zakysanou smetanou a žloutkem. Obecně se zde rybí polévky těší velké popularitě jako tradiční astrachaňské jídlo. Za klasickou astrachaňskou pochoutku se považuje i kaviár ze štiky, který je smíchán s máslem, nakrájenou cibulí a bylinkami, a následně je namazán na chleba. Za typické astrachaňské jídlo se podle části respondentů považuje i tzv. rakhmanka, která se připravuje ze žaludků štik. Dá se chuťově přirovnat k pokrmu z chobotnice, ale je jemnější a nemá klasický rybí zápach. Astrachaňská kuchyně vychází přirozeně z ruské kuchyně, a proto má i svou regionální verzi koláčů, které se skládají z mleté ryby s cibulí a čerstvým zelím. Někteří respondenti, i když v menší míře, označili za tradiční jídlo též jáhlovou kaši podávanou s rybami a zeleninou. Z polévek je možné zmínit astrachaňský boršč, který neobsahuje brambory, jeho základem je jehněčí maso a sladká paprika. Typickým astrachaňským pokrmem je dle Grafu 8 také kulesh, kdy jsou jáhly ochuceny klobásou, slaninou a kuřecími prsíčky. Vzhledem k tomu, že tradiční astrachaňská kuchyně je ovlivněna různými národnostmi a etniky, které v tomto regionu žijí, tradičním pokrmem je také kainari pocházející z tatarské kuchyně, avšak zde se hojně konzumuje.

Graf 8 Tradiční pokrmy regionu Astrachaň



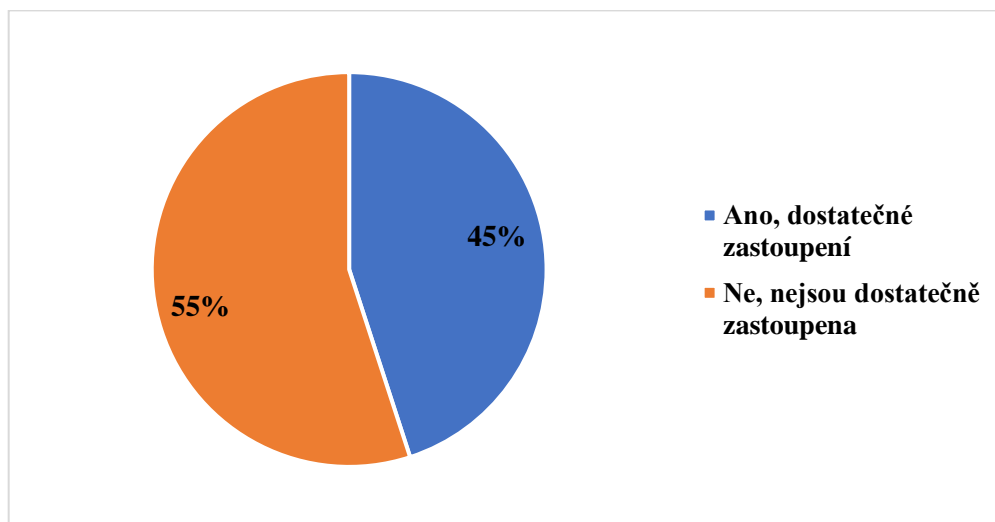
Zdroj: vlastní zpracování



Jak z výše uvedeného grafu vyplynulo, podle nejméně téměř dvou třetin respondentů jsou tradičními astrachaňskými pokrmy především ryby na různé způsoby. Nadpoloviční většina dotazovaných uváděla astrachaňskou rybí polévku. Méně než polovina oslovených zmínila jáhlovou kaši s rybami a zeleninou, více než třetina uvedla koláčky z mleté ryby s cibulí a čerstvým zelím.

**V následující otázce č. 10** se měli dotazovaní vyjádřit k nabídce jimi navštěvovaných gastronomických zařízení. Na základě pokrmů použitých v otázce č. 9 se podle nadpoloviční většina respondentů na jídelních lístcích těchto provozů nenacházejí pokrmy typické pro astrachaňskou kuchyni. Zbývající necelá polovina oslovených se přiklonila k názoru dostatečného zastoupení pokrmů z tradiční gastronomie Astrachaně (viz Graf 9).

Graf 9 Názor respondentů na dostatečné zastoupení tradičních pokrmů Astrachaně v nabídce gastronomických zařízení

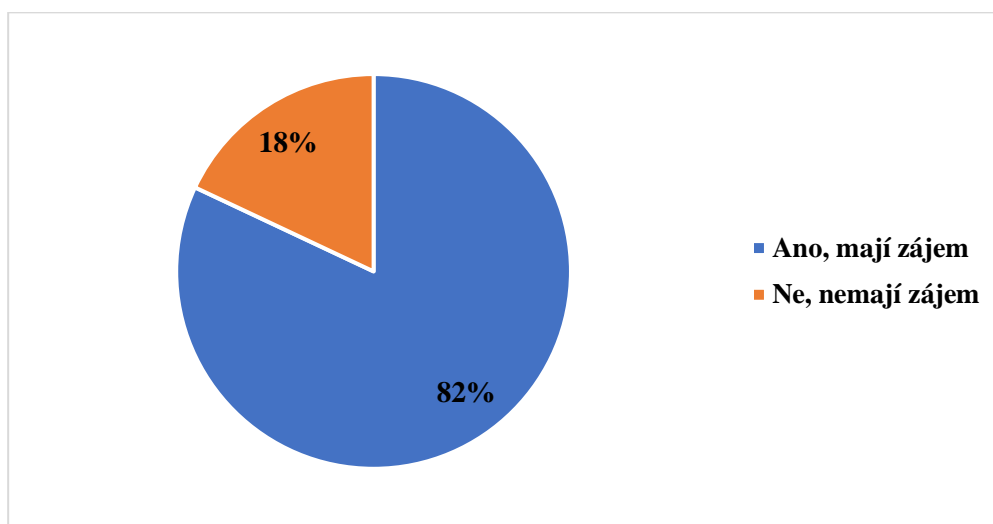


Zdroj: vlastní zpracování

Ruská a s tím související astrachaňská tradiční kuchyně je postavena na jednotlivých regionálních a lokálních specialitách. Gastronomie je součástí kultury a národní identity Rusů. Proto je důležité, aby se místní obyvatelé snažili o její zachování, šíření a propagování. Pokud domácí nebo zahraniční turista navštíví gastronomické zařízení, má většinou zájem o tradiční ruské nebo regionální astrachaňské pokrmy, které ruské obyvatele jako zemi a národ reprezentují. Gastronomie je tedy nejen důležitým prvkem kultury, ale i cestovního ruchu. Stravovací zařízení by z tohoto důvodu měla usilovat svoji nabídku minimálně doplnit o tradiční pokrmy, lokální a regionální speciality.

V **otázce č. 11** reagovaly více než dvě třetiny oslovených respondentů kladně, tzn., že mají zájem, aby v nabídce jimi navštěvovaných gastronomických provozů byly zastoupeny pokrmy tradiční pro oblast Astrachaně, pouze necelá pětina dotazovaných se vyjádřila negativně, tj., že o tradiční pokrmy v jídelních lístcích místních gastronomických zařízení zájem nemají (viz Graf 10).

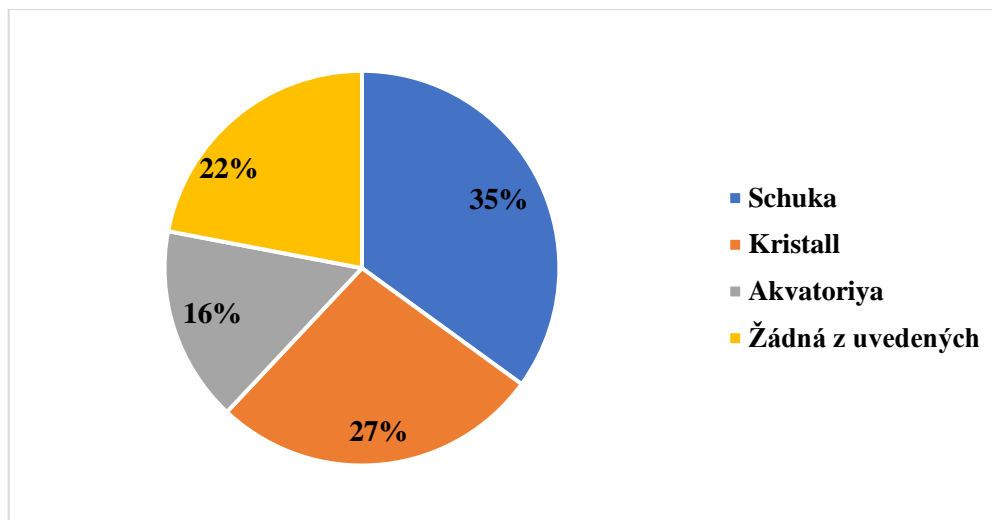
Graf 10 Zájem respondentů o regionální pokrmy Astrachaně v nabídce gastronomických zařízení



Zdroj: vlastní zpracování

Poslední část dotazníku byla věnována otázkám týkající se konkrétních gastronomických zařízení. V **otázce č. 12** si respondenti měli možnost vybrat ze tří gastronomických zařízení v Astrachani, která byla použita ve výzkumu. Jejich nabídky byly analyzovány z hlediska tradiční ruské a astrachaňské regionální kuchyně podle jednotlivých druhů pokrmů nabízených v jídelních lístcích těchto restaurací, následně byla použita komparativní metoda. Respondenti odpověděli na otázku č. 12, ve které mohli označit několik odpovědí následovně – největší počet, a to přibližně třetina dotazovaných má zkušenosti s restaurací Schuka, zhruba čtvrtina respondentů navštívila stravovací zařízení Kristall. Nejméně respondentů trávilo svůj čas v restauraci Akvatoriya. Přibližně pětina oslovených nenavštívila žádnou z uvedených restaurací (viz Graf 11).

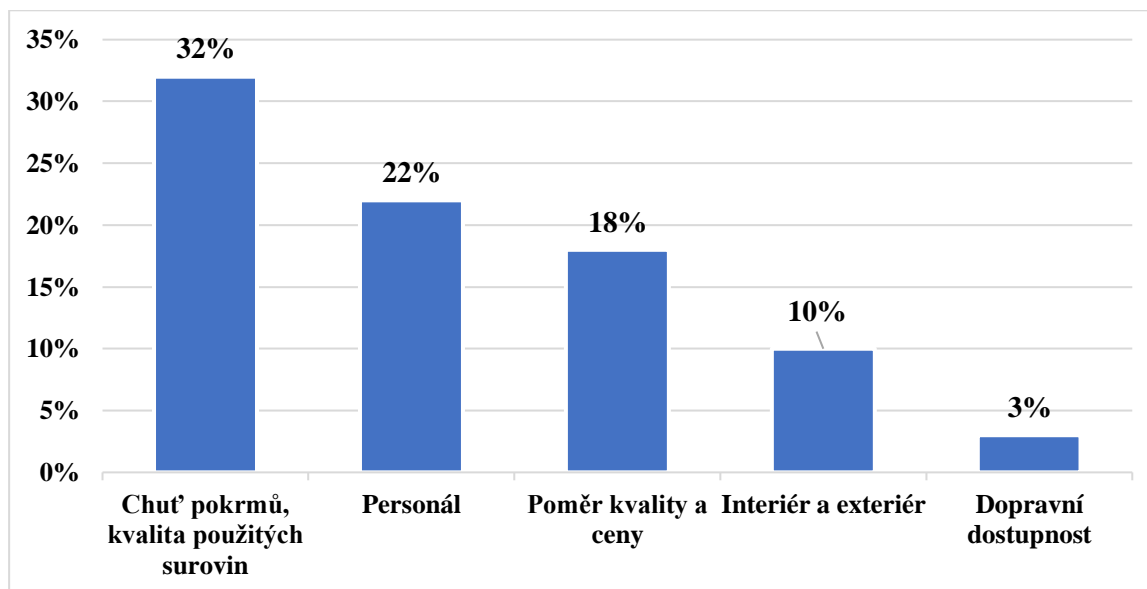
Graf 11 Návštěvnost zkoumaných gastronomických zařízení



Zdroj: vlastní zpracování

Poslední, nepovinnou, otázku č. 13 mohli vyplnit respondenti navštěvující výše uvedené gastronomické provozy. V této otevřené otázce vyjadřovali pozitivní nebo negativní postoje k uvedeným bodům (poměr kvality a ceny, chuť pokrmů, použití domácích surovin, kvalita surovin, obsluhující personál, interiér a exteriér podniku, dopravní dostupnost). K otázce se celkově vyjádřilo 78 respondentů, z nichž se 85 % (66 respondentů) setkala s nedostatky v gastronomických zařízeních, nejvíce v případě restaurace Akvatoriya – 45 % dotazovaných. Naopak nejpozitivnější odezvu měla restaurace Schuka, kterou negativně ohodnotilo pouze 6 % dotázaných. Respondentům v počtu 25 (32 %) nevyhovovala chuť pokrmů v restauraci Akvatoriya. Přestože oceňují jejich nabídku, suroviny, které se používají k jejich přípravě, nepovažují za kvalitní ani domácí, čímž je podhodnocena právě chuť jídel. 17 dotazovaných představujících 22 %, se negativně vyjádřilo k přístupu obsluhujícího personálu a jeho často nevhodnému, netaktnímu a neprofesionálnímu chování (číšníky práce nebaví, neusmívají se, nevitají hosta, host jim je lhostejný). Poměr kvality a ceny neoslovil 14 respondentů, což představuje 18 %. Poptávání se setkali s neúměrnými cenami za velikost a chuť porce, za celkovou kvalitu vybraného jídla (malá porce – vysoká cena, nižší cena – velká porce, ale nekvalitní suroviny). Interiér a exteriér neoslovil pouze 8 respondentů, tedy 10 %. Podle dotazovaných by měl být zejména interiér gastronomických zařízení zmodernizován. Za nejmenší negativum, 2 dotazování (3 %), hodnotí dopravní dostupnost. S pozitivními zkušenostmi se ve stravovacích zařízeních setkala pouze 12 respondentů představujících 15 %. Za kvalitní považují chutné pokrmy a personál – 2,5%, dopravní dostupnost – 6 % a interiér zařízení – 4 % (viz Graf 12).

Graf 12 Negativní aspekty ovlivňující spokojenost zákazníků zkoumaných stravovacích zařízení



Zdroj: vlastní zpracování

Součástí této otázky č. 13 byla také otevřená podotázka, co by respondenti v nabídce restauračních zařízení v Astrachani uvítali, aby se zlepšilo jejich hodnocení. Na podkladě dosažených výsledků, i s ohledem na graf 12, se ukázalo, že nadpoloviční většina respondentů by měla zájem o speciálně vytvořená menu pro některé sváteční příležitosti, např. ve dnech svátků, jako je Halloween nebo Valentýn. Obecně si totiž nejvíce respondentů stěžovalo na horší chuť pokrmů v restauracích a na kvalitu používaných surovin, celkově na nabídku, kterou některé restaurace v Astrachani nabízejí, že je příliš monotónní, a oni by rádi vyzkoušeli něco nového, něco tradičního, co je typické pro zdejší region.

Na základě výsledků dotazníkového průzkumu lze tvrdit následující:

- většina dotazovaných i přes narůstající vliv zahraničních kultur (globalizaci) preferuje nadále ruskou a astrachaňskou kuchyni a s oblibou si pokrmy připravuje zejména doma, a to opět pokrmy tradiční, tj. astrachaňské a ruské kuchyně,
- o tradiční stravu je neustálý zájem, což dokazuje návštěvnost zařízení s nabídkou těchto pokrmů,
- vysoká informovanost o kulinárních tradicích a tradiční kuchyni svědčí o preferencích respondentů v oblasti gastronomie, kdy většina dotazovaných vnímá za tradiční pokrmy astrachaňské kuchyně různé pokrmy z ryb,

- podle většiny dotazovaných jsou nabídky s tradičními pokrmy v astrachaňských gastronomických zařízeních zastoupeny dostatečně, naopak regionální kuchyně v nabídce absentuje a její zařazení nebo doplnění na jídelní lístky by mohlo být pozitivním přínosem pro podnik a její návštěvníky,
- dotazování navštívili nebo navštěvují výše uvedená gastronomická zařízení, avšak s některými z nich nemají dobré zkušenosti, výjimkou je restaurace Schuka,
- respondenti by měli zájem o speciální menu, která by měly restaurace v Astrachani nabízet ke svátečním příležitostem, a v nichž by mohli vyzkoušet tradiční pokrmy pro zdejší region.

## 5 Zhodnocení a doporučení

V uvedené části práce jsou předloženy návrhy na zlepšení manažerských aktivit s cílem zvyšování kvality gastronomických zařízení zaměřených na nabídku tradiční stravy v astrachaňských gastronomických zařízeních. Na základě poznatků, které autorka bakalářské práce získala z analýzy nabídek, z osobních zkušeností se zkoumanými zařízeními a z výsledků dotazníkového průzkumu, může zhodnotit, že i přes zájem o tradiční ruskou a regionální stravu Astrachaňské oblasti, se lze setkat s mnoha nedostatky týkajícími se kvality používaných surovin, obsluhy a nabídky, nejen v provozech, do kterých byl soustředěn vlastní dotazníkový průzkum.

Lze zhodnotit, že nabídka gastronomických zařízení ve městě Astrachaň je považována obecně za tradiční, jsou nabízena převážně jídla a pokrmy typická pro astrachaňskou, potažmo ruskou kuchyni (příkladem je zejména rybí restaurace Schuka a Akvatoriya), jak bylo zjištěno z analýzy jídelních lístků ve třech vybraných restauračních zařízeních. Z této analýzy vyplynulo, že rybí restaurace Schuka a Akvatoriya lze považovat za tradiční, v nichž se kombinují staré, tradiční receptury astrachaňské kuchyně s moderními gastronomickými trendy. Sama restaurace Schuka se takto prezentuje na veřejnost a tuto skutečnost uvádí také na svých webových stránkách. Z uvedené analýzy se však ukázalo, že ač jídelní lístky uvádějí konkrétní pokrmy a jídla, která je možno si objednat, tyto nebyly vyobrazeny, ani nebylo uvedeno, z jakých konkrétních surovin se daná jídla připravují, zda jde o biopotraviny, domácí suroviny, zpracované polotovary apod. Návrhem je proto, aby restaurace tyto informace do svých jídelních lístků začleňovaly. Také by se měly zaměřit na větší nabídku jídel a pokrmů, které jsou připravovány z domácích surovin a biopotravin, a to konkrétně uvedly i do jídelního lístku.

Nabídka gastronomických zařízení by měla být doplněna o zajímavé pokrmy regionální kuchyně a o lokální speciality. Pokud se zařízení nachází v Astrachani, mělo by propagovat regionální kuchyni tohoto regionu a jeho specifika, nejen ruskou kuchyni jako celek. Měla by odstranit nebo omezit nabídku pokrmů, o které zákazníci nemají zájem, měla by analyzovat svou vlastní nabídku a prodej jednotlivých pokrmů, o které je největší zájem a naopak, o které zájem není. Provozovatelé by měli usilovat o ozvláštnění nabídky pro různé příležitosti a přinášet menu s neznámějšími pokrmy. V návaznosti na výsledky dotazníkového průzkumu by restaurační zařízení v Astrachani mohly připravovány různé varianty menu, na jednotlivé příležitosti v roce, které by mohly zákazníka zaujmout:

- valentýnské menu u příležitosti svátku Svatého Valentýna, který je stále více také v Rusku propagován a uznáván – jídla pod názvy zamilovaných písniček nebo názvy básní, použití různých valentýnských vzorů v estetické úpravě jídla a jeho prezentaci,
- Halloweenské menu připravené při příležitosti známého podzimního dne, mohlo by přilákat spolu s atmosféricky laděnou výzdobou, hudbou a prezentací masek zejména dětského návštěvníka, ale i další, kteří mají zájem o strašidelnou tematiku,
- rodinné menu pro rodiny, které chtějí svůj čas trávit společně nad chutným jídlem v zařízeních s příjemnou rodinnou atmosférou, buď by obsahovalo společné mísy, ze které by si každý člen rodiny vybral pokrm podle své chuti nebo by bylo menu rozděleno pro jednotlivé členy rodiny (pro děti, matky, otce).

Na základě poznatků z předchozí kapitoly lze konstatovat, že i přes vliv cizích kuchyní, mají zákazníci stále zájem o ruskou a speciálně astrachaňskou stravu a její tradiční provedení, zařízení s takovou nabídkou navštěvují, ale převážně si pokrmy připravují doma. Spotřebitelé si raději zajistí vlastní suroviny a připraví pokrm doma, jehož obsah a kvalitu sami ovlivňují. Nemají vybudovanou důvěru v restaurační typ stravování, a tak lze očekávat i negativní postoje k inovacím či změnám. Zákazníci se často drží osvědčených, zažitých zvyků a pokrmů, což na jedné straně působí jako faktor uchování tradičních hodnot, avšak z pohledu podnikatele se může jevit jako problém, pro který se mu nevyplácí investovat do jakýchkoli inovací.

Z dotazníku a z analýzy nabídek rovněž vyplývá, že regionální astrachaňská kuchyně nemá v nabídkách všech gastronomických zařízení (to se týká zejména gastronomického zařízení Kristall) dostatečné zastoupení, a tak se považuje za nutné její doplnění na jídelní lístky. Není vhodná úplná změna jídelníčku, aby zákazníci nebyli nuceni k výběru ze zcela odlišných pokrmů, navrhuje se proto pouze dodatečné nebo degustační menu, které může doplňovat stálou nabídku restauračních zařízení. Tradiční regionální pokrmy by tak byly připravovány na základě nových norem a postupů, a jelikož hmotnost porcí jednotlivých chodů degustačního menu se pohybuje v rozličném rozmezí, velikost porcí a jejich cenu si jednotlivá zařízení mohou navolit podle svých představ, norem a kalkulací.

## 6 Závěr

Národní kuchyně je tvořena regionálními a lokálními specialitami, jejichž složení, suroviny a technologické zpracování je i přes svou rozmanitost zcela jedinečné. Podobně jako zvyky a tradice, jazyk, náboženství či umění, i strava je důležitou součástí národní kultury a kulturním dědictvím dané země. Vzhledem k tomu, že autorka této bakalářské práce pochází přímo z Ruska, resp. z daného regionu, rozhodla se zpracovat toto téma, aby mohlo být na příkladu astrachaňské kuchyně ukázáno, jak se i do této destinace promítají globalizační tendence ovlivňující místní tradice, kulinářství a lokální gastronomii.

Astrachaňský region se vyznačuje pestrostí a bohatostí lidových tradic, které umožnily i vznik regionální gastronomii. Na specifických, charakteristických znacích astrachaňské kuchyně se podílela především multikulturnost tohoto regionu a také blízkost ke Kaspickému moři, a proto je astrachaňská kuchyně založena hlavně na různých pokrmech ryb. I v současné době se zdejší obyvatelé snaží připravovat pokrmy, jejichž základy položili jejich předkové, ať už v nezměněné, nebo upravené formě.

Kromě domácí stravy lze využívat i služeb gastronomických zařízení, jejichž nabídka vyniká zejména svojí pestrostí. Vedle restaurací, ve kterých se podává „evropský standard“ nebo speciality podniku, existuje řada asijských restaurací, bister, fastfoodových provozů, pizzerií a jiných gastronomických zařízení s nabídkou různých etnických kuchyní. Má-li být však tradiční, ať už národní, nebo regionální kuchyně jako součást této kultury nejen zachována, ale umožněno i její šíření prostřednictvím vhodné formy propagace, musí se také pozornost zaměřit na podporu místních podnikatelů, kteří se snaží připravovat pokrmy typické pro Astrachaňský region na základě originálních receptur a z kvalitních domácích surovin.

Dalším způsobem, jak zvýšit zájem o kulinární tradice Astrachaňského regionu, je zájem sdružení obcí nebo jiných rozvojových sdružení o tradiční kuchyni, kdy prostřednictvím různých akcí nebo vydáváním jednoduchých publikací, mohou ovlivnit zájem podnikatelů o místní gastronomii a využívání regionálních surovin. Je důležité zaměřit se na autenticitu, prezentaci regionální kuchyně, která je svojí odlišností jedinečnou složkou národní stravy. Gastronomie se svými krajovými odlišnostmi je součástí kulturního dědictví a neodmyslitelný prvek cestovního ruchu, který chtějí turisté poznat. Vedle trendů v gastronomii, mezi nimiž nechybí ani návrat k tradicím, by se provozovatelé gastronomických zařízení měli snažit o zatraktivnění regionu a poukázat tak na unikátní



chutě regionálních pokrmů, nejen na domácím trhu, ale i pro potenciální návštěvníky ze zahraničí.

Národní, v tomto případě stravu typickou pro Astrachaňský region nemusí tvořit pouze archaická jídla či zažitá kombinace surovin. I zažité technologie přípravy pokrmů, receptury, suroviny, inventář či interiér gastronomického provozu lze inovovat a vytvořit tak kvalitní, zajímavou a dostupnou komplexní nabídku, která vedle vhodně vytvořené a nasměrované propagace může vzbudit zájem široké veřejnosti, pomoci gastronomickému zařízení získat nové zákazníky odnášející si zážitek a právě orientací na regionální gastronomii ve spojení inovačních nástrojů se odlišit od konkurence.

## 7 Seznam použitých zdrojů

### Literatura

- BAUMAN, Z., KUBICKI, R., ZEIDLER-JANISZEWSKA, A., 2006. *Zygmunt Bauman: humanitní vědec v postmoderním světě: rozhovory o umění života, vědě, životě umění a dalších otázkách*. Břeclav: Moraviapress. 170 s. ISBN 80-86181-82-0.
- BECK, U., 2007. *Co je to globalizace? Omyly a odpovědi*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK). 191 s. ISBN 978-80-7325-123-9.
- BERÁNEK, J. et al., 2013. *Moderní řízení hotelového provozu*. 5. zcela přeprac. vyd. Praha: MAG Consulting. 335 s. ISBN 978-80-86724-45-4.
- BUREŠOVÁ, P., ZIMÁKOVÁ, B., 2016. *Gastronomické služby – servis*. 3. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8. 155 s. ISBN 978-80-87411-80-3.
- COOPER, C., 2008. *Tourism: Principles and Practice*. 4th ed. Essex: Pearson Education Limited. 704 p. ISBN 978-0-273-71126-1.
- COUNIHAN, C., VAN ESTERIK, P., JULIER, A., 2019. *Food and Culture*. 4th ed. New York, NY: Routledge. 549 p. ISBN 978-1-138930-58-2.
- DALLEN, J. T., 2016. *Heritage Cuisines: Traditions, identities and tourism*. New York, NY: Routledge. 195 p. ISBN 978-1-315-75252-5.
- DVOŘÁKOVÁ-JANŮ, Věra, 1999. *Lidé a jídlo*. Praha: ISV. 182 s. ISBN 80-85866-41-2.
- FANZO, J., DAVIS, C., 2021. *Global Food Systems, Diets, and Nutrition: Linking Science, Economics, and Policy*. Cham: Springer. 193 p. ISBN 978-3-030-72763-5.
- FERRAROVÁ, E., 2021. *Jídlo pro radost: proč jíme to, co jíme, a nejíme to, co nejíme*. Brno: Edika. 238 s. ISBN 978-80-266-1629-0.
- FREEDMAN, P. H. et al., 2008. *Jídlo: dějiny chuti*. Praha: Mladá fronta. 368 s. ISBN 978-80-204-1847-0.
- GIDDENS, A., 2000. *Unikající svět: jak globalizace mění náš život*. Praha: Sociologické nakladatelství. 135 s. ISBN 80-85850-91-5.
- GIDDENS, A., 2004. *Třetí cesta a její kritici*. Praha: Mladá fronta. 182 s. ISBN 80-204-1208-5.
- GIDDENS, A., 2010. *Důsledky modernity*. 3. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství. 158 s. ISBN 978-80-7419-035-3.
- GILLESPIE, C., 2006. *European gastronomy into the 21st century*. Reprinted. Burlington, MA: Elsevier. 224 p. ISBN 978-0-7506-5267-4.

- HALL, C. M., GÖSSLING, S., 2013. *Sustainable Culinary Systems: Local Foods, Innovation, Tourism and Hospitality*. Abingdon, OX: Routledge. 328 p. ISBN 978-0-415-53370-6.
- HELD, D., MCGREW, A., GOLDBLATT, D., PERRATON, J., 1999. *Global Transoformations: Politics, Economics and Culture*. Standford, CA: Standford University Press. 515 p. ISBN 0-8047-3627-8.
- HJALAGER, A.-M., RICHARDS, G., 2002. *Tourism and gastronomy*. Oxon: Routledge. 256 p. ISBN 0-415-27381-1.
- INGLIS, D., 2005. *Culture and everyday life*. London: Routledge. 159 p. ISBN 0-415-31925-0.
- JANATKA, F., 2019. *Globální podnikání*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu. 182 s. ISBN 978-80-87839-98-0.
- KOTÍKOVÁ, H., 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing. 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- KŘÍŽEK, F., NEUFUS, J., 2014. *Moderní hotelový management*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing. 224 s. ISBN 978-80-247-4835-1.
- KŘÍŽEK, F., NEUFUS, J., 2014. *Moderní hotelový management*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing. 224 s. ISBN 978-80-247-4835-1.
- MARTUCCELLI, D., 2008. *Sociologie modernity: itinerář 20. století*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. 494 s. ISBN 978-80-7325-145-1.
- NGUGI, I. K., O'SULLIVAN, H., OSMAN, H., 2020. *Consumer Behaviour in Food and Healthy Lifestyles: A Global Perspective*. Oxfordshire: CABI. 223 p. ISBN 978-1-78639-290-9.
- ORIEŠKA, J., 2010. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
- PAVLOVSKAYA, A., 2016. *Food history and food traditions of the nations around the world*. Moscow: Moscow State University. 559 p.
- PEŠEK, P., 2007. *Ruská kuchyně v proměnách doby*. Praha: Russia Altera, nakladatelství Pavel Mervart. 236 s. ISBN 978-80-86818-55-9.
- PETRUSEK, M., 2011. *Společnost naší doby: populární sociologie (ne)populárních problémů*. Praha: Academia. 155 s. ISBN 978-80-200-1965-3.
- RAJNIŠ, Z., 2021. *MasterDědek: život ilustrovaný recepty*. Praha: XYZ. 404 s. ISBN 978-80-7597-848-6.

- RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I., 2011. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing. 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- SOUKUP, V., 2011. *Antropologie: teorie člověka a kultury*. Praha: Portál. 741 s. ISBN 978-80-7367-432-8.
- STOLIČNÁ-MIKOLAJOVÁ, R., 2004. *Jedlo ako kľúč ku kultúre. Geneticko-historické a sémantické aspekty nášho stravovania*. Martin: Matica slovenská. 166 s. ISBN 80-7090-765-7.
- ŠENKOVÁ, A., 2013. *Hotelová gastronómia*. Prešov: Bookman. 124 s. ISBN 978-80-8165-008-6.
- ŠINDLER, M., 2015. *Gastronomie a technologie přípravy pokrmů*. Brno: Masarykova univerzita. 198 s. ISBN 978-80-210-7878-9.
- UZUN, O., 2007. *Russian people. Russian cuisine*. Moscow: OLMA Media Group. 383 p. ISBN 978-537300-534-0.

## Odborné články

- KIVELA, J., CROTTS, J. C., 2006. Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 30, Issue 3, pp. 354-377. doi: <https://doi.org/10.1177/1096348006286797> .
- MARUŠKOVÁ, J., 2007. Regionálna gastronómia a jej vplyv na rozvoj cestovného ruchu. *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 40, č. 4, s. 243-247. ISSN 0139-8660.
- SORMAZ, U. et al., 2016. Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 39, pp. 725-730. doi: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30286-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30286-6).

## Internetové zdroje

- GOOGLE, 2023. Astrachaň. *Artsandculture.google.com* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://artsandculture.google.com/entity/m01lyhc?hl=cs>.
- IVANOVA, V., 2018. Top 5 Dishes of Astrakhan Cuisine: What to Eat on the Caspian Seacoast. *Russia-ic.com* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: [http://russia-ic.com/culture\\_art/cuisine/5174#.Y\\_8O-HbMLIU](http://russia-ic.com/culture_art/cuisine/5174#.Y_8O-HbMLIU).
- MAKE-SELF.NET, 2022. Лучшие блюда астраханской кухни. *Make-self.net* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://make-self.net/public/27-15/630-luchshije-bljuda-astrahanskoj-kukhni.html>.

- MINISTRY OF CULTURE RUSSIA, 2023. Астраханская область - уникальная еда. *eventsinrussia.com* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <http://eventsinrussia.com/region/astrakhan-oblast/unique-eat>.
- ORANGE SMILE TOURS, 2023. Cuisine of Astrakhan for gourmets. Places for dinner - best restaurants. *Orangesmile.com* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.orangesmile.com/travelguide/astrakhan-ru/cuisine--2880021.htm>.
- RUSSIAN PRODUCTION COMPANY, 2023. приготовить тройную уху. *Shop.kamposuda.ru* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: [https://shop.kamposuda.ru/articles/?ELEMENT\\_ID=3638](https://shop.kamposuda.ru/articles/?ELEMENT_ID=3638).
- SEZNAM.CZ, 2023. Astrachaň. *Mapy.cz* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://mapy.cz/turisticka?l=0&source=osm&id=8460&ds=1&x=40.2197302&y=49.0449484&z=5>.
- TIKKANEN, A., 2023. Astrakhan. *Britannica* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/place/Astrakhan-oblast-Russia>.
- ŽEMLIČKA, J., 2023. Astrachaň. *Univerzita Karlova, Matematicko-fyzikální fakulta, Matematická sekce* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www2.karlin.mff.cuni.cz/~zemlicka/Data/98.htm>.

## 8 Seznam obrázků, grafů a zkratk

### 8.1 Seznam obrázků

Obrázek 1	Poloha města Astrachaň v rámci Evropy .....	29
Obrázek 2	Základ veškerých pokrmů astrachaňské kuchyně – ryba.....	30
Obrázek 3	Jedinečný pokrm astrachaňské kuchyně – trojitá rybí polévka.....	31

### 8.2 Seznam grafů

Graf 1	Analýza respondentů na základě věku .....	34
Graf 2	Analýza respondentů na základě pracovního postavení.....	35
Graf 3	Preference respondentů v oblasti gastronomie .....	36
Graf 4	Nejčastější místa stravování respondentů.....	37
Graf 5	Tradiční ruské či astrachaňské pokrmy z pohledu respondentů.....	38
Graf 6	Návštěvnost gastronomických zařízení s nabídkou tradičních jídel .....	39
Graf 7	Názor respondentů na dostatečné zastoupení tradičních pokrmů v místních gastronomických zařízeních.....	39
Graf 8	Tradiční pokrmy regionu Astrachaň.....	40
Graf 9	Názor respondentů na dostatečné zastoupení tradičních pokrmů Astrachaně v nabídce gastronomických zařízení .....	41
Graf 10	Zájem respondentů o regionální pokrmy Astrachaně v nabídce gastronomických zařízení.....	42
Graf 11	Návštěvnost zkoumaných gastronomických zařízení.....	43
Graf 12	Negativní aspekty ovlivňující spokojenost zákazníků zkoumaných stravovacích zařízení.....	44

### 8.3 Seznam použitých zkratk

IMF	Mezinárodní měnový fond
WB	Světová banka
WTO	Světová obchodní organizace