

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Gastronomie jako součást kulturního dědictví v cestovním ruchu

Bakalářská práce

Autor: Veronika Janečková

Studijní obor: Management cestovního ruchu – anglický jazyk

Vedoucí práce: Mgr. Michal Trousil, Ph.D.

Hradec Králové

2019

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 14. 6. 2019

.....
Veronika Janečková

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce, Mgr. Michalu Trousilovi, Ph.D., za metodické vedení práce, věcné poznámky, cenné rady a připomínky, které vedly ke zpracování této bakalářské práce.

Anotace

Bakalářská práce se zaměřuje na analýzu využití gastronomie jako součásti kulturního dědictví v cestovním ruchu. V teoretické části podává ucelený přehled o historickém vývoji gastronomie a specifikuje význam gastronomie v rámci cestovního ruchu. Soustředí se na současné trendy v gastronomii, její význam a propagaci, zmiňuje také gastronomicky zaměřené organizace v rámci České republiky a jejich různé akce a festivaly. Hlavním cílem této práce je interpretovat tradiční gastronomii jako součást národní a především regionální kultury v oblasti Hradecka a to z pohledu manažerů stravovacích zařízení. Podstatou je zjištění, zda mají návštěvníci stravovacích zařízení zájem o regionální gastronomii a produkty a jestli jsou v těchto zařízeních vůbec k dispozici. Také jde o zjištění povědomí o značce Czech Specials, jestli mají o ní manažeři dostatek informací a zda by jí chtěli vlastnit. Dále dochází k porovnání výsledků dotazníkového šetření s poznatky získanými studiem odborné literatury. Empirickou část tvoří charakteristika Hradecka a jeho gastronomie. Výsledkem je dotazníkové šetření mezi manažery stravovacích zařízení Hradecka, jeho průběh, vyhodnocení a grafické znázornění jednotlivých odpovědí a závěrečné doporučení se shrnutím.

Klíčová slova: gastronomie, kulturní dědictví, cestovní ruch, regionální produkty a potraviny, lokální gastronomie, stravovací zařízení

Abstract

Title: Gastronomy as a part of Cultural heritage in Tourism

This bachelor thesis examines the analysis of gastronomy use as a part of the cultural heritage in tourism. In the theoretical part, it gives a comprehensive overview about historical development of gastronomy and specifies the importance of gastronomy within tourism. It also focuses on current trends in gastronomy, its importance and promotion, and mentions gastronomic organizations in the Czech Republic and their various events and festivals. The main aim of this bachelor thesis is to interpret traditional gastronomy as a part of national and above all regional culture in the area of Hradec Králové from the perspective of catering facilities managers. The aim is to find out whether visitors to catering facilities are interested in regional gastronomy and products and whether they are available at all. It is also about finding out the awareness about the Czech Specials brand. Whether managers have enough information about it and whether they would like to own it. The most important method is the method of comparison, where the results of the questionnaire survey are compared with the findings obtained by studying the literature. The empirical part consists of the characteristics of Hradec Králové and its gastronomy. The result is a questionnaire survey among managers of catering facilities in Hradec Králové, its course, evaluation and graphical representation of individual answers and a final recommendation with a summary.

Key words: gastronomy, cultural heritage, tourism, regional products and foodstuff, local food, catering facilities

Obsah

1	Úvod	1
2	Cíl a metodika práce	3
3	Teoretická východiska	6
3.1	Historie a význam gastronomie.....	6
3.2	Gastronomie jako součást kulturního dědictví.....	9
3.2.1	Gastronomie jako součást kultury	9
3.2.2	Propojení kultur a trendy v gastronomii.....	10
3.2.3	Gastronomie a náboženství	11
3.2.4	Zvyklosti stravování v různých kulturách	13
3.2.5	Kulturní dědictví UNESCO a gastronomie.....	15
3.3	Gastronomie jako součást cestovního ruchu.....	18
3.3.1	Kulturní cestovní ruch	18
3.3.2	Gastronomický cestovní ruch	19
3.3.3	Michelinské restaurace.....	20
3.3.4	Slow Food	21
3.4	Gastronomie ČR a její využití v marketingu cestovního ruchu.....	23
4	Empirická část	28
4.1	Výzkumné otázky a předpoklady.....	28
4.2	Sběr informací a průběh šetření.....	30
4.3	Gastronomie České republiky	31
4.4	Charakteristika Hradecka	33
4.4.1	Regionální gastronomie	36
4.4.2	Regionální produkty.....	37
4.4.3	Regionální potraviny.....	39

4.5	Výsledky šetření.....	41
4.5.1	Význam a propagace české gastronomie v kulturním dědictví	41
4.5.2	Informovanost manažerů stravovacích zařízení o regionální gastronomii	43
4.5.3	Zájem manažerů stravovacích zařízení o regionální gastronomii a produkty	45
4.5.4	Znalost typických regionálních produktů	51
4.5.5	Nabídka lokálních a regionálních pokrmů a nápojů	54
4.5.6	Zájem zákazníků o lokální a regionální pokrmy a nápoje.....	56
4.5.7	Informovanost a účast na gastronomických akcích v Hradci Králové	61
4.5.8	Způsob propagace vlastní restaurace	64
4.5.9	Povědomí o značce Czech Specials	65
4.5.10	Povědomí o pojmu slow food.....	67
5	Shrnutí výsledků.....	68
6	Závěry a doporučení.....	72
7	Seznam použitých zdrojů.....	74
8	Přílohy.....	78

1 Úvod

Gastronomie a jídlo obecně má v lidském životě již od pradávna důležité místo. Je propojeno s dlouholetou tradicí, historií lidstva a zároveň je spojeno s náboženstvím a různými kulturními zvyklostmi a rituály dané země. Tyto zvyklosti jsou založeny na historii a vývoji dané kultury a také na životním stylu v dané oblasti. Každá kultura je něčím specifická a skrze jídlo, gastronomii a zvyky můžeme tyto kultury poznávat a lépe jim porozumět. Proto má gastronomie v cestovním ruchu důležité místo, jelikož je to atraktivní způsob, jak poznat nové země právě prostřednictvím jídla a nových chutí a může být pro některé účastníky cestovního ruchu hlavní motivací pro vycestování do dané země.

Gastronomie patří mezi jedny z nejdůležitějších služeb cestovního ruchu. Původně byla gastronomie využívána pouze jako prostředek k uspokojení potřeb, nyní se z ní stalo něco důležitějšího. Mnoho lidí se v poslední době zajímá o zdravý životní styl, původ a kvalitu potravin, regionální produkty a účastní se gastronomických a společenských akcí, kde dochází k propojení gastronomie a kultury. Mezi nejoblíbenější akce v České republice patří vinobraní, pivní slavnosti, gastronomické akce spojené například se soutěžemi o nejlepší restauraci, anebo farmářské trhy s předvedením tradičních řemesel a typických jídel.

Co se týče gastronomie České republiky, tak ta je z velké části ovlivněna historickými událostmi a najdeme v ní zejména prvky německé, maďarské a rakouské kuchyně. Pro Čechy jsou hlavními plodinami brambory, obiloviny, luštěniny a zelenina. Každý region v republice má své typické pokrmy a speciality; valašské frgály, olomoucké tvarůžky a podobně.

Vedle hmotných památek nabízí kulturní dědictví také nehmotné dědictví, mezi které patří tradice, rituály a zkušenosti. Toto nehmotné dědictví v podobě gastronomie bylo zapsáno na Reprezentativní seznam kulturního dědictví UNESCO. Díky své výjimečnosti a dlouholeté tradici se na tento seznam zařadila francouzská kuchyně, mexická kuchyně, středomořská strava, perníkářství v Chorvatsku, turecká káva a příprava tradiční neapolské pizzy.

Tato bakalářská práce je zaměřena na gastronomii, kulturní dědictví a cestovní ruch. V teoretické části je specifikována historie a vývoj gastronomie, její význam, specifika odlišných kultur a zvyklostí stravování, kulturní dědictví UNESCO a gastronomie, kulturní a gastronomický cestovní ruch a v neposlední řadě česká kuchyně a její využití marketingu v cestovním ruchu. V empirické části jsou zprvu uvedeny základní výzkumné otázky a je zde charakterizováno Hradecko a jeho gastronomie. Praktická část dále obsahuje vlastní dotazníkové šetření s manažery restaurací v Hradci Králové, jehož výsledky jsou graficky zpracovány a okomentovány. Dále dochází k zodpovězení předem položených výzkumných otázek, potvrzení či vyvrácení předložených hypotéz, celkové zhodnocení a shrnutí výsledků.

2 Cíl a metodika práce

Cílem této bakalářské práce je analýza gastronomie a hodnocení využití gastronomie jako součásti kulturního dědictví v cestovním ruchu se zaměřením na postoje manažerů stravovacích služeb. Předmětem tohoto zkoumání a analýzy jsou stravovací zařízení v Hradci Králové. Součástí je také jejich pohled na tradiční gastronomii a typické produkty pro daný region.

Tato práce se dělí na část teoretickou a empirickou.

V teoretické části je zaměřena na přehled informací týkajících se gastronomie, kultury a cestovního ruchu. Informace jsou získané z dostupných knižních a internetových zdrojů a vlastních poznatků a zkušeností. Tato část se zaměřuje na seznámení se s pojmem gastronomie, její historií a vývojem až po současnost. Dále se zabývá propojeností gastronomie a kultury, kde jsou popsány trendy v gastronomii odlišných kultur, gastronomie a náboženství, kulturní zvyklosti v cizině a gastronomie na seznamu kulturního dědictví UNESCO. Další podkapitola se zabývá gastronomickým a kulturním cestovním ruchem. V další části je popsána gastronomie České republiky a její využití v marketingu cestovního ruchu.

Empirická část je zpracována především na základě získaných informací z kvantitativního dotazníkového šetření, které proběhlo mezi manažery a pracovníky stravovacích zařízení v Hradci Králové. Další součástí je poté vyhodnocení, shrnutí a doporučení ze získaných výsledků.

Autorka si položila následující výzkumné otázky, na které hledala odpovědi:

Otázky k teoretické části:

1. Jakou roli má gastronomie v kulturním dědictví?

- tato otázka bude zodpovězena z analýzy odborné literatury a z dalších relevantních zdrojů v teoretické části práce

2. Jakou roli má gastronomie v cestovním ruchu?

- tato otázka bude zodpovězena z analýzy odborné literatury a z dalších relevantních zdrojů v teoretické části práce

Otázky k praktické části:

3. Kde a jakým způsobem je česká gastronomie propagována?

- tato otázka bude zodpovězena z analýzy odborné literatury a z dalších relevantních zdrojů v teoretické části práce + empirie, obsahová analýza webových stránek

4. Jaké lokální a regionální speciality se váží k Hradci Králové, respektive k Hradecku?

- odpověď na tuto otázku bude zodpovězena analýzou odborné literatury a dalších relevantních zdrojů v praktické části práce + výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázky č. 9, 11, 12 a 15 z dotazníku

5. Jsou ve stravovacích zařízeních v Hradci Králové k dispozici lokální a regionální produkty/speciality?

- odpověď na tuto otázku bude výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázky č. 9, 10, 11, 12 a 15 z dotazníku

6. Mají návštěvníci stravovacích zařízení zájem o lokální a regionální gastronomii?

- odpověď na tuto otázku bude výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázky č. 13, 14, 16, 17 a 18 z dotazníku

7. Znájí pracovníci stravovacích zařízení v Hradci Králové lokální a regionální produkty?

- odpověď na tuto otázku bude výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázky č. 4, 5, 6, 7, 8, 9 a 11 z dotazníku

8. Účastní se stravovací zařízení z Hradce Králové nějakých gastronomických akcí? Jakých?

- odpověď na tuto otázku bude výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázky č. 19, 20 a 21 z dotazníku

9. Mají manažeři stravovacích zařízení v Hradci Králové povědomí o značce Czech Specials a chtěli by toto označení mít?

- odpověď na tuto otázku bude výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázky č. 22 a 23 z dotazníku

10. Propagují se stravovací zařízení v Hradci Králové v TIC (turistických informačních centrech)?

- odpověď na tuto otázku bude výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázku č. 3 z dotazníku + šetřením v TIC

3 Teoretická východiska

3.1 Historie a význam gastronomie

Pod pojmem gastronomie, které pochází z řeckého (gaster – žaludek, nomos – zvyk), si v současné době lze představit způsob přípravy jídla a jeho konzumace (Kotíková: 2013:38). Jedná se však o celý komplex činností, který zahrnuje jak kuchařské umění, tak správný výběr surovin, správné použití technologií a způsob podávání jídla na vhodné úrovni stolování.

Orieška (2010:161) vymezuje gastronomii jako společensko – ekonomickou činnost zahrnující přípravu jídel výrazných chuťových a estetických vlastností a kvalit, pestrost, rozmanitost a způsob organizování této přípravy.

Zelenka a Pásková (2012:175) doplňují, že gastronomie jako věda, vedle úpravy a podávání jídla, mimo jiné zahrnuje i různé stravovací zvyklosti a rituály spojené s konzumací jídla a pití, či se dokonce zabývá poznatky o hodnotě a způsobech využití potravy, o správné výživě. Jako druhý význam slova gastronomie zmiňují kuchyni, neboli souhrn specifických znaků a způsobů přípravy jídel či nápojů, vztažený k národním, regionálním, anebo makroregionálním celkům.

Dějiny gastronomie

Pravěk

Historie gastronomie sahá až do pravěku, kdy pravěcí lidé konzumovali zejména potraviny syrové, nijak tepelně či speciálně chuťově upravené. Grančaiová (2013: on-line) uvádí, že zlom nastal, když byl pravěkým člověkem poprvé využit oheň k přípravě jídla, u kterého se sešla celá tlupa a podělila se. Nicméně podle Freedmana (2008:35) se z tohoto období nenalezly žádné záznamy a důkazem zůstaly pouze primitivní nádoby na vaření a ohniště.

Starověk

Důležité postavení v dějinách gastronomie nastaly v období starověkého Řecka a Říma, jak upozorňuje Grančaiová (2013: on-line). Dále poukazuje na to, že se v tomto období začaly dovážet do Evropy nejrůznější nové suroviny, které významně ovlivnily tehdejší jídelníček; mezi tyto suroviny patřilo zejména koření, kuře, rýže, cukrová třtina a mnoho druhů ovoce a zeleniny. Mezi symboly gastronomie Řecka a Říma již tehdy patřilo obilí, vinná réva a olivy (Freedman:2008:67).

Středověk

Další významnou kulturou ovlivňující gastronomii jak v minulosti, tak i současnosti je čínská, respektive orientální kultura jídla. Podle Freedmana (2008:99-100) jsou nedílnou součástí jídla rituály, ať již při obstarávání potravy či při samotném stolování a konzumaci. Dále uvádí, že tyto rituály mají velmi promyšlené a propracované do nejmenších detailů.

Ve středověku podle Freedmana (2008:135) byla důležitá islámská kuchyně, která je zasvěcena Alláhu a rozdělena na to, co je dovoleno, a co je zakázáno konzumovat. Dále uvádí, že nejvíce ovlivněna arabskou kuchyní byla Sicílie, Katalánsko, Španělsko a jižní část Francie. Dále popisuje, že se evropská gastronomie stala velmi obohacenou o prvky muslimské gastronomie, stala se velmi dekorativní, nicméně zachovala si svou identitu a obřadnost.

Znatelné byly také rozdíly mezi stravou bohatých a chudých; bohatí jedli spíše masné potraviny, které byly těžko dostupné, a chudší se orientovali na rostlinnou stravu. (Grančaiová:2013:on-line)

Novověk

Gastronomie novověku byla silně ovlivněna Kryštofem Kolumbem a jeho výpravou za objevením Nového světa, která proběhla r. 1492. (Grančaiová:2013:on-line) Dále Grančaiová (2013:on-line) předkládá spoustu nových druhů potravin, zejména rajčata, brambory, kakao, vanilku, kukuřici a slunečnici, které ale byly zcela začleněny do jídelníčku až v 18. století.

V období raného novověku byly pořádány výpravné cesty, které pozitivně ovlivnily evropský pohled na gastronomii. Podle Freedmana (2008:197) se již v 16. století objevila v evropském jídelníčku káva a čaj, které se setkaly s hojnou oblibou.

Současnost

Již v 19. století došlo k velkému pokroku v gastronomii a to především v té francouzské, která má jedno z nejvýznamnějších postavení i dnes. (Freedman:2008:263)

V současné době se již v rámci Evropy nesetkáváme s nedostatkem potravin v závislosti na počasí a ročním období v takové míře, jaké tomu bylo kdysi. Dnes je svět zcela propojen a potraviny lze dovážet z celého světa. Propojení společnosti a gastronomie ze všech koutů světa je nyní běžná záležitost a jídlo typické pro vzdálenou destinaci z druhého konce světa, si můžeme dopřát bez větších problémů i doma. Toto razantní ovlivnění a propojení je někdy bráno i negativně a existují i snahy o navrácení se k původním hodnotám v gastronomii a znovuoobnovení regionální kuchyně.

Vývoj a význam gastronomie

Podle Kotíkové (2013:38) byl dříve používán pojem „pohostinství“, což mělo označovat ubytovací a stravovací služby zároveň. Dále upozorňuje na to, že pohostinnost znamenala poskytnutí přátelské atmosféry a stravování zdarma, až později se tato činnost stala předmětem podnikání v sektoru gastronomie a hotelnictví.

Podle Orišky (2010:137) jsou stravovací služby popisovány jako prostředky k uspokojování základní potřeby výživy a to také účastníků cestovního ruchu. Dále dělí stravovací služby na poskytující základní stravování (prodej kompletního menu a nápojů), doplňkového stravování a občerstvení s nabídkou společensko – zábavní služby, čímž lze rozumět akce spojené s hudební produkcí, kulturním programem a dalšími aktivitami. Vedle společného stravování

v cestovním ruchu Oriška (2010:137) upozorňuje na to, že je možné také individuální stravování, které bývá spojováno s pobytem ve vlastních ubytovacích zařízeních nebo také s pobytem v horách, bez existence pohostinských zařízení v okolí.

Základem světové gastronomie je podle Orišky (2010:161) francouzská kuchyně, díky výrazným chuťovým vlastnostem připravovaných jídel a také díky pestrosti a bohatosti stolování. Dále se mezi významné světové gastronomie řadí střeoevropská, severoevropská, západoevropská, anglická, ruská a ukrajinská, poloorientální a orientální. Upozorňuje také na to, že každá národnost má ve výše uvedených oblastech svou zvláštnost a může se tak odlišovat od ostatních.

V současné době jsou velmi populární gastronomické akce a události, jelikož se jedná o události pro široké spektrum veřejnosti a může zvýšit, podle Kotíkové (2013:45), image destinace. Tyto události mohou být kulturního rázu, například vinobraní, pивní festivaly či prezentace jídel a soutěže restaurací, které bývají často doprovázeny kulturním programem (Kotíková:2013:104).

3.2 Gastronomie jako součást kulturního dědictví

3.2.1 Gastronomie jako součást kultury

Kulturu bychom podle Heřmanové a Chromého (2009:17) mohli definovat jako složitý celek, který zahrnuje vědění, víru, umění, právo, morálku, zvyky a obyčeje, které si člověk osvojil jako člen společnosti. Jinak řečeno, je to vše, co lidstvo vytvořilo během svého vývoje. Dále ji dělí do dvou forem; hmotné (architektonické objekty, umělecká díla) a nehmotné (náboženství, hudba, tanec, lidové tradice a zvyky). Heřmanová a Chromý (2009:279) uvádí, že tradice je pojem pro předávání určitého poznání, schopností, dovedností či postupů (recept na přípravu pokrmu, předání rituálů, zvyklostí) a řadí se tím do kulturního dědictví.

Jak uvádí Kotíková (2013:38), jídlo a pití je nutné chápat jako nedílnou součást kultury, tradic a kulturního dědictví. Dále Kotíková (2013:40) předkládá, že důvodem pro gastronomický cestovní ruch mohou být stravovací zvyky a rituály místních obyvatel jako součást jejich kultury, zvyklostí a životního stylu. Právě díky cestování a jídlu se lze seznámit s místní kulturou a tradicemi a podle Kotíkové (2013:40) mohou být často zážitky spojené s jídlem dlouhodobější než návštěva historických či uměleckých pamětihodností.

Kulturní dědictví vysvětlují Zelenka a Pásková (2012:293) jako stavby a skupiny staveb všeobecné hodnoty, umělecká díla a místa mající historický, estetický či antropologický význam a hodnotu. Vedle toho uvádí jako kulturní dědictví i dědictví nehmotné, do kterého se řadí tradice, jazyk a náboženské obřady.

3.2.2 Propojení kultur a trendy v gastronomii

Kotíková (2013:41) upozorňuje na ovlivňování multikulturalismem, což může mít za důsledek sbližování kultur, v gastronomii může znamenat přenos jídla, typického pro jednu destinaci, do destinace další; typickým příkladem italská pizza, řecký gyros apod.

Důvod stále rozšiřujícího se zájmu o gastronomii zdůvodňuje Kotíková (2013:40) zejména zvýšeným zájmem o zdravý životní styl a s tím spojený zdravý způsob stravování. Příkladem uvádí zkratku F. L. O. S. S., což jsou v překladu zkratky z anglických slov čerstvý, místní, organický (bio), sezónní a udržitelný. Tato zkratka se uvádí zejména ve spojitosti s farmářskými trhy. Dalším současným trendem je slow food, neboli pomalé jídlo, což je uvedeno zejména k protipólu řetězců s rychlým občerstvením. Kotíková (2013:41) uvádí, že slow food si zakládá na kvalitě a původu surovin a způsobu přípravy samotného jídla. Ve spojitosti se zdravým životním stylem uvádí také segment LOHAS, v němž je hlavní kvalita surovin a klade se důraz na bio potraviny a farmářské produkty.

3.2.3 Gastronomie a náboženství

Jak již bylo zmíněno, jídlo je neodmyslitelně provázáno s lidským životem a s událostmi, které se okolo něho dějí, například různé slavnosti, výročí či oslavy, které jsou s gastronomií neodlučitelně propojeny. Tyto slavnosti se v různých koutech světa liší a velký podíl na tom má i náboženství. Světová náboženství svým věřícím předurčují, co by měli jíst, popřípadě čemu by se měli vyvarovat, v jakou dobu nejíst vůbec nebo kdy si naopak konzumaci jídla hojně dopřát.

Křesťanství

Podle Víra.cz (2007: on-line) se katolická církev příliš nezabývá vhodnými a nevhodnými pokrmy. Křesťané by měli považovat všechno jídlo za čisté a brát ho jako boží dar pro udržení života a radosti.

Podle Štěpánové (2013: on-line) v křesťanství existují půsty, které se od sebe také liší, pravoslavní dodržují více půstů, které jsou navíc striktnější, protestanti nejsou k půstům nuceni, jsou pro ně pouze dobrovolné. V období půstu je věřícím zakázána konzumace masa, ryb, vajec a také by si měl člověk odříkat i potraviny, které jsou luxusní, například sladké a alkohol. Dále Štěpánová (2013: on-line) uvádí, že pro katolíky je nejdůležitější půst předvelikonoční, který trvá 40 dní a poté půst adventní. Pravoslavní zachovávají půstů více, mají dva velké a jeden letní, který se nazývá apoštolský nebo petrský. Upozorňuje na to, že nejpřísnější jsou půsty na Velký pátek a Štědrý den, kdy se doporučuje absolutní půst.

Hinduismus

Podle Drebitka (2018: on-line) rozděluje hinduismus společnost do kast, jejichž základ tvoří rodina a probíhají zde náboženské obřady. S kastovním systémem souvisí i gastronomie, jelikož každá z kast má jiný typ stravování.

Štěpánová (2013: on-line) tvrdí, že čím vyšší byla kasta, tím striktnější stravovací předpisy musela dodržovat, například byla určena denní doba, kdy konkrétní potraviny mohou konzumovat. Nejvyšší kasty jsou striktními vegetariány, nekonzumují ani ryby a vejce. Hinduisté nekonzumují cibuli, česnek a řepu. Dále se omezenost potravin vztahuje, podle Štěpánové (2013: on-line), na

luštěniny, obilniny, zeleninu a ovoce, které je povoleno jíst pouze v určitou denní hodinu. Pro všechny kasty platí společný zákaz konzumace hovězího, drůbežího, vepřového a oslího masa, nicméně nejnižší kasta tento zákaz porušovat může, protože jedí většinou to, co dostanou nebo najdou. Příslušníci dalších kast se řídí různými pravidly, někteří například nesmějí jíst vestoje, jiní vleže, dále se některým zakazuje konzumace pod širým nebem nebo v mokřém oblečení.

Drebitko (2018: on-line) uvádí, že hlavní potravinou pro hinduisty je rýže. Pro hinduisty jsou významné půsty, které drží nepravidelně, závisle na ročním období a konkrétní kastě; zřikají se hlavní složky své potravy, rýže, a mohou konzumovat pouze hrách, moučné placky, banány, kokosy, ořechy či rýži uvařenou v mléce, která je považována za posvátný pokrm.

Buddhismus

Buddhismus vychází podle Štěpánové (2013: on-line) z hinduismu, tudíž všichni věřící by měli být vegetariáni, což ale není striktně nakázáno. Podle Stojanovičové (2015: on-line) se věřící stávají vegetariány z osobního přesvědčení, jelikož konzumace masa způsobuje poškození karmy, čímž se mohou dostat do pekla. Dále Štěpánová (2013: on-line) uvádí, že buddhističtí mniši nesmí pít alkohol a konzumovat maso. Strava je podobná stravě hinduistů, základem je rýže, dále zelenina, obilniny a luštěniny.

Judaismus

V židovském náboženství se klade velký důraz na košer, neboli správný postup při přípravě jídla, jak uvádí Region-vysocina.cz (2019: on-line). Jedním z nejdůležitějších pravidel je konzumace vykrváčeného masa a to jen pouze některých zvířat; přežvýkavých sudokopytníků. Ostatní maso je považováno za nečisté - vepřové, koňské, oslí, zaječí a králičí. Poté uvádí, že mají povoleno konzumovat ryby, avšak pouze vybrané druhy. Dále je zmíněno, že v židovském jídelníčku převládá ovoce, zelenina a obiloviny. Pro tuto kuchyni je navíc podle Štěpánové (2013: on-line) typické dělení potravin na mléčné a masné, které musí být připravovány v odlišných nádobách, uloženy v oddělených lednicích, konzumovány nesmí být najednou a podobně.

Islám

Podle Štěpánové (2013: on-line) platí pro muslimy stejně jako pro židovské věřící konzumace zcela vykrváčeného masa zvířat, které musí být zabito určitým způsobem. Prase je celkově považováno za nečisté, proto se jeho maso nesmí konzumovat. Dále zmiňuje, že muslimové drží půst nazývaný Ramadán, který se dodržuje v 9. měsíci v roce; přes den se nesmí nic jíst, pít ani kouřit. Tento půst neplatí pro těhotné, kojící ženy a pro nemocné.

3.2.4 Zvyklosti stravování v různých kulturách

Podle Ruskové (2009:112) jsou způsoby myšlení, postojů, hodnot, náboženství, tradic a výchova součástí národní mentality, která se velice odráží v cestovním ruchu. Když člověk někam vycestuje, měl by znát specifika jednotlivých mentalit, aby byl připraven, co v místě jeho pobytu může očekávat a měl by tyto zvyklosti tolerovat a pokusit se jim alespoň z části přizpůsobit; většinou jde o odlišnost v oblasti kultury, tradic a stolování. Čím dál se chystáte vycestovat, tím pro vás mohou být nástrahy, v podobě odlišného stolování a zvyků, znatelnější. Proto je dobré podle Bajtkové (2017: on-line) těmto nepříjemnostem spojeným s neznalostí kultur předcházet jejím nastudováním.

Podle Bajtkové (2017: on-line) si v Itálii musíte dávat pozor na konzumaci pizzy a dobrého cappuccina, kterým je Itálie vyhlášená. Pokud totiž požádáte o parmazán navíc, urazíte tím kuchaře, ať již to je na pizzu či kterýkoli jiný přinesený pokrm. Co se týče cappuccina, to si nikdy nedávejte po poledni či po obědě; Italové ho zásadně pijí ráno.

S přesunem do Ruska bychom měli vědět, že panák vodky je nabídkou přátelství, tudíž by se nikdy neměl odmítat. Pije se zásadně nemíchaná, ve velkém množství, na ex a je typickou součástí konverzace utužující přátelství. Dobrovský (2011: on-line) doplňuje, že prázdné lahve nepatří na stůl, ale zásadně pod něj. Při jídle na území Ruska by se zde měl používat celý příbor, použití samotné vidličky je neslušné.

Dále Bajtková (2017: on-line) zmiňuje, že v Thajsku a několika dalších asijských zemích je levá ruka považována za nečistou, proto se s ní nesmí podávat žádný z chodů a nesmí se s ní ani konzumovat. Strava je jedena hůlkami, na vyžádání je možné jíst příborem, nutné je se však vyvarovat nože, jakožto symbolu agrese.

Bajtková (2017: on-line) popisuje Spojené arabské emiráty, kde se chléb má lámat, nikoli krájet, voda se nemá srkat, ale hlasitě hltat a vypít vždy až do dna, případně podat sousedovi, aby ji dopil, ale nikdy se nesmí vylít. Často se zde lze setkat i s odlišnými místnostmi pro muže, pro ženy a děti.

Další zemí, kterou Bajtková (2017: on-line) předkládá, je Francie, kde je považováno za prohřešek začít jíst připravené pečivo dříve, než vám k němu přinesou sýrový talíř. Ve Francii je typické jíst pomalu a hodně dlouho, proto byste neměli hltat. Dobrovský (2011: on-line) doplňuje, že ve Francii je tabu mluvit u stolu o penězích a faux pas vznikne, pokud požádáte o placení zvlášť.

V Japonsku se konzumuje jídlo na zemi, hůlkami, bez bot a hůlky je zakázané zapichovat do rýže, nýbrž položit vedle misky. Spokojenost se projevuje mlaskáním a hlasitým říhnutím na konec. U stolu by se nemělo kýchat ani smrkat. Dobrovský (2011: on-line) doplňuje, že v Japonsku je neslušné dolívat si sám alkoholický nápoj, měli byste nejprve dolít sousedovi a počkat, až on dolije na oplátku vám.

Bajtková (2017: on-line) upozorňuje na posílání karafy s portským vínem v Británii; pokud k vám karafa doputuje, měli byste nalít sklenici člověku po vaší pravici a poslat karafu člověku po levici.

V Mexiku je většina jídel ostrá a nepraktická, co se týče jejich konzumace. Většina lidí v České republice by si na mexická jídla vzala příbor, to je ale v Mexiku tabu a jídla se mají jíst rukama.

Dále Bajtková (2017: on-line) zmiňuje prazvláštní čínský zvyk, kde pokud si objednáte rybu a sníte první polovinu, na druhou stranu ji již nesmíte otočit, abyste ji dojedli, protože to podle Číňanů přináší smůlu.

Další odlišnost, kterou Bajtková (2017: on-line) zmiňuje, je stolování v Indonésii, kde se jí rukama, jí se hodně, rychle a bez povídání. Na druhou stranu se zde nikdy nejí za chůze a ten pravý požitek z jídla přináší ušpiněné prsty a celé dlaně. Tradiční bývá servírování na rýžových listech. Velkou odlišností také je, že ženy jedí zbytky po mužích, dřív než muž dojí, se jídla ani nedotknou.

Dobrovský (2011: on-line) upozorňuje na to, že v cizích zemích bychom se měli vyvarovat konzumaci ledu, který může přinášet nemoci, a také bychom neměli zcela věřit pouličnímu prodeji, kde není zcela jistý původ potravin.

Dobrovský (2011: on-line) zmiňuje rozdílnou etiketu v Etiopii, kde začíná jíst ten nejstarší u stolu a může se stát, že vám dá jídlo přímo do pusy, což znamená projev přízně. V Etiopii je typické jíst placku tím, že se odtrhuje pravou rukou kus kyselého těsta a balí se do něho zelenina a maso ležící na placce. Etiopie si také potrpí na přípravě kávy, ke které využívá kávový rituál, který může trvat až hodinu a je neslušné při něm odcházet.

Dále Dobrovský (2011: on-line) píše o Afghánistánu, kde pokud dojdete celý talíř, dostanete pokrm znovu a takhle se to opakuje, dokud na talíři alespoň něco nenecháte.

Poslední zmíněná rada se týká Portugalska, kde si host nesmí říct o sůl a pepř k již hotovému jídlu, jelikož je to urážkou kuchařů, kteří jsou v této zemi vysoce respektováni.

3.2.5 Kulturní dědictví UNESCO a gastronomie

Palatková (2014:142) informuje o vzniku organizace UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), které proběhlo podepsáním Úmluvy o UNESCO v Londýně 4. 11. 1945. Popisuje, že hlavním úkolem této organizace je udržovat mezinárodní mír a rozvíjení spolupráce v oblastech vědy, kultury, výchovy a prosazování úcty k lidským právům. Skládá se z Generální konference, což je nejvyšší orgán, který přijímá mezinárodní smlouvy,

nezávazné deklarace a doporučení. Dalším orgánem je Výkonná rada, která projednává důležité otázky předkládané Generální konferenci. Poslední zmíněnou složkou je Sekretariát, jehož úkolem je výkonná a servisní stránka. Mezi významné smlouvy pro turismus zmiňuje mimo jiné Palatková (2014:143) Úmluvu o ochraně kulturního a přírodního dědictví, přičemž významnou roli hraje UNESCO v oblasti marketingu, kdy se podílí na propagaci a vzdělávání a snaží se zvýšit povědomí o daném objektu.

Kotíková (2013:47-48) zmiňuje, že gastronomie je autentickou a tradiční součástí kulturního dědictví, což ostatně dokládá i skutečnost, že se dostala na seznam Reprezentativního nehmotného a kulturního dědictví lidstva, jedná se o seznam UNESCO, který existuje od roku 2001 a zahrnuje nemateriální složky kulturního dědictví. Na tento seznam patří francouzská gastronomie, tradiční mexická kuchyně, středomořská strava, perníkářství v severním Chorvatsku, turecká káva a příprava neapolské pizzy.

Gastronomie na seznamu UNESCO:

Francouzská gastronomie

Francouzská kuchyně patří mezi nejoceňovanější kuchyně na světě podle Želiezka (2018: on-line). Uvádí, že množství francouzských pokrmů se rozšířilo do zahraničí a v roce 2010 označila organizace UNESCO francouzskou gastronomii za „nedotknutelné kulturní dědictví“. Francie je označována za kolébku takzvané vysoké kuchyně, tedy gastronomie na vysoké úrovni. Želiezko (2018: on-line) informuje, že je kladen důraz zejména na puntičkářskou úpravu jídel a jejich precizní prezentaci, přičemž tomu odpovídají vysoké ceny v gurmánských restauracích. Dále zmiňuje, že Francouzi dali světu nejznámější gastronomické příručky a průvodce Michelin, uznávané jakožto nejvyšší autorita při oceňování kvality restaurací. Michelinské hvězdy jsou obrovskou reklamou pro restaurace ve světě. Nejvíce kvalitních restaurací lze najít v Paříži a okolí, kde je možné ochutnat jídla ze všech částí země, jelikož francouzská kuchyně je velmi různorodá a existují znatelné rozdíly mezi jednotlivými regiony. Želiezko (2018: on-line) předkládá, že jídlo je pro Francouze rituálem, který doprovází důležité životní okamžiky, například narození dítěte, svatby, výročí či narozeniny a dokážou se při něm bavit i

celé hodiny. Dále Želiezko (2018: on-line) zmiňuje typické prvky francouzské kuchyně, mezi ty nejzákladnější patří vína a sýry, hned v závěsu jsou ryby a mořské plody. Významnou roli v gastronomii mají i různé druhy masa, které doplňuje ve stejné míře zelenina. Želiezko (2018: on-line) upozorňuje na světově proslulý francouzský chřest a baby karotku. Jelikož Francouzi jsou velcí gurmáni, na jejich jídelníčku nechybí ani šneci, žabí stehýnka či křepelky. Významnou pozici má čerstvé pečivo, především bagety a bylinky, které dokážou tamější kuchaři skvěle kombinovat. Většina hlavních jídel se podle Želiezka (2018: on-line) skládá ze tří chodů; předkrm, hlavní chod a sýrový chod nebo dezert.

Mexická kuchyně

Mexická kuchyně byla na seznam UNESCO zapsána ve stejném roce jako kuchyně francouzská (Želiezko: 2018: on-line). Podle Andrýskové (2018: on-line) je mexická kuchyně plná barev a výrazných chutí. Upozorňuje, že mexická jídla jsou kombinací původní tradiční chutě domorodých kmenů a chutí, které do Mexika přivezli Evropané; zejména Španělé, doplňuje Restaurant-guide.cz (2018: on-line). Dále upozorňuje na to, že Mexiko je rozděleno do několika regionů a každý má svůj odlišný styl vaření a disponuje jinou nabídkou pokrmů. Každý region ale dokáže sladit jednotlivé ingredience s kořením, které jim dodá nezaměnitelnou chuť, barvu a vůni. Dále Andrýsková (2018: on-line) zmiňuje, že Mexičané jsou gurmáni a jídlo pro ně znamená společenskou událost doprovázenou tradicemi, symboly a svátky. Andrýsková (2018: on-line) předkládá hlavní suroviny, mezi něž patří kukuřice, fazole a chilli papričky. Restaurant-guide.cz (2018: on-line) doplňuje řadu dalších surovin, mezi něž patří zejména čerstvá zelenina (rajčata) a ovoce (citrusy), rýže, čokoláda, maso (převážně hovězí, dále vepřové, kuřecí, mořské plody a ryby) a již zmíněné koření. Pro další dochucení používají také šťávu z citrusů, ananas, avokádo, koriandr a česnek. Vedle nejhojněji používaných chilli papriček, užívají také pepř, skořici, vanilku a nové koření. Jídla tvoří hlavně tortilly, ať již pšeničné či kukuřičné v různých formách. Za zmínku také stojí omáčky a pasty ze zeleniny; avokádové guacamole, rajčatová salsa roja, zelená salsa verde a tradiční mole. Restaurant-guide.cz (2018: on-line) zmiňuje, že vedle jídla je pro Mexiko typická pálenka Mezcal, tequilla a různá mexická piva.

Středomořská strava

Středomořská strava byla zařazena na seznam Reprezentativního světového nehmotného kulturního dědictví v roce 2013. Chorvatsko.cz (2013:on-line) dále zmiňuje, že šlo o společné rozhodnutí Španělska, Kypru, Řecka, Itálie, Maroka, Portugalska a Chorvatska, jako společného projektu s názvem Středomořská strava. Podle Ivanca (2012:on-line) je oblast Středozemního moře značně různorodá, avšak přesto jsou národy spojovány dohromady. V gastronomii nejde pouze o způsob stravování, ale jde o ucelený životní styl, kde se lidé snaží využívat místních zemědělských produktů, lokálních receptů, přípravy jídla a stolování s blízkými lidmi. Ivanco (2012:on-line) tvrdí, že strava ve Středomoří se skládá především z ovoce, zeleniny, obilovin, luštěnin a v neposlední řadě z olivového oleje, kterému přezdívají tekuté zlato. Další významnou složkou potravy jsou ryby, maso, mléčné výrobky a víno. Upozorňuje na to, že se složení jídel obměňuje podle ročních období a příprava jídel nebývá složitá.

3.3 Gastronomie jako součást cestovního ruchu

3.3.1 Kulturní cestovní ruch

Kulturní cestovní ruch popisuje Hesková (2006:24) tím, že účastníci na tomto druhu cestovního ruchu uspokojují své duchovní potřeby a jsou motivováni možnostmi poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života rezidentů. Předkládá, že se jedná o formu zábavy či rozptýlení v podobě návštěv kulturních pamětihodností, hudebních, divadelních, filmových a gastronomických festivalů, společenských a náboženských akcí a podobně. Dále zdůrazňuje, že zde dochází k propojení vzdělávání a účelného trávení volného času, přičemž jsou účastníci seznámeni, jak s historií a kulturou navštívené destinace, tak se sociální a ekonomickou situací v daném místě. Hesková (2006:24) upozorňuje na podílění se kulturního cestovního ruchu na zvyšování společenské, kulturní a odborné úrovně lidí a často se kombinuje s dalšími druhy cestovního ruchu, zejména s rekreačním, lázeňským a kongresovým.

Zelenka a Pásková (2012:161) definují kulturní turismus jako formu cestovního ruchu, při které jsou účastníci motivováni poznáváním kultury a kulturního dědictví daného regionu a rezidentů.

3.3.2 Gastronomický cestovní ruch

Cestování je součástí lidského života již od pradávna. Jak ale uvádí Kotíková (2013:15), cestovní ruch se začal sám o sobě rozvíjet až od poloviny 19. století. Cestovní ruch se mimo jiné definuje podle Kotíkové (2013:16) jako činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich trvalého bydliště za účelem využití volného času či obchodu, po dobu kratší než jeden rok.

Kotíková (2013: 37) uvádí, že jídlo je pro člověka důležitou součástí cestování a řadí se v cestovním ruchu mezi základní služby a může být samo o sobě pro mnohé cílem cestovního ruchu. Cestování za jídlem lze označit jako „kulinářský cestovní ruch“, „gastronomický cestovní ruch“ či méně přesný „gurmánský cestovní ruch“ (Zelenka, Pásková: 2012).

Kotíková (2013:38) uvádí definici kulinářského/gastronomického cestovního ruchu jako formu cestování s hlavním motivem kulinářského zážitku, který může být specializován na gastronomické akce, zážitky spjaté s konzumací jídla, s přípravou, konečnou prezentací jídla a v neposlední řadě také se seznámením s gastronomickými tradicemi v dané destinaci. Dále upozorňuje na to, že v gastronomickém cestovním ruchu nejde o navštívení nejvyhlášenější restaurace, ale o návštěvu jakéhokoliv stravovacího zařízení v dané oblasti, které poskytne unikátní zážitek. Napomáhat může z velké části i atmosféra a prostředí místa, například v historických centrech měst, v přírodě, u moře, při západu slunce a podobně.

Podle Kotíkové (2013:46) v gastronomickém cestovním ruchu lze navštívit přímo určitou destinaci cestovního ruchu, typickým příkladem může být uvedena Francie, Itálie (Toskánsko), Mexiko a podobně; dále jsou většinou při návštěvě destinace nabízeny prohlídky provozoven a výroben, například palíren whisky

v Irsku či čokoládoven v Belgii; také lze navštívit gastronomická muzea, farmářské trhy, gastronomické eventy a populární kurzy vaření.

Orieška (2010:160) doplňuje, že účastníci na gastronomickém cestovním ruchu jsou motivováni požitkem z konzumace, seznamováním se s vybranými pokrmy a v neposlední řadě s kulturou stolování dané destinace. *„Odpovídající produkt cestovního ruchu je označován jako zážitková gastronomie.“* (Orieška:2010:161) Typické pro zážitkovou gastronomii mohou být návštěvy neobvyklých restaurací, pivních slavností, rybářských výletů, exkursí do výroben a podobně.

Vaníček (2017:74) navíc poukazuje na to, že jedinečnost gastronomického cestovního ruchu spočívá v tom, že podmínky pro rozvoj mají všechny země na světě, jedná se o celoroční záležitost a také zájem o něj není omezen konkrétním věkem, pohlavím nebo národností. Jako základní pilíře gastronomického cestovního ruchu předkládá lokalitu, produkt, kulturní dědictví, udržitelnost, kvalitu a komunikaci.

Podle Vaníčka (2017:75) vznikla, také relativně nová skupina účastníků cestovního ruchu, kteří cestují a seznamují se s tradicemi a kulturou navštívené destinace prostřednictvím produktů a gastronomie. Dále uvádí, že se jedná o zkušenější a vzdělanější spotřebitele, označované jako „foodies“, kteří jsou ochotni cestovat právě za specifickými pokrmy a produkty pro danou destinaci.

3.3.3 Michelinské restaurace

Michelinskými restauracemi označujeme podniky, které dosáhly určitého hodnocení v prestižním Průvodci Michelin, který má více než stoletou tradici a klade si za cíl zrecenzovat a doporučit restaurace s nejprestižnější kuchyní, jak uvádí Michelinskerestaurace.cz (2018:on-line). Hodnocení probíhá v několika rovinách, nejdůležitější jsou Michelinské hvězdičky, které se dostávají za výjimečnou kvalitu; další na stupnici jsou příbory, které odrážejí atmosféru a úroveň restaurace; další variantou jsou červeně zbarvené příbory, které odkazují

na výjimečně příjemnou restauraci; poslední ze škály hodnocení je doporučení Bibenda, panáčka Michelin, který se uděluje podnikům, jejichž menu nestojí více než 28 liber. Michelskerestaurace.cz (2018: on-line) zmiňují ještě další symboly, mezi něž patří černé a červené symboly znamenající zajímavý či velkolepý výhled z restaurace a ikona hroznů představuje restaurace se zajímavou nabídkou vín.

Michelinské hvězdičky se poprvé objevily v roce 1926, to byla použita pouze jedna, o pár let později se rozrostly na tři a tak to zůstalo dodnes, uvádí Michelskerestaurace.cz (2018: on-line). Dále upozorňují, že hvězdičky jsou udělovány v poměrně malém množství; v České republice existují dvě restaurace s tímto oceněním. Dále zdůrazňují, že hodnocení restaurací probíhá zcela anonymně inspektory, kteří dopředu nenahlásí svou návštěvu, a jejich identita zůstává utajena. Uvádí, že získáním hvězdičky boj nekončí, musí si totiž své hodnocení udržet a každých 18 měsíců je navštíví inspektor, který recenzi může doplnit či upravit. Michelské restaurace jsou zejména v Evropě a nejvíce se jich nachází ve Francii, Itálii a Německu.

3.3.4 Slow Food

Slowfood.cz (2019: on-line) předkládá, že hnutí Slow Food vzniklo v Itálii v roce 1986 a o tři roky později došlo k ustanovení světové organizace. Slavík (2009: on-line) doplňuje, že se jedná o mezinárodní neziskovou organizaci. Slowfood.cz (2019: on-line) zdůrazňuje, že jde zejména o zachování poctivého přístupu k jídlu. Dnes je toto hnutí zastoupeno ve více než 160 zemích na světě a čítá přibližně milion lidí. Jejich heslem je: „*Jezte pomalu, žijte dlouho.*“. Dále upozorňují na to, že jejich úkolem je podpora dobrého, čistého a poctivého jídla. Chrání místní produkty, domácí odrůdy plodin a upozorňují na dávno zapomenuté recepty. Váží si kultury stolování a vytváří protipól ke globální struktuře fast food.

Slowfood.cz (2019: on-line) dále předkládá, že v České republice vzniklo první Convivium Slow food v roce 2000. Slavík (2009: on-line) doplňuje, že convivium je sdružení členů hnutí Slow Food, která pořádají pro širokou veřejnost

aktivity spojené s propagací a zvýšením povědomí o tomto hnutí. Slowfood.cz (2019: on-line) informuje, že původními členy byly zejména cizinci žijící v České republice a dorozumívali se mezi sebou anglicky.

Dále tvrdí, že obnovená organizace Slow food Prague již mluví česky a klade si za cíl respektovat hlavní záměry mezinárodního hnutí Slow food v oblastech: *„Podporovat a prosazovat konzumaci domácích potravinářských produktů. Prostřednictvím přednáškové činnosti seznamovat veřejnost s historií a chutěmi české i mezinárodní gastronomie. Organizovat odborné semináře a degustace v ČR i v zahraničí. Poskytovat informace o možnostech účasti na zahraničních akcích SF. Spolupracovat s regiony při podpoře lokální kvalitní gastronomie a cestovního ruchu. Vybírat a podporovat dobré, čisté a poctivé potravinářské výrobky. Podporovat společné stolování, jako formu společného setkání v rodině, komunitě, i společností mezinárodní úrovně.“* (Slowfood.cz: 2019: on-line).

Slavík (2009: on-line) předkládá, že Slow Food se zaměřuje na projekty, které se soustředí na ochranu živočišných a rostlinných druhů, na udržování tradičních výrobních metod a na zachování tradičních krajových specialit. Zdůrazňuje, že uznání směřuje spíše k obyčejným lidem, drobným zemědělcům a výrobcům, což je úzce spojeno i s ochranou životního prostředí. Dále je upozorněno na poskytnutí finančních prostředků ze strany hnutí Slow Food na finančně náročné projekty, které se týkají ochrany biodiverzity. Z toho důvodu byla vytvořena Nadace Slow Food na ochranu biodiverzity, která dohlíží na rozdělení příspěvků jednotlivým projektům.

„Slow food organizuje širokou škálu společenských událostí, na kterých je možné se setkat s výrobci, ochutnávat a dozvědět se o jejich práci. Tyto společenské akce jsou také příležitostmi dozvědět se více o hnutí Slow Food a o jeho různých celosvětových aktivitách. Např. při akcích v Itálii: Salone del Gusto (Turín); Slow Fish (Janov); Westward Slow (Denver); Aux Origines du Gout (Montpellier); German Cheese Market (Nieheim) a další. Terra Madre – celosvětové setkání na témata ekologie, drobných pěstitelů, malovýrobců potravin, rybářů, chovatelů apod. Na podzim každým druhým rokem probíhá celosvětové setkání Terra Madre v Turíně.“ (Slavík: 2009: on-line)

Podle Slavíka (2009: on-line) existují také časopisy, které informují více o hnutí Slow Food a soustředí se na výměnu informací a zkušeností mezi zeměmi a kulturami celého světa. Řadí se zde: Slow, the International Herald of Taste and Culture a The national newsletters.

3.4 Gastronomie ČR a její využití v marketingu cestovního ruchu

Jak uvádí Orsáková a Obůrková (2010:160), CzechTourism je státní příspěvková organizace zřízená roku 1993 Ministerstvem pro místní rozvoj České republiky. Dále podotýká, že jejím posláním je propagace České republiky jako atraktivní turistické destinace pro zahraniční návštěvníky a také je jejím úkolem podpora turistických regionů v rámci rozvoje domácího cestovního ruchu. Dále upozorňuje na to, že se mimo jiné CzechTourism věnuje i českému lázeňství, golfu, kongresovému a incentivnímu turismu, propagaci památek UNESCO, hradů, zámků a historických měst.

Orsáková a Obůrková (2010:160) upozorňují také na propojenost CzechTourismu a webového projektu Kudy z nudy. Jedním z projektů je, Ochutnejte Českou republiku, který předkládá regionální českou kuchyni v kontextu s turistickým potenciálem České republiky.

Podle Heskové (2006:89-90) patří mezi hlavní úkoly CzechTourism: koordinace a zajišťování marketingových aktivit na zahraničním a domácím trhu; podpora všestranného rozvoje cestovního ruchu (CR); spolupráce s orgány státní správy a samosprávy v oblasti CR; vytváření příznivé image turistických destinací v ČR a její prosazování na trhu; rozpracování a stanovení prioritních produktů typických pro ČR; podpora tvorby produktů CR s důrazem na šetrný přístup k životnímu prostředí; zabezpečování spolupráce s novináři a médii; informační servis pro odvětví cestovního ruchu v ČR; spolupráce při tvoření celostátního turistického informačního systému; vydávání propagačních materiálů o ČR; spolupráce s regiony v ČR; základní zastoupení v zahraničí s cílem informovat širokou veřejnost o nabídce cestovního ruchu v ČR.

„V České republice má velký význam v podpoře rozvoje gastronomického cestovního ruchu společný projekt Ochutnejte Českou republiku – Czech Specials. Tento projekt společně realizují Asociace hotelů a restaurací České republiky ve spolupráci s Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism a Asociace kuchařů a cukrářů České republiky.“ Kotíková (2013:51).

Tento projekt se snaží o zvýšení zájmu o gastronomický cestovní ruch ve světě, ale zejména je jeho cílem podpořit atraktivitu České republiky. Jejich sloganem se snaží přitáhnout milovníky dobrého jídla a pití, aby ochutnali jídla České republiky, které nikde jinde nenajdou. Restaurace, které jsou do projektu zapojeny, musí podle Kotíkové (2013:51) splňovat kvalitativní kritéria a jejich zaměření musí být na českou kuchyni. Tyto restaurace mají poté možnost zatraktivnit svou nabídku, zapojit se do marketingových aktivit a propagovat své služby, dle Kotíkové (2013:52).

Orsáková a Obůrková (2010:2) doplňují, že logem Czech Specials je modrý talíř se stylizovaně složeným příborem.

Jako příklad restaurací označených logem Czech Specials jsou podle Orsákové a Obůrkové (2010:152-157): Cafe Imperial, Potrefená husa, Hotel Opat, Restaurace U Černého orla, Park Holiday, Hotel S. E. N., Restaurace Metropol, Hotel Cristal Palace, Restaurace Purkmistr, Hotel V Nebi, Hotel Hořec, Harmony Club Hotel, Hotel Horizont, Nová Amerika golf resort, Hotel Panorama, Pegas, Restaurace Archa, Sporthotel Kurzovní a další.

Podle Heskové (2006:23) se Česká centrála cestovního ruchu rozhodla, najít jednotící prvek v různorodé nabídce produktů cestovního ruchu na mezinárodním trhu a určila pro každý rok jedno nosné téma. Uvádí, že v roce 2001 to bylo Tisíc let architektury v ČR, v roce 2002 Česko – země skvělého piva, vína a gastronomie, 2003 Aktivní zahraniční cestovní ruch – sport v Čechách a tak dále.

Vedle Czech Specials existují v České republice i další projekty, mezi které můžeme podle Vaníčka (2017:82-83) řadit: Jak šmakuje Moravskoslezsko, což je regionální projekt zaměřený na podporu gastroturismu v Moravskoslezském kraji, jehož hlavním cílem je obnovit a oživit původní regionální speciality; Ochutnejte

Moravu, je další projekt, konkrétně Centrály cestovního ruchu Jižní Moravy a vinařského fondu ČR, který se zaměřuje na prezentaci již téměř zapomenutých receptů a jídel; Morava a Slezsko – region plný chutí a zážitků je projekt realizovaný s cílem společné propagace a prezentace konkrétní nabídky nadregionálního významu v oblasti nejen gastronomie, ale také folklóru a tradic na území Moravy a Slezska; Ochutnejte Hanou se zaměřuje na prezentování míst, kde se v průběhu celého roku připravují jídla dle tradičních receptů; posledním zmíněným projektem je Ochutnejte Jeseníky, který propaguje poznávání barvitých chutí moravských hor a nejrůznějších místních jídel prostřednictvím gastronomické iniciativy.

Mezi projekty, které působí celosvětově, je Česká republika rovněž jejich součástí, by se podle Vaníčka (2017:83) dalo zařadit i hnutí slow food, které se zaměřuje na ochranu a zachování biodiverzity, přičemž podporují projekty zaměřené na udržování tradiční výroby a zpracování potravinářské produkce dle tradičních historických metod. Další překládá projekt Stezky dědictví – Heritage Trails, jehož cílem je zmapování, využití gastronomie a vytvoření produktu cestovního ruchu s jednotnou značkou.

Podle Vaníčka (2017:86) lze tvrdit, že gastronomické akce a projekty propagují národní gastronomii, což podporuje domácí cestovní ruch a návštěvníci se snaží porozumět kultuře jiného národa. Dále propagují mezinárodní kuchyni, čímž si lidé mezi sebou vyměňují zkušenosti spojené s gastronomií daných destinací a představení zahraniční kuchyně zvyšuje image destinace. Poté propagují národní restaurace, zejména ty, které jsou součástí projektu Czech Special a nabízejí pokrmy připravené z lokálních surovin. Dále upozorňuje na důležitost účasti masmédií na gastroeventech, jelikož mohou být nástrojem zvyšujícím popularitu samotného festivalu i image destinace a posledním zmíněným plusem, pořádání gastroeventů, je zvyšování úrovně příjezdového cestovního ruchu v dané destinaci.

Dalším velkým lákadlem České republiky mohou být podle Vaníčka (2017:30) regionální produkty; mezi ty nejvýznamnější se řadí pivo, víno a další produkty a potraviny jednotlivých regionů, ve kterých vidí velký turistický

potenciál. Dále uvádí, že hlavní zásadou při používání jídla jako nástroje regionální turistiky, by mělo být to, že regionální produkty se v dané oblasti opravdu pěstují či zpracovávají.

Dále Vaníček (2017:30-31) upozorňuje na množství regionálních značek, které každým rokem roste a přispívá tak i lokální ekonomice. Dále předkládá, že pro získání regionální značky je nutné splňovat důležitá kritéria, mezi která zejména patří vazba na region, kvalita produktu a šetrnost k životnímu prostředí. Smyslem značení je zviditelnění regionů.

Podle Vaníčka (2017:31) je většina regionálních značek sdružena do Asociace regionálních značek (ARZ), což mohou majitelé značek využívat jako konkurenční výhodu, jelikož všechny značky v asociaci mají jednotný vizuální styl a propagují se jednotným systémem certifikace (kvalitou, původem, šetrností). Vaníček (2017:31) upozorňuje na to, že v každém regionu působí regionální koordinátor, který se stará o správu dané značky, komunikuje s místními výrobci a s Asociací regionálních značek. Dále uvádí, že regionální značkou mohou být řemeslné výrobky, zemědělské produkty, potraviny, přírodní produkty, ubytovací a stravovací služby a zážitky spjaté s regionem.

Vaníček (2017:32) tvrdí, že po zakoupení produktu označeného jednou ze značek systému „Domácí výrobky“, má jistotu, že splňuje původ výrobku v regionu, kvalitu poctivých podnikatelů, výrobek nepoškozující životní prostředí a jedinečnost plynoucí ze vztahu k regionu.

„Aby značka fungovala jako marketingový nástroj, je potřeba ji aktivně komunikovat. Dodat argumenty a příběh značky. Regionální značka pomáhá výrobcům a provozovatelům služeb v reklamě a propagaci jejich produkce, s odbytem jejich produktů a v neposlední řadě se zvýšením prestiže výrobků a služeb v tuzemsku i v zahraničí prostřednictvím dobrého jména regionu. Značka zároveň podněcuje sounáležitost místního obyvatelstva s regionem, podněcuje zapojení obyvatel do dění v regionu a zprostředkovává kontakty mezi výrobci a dalšími lokálními aktéry.“
Vaníček (2017:32).

Podle Vaníčka (2017:78-79) stále přibývá v České republice množství gastronomických akcí a zajímavých projektů spojených právě s gastronomií, které do destinace v rámci propagace přitáhnou návštěvníky ze širokého okolí. V České republice mezi ty nejvýznamnější akce patří farmářské trhy, které nabízejí sezónní potraviny, zejména ovoce a zeleninu vysoké kvality. Dále vinařské eventy; mezi nejznámější patří Prague Wine Week, Mikulov gourmet festival, Festival ledového vína v Lednici, Open Air festival či Znojemské a Pálavské vinobraní. Dalšími jsou pivní eventy; Český pivní festival, Pilsner Fest, Pivo na hrad či Přerovské pivní slavnosti a Zubrfest. Mezi nejpočetnější skupinu dle Vaníčka (2017:80) patří gastrofestivity; Prague food festival, Grand restaurant festival, Fresh festival, Raw Fest – Festival Zdravého jídla, Gastronomické slavnosti M. D. Rettigové v Litomyšli, Loštické slavnosti hudby a tvarůžků, Slavnosti chřestu v Ivančicích u Brna, Karlovarský gastrofestival, Trnkobraní a spousta dalších.

4 Empirická část

4.1 Výzkumné otázky a předpoklady

Základní výzkumné otázky budou zodpovězeny na základě dotazníkového šetření, které bylo prováděno s manažery restaurací v Hradci Králové. Hlavním cílem bylo zanalyzovat využití gastronomie jako součásti kulturního dědictví v cestovním ruchu se zaměřením na postoje manažerů stravovacích služeb. Zjistit, zda se v restauracích Hradecka objevují lokální pokrmy a nápoje, regionální produkty a informovanost zaměstnanců o nich, případně zjištění zájmu návštěvníků o tyto produkty; zjištění účasti restaurací na gastronomických akcích; povědomí o Czech Specials a vlastní propagace restaurace.

- Kde a jakým způsobem je Česká gastronomie propagována?
- Jaké lokální a regionální speciality se váží k Hradci Králové, respektive Hradecku?
- Jsou ve stravovacích zařízeních v Hradci Králové a okolí k dispozici lokální a regionální produkty/speciality?
- Mají návštěvníci stravovacích zařízení zájem o lokální a regionální gastronomii?
- Znají pracovníci stravovacích zařízení v Hradci Králové a okolí lokální a regionální produkty?
- Účastní se stravovací zařízení z Hradce Králové a okolí nějakých gastronomických akcí? Jakých?
- Mají manažeři stravovacích zařízení v Hradci Králové a okolí povědomí o značce Czech Specials a chtěli by toto označení mít?
- Propagují se stravovací zařízení v Hradci Králové v TIC (turistických informačních centrech)?

V rámci výzkumu byly stanoveny následující hypotézy, jejichž platnost bude ověřena na základě odpovědí manažerů stravovacích zařízení:

H1 – Většina návštěvníků stravovacích zařízení v Hradci Králové má zájem o regionální gastronomii.

H2 – Většina stravovacích zařízení v Hradci Králové nabízí regionální pokrmy a nápoje.

H3 – Většina stravovacích zařízení v Hradci Králové usiluje o získání označení Czech Specials.

4.2 Sběr informací a průběh šetření

Šetření probíhalo formou dotazníku, který byl rozeslán emailem pracovníkům a především manažerům stravovacích zařízení v Hradci Králové. Dotazník byl odeslán 7. 5. 2019 a výsledky byly zpracovány 22. 5. 2019. Dotazník byl vytvořen prostřednictvím stránky Survio.com, která disponuje snadným vytvořením dotazníku, rychlou distribucí a okamžitou zpětnou vazbou s přehledným zobrazením výsledků v grafické podobě.

Dotazníky byly odeslány celkem 75 restauračním zařízením v Hradci Králové, které byly k 6. 5. 2019 dostupné na webových stránkách Google.cz (2019: on-line). Výzkum byl zcela anonymní, nicméně email byl rozeslán na konkrétní adresy restaurací, s tím, že platforma Survio.com nezobrazuje jednotlivé restaurace a jejich odpovědi; anonymita tedy zůstala zachována. Za každé restaurační zařízení odpovídal právě jeden respondent.

Dotazník se skládal z celkem 33 otázek, přičemž většina byla uzavřená s možností výběru pouze jedné, nejvíce se hodící odpovědi. Dále se objevovaly otázky s více možnostmi, v takovém případě to bylo vždy zřetelně napsáno pod otázkou. Vyskytlo se i pár otevřených otázek, které byly spíše kontrolní a zjišťovaly skutečný zájem respondenta k regionální gastronomii.

Po prvním rozeslání dotazníků se vrátilo celkem 32 odpovědí, po druhém připomenutí přibylo ještě 19 nových odpovědí. Celkem se tedy obdrželo 51 odpovědí z původních 75 dotázaných, což představuje 68% návratnost.

Výsledky odpovědí jsou zpracovány graficky v závěrečné části práce.

4.3 Gastronomie České republiky

Gastronomie má podle Kotíkové (2013:50) v České republice dobré předpoklady k rozvoji gastronomického cestovního ruchu a to z důvodu dlouhé tradice pivovarnictví, vinařství a také národopisné oblasti se svými typickými pokrmy.

Pivovarnictví se v České republice objevilo již v 11. století. Podle Kotíkové (2013:50) v současné době lze v České republice napočítat okolo 200 pivovarů, které nabízejí až 550 druhů piva. Pro zajímavost uvádí, nejvíce populární mezi domácími i zahraničními turisty, pivovar Plzeňský prazdroj. Další významnou složkou gastronomie České republiky je vinařství. Tvoří ji hlavně dvě oblasti a to vinařská oblast Morava a vinařská oblast Čechy.

V České republice jsou gastronomické produkty oblíbenou součástí řady akcí, typické jsou trhy, jarmarky, poutě, dožínky a podobně. Mezi další mohou patřit kulturní akce spojené s jídlem, příkladem mohou být historické a městské slavnosti, svátky, výlovy rybníků atd. (Kotíková:2013:51).

Česká republika je, co se týče gastronomie poměrně rozmanitá. Nachází se zde spousta oblastí s typickými pokrmy a také v rámci celé republiky nalezneme mnoho druhů stolování typického pro určité významné akce a svátky. Podle Stupky (2016:6) vychází česká gastronomie z dávných tradic stolování lidí uprostřed Evropy. Uvádí, že dlouhá staletí, bylo obyvatelstvo odkázáno na zdroje, které si samo vypěstovalo či odchovalo. Dále zmiňuje, že velkou změnou byl začátek pěstování brambor, které se staly záhy jednou z hlavních složek potravy. Stupka (2016:6) uvádí, že v průběhu komunismu v České republice došlo k sjednocení receptur a pravidel v gastronomii, což se od 90. let 20. století opět změnilo a česká gastronomie se stala pestřejší a zdravější.

Pro českou kuchyni jsou typická tři hlavní jídla během dne; snídaně nejčastěji složená z pečiva, másla, uzenin, sýru, marmelády či medu. Dále oběd sestávající ze dvou nebo tří chodů – husté polévky, hlavního chodu a sladkého dezertu. Hlavní chod bývá většinou tvořený z masa nebo omáčky s přílohou. A večeře bývá jednochodová, může být podávána i studená (Stupka:2016:7).

Pro Čechy typická bývá zabijačka (Stupka: 2016:8), ze které se poté dělají klobásy, jitrnice, ovar, jelita, polévka, prejt, tlačěnka, sádlo a škvarky. Další významnou událostí je svatba, na které se podle Stupky (2016:30) podává jako předkrm šunková rolka, následuje svatební polévka (většinou vývar s nudlemi a játrovými knedlíčky), poté jako hlavní chod přichází svíčková na smetaně s houskovým knedlíkem a sladkou tečkou nesmí chybět svatební dort. Mezi další oslavy patří bezpochyby Velikonoce. Stupka (2016:25) předkládá, že typickými pokrmy pro tento svátek patří mazanec, beránek a jidáš. Naopak o Vánocích podle Stupky (2016:70) zdobí štědrovečerní stůl rybí polévka, kapr či řízek s bramborovým salátem a v průběhu svátků nesmí chybět ani napečené vánoční cukroví, perníčky a vánočka.

Významná činnost pro obyvatele České republiky je houbaření a zpracování hub na řízky, smaženici, houby naložené v octovém nálevu či sušené, použité na houbovou omáčku a polévku. Češi jsou vášnivými rybáři, takže zpracování místních úlovků není ojedinělá záležitost. Vedle toho se řada Čechů věnuje lovu zvířat a s tím bývají spojené zvěřinové hody. V letních měsících je typickou formou úpravy jídel grilování.

Mezi pravé venkovské tradiční pití patří neodmyslitelně slivovice, či hruškovice, typické pálenky z vyzrálých švestek či hrušek. (Stupka: 2016:65). Zapomínat ani nelze na typické české knedlo-vepřo-zelo, již zmíněnou svíčkovou na smetaně, smažený řízek, svatomartinskou husu, ovocné kynuté knedlíky a pravé české buchty. Mezi krajové speciality se řadí valašské frgály, pardubický perník, či olomoucké tvarůžky.

4.4 Charakteristika Hradecka

Hradecko.eu (2019: on-line) informuje o Hradecku jako turistické oblasti skládající se z mikroregionu Nechanicko, Třebechovicko, Novobydžovsko, Památkové zóny 1866 a Urbanické brázdy. Významnými místy jsou Hradec Králové, Nový Bydžov, Všestary, Chlum, Smiřice, Chlumeck nad Cidlinou a Krňovice.

Hradecko je oblast v Královéhradeckém kraji nazývaná se podle Hradce Králové, věnného města českých královen, který má k 1. 1. 2018 dle CZSO.cz (2018: on-line) 163 520 obyvatel. Je to město rozprostírající se na soutoku řek Labe a Orlice. Díky své výhodné pozici a krásnému prostředí se považuje podle HKregion.cz (2019: on-line) za ideální místo pro rodinnou dovolenou, relaxaci, aktivní odpočinek a cykloturistiku. Dále je zmíněno, že se na území Hradecka nachází spousta historických památek, koná se zde mnoho kulturních akcí a díky své dobré dopravní dostupnosti se stává cílem mnoha domácích i zahraničních návštěvníků.

Co se kultury týče, Hradeckralove.org (2019: on-line) nabízí návštěvy Klicperova divadla či divadla Drak, dále je možnost návštěvy koncertů ve Filharmonii a poté stojí za zmínku Muzeum východních Čech, Galerie moderního umění či Kongresové centrum Aldis.

Dále HKregion.cz (2019: on-line) upozorňuje na rozsáhlé lesy obklopující Hradec Králové, ve kterých se mimo jiné nacházejí značené turistické, cyklistické a naučení trasy vhodné jak pro dospělé, tak pro děti. HKregion (2019: on-line) upozorňuje na to, že Hradec Králové je také znám jako Město zeleně, díky svým rozsáhlým a udržovaným parkům, kde lze nalézt i chráněné památné stromy.

Další označení pro Hradec Králové předkládá Salon republiky a to z důvodu četných architektonických památek v mnoha uměleckých stylech; nalezneme zde stavby gotické, renesanční, barokní, secesní, funkcionalistické a urbanistické, od významných českých umělců; příkladem mohou být Jan Kotěra, Josef Gočár a také od umělců ze zahraničí; G. Santini, C. Lurago a další (Hradeckralove.org; 2019: on-line).

„V současné době má Hradec Králové devět partnerských měst, německý Giessen, francouzské Méty, holandský Arnhem, slovenskou Banskou Bystricu, chorvatkou Kaštelu, italskou Alessandrii, ukrajinský Černihiv/Černigov a polská města Walbrzych a Wrocław. Hradec Králové je charakteristický tím, že nemá výrazně průmyslové zóny. Paleta klasických průmyslových oborů je zastoupena převážně středními a menšími podniky.“ (Hradeckralove.org; 2019: on-line)

V blízkosti Hradce Králové je možné navštívit zámek Hrádek u Nechanic či Karlovu Korunu v Chlumci nad Cidlinou, Třebechovice pod Orebem jsou známy svým Muzeem betlémů, ukázkou lidové architektury lze nalézt na Šrámkově statku v Pileticích, dále za zmínku stojí Archeopark ve Všestarech, pro milovníky historie Muzeum války 1866 na Chlumu a bojiště s rozhlednou, ve Smiřicích lze navštívit Kapli Zjevení Páně, v Lužci nad Cidlinou se nachází Barešův ranč, kde se chová farmová zvěř, Kladruby nad Labem jsou známy pro národní hřebčín, v Bědovicích se nachází lesní dvůr s jezdeckým klubem a speciálním chovem koní a hospodářského zvířectva a v neposlední řadě stojí za zmínku Podorlický skanzen Krňovice, který se řadí mezi jediné muzeum tohoto typu v Královéhradeckém kraji a soustřeďuje se na architektonické a technické památky regionu Královéhradecka, podhůří Orlických hor a Podkrkonoší. (Hradecko.eu: 2019: on-line)

Hradecko.eu (2019: on-line) informuje o Třebechovicích pod Orebem. Jedná se o město ležící na soutoku řek Orlice a Dědiny, pod bájným vrchem Orb. Od Hradce Králové je vzdáleno necelých 15 kilometrů, což lze označit za výhodnou polohu. Dále tvrdí, že Třebechovice se mohou pyšnit nejenom bohatou historií, ale také významnými památkami, mezi které lze zařadit kostel sv. Ondřeje z 18. století či radnici a novorománský kostel ze století devatenáctého. Jak již bylo zmíněno, nejvíce návštěvníků míří za Třebechovickým muzeem betlémů, které se řadí mezi poklad evropského formátů a pochází rovněž z 19. století od autora Josefa Probošta. Betlém čítá přes dva tisíce vyřezávaných figurek, které jsou dané do pohybu ojedinělým mechanismem, a svou jedinečností si roku 1999 vysloužilo označení národní kulturní památky.

Dalším významným městem, o kterém Hradecko.eu (2019: on-line) informuje, je Chlumec nad Cidlinou. Toto město se nachází zhruba třicet kilometrů od Hradce Králové. První zmínky o tomto městě pochází již z roku 1235. Dále zmiňuje, že významným rodem byl rod Šternberků, který nechal vybudovat vodní hrad, který na počátku 18. století nechal hrabě František Ferdinand Kinský přebudovat na šlechtické sídlo známé, jako zámek Karlova Koruna, pojmenované po Karlu IV. a jehož půdorys připomíná korunu. Současnou podobu zámku nechal navrhnout známý barokní architekt Giovanni Santini. Dále upozorňuje na to, že zámek doplňuje řada budov; Tereziánský trakt, Lichtenstejský trakt a empírová oranžerie. Ve městě se nachází muzeum zvané Loreta, kostel sv. Voršily, či socha rebela na návrší Skalka, které je památkou na událost zvanou selské povstání.

Podle Hradecka.eu (2019: on-line) je další významnou oblastí mikroregion Nechanicko, který se skládá z 20 obcí a jehož úkolem je starat se o harmonický rozvoj celé oblasti a podporu cestovního ruchu. Nejvýznamnější stavbou z 19. století je Hrádek u Nechanic, kterému se také přezdívá „malá Hluboká“. Byl nechán postaven rodem Harrachů ve stylu romantické windsorské gotiky. Dále doplňuje, že v okolí zámku je vybudované golfové hřiště, které je součástí anglického parku. Zámek byl prohlášen roku 2002 za národní kulturní památku.

Dále Hradecko.eu (2019: on-line) zmiňuje město Smiřice ležící 10 kilometrů od Hradce Králové, které bylo postavené na horním toku řeky Labe. Zmínky pochází ze 14. století a původně zde vznikla tvrz, která byla přebudována na zámek, kolem kterého se rozvinulo město. Nevýznamnější dominantou města je zámecká kaple Zjevení Páně z období baroka, která byla roku 1996 prohlášena za kulturní památku. Dále za zmínku stojí kostel sv. Václava na vrcholku Chloumek, který má vlastní výroční turistickou známku.

Obec Piletice je podle Hradecka.eu (2019: on-line) významná díky své výhodné poloze v blízkosti krajského města. Upozorňuje, že významnou součástí je Sbor dobrovolných hasičů a to již od roku 1885, který je spjat s kultem sv. Floriána, který se objevuje ve výklencích domů, na obrázcích malovaných na skle, na skleničkách, ale také na hasičských praporech a odznacích. Lákadlem je Šrámkův statek s ukázkou původní lidové architektury se vzácnými dřevěnými objekty.

Další představenou obcí je dle Hradecka.eu (2019: on-line) obec Všestary, která byla strategicky umístěna na obchodní stezce spojující Hradec Králové s Hořicemi a Jičínem. Upozorňuje, že v této oblasti byly objeveny nálezy z doby prehistorické, kamenné či bronzové. Hlavním lákadlem předkládá Pravěkou vesničku, která vznikla výhradně s použitím pravěkých postupů a technologií. Dále zmiňuje, že součástí areálu je také naučná archeologická stezka. Další atraktivitou je kostel Nejsvětější Trojice, Žižkův stůl v Rosnicích, či kotel Proměnění Páně na Chlumu, kde se také nachází památník bitvy 1866.

Posledním zmíněným předkládá Hradecko.eu (2019: on-line) ves Krňovice, která se nachází v blízkosti Třebechovic pod Orebem. Dále informuje, že roku 2002 zde vznikl projekt s cílem připomenout lidovou vesnickou architekturu se vším všudy. Vznikl zde Podorlický skanzen, kde se nachází historické stavby ze dřeva, opuky a cihel, a zemědělské usedlosti s dobovými expozicemi. Je zde možnost pro návštěvníky vyzkoušet si zpracování textilních surovin, práci s domácími zvířaty, výrobu mýdla, ozdob apod.

4.4.1 Regionální gastronomie

Co se týče gastronomie na území Hradecka, možná bude pro některé překvapení, podle brožury Královéhradeckého kraje (2010:8), že se na tomto území dříve konzumovalo více ryb a méně masa; mezi nejoblíbenější maso poté patřilo kůzlečí, skopové, srnčí, drůbež a koroptve. Velmi oblíbené byly také luštěniny, zejména tedy hrách. Dále upozorňuje na oblíbenost polévek a kysaného zelí.

Mezi vybrané pokrmy typické pro Hradecko jsou podle brožury Královéhradeckého kraje (2010: 8-9) cukrovinky z mišpulí, což jsou sladkosti vyráběné ze žlutohnědých plodů sklízených po prvním mrazíku a díky své sladkosti se využívají k výrobě marmelád či různých šťáv; dále zmiňují hradecké koláčky paní Henclové, což jsou sváteční koláče plněné různými náplněmi; dalším překládaným jídlem je královéhradecký kucmoch, neboli lidové postní bezmasé

jídlo, které se vyrábí z brambor a mouky a podává se s máslem a mákem s cukrem či hruškami; poté zmiňují pumprnikl, jedná se o typický hradecký perník, který se podával k čaji; dalším zmíněným je toč z Máslojed, tradiční lidová pochutina vyráběná z brambor, pečená v troubě a podávaná se zelím. Brožura Hradec Králové Region (2016:8) tvrdí, že se mezi další regionální pokrmy řadí chlumecký kapr na modro, jelikož se na Chlumecku nachází spousta rybníků produkujících ryby, zejména kapry, které daly prostor ke vzniku tohoto receptu vařeného kapra podávaného na kořenové zelenině s novými bramborami. Jako další pokrm zmiňují pavlišovský řízek neboli pavlišák, který má původ ve vesnici nedaleko Náchoda, ale objevuje se i na Hradecku a jedná se o klasický řízek v trojbalu podávaný s houskovým knedlíkem a kysaným zelím. Hradec Králové Region (2016:11) představuje jako další jídlo typické pro východní Čechy hladkou Anču, což je polévka z mléka, s bramborami a vejci zahuštěná moukou. Podle brožury Hradecké kulturní a vzdělávací společnosti (2015:5) se mezi speciality Hradecka řadí třebechovický uzžený řízek, což je uzžené maso obalené v těstíčku z česneku, mouky, vajec a šťávou ze zelí podávané s brambory či bramborovou kaší. Podle Pospěchové (2013:112-113) jsou pro Hradecko typické peciválky se sirobem, který se užívá jako alternativa medu a má temně hnědou barvu a přidává se také do vyhlášených hořických trubiček a modlitbiček. Podle Pospěchové (2013:128) se sirob dříve přidával do těsta, nádivek i k mazání palačinek či jiných placek a dětem na chléb.

4.4.2 Regionální produkty

Každý kraj a každá oblast v České republice disponuje svými jedinečnými produkty, které v dané oblasti vytváří neopakované kulturní a přírodní bohatství. Mohou se mezi ně řadit různé řemeslné výrobky, zemědělské či potravinářské produkty, které jsou specifické svým zpracováním, tradiční výrobou či jedinečným uměním. Dohromady tyto produkty tvoří kulturní dědictví České republiky, o kterém je třeba zvyšovat povědomí mezi veřejností a prostřednictvím cestovního ruchu tyto produkty propagovat a nabízet.

Za účelem zvýšení povědomí a zviditelnění některých regionů a jejich produktů byly vytvořeny Regionální značky, které jsou sdruženy v Asociaci regionálních značek. Jak Regionalni-znacky.cz (2019: on-line) uvádí, všechny regionální značky mají stejný vizuální styl propagačních materiálů a jsou pro všechny stejná pravidla získání. Mezi nejdůležitější předpoklady k získání předkládají ekologickou šetrnost a regionální jedinečnost. Smyslem těchto značek je především zvýšení povědomí o tradičních a místních produktech v rámci České republiky.

Mezi typické regionální výrobky na Hradecku je podle brožury Královéhradeckého kraje (2010: 10) kvasnicové pivo Car, které se vyrábí, pouhých deset kilometrů od Hradce Králové, v Bělči nad Orlicí. Tento minipivovar byl založen v roce 1993 a nabízí pivo CAR (12% ležák pro muže), CAREVNU (13% ležák spíše pro ženy) a VČELKU (ležák s příchutí medu). Jako další pivovar předkládá Královéhradecký kraj (2010:11) Partypivovar, který nabízí například typické hradecké pivo bílé, Eliščino královské, medové pivo, či speciální Badebier-Rambouskovo, které je vhodné ke koupelím a nabídku rozšiřují i o nové druhy. Podle brožury Hradecké kulturní a vzdělávací společnosti (2015: 12) je dalším příkladem rodinný pivovar Propper sídlící v Praskačce, který nabízí kvasnicové a nepasterované pivo, v nabídce je světlý, polotmavý ležák i tmavé pivo, specialitou je poté rakytníkové pivo. Posledním zmíněným pivem bude Hradecký klenot, který vznikl přestavbou sklepení tří sousedících domů na Velkém náměstí v Hradci Králové a vznikl tak nový Městský pivovar, který funguje od roku 2016, nabízí tři druhy piva, které jsou k dostání v desítkách zařízení na Hradecku, jak uvádí HradeckyKlenot.cz (2018: on-line).

Vedle piva předkládá Hradecká kulturní a vzdělávací společnost (2015:14-16) i další nápoje, mezi které řadí; farmářský cider z Chlumce nad Cidlinou; litobořský mošt vyráběný z kvalitního ovoce a zeleniny pouze od českých pěstitelů; přírodní medová vína značky Naturel vznikající podle starých receptů s použitím bylin a koření; Pepe coffee, pražírnu z východních Čech, která si zakládá na čerstvé a kvalitní kávě nabízející jedenáct druhů nejkvalitnější kávy z různých koutů světa.

Mezi další regionální specialitu zařazuje Královéhradecký kraj (2010:12) plísňový sýr nivového typu vyráběného v obci Dolní Přím s historií sahající až k roku 1879. Dále jsou zmíněny pralinky mistra cukráře, které jsou vyráběny z nejjemnější pravé čokolády přímo pod Bílou věží v uměleckém Cukrářství U Rudolfa. Mezi dalšími typickými výrobky jsou představeny martinské rohlíčky s makovou náplní, které se pečou na svátek svatého Martina a vyrábějí se dle lidových receptur s makovou náplní, posypem a cukrovou polevou. Hradec Králové Region (2016:23) poukazuje na další typický výrobek čokoládu Jordi's, jejíž produkce pochází přímo z centra Hradce Králové a v nabídce je spousta variací především mléčné čokolády s kousky velmi kvalitních kakaových bobů, díky kterým získali v roce 2015 stříbrnou medaili od britské asociace Academy of Chocolate.

Mezi certifikované produkty Hradecka týkající se gastronomie aktuálně podle Hradeckyvenkov.cz (2019: on-line) patří: džemy, sirupy, kečupy, povidla, pečené čaje a zdravé tyčinky paní Marcely Novákové z Hradce Králové, pivo Hradecký Klenot z Královéhradeckého měšťanského pivovaru, balená káva z LAMCAFÉ pana Patrika Lamky z Hradce Králové, čerstvě pražená káva firmy MLSOUN z Hradce Králové, sušené maso a masové bonbony z firmy POCTIVÝ GRUND pana Romana Plase z Libčan, sýr s ušlechtilou plísní uvnitř hmoty ze společnosti NIVA z Dolního Přímu, sirob z cukrové řepy z Minicukrovaru Mžany paní Petry Stránské a levandulky, levandulové sušenky z firmy NOŽIČKA z Hradce Králové.

4.4.3 Regionální potraviny

Dále se vyskytuje označení Regionální potravina, která nese označení ocenění potravin regionálního původu a podporuje tím zejména malé a střední výrobce daných regionů. Tyto výrobky jsou poté podle SZIF.cz (2019: on-line) propagovány jak na regionální, tak i na celostátní úrovni. Dále informuje o tom, že se jedná nejen o podpoření regionálních výrobců, ale také zaručuje spotřebitelům kvalitní potraviny s místním původem a tradicí.

Podle Hradecké kulturní a vzdělávací společnosti (2015:5) společností, která získala ocenění Potravina a Potravinář Královéhradeckého kraje v roce 2013, je firma ChovServis sídlící v Hradci Králové a vyrábějící masné výrobky, mezi ty oceněné patří klobása vídeňská, selská paštika, šunka Sedlák a pirožkový bok, které nesou označení Regionální potravina či národní značku kvality KLASA. Označení KLASA nese také cibule ze Všestar, jak zmiňuje Hradecká kulturní a vzdělávací společnost (2015, 8). Dalším oceněným je Smetanův statek, který se zaměřuje na pěstování brambor, zelí a cibule. Statek se umístil na druhém místě v soutěži Farma roku 2012 se svými výrobky: zelný salát s koprem a farmářské kysané zelí, získal ocenění Regionální potravina. Hradecká kulturní a vzdělávací společnost (2015, 18) označuje jako dalšího držitele ocenění Regionální potravina rodinnou farmu F. Kejklíček, která toto ocenění získala za plotišťské tajemství, neboli nakrájené kostky sýra ve slunečnicovém oleji s chilli a za selský zrající sýr. Mezi další držitele tohoto ocenění patří Cvrček Pavel se svou rodinnou firmou zaměřenou na zpracování rakytníku řešetlákového, který má hojivé a léčebné účinky. Vedle rakytníku zpracovávají také další ovoce. Podle Hradecké kulturní a vzdělávací společnosti (2015, 26) získalo toto ocenění také Pekařství Libor Obešlo s jejich Měnickým pecnem a svátečním koláčem s povidlovou náplní. Dalším předkládaným pojmem je předměřická mouka, která se může pyšnit značkou KLASA, Český výrobek, Regionální potravina a Mouka roku.

Mezi další současné držitele označení Regionální potraviny roku jsou podle Regionalnipotravina.cz (2019: on-line) filet kapra a kapří medailonky z Rybářství Chlumce nad Cidlinou; skalický uherák a vepřová šunka delikates ze společnosti Skaličan a.s.; babiččina kostka jako cukrářský výrobek Kvíčerovské pekárny; syrové kravské mléko z Agrodružstva Lhoty pod Libčany; smetánkový mls Pavlíný Páchové; větrník šlehačkový Zuzany Vaisové; bohuslavsická vepřovka ze ZEPA Bohuslavice; bělohradský chléb z pekařství Josefa Rýdla a jeho kremrole; zauzený farmářský sýr společnosti FARMERS s. r. o.; vepřové sádlo se škvarky z rampuše Petra Sokola; křížaly z farmy Miroslava Frydrycha; bio ovčí mléko od výrobkyně Moniky Menčíkové; karamelová pochoutka farmy SOKOL; zauzená paštika s brusinkou Jindřicha Uhlíře, či hovězí sušené maso chilli Ondřeje Plase – MASO HERE a další.

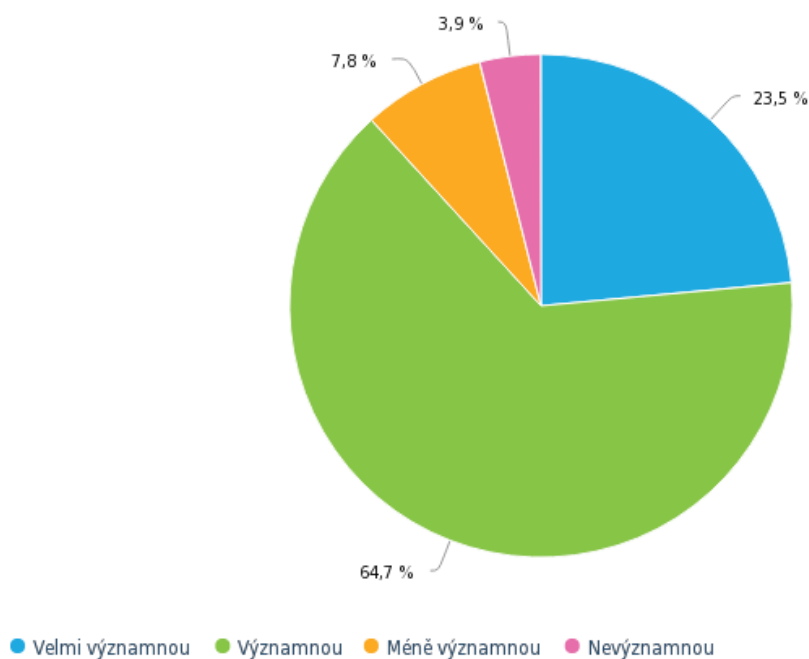
4.5 Výsledky šetření

Jak již bylo zmíněno v úvodní kapitole empirické části, dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 51 manažerů stravovacích zařízení z Hradce Králové. Jedná se celkem o 35 mužů a 16 žen, kteří vyplnili dotazník, a 51% se pohybuje ve věkovém rozmezí 31 – 40 let. Většina respondentů pracuje ve stravovacím zařízení déle než 5 let (21 dotazovaných) + dalších 5 respondentů odpovědělo, že v zařízení pracují déle než 10 let. Nadpoloviční většina dotazovaných (32 odpovědí) poukázala na to, že mají vzdělání v gastronomii.

Další výsledky odpovědí jsou rozvedeny níže.

4.5.1 Význam a propagace české gastronomie v kulturním dědictví

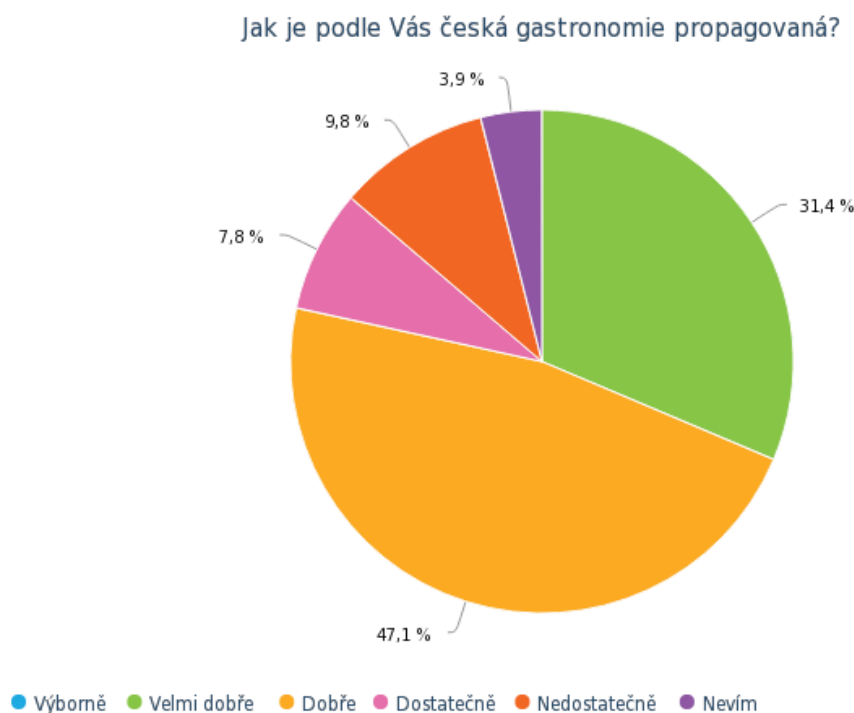
Jak významnou součástí kulturního dědictví je česká gastronomie?



Graf 1 Jak významnou součástí kulturního dědictví je česká gastronomie?

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výše uvedeného grafu je evidentní, že nadpoloviční většina manažerů stravovacích zařízení (64,7% = 33 odpovědí) uvedla, že je pro ně gastronomie významnou součástí kulturního dědictví. Dokonce 12 dotazovaných (23,5%) uvedla českou gastronomii jako velmi významnou součást kulturního dědictví. Za nevýznamnou ji označili pouze 2 respondenti (3,9%) a za méně významnou 4 respondenti (7,8%).

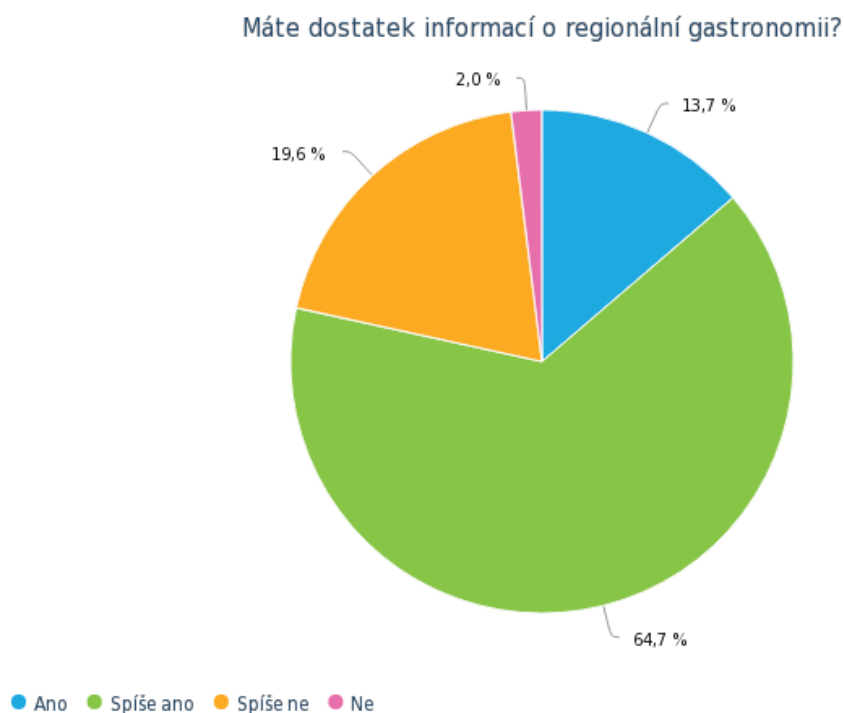


Graf 2 Jak je podle Vás česká gastronomie propagovaná?

Zdroj: Vlastní zpracování

Co se týká propagace české gastronomie, téměř polovina (47,1% = 24 respondentů) ji označila jako dobrou. Velmi dobré hodnocení propagace poté uvedlo 16 respondentů (31,4%), dostatečné 4 respondenti (7,8%) a nedostatečné 5 hlasů (9,8%). Zajímavostí je, že nikdo neoznačil propagaci české gastronomie jako výborné, a odpověď nevím použili 2 dotazovaní (3,9%).

4.5.2 Informovanost manažerů stravovacích zařízení o regionální gastronomii

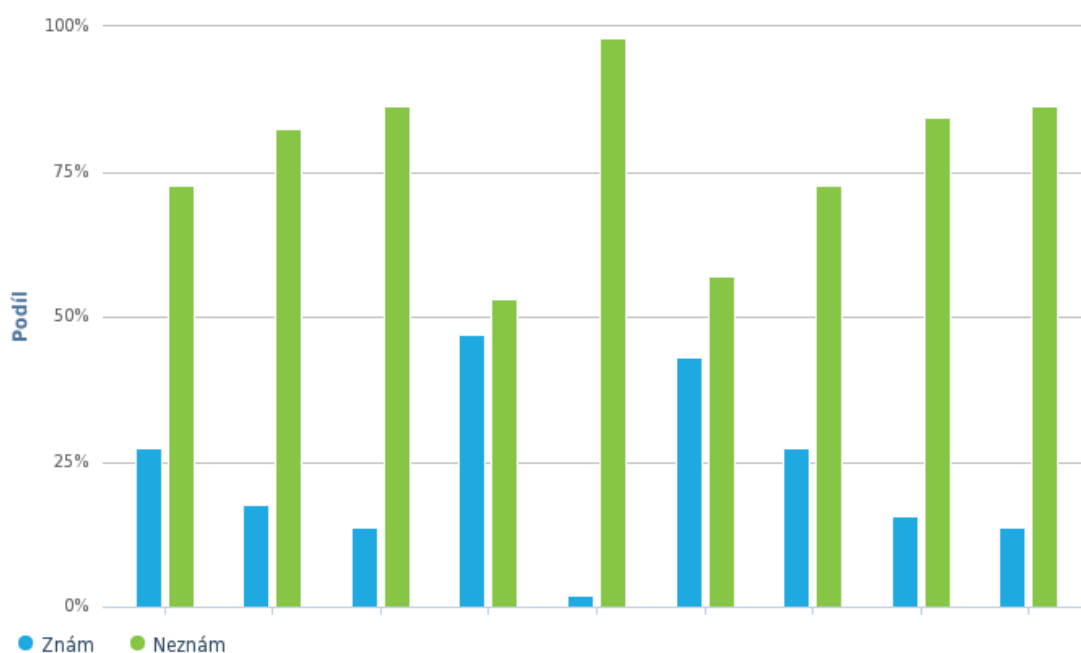


Graf 3 Máte dostatek informací o regionální gastronomii?

Zdroj: Vlastní zpracování

Ve výše uvedeném grafu je zcela zřetelně vidět, že nejvíce odpovědí na otázku, o dostatku informací o regionální gastronomii, získala možnost spíše ano (64,7% = 33 odpovědí), spíše ne zvolilo 19,6% (10 dotazovaných), ano 13,7% (7 dotazovaných) a odpověď ne pouze 1 respondent.

Které z uvedených publikací znáte? Zaškrňte.



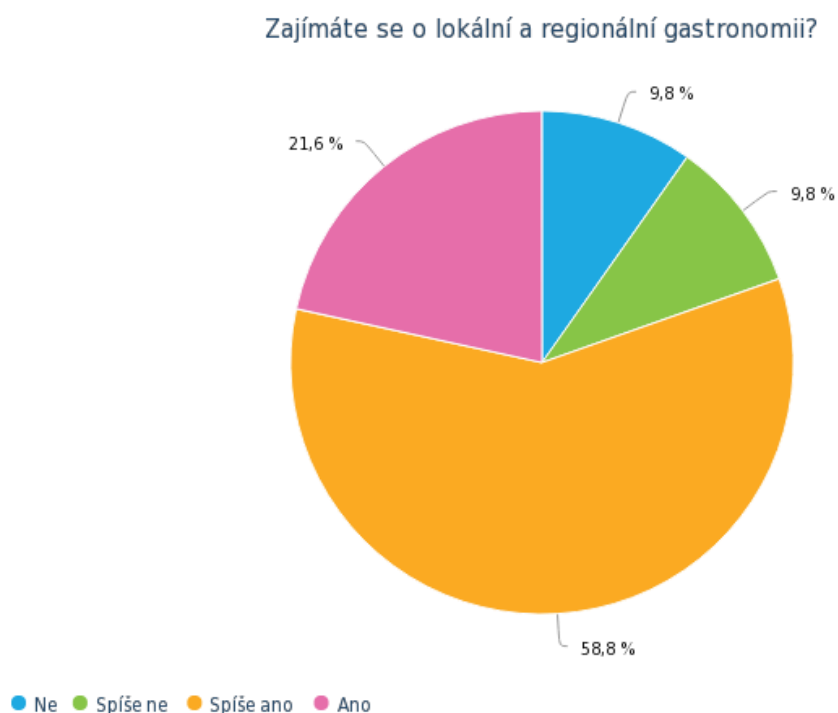
Publikace	Z	N
1 Kulinářské Hradecsko: Za dobrotou po Hradecku	14	37
2 Speciality nad Regional Foods of Hradec Králové Region: Discover the Hradec Králové Region	9	42
3 Gastrospeciality Královéhradeckého kraje: Specjalności gastronomiczne w Kraju Kralowehradeckim	7	44
4 Petra Pospěchová - Regionální kuchařka	24	27
5 Václav Malovický – Co chutná mezi Orlicí, Labem a Cidlinou	1	50
6 Eva Obůrková, Štěpánka Orsáková – Ochutnejte Českou republiku	22	29
7 Angela Garcia – Česká kuchařka: to nejlepší z české kuchyně	14	37
8 Jaroslav Vašák – Putování s vařečkou po Čechách, Moravě a Slezsku	8	43
9 Jaroslav Vašák – Regionální pokrmy z Čech, Moravy a Slezska	7	44

Graf 4 Které z uvedených publikací znáte?

Zdroj: Vlastní zpracování

V návaznosti na předchozí otázku bylo uvedeno několik publikací, ze kterých dotazovaní měli vybírat, zda danou publikaci znají, či nikoliv. Většina odpovědí byla negativní, totiž že dotazovaní dané knihy neznají. Nejznámější publikací podle respondentů je Petra Pospěchová a její Regionální kuchařka (24 kladných odpovědí) a hned v závěsu Eva Obůrková a Štěpánka Orsáková s Ochutnejte Českou republiku (22 kladných odpovědí) a se stejným počtem 14 hlasů to je Kulinářské Hradecko: Za dobrotou po Hradecku a Angela Garcia – Česká kuchařka: to nejlepší z české kuchyně.

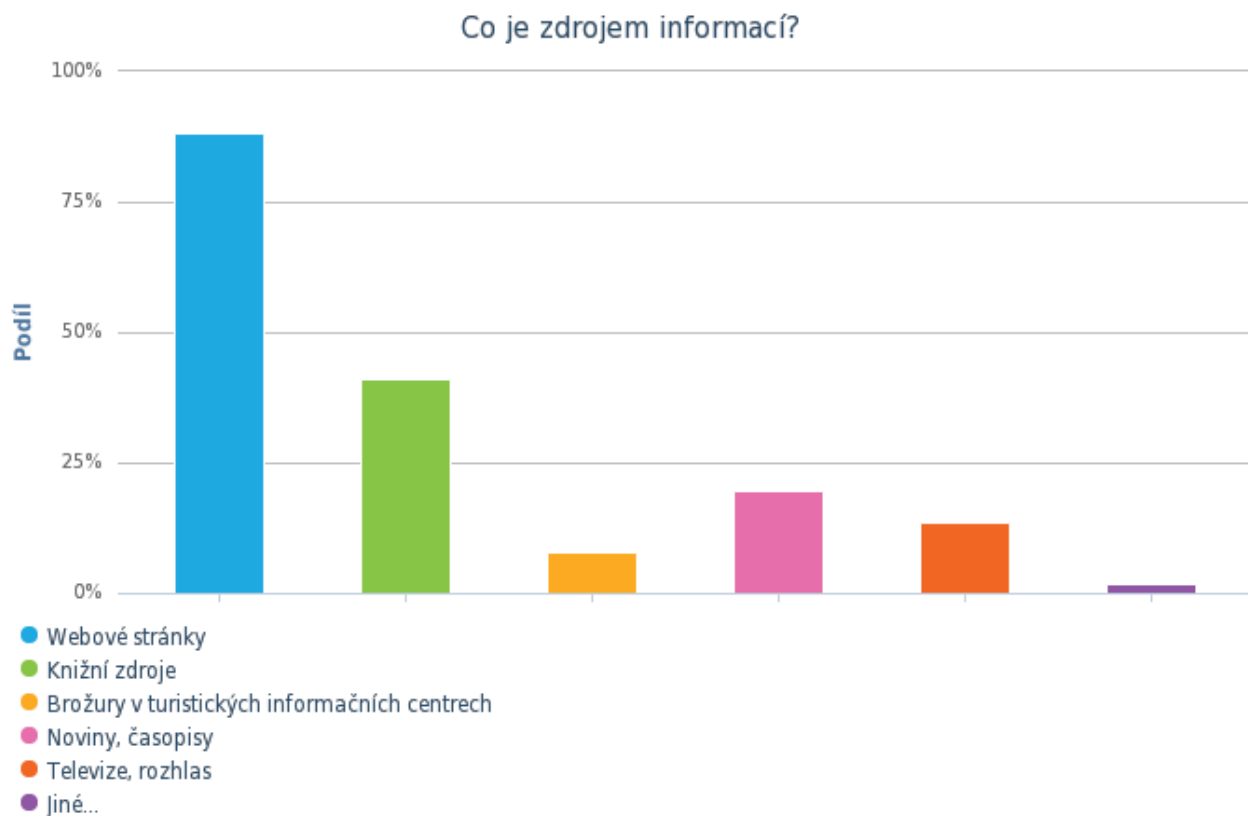
4.5.3 Zájem manažerů stravovacích zařízení o regionální gastronomii a produkty



Graf 5 Zajímáte se o lokální a regionální gastronomii?

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výše znázorněného grafu je patrné, že více než polovina tj. 58,8% (30 respondentů) uvedlo, že se o lokální a regionální gastronomii spíše zajímá a 21,6% (11 respondentů) odpověděli, že se o ni zcela zajímají. Na druhou stranu 5 hlasů (9,8%) zvolilo odpověď, že se o ni spíše, či zcela nezajímají.

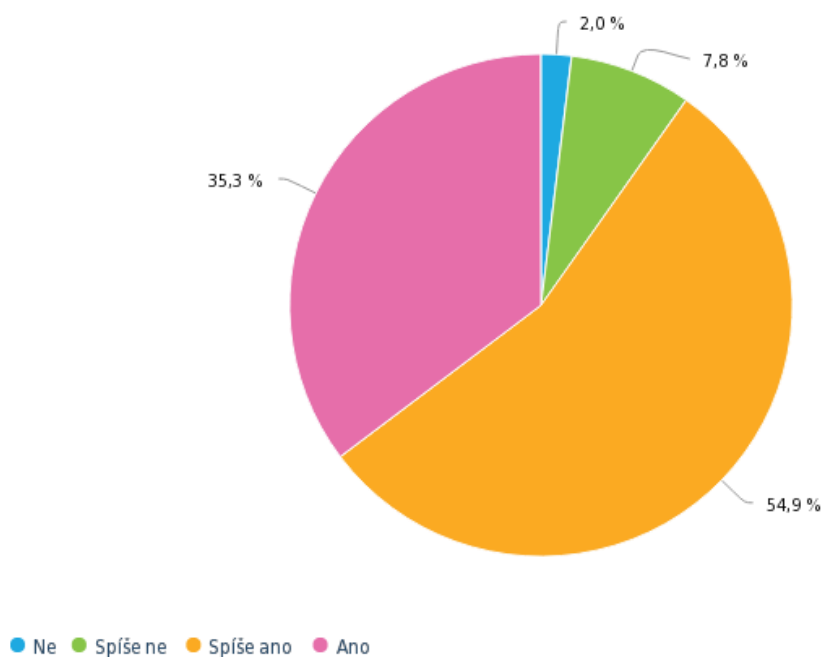


Graf 6 Co je zdrojem informací?

Zdroj: Vlastní zpracování

Co se týká zdroje informací o lokální a regionální gastronomii, 45 respondentů získává informace z webových stránek, 21 z knižních zdrojů, 10 z novin a časopisů, 7 z televize a rozhlasu, 4 využívají brožury v turistických informačních centrech a 1 respondent zvolil jiné a sdělil, že dbá na osobní doporučení.

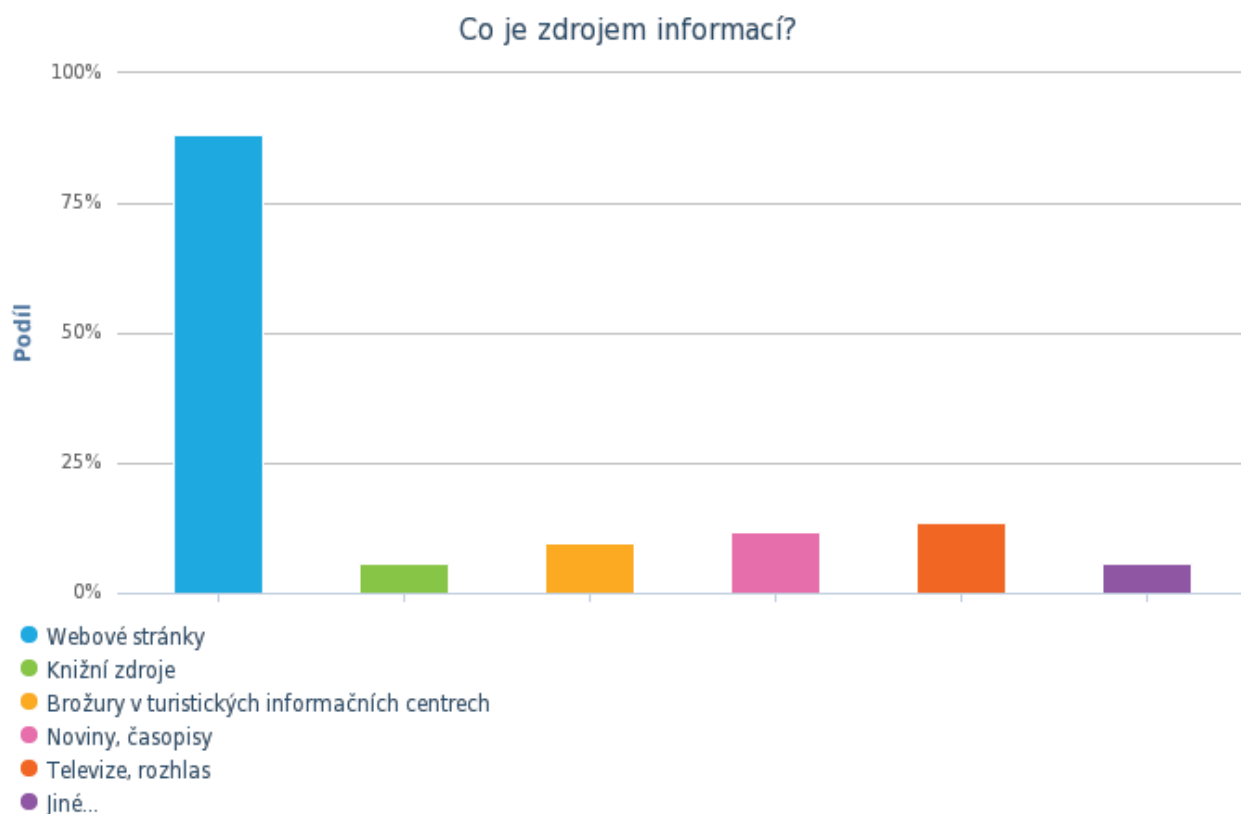
Zajímáte se o lokální a regionální produkty?



Graf 7 Zajímáte se o lokální a regionální produkty?

Zdroj: Vlastní zpracování

Pozitivnější to je s lokálními a regionálními produkty oproti gastronomii. Nadpoloviční většina (54,9% = 28 respondentů) odpověděla, že se o ně spíše zajímají a 35,3% (18 respondentů) se o ně zcela zajímá. Spíše ne zvolilo 7,8% (4 respondenti) a pouze 1 respondent (2%) zvolil odpověď, že se nezajímá.

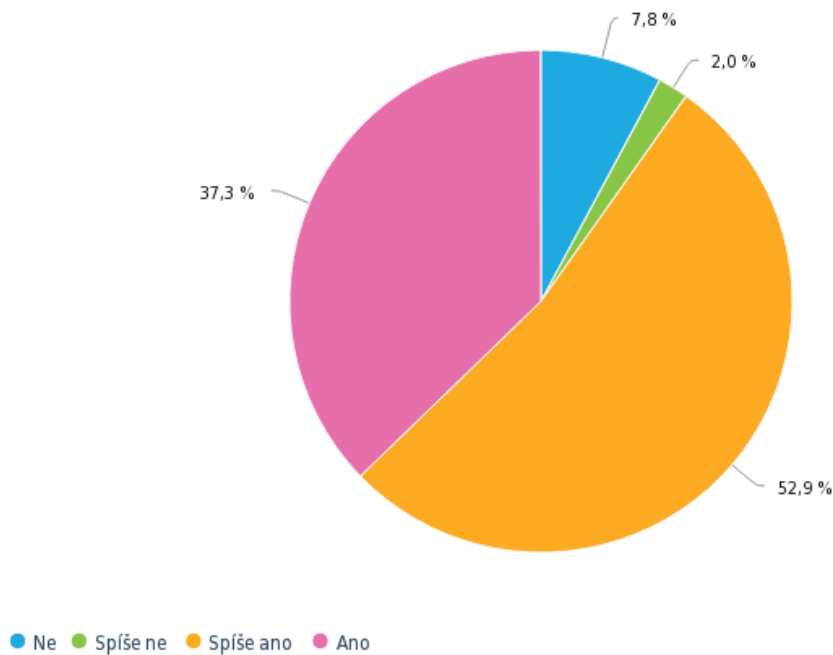


Graf 8 Co je zdrojem informací?

Zdroj: Vlastní zpracování

Jednoznačně jsou zdrojem informací o lokálních a regionálních produktech webové stránky, které zvolilo 45 respondentů. Objevuje se také menšina upřednostňující televizi a rozhlas (7 hlasů), noviny a časopisy (6 hlasů), brožury v turistických informačních centrech (5 hlasů), knižní zdroje (3 hlasy) a jiné zvolili taktéž 3 respondenti a uvádějí osobní zkušenost, doporučení kolegů a dobrou nabídku.

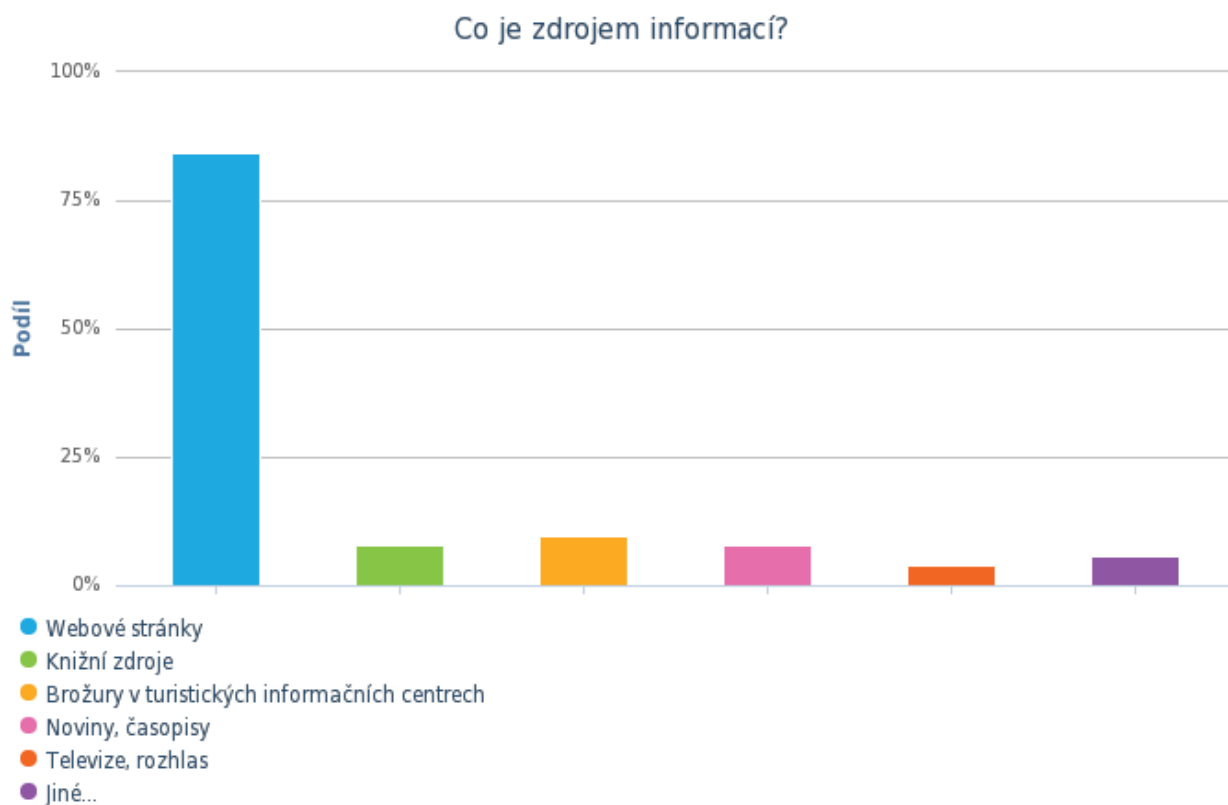
Zajímáte se o lokální a regionální potraviny?



Graf 9 Zajímáte se o lokální a regionální potraviny?

Zdroj: Vlastní zpracování

Podobné jako s lokálními a regionálními produkty to je také s lokálními a regionálními potravinami. 52,9% (27 respondentů) zvolilo odpověď, že se spíše zajímají o lokální a regionální potraviny, 37,3% (19 respondentů) zvolilo, že se zajímají a pouze 1 dotázaný (2%) odpověděl, že se spíše nezajímá a 4 respondenti (7,8%), že se vůbec nezajímají.



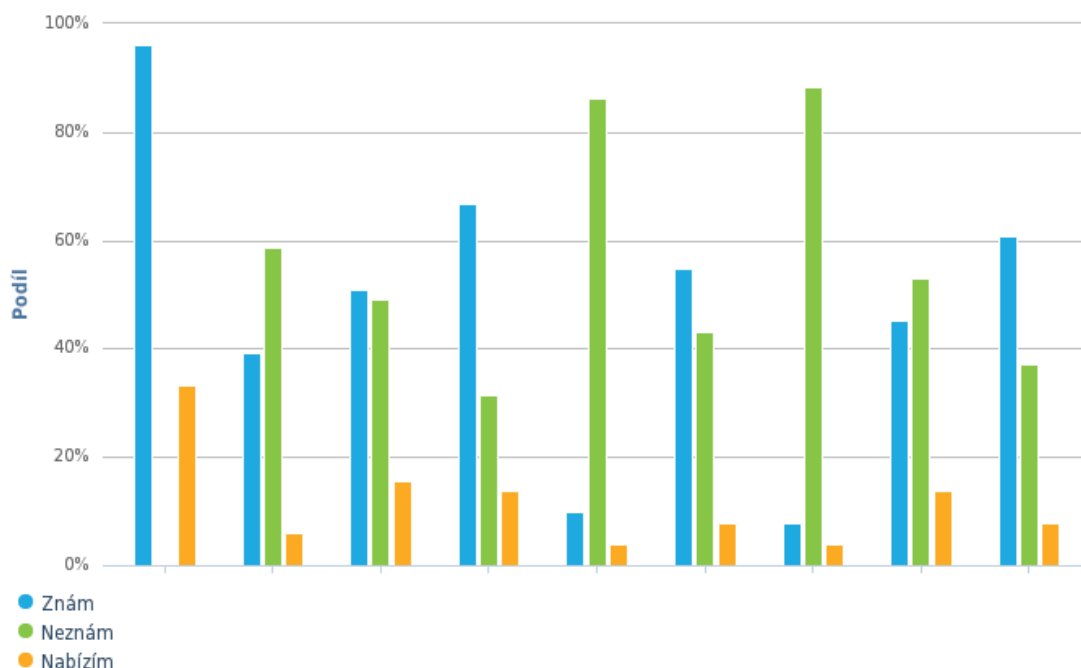
Graf 10 Co je zdrojem informací?

Zdroj: Vlastní zpracování

Opět zdrojem informací o lokálních a regionálních potravinách jsou webové stránky (43 hlasů). V menšině jsou brožury v turistických informačních centrech (5 hlasů), knižní zdroje (4 hlasy), noviny a časopisy (rovněž 4 hlasy), televize a rozhlas (2 hlasy) a jiné zvolili 3 respondenti a opět se jedná se osobní zkušenost, doporučení kolegů a dobrou nabídku.

4.5.4 Znalost typických regionálních produktů

Které typické regionální produkty pro Hradec Králové znáte/nabízíte? Zaškněte, které znáte, a které nabízíte.

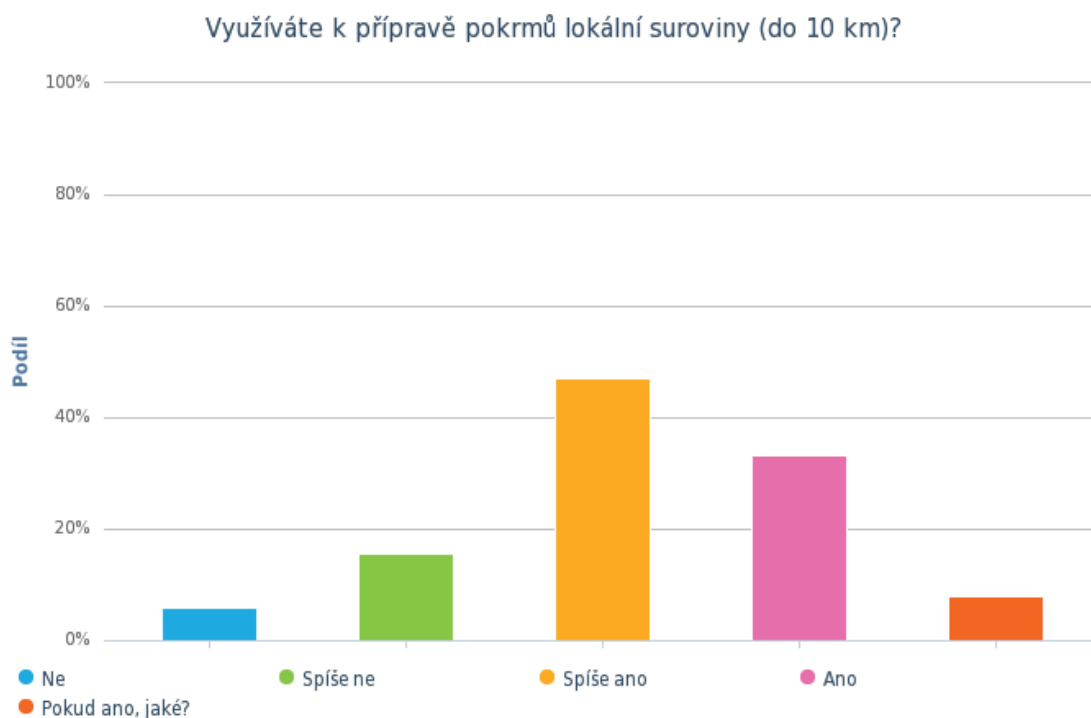


	Znám	Neznám	Nabízím
Hradecký klenot	49	0	17
Hradecké bílé pivo	20	30	3
Medová vína Naturel	26	25	8
Pepe coffee	34	16	7
Cukrovinky z mišpulí	5	44	2
Hradecké koláčky paní Henclové	28	22	4
Pumprnikl k čaji	4	45	2
Peciválky se sirobem	23	27	7
Martinské rohlíčky s mákem	31	19	4

Graf 11 Které typické regionální produkty pro Hradec Králové znáte/nabízíte?

Zdroj: Vlastní zpracování

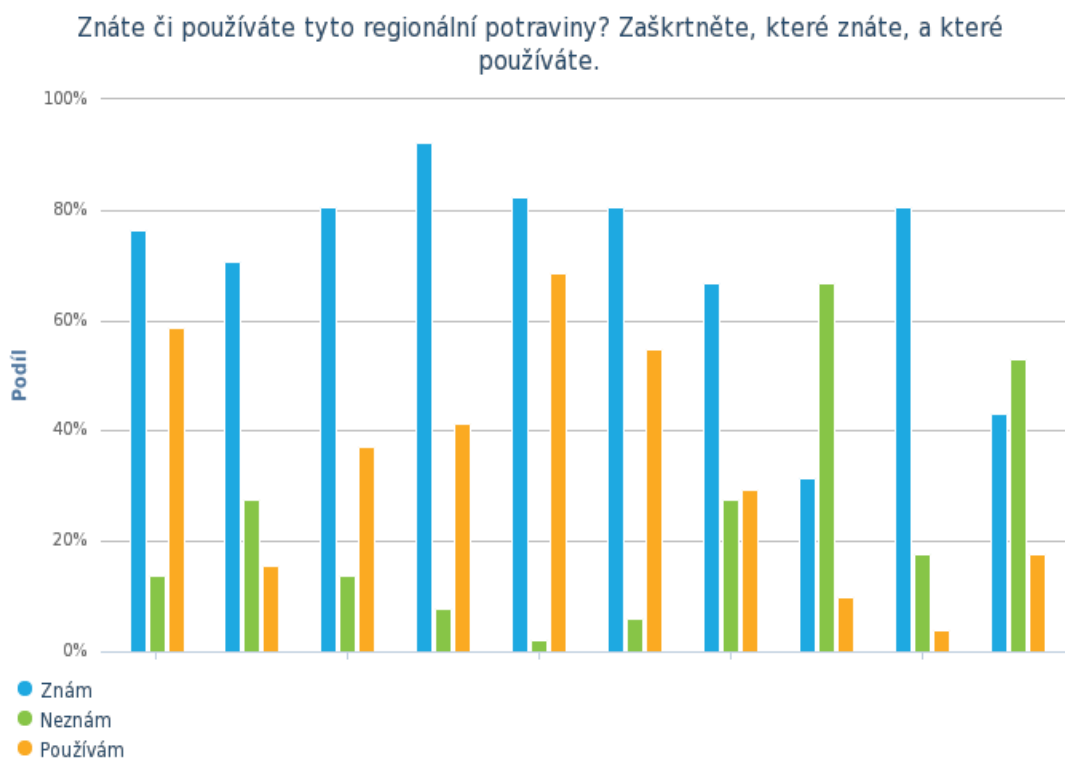
Z výše uvedeného grafu je patrné, které produkty typické pro Hradecko jsou mezi manažery stravovacích zařízení rozšířené, a které nikoliv. Nejvíce informovaní jsou manažeři o pivu Hradecký klenot, který znají téměř všichni dotazovaní a dokonce 17 z nich ho i nabízí ve své restauraci. Hradecké bílé pivo více lidí nezná (30 dotázaných) a je k dispozici pouze ve třech stravovacích zařízeních. Medová vína Naturel zná polovina dotázaných (26 hlasů) a je k dispozici v 8 zařízeních. Pepe coffee zná nadpoloviční většina dotázaných (34 hlasů) a pyšní se v nabídce 7 restaurací. Cukrovinky z mišpulí téměř nikdo nezná (44 záporných hlasů), nicméně nalezneme je ve 2 restauracích. Hradecké koláčky paní Henclové jsou mezi manažery celkem rozšířené (28 kladných odpovědí) a nabízí je 4 hradecké restaurace. Pumprnikl k čaji je již téměř zapomenut (45 záporných odpovědí) a nabízejí ho ve 2 stravovacích zařízeních. Peciválky se sirobem zná (23 manažerů) a nabízí je 7 restaurací. Martinské rohlíčky s mákem má v povědomí (31 manažerů) a nalezneme je v nabídce 4 stravovacích zařízení v Hradci Králové.



Graf 12 Využíváte k přípravě pokrmů lokální suroviny?

Zdroj: Vlastní zpracování

Na otázku, zda stravovací zařízení využívají k přípravě pokrmů lokální suroviny, odpovědělo 47,1% (24 respondentů), že spíše ano, 33,3% (17 respondentů), že ano, pouze 15,7% (8 hlasů), odpovědělo, že spíše ne a vůbec ne zvolilo pouze 5,9% (3 respondenti).



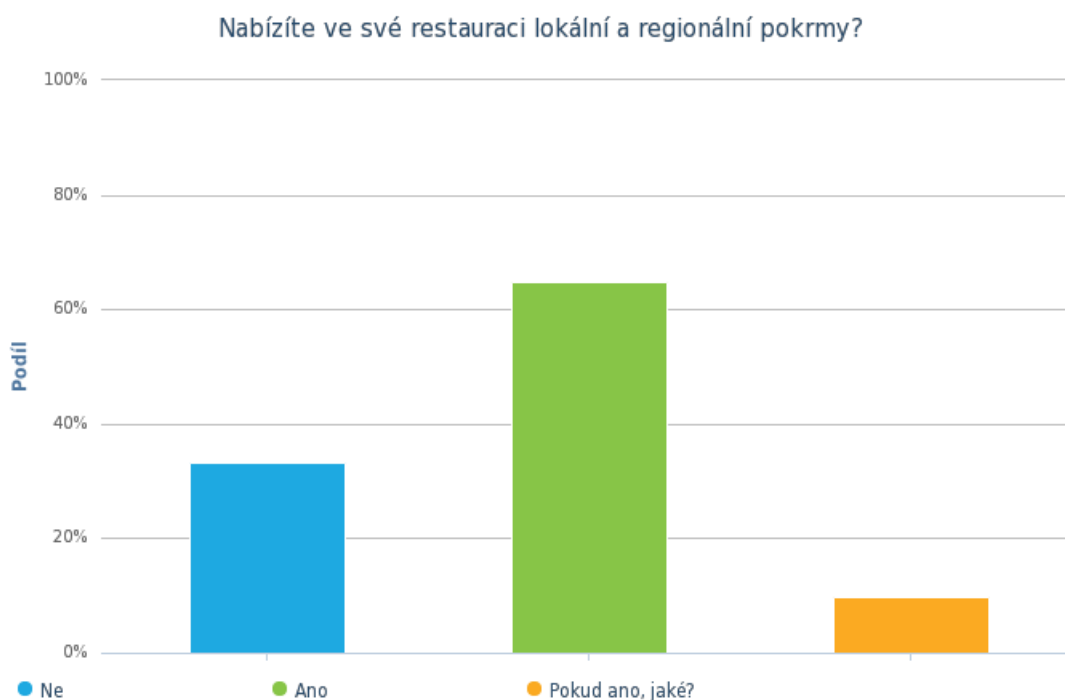
	Znám	Neznám	Používám
Sýr niva z Dolního Přímu	39	7	30
Čokoláda Jordi's	36	14	8
Masné výrobky ChovServis	41	7	19
Masné výrobky Skaličan a.s.	47	4	21
Předměřická mouka	42	1	35
Cibule ze Všestaru	41	3	28
Sýry a mléčné výrobky z farmy Kejklíček	34	14	15
Pečivo z pekařství Libora Obešla	16	34	5
Kapry z Rybářství Chlumeck nad Cidlinou	41	9	2
Brambory a zelí ze Smetanova statku	22	27	9

Graf 13 Znáte či používáte tyto regionální potraviny?

Zdroj: Vlastní zpracování

Co se týká regionálních potravin a jejich využití v restauračních zařízeních v Hradci Králové, napoví nám předchozí graf. Mezi ty nejznámější lze zařadit sýr niva z Dolního Přímu, o kterém ví 39 dotazovaných a dokonce 30 z nich je používají k přípravě jídel ve své restauraci. Podobné to je s předměřickou moukou, kterou zná 42 dotazovaných a používá ji 35 z nich. Dále hodně využívané jsou masné výrobky ChovServis, o kterých má povědomí 41 dotázaných a 19 jich využívá. Dále masné výrobky Skaličan a.s. se pyšní popularitou 47 hlasů a 21 restaurací je používá. Čokoláda Jordi's je též známá, 36 hlasů, nicméně ji využívá pouze 8 zařízení. Cibuli ze Všestar zná 41 manažerů a ve svých zařízeních jich používá celkem 28. Poté jsou známé sýry a mléčné výrobky z farmy Kejkliček se svými 34 hlasy a 15 odběrateli. Pečivo z pekařství Libora Obešla je již méně známo, pouze 16 hlasů a 5 stravovacích zařízení využívající jejich služby. Nadpoloviční většina má informaci o tom, že jsou k dostání kapři z rybářství v Chlumci nad Cidlinou, nicméně pouze dvě z nich tuto nabídku využívá. A poslední zmíněnou potravinou jsou brambory a zelí ze Smetanova statku, které rovněž zná menšina (22 respondentů) a využívá ke své přípravě 9 restaurací.

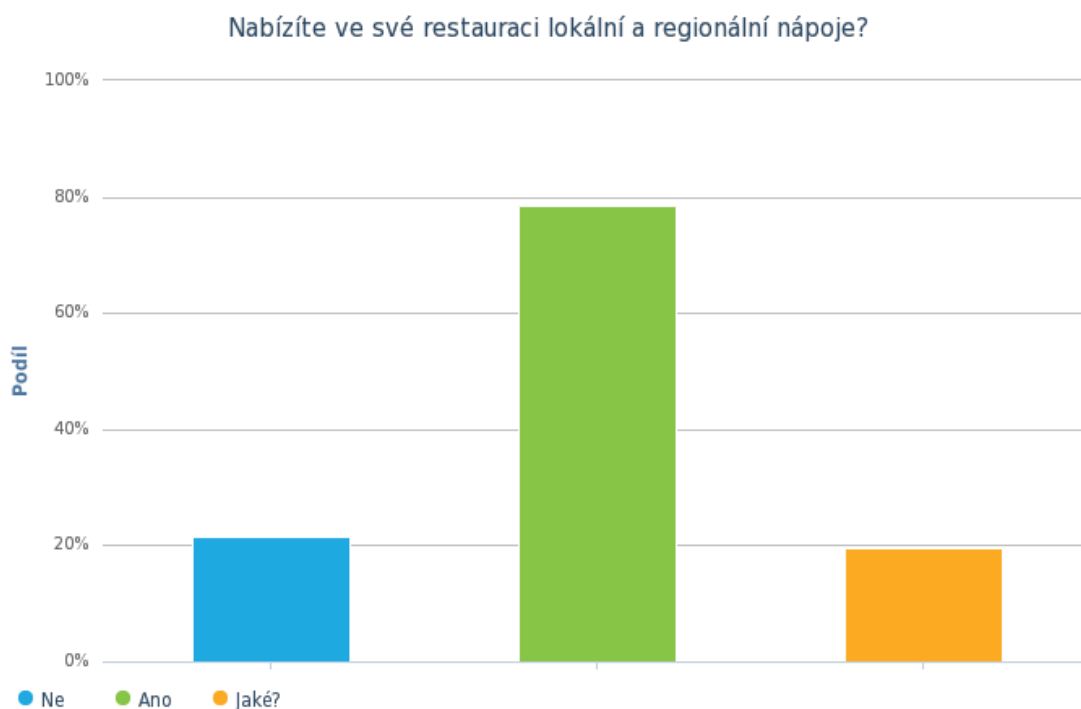
4.5.5 Nabídka lokálních a regionálních pokrmů a nápojů



Graf 14 Nabízíte ve své restauraci lokální a regionální pokrmy?

Zdroj: Vlastní zpracování

Na otázku, zda manažeři stravovacích zařízení nabízejí ve své restauraci lokální a regionální pokrmy, odpověděla většina (66,6% = 34 hlasů), že ano, zbylých 33,3% (17 hlasů), že ne. V podotázce jaké, byly uvedeny pokrmy: pavlišovský řízek, buchty se sirobem, kyselo, bramboráky, ryby z Chlumce n. Cidlinou, niva, sýry, svíčková, vepřo knedlo zelo, guláš, ovocné knedlíky. Odpovědi se často opakovaly a ne všechny byly správně zařazené do oblasti Hradecka.



Graf 15 Nabízíte ve své restauraci lokální a regionální nápoje?

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výše vyobrazeného grafu týkajícího se nabídky lokálních a regionálních nápojů, je patrné, že většina tj. (78,4% = 40 respondentů) odpovědělo, že jsou v jejich zařízení k dispozici lokální a regionální nápoje. 21,8% (11 respondentů) uvedlo, že v nabídce regionální nápoje nemají. V podotázce, jaké nápoje nabízejí, se objevovaly zejména tyto: Hradecký klenot, pivo Primátor, pivovar 713, domácí limonády, medová vína Naturel, mošty, vína, piva obecně, becherovka, slivovice. Opět se odpovědi překrývaly a ne vždy byly správné ve vztahu k dané oblasti,

4.5.6 Zájem zákazníků o lokální a regionální pokrmy a nápoje



Graf 16 Mají zákazníci zájem o lokální a regionální pokrmy?

Zdroj: Vlastní zpracování

Na otázku, zda mají zákazníci zájem o lokální pokrmy, byla nejčastější odpověď spíše ano (55,8% = 29 hlasů), poté další větší část zaujímá odpověď spíše ne (26,9% = 14 hlasů), další odpovědí bylo ano (11,5% = 6 hlasů), ne (1,9% = 1 hlas) a nevím (3,8% = 2 hlasy).

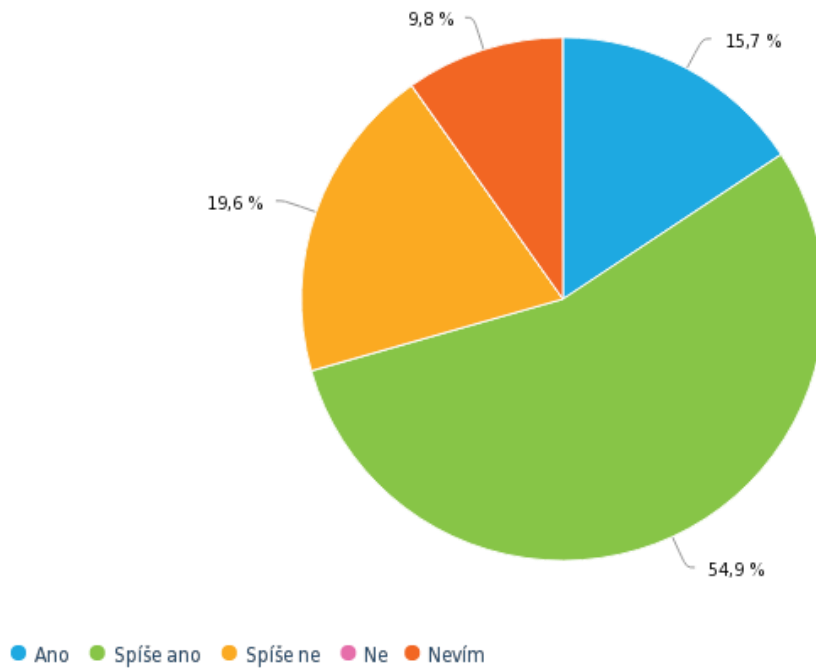


Graf 17 Pokud ano, o jaké zákazníky se jedná?

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka, rozvíjející otázku předchozí, jací zákazníci mají o regionální pokrmy zájem, byla celkem jednoznačně zodpovězena 65,9% (27 hlasů), že jde spíše o tuzemské návštěvníky. Možnost, že jde převážně o cizince, zvolilo 7,3% (3 respondenti), stejný podíl cizinců a tuzemských návštěvníků označilo 12,2% (5 respondentů) a 14,6% (6 dotázaných) nedokázalo posoudit.

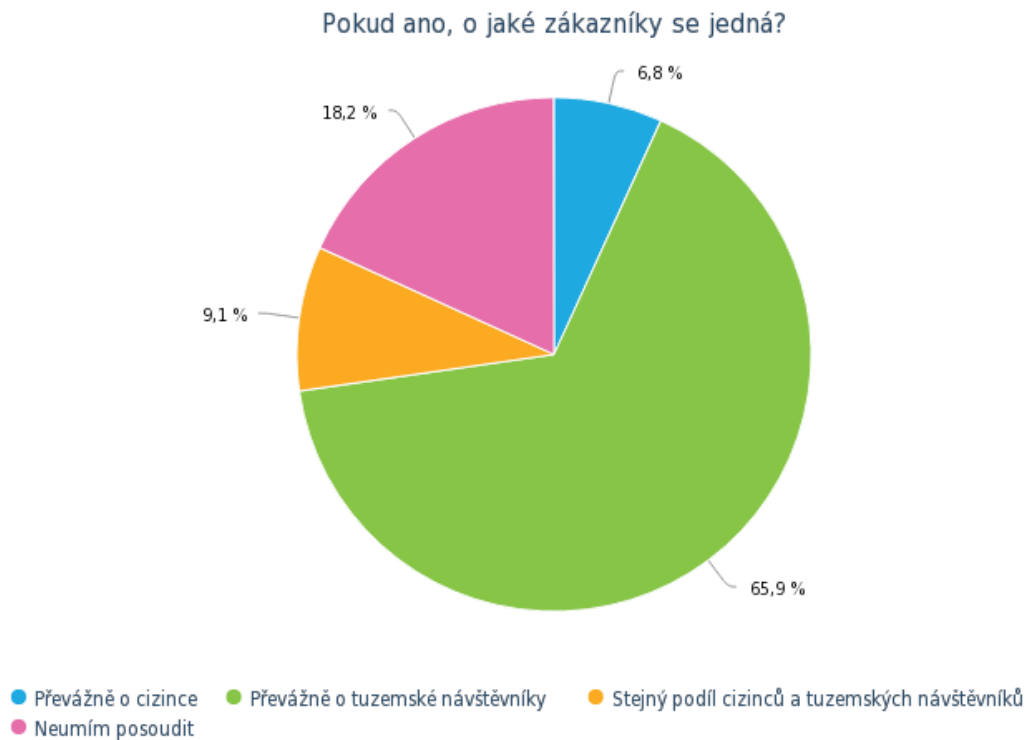
Mají zákazníci zájem o lokální a regionální nápoje?



Graf 18 Mají zákazníci zájem o lokální a regionální nápoje?

Zdroj: Vlastní zpracování

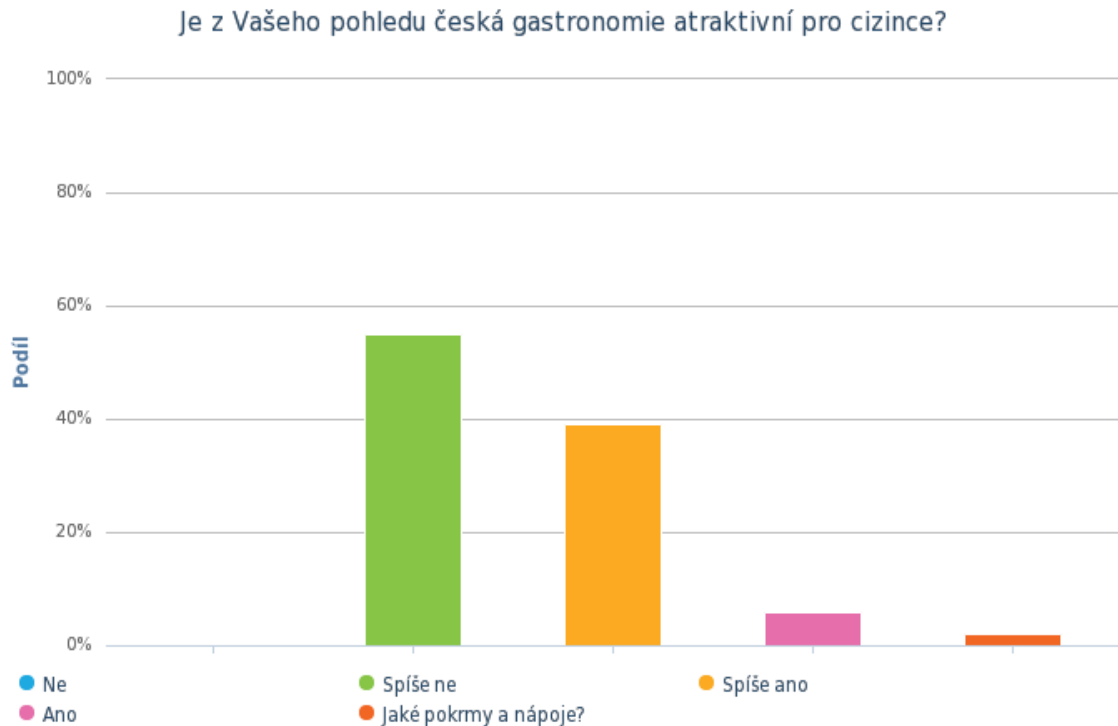
Zájem návštěvníků stravovacích zařízení o lokální a regionální nápoje je celkově kladný. Nadpoloviční většina 55,8% (29 dotázaných) odpovědělo spíše ano, zcela ano zvolilo 15,4% (8 dotázaných), spíše ne 19,2% (10 dotázaných), nikdo nezvolil možnost ne a 9,6% (5 dotázaných) nevědělo.



Graf 19 Pokud ano, o jaké zákazníky se jedná?

Zdroj: Vlastní zpracování

Stejně jako se zájmem návštěvníků o lokální pokrmy, je tomu tak i s nápoji, že největší zájem projevují tuzemští návštěvníci tj. 64,4% (29 hlasů). Že jde převážně o cizince, zvolilo 6,7% (3 hlasy), stejný podíl cizinců a domácích návštěvníků označilo 8,9% (4 hlasy) a nedokázalo posoudit 20% (9 respondentů). Při porovnání zájmu o nápoje a pokrmy vychází, že více cizinců má zájem o regionální jídlo než o nápoje.



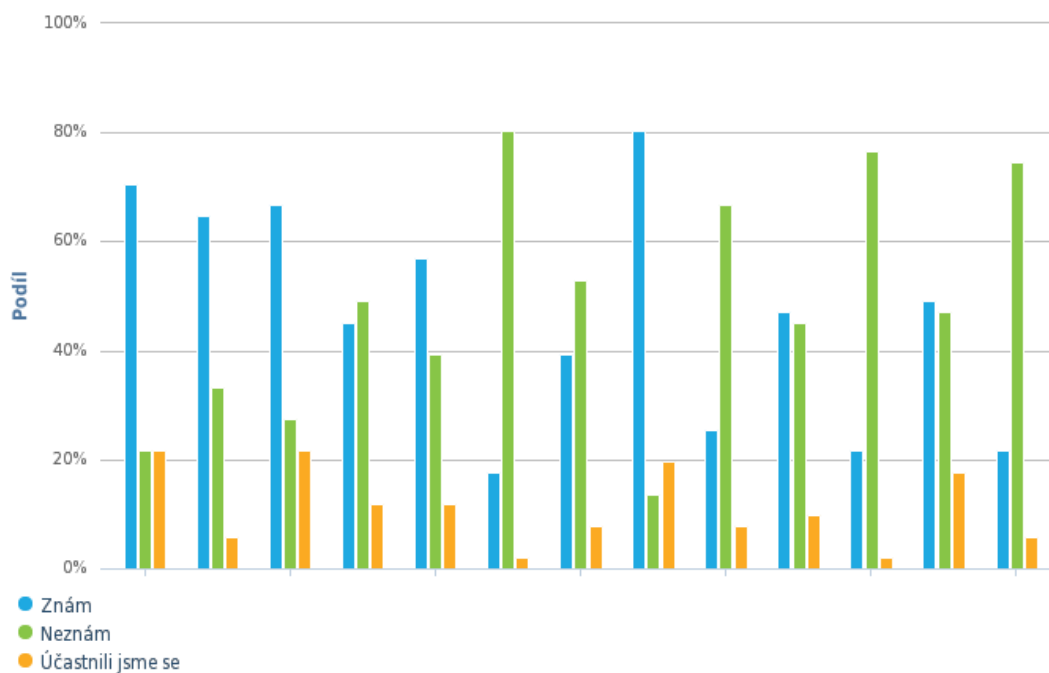
Graf 20 Je z Vašeho pohledu česká gastronomie atraktivní pro cizince?

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka týkající se dostatečné atraktivity české gastronomie pro cizince skončila překvapivou odpovědí spíše ne v míře 53,8% (28 hlasů), spíše ano 40,4% (21 hlasů), ano 3,9% (2 hlasy). Nikdo nezvolil možnost ne. V podotázce jaké pokrmy a nápoje pro cizince mohou být atraktivní, uvedli: pivo, víno, slivovice, becherovka, svíčková, vepřo knedlo, zelo, guláš, řízek, smažený sýr, knedlíky, vývar, buchty.

4.5.7 Informovanost a účast na gastronomických akcích v Hradci Králové

Znáte tyto gastronomické akce v Hradci Králové? Zaškrtněte, které znáte, a kterých jste se zúčastnili.

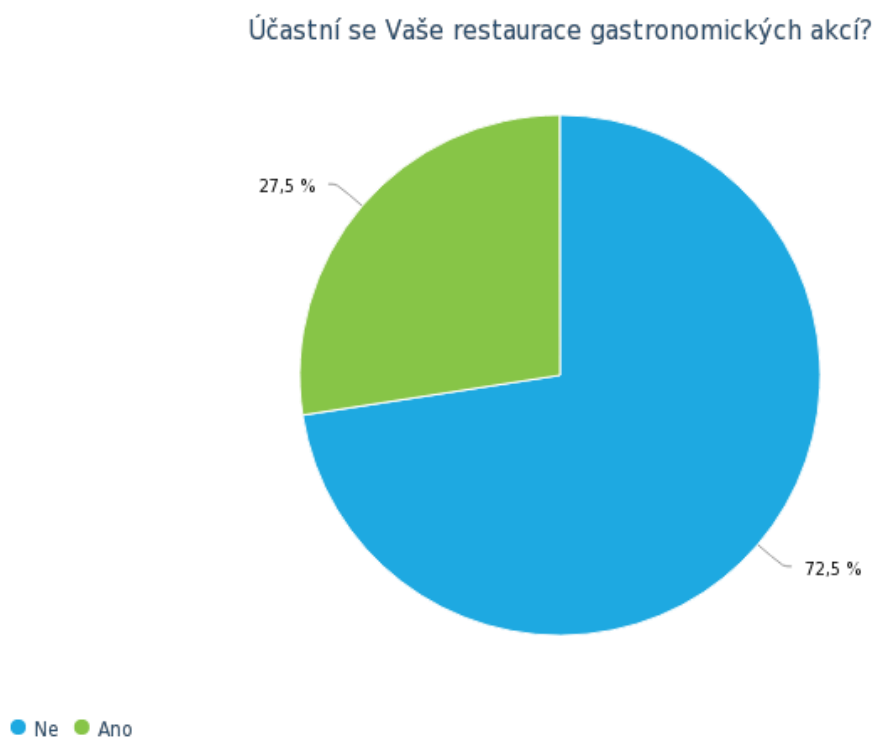


	Znám	Neznám	Byl jsem
Hradecké nábřeží gurmánů	36	11	11
Gastro Hradec (Vitana Cup)	33	17	3
Restaurant Day	34	14	11
Hradecký košťýř	23	25	6
Burger Street Festival	29	20	6
Sweet and ice cream festival	9	41	1
Festival chilli Mechov	20	27	4
Hradecký food festival	41	7	10
Art nad food na Jednom břehu	13	34	4
Pivní rozjímání	24	23	5
Vinné lesní slavnosti	11	39	1
Street food rocks	25	24	9
Food truck fest	11	38	3

Graf 21 Znáte tyto gastronomické akce v Hradci Králové?

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výše předloženého grafu vyplývá, že o gastronomických akcích v Hradci Králové, mají manažeři stravovacích zařízení přehled. Většina z nich zná a účastnila se: Hradecké nábřeží gurmánů (37 hlasů, 12x účast), Hradecký food festival (42 hlasů, 11x účast), Restaurant day (35 hlasů, 12x účast), Gastro Hradec (33 hlasů, 3x účast), Burger street festival (30 hlasů, 6x účast), Street food rocks (25 hlasů, 9x účast), Pivní rozjímání (25 hlasů, 5x účast), Hradecký koštýř (24 hlasů, 6x účast), Festival chilli Mechov (21 hlasů, 5x účast), Food truck fest (12 hlasů, 3x účast), Art and food na Jednom břehu (13 hlasů, 4x účast), Vinné lesní slavnosti (11 hlasů, 1x účast), Sweet and ice team festival (9 hlasů, 1x účast).

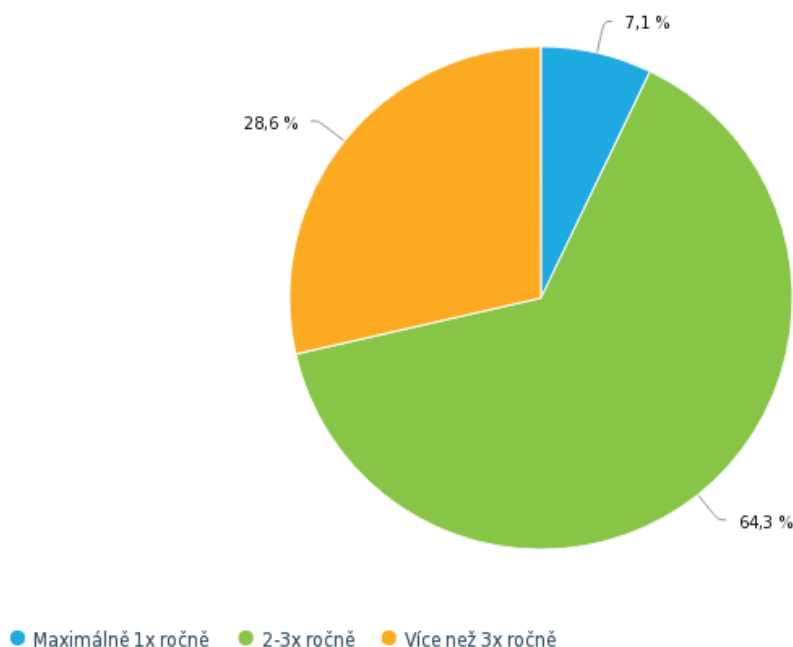


Graf 22 Účastní se Vaše restaurace gastronomických akcí?

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výše zobrazeného grafu je patrné, že většina restaurací se gastronomických akcí v Hradci Králové neúčastní, tj. 71,2% (36 odpovědí), nicméně 28,8% (15 odpovědí) hlasovalo, pro to, že se gastronomických akcí účastní.

Pokud ano, jak často se prezentujete na takovýchto akcích?

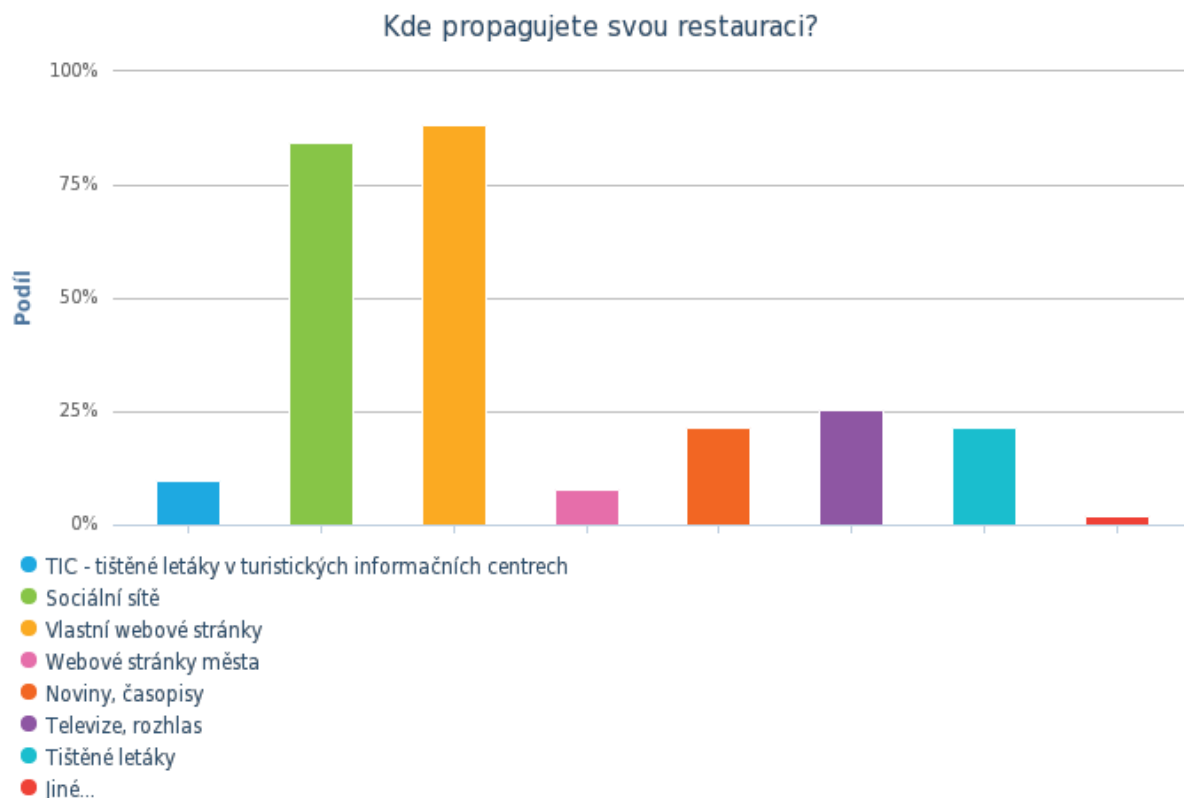


Graf 23 Pokud ano, jak často se prezentujete na takovýchto akcích?

Zdroj: Vlastní zpracování

Většina restaurací se prezentuje na gastronomických akcích 2-3x ročně tj. 60% (9 dotázaných), 26,7% (4 dotázaní) se prezentují dokonce více než 3x ročně a 13,3% (2 respondenti) se prezentují maximální jednou ročně.

4.5.8 Způsob propagace vlastní restaurace

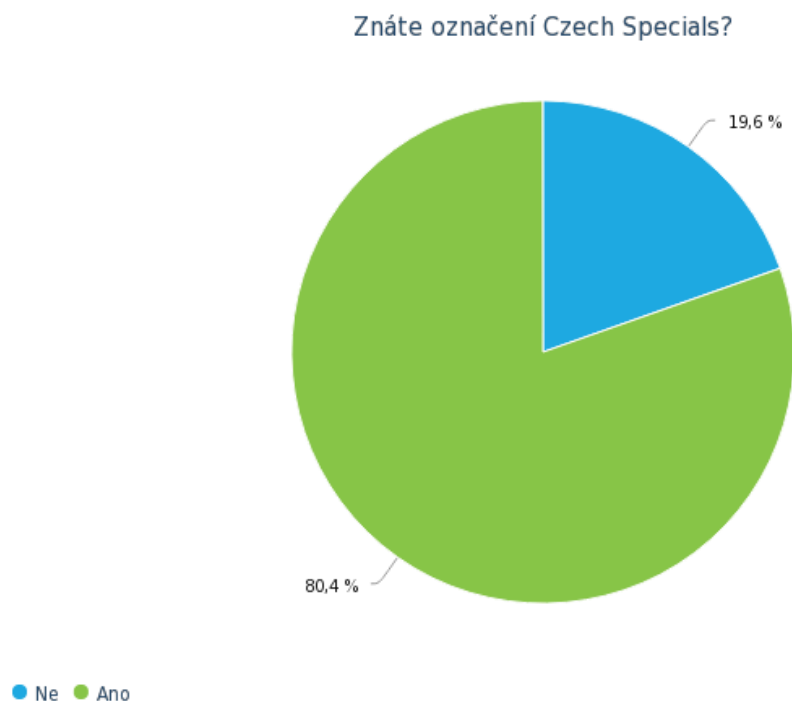


Graf 24 Kde propagujete svou restauraci?

Zdroj: Vlastní zpracování

Na otázku, kde je propagována Vaše restaurace, odpověděli manažeři stravovacích zařízení nejčastěji na vlastních webových stránkách (45 odpovědí) a na sociálních sítích (43 odpovědí). Poté se našlo i pár, kteří svou restauraci propagují prostřednictvím televize a rozhlasu (13 respondentů), v novinách a časopisech (11 respondentů), tištěné letáky zvolilo taktéž 11 respondentů, letáky v turistických informačních centrech 5 respondentů, webové stránky města pouze 4 respondenti. Jeden respondent také zvolil možnost jiné a napsal, že využívá k propagaci billboardy.

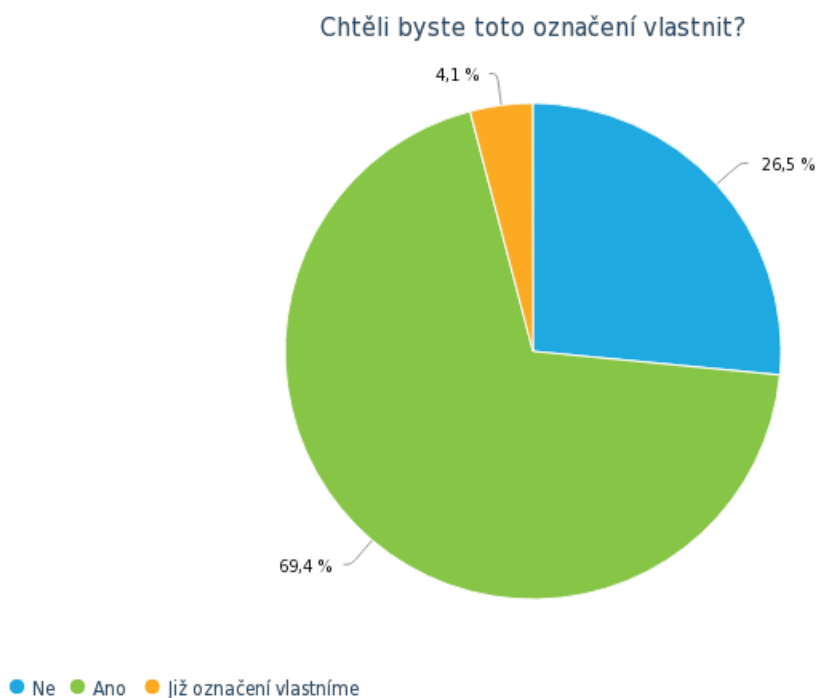
4.5.9 Povědomí o značce Czech Specials



Graf 25 Znáte označení Czech Specials?

Zdroj: Vlastní zpracování

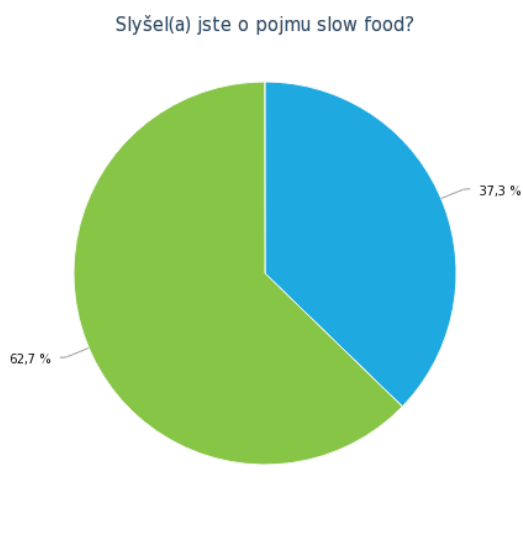
V zobrazeném grafu je zodpovězena otázka, zda manažeři stravovacích zařízení znají označení Czech Specials. Bylo celkem 78,8% (41 respondentů) kladných a 21,2% (11 respondentů) záporných odpovědí.



Graf 26 Chtěli byste toto označení vlastnit?

Další otázka navazuje na otázku předchozí a týká se opět značky Czech Special a toho, zda by ji manažeři chtěli vlastnit pro své restaurace. Nadpoloviční většina zvolila možnost ano tj. 69,4% (34 respondentů), 26,5% (13 respondentů) zvolila možnost ne a objevila se zde i možnost, že označení již vlastní a to zvolilo 4,1% (2 respondenti.)

4.5.10 Povědomí o pojmu slow food



Graf 27 Slyšeli jste o pojmu slow food?

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak lze vidět na následujícím grafu, označení slow food zná 61,5% (32 respondentů), 38,5% (20 respondentů) zatím toto označení nezná.



Graf 28 Praktikujete slow food?

Zdroj: Vlastní zpracování

Podotázkou bylo, zda praktikují slow food a překvapivě 60,4% (29 respondentů) řeklo, že ne, 39,6% zvolilo možnost ano.

5 Shrnutí výsledků

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit, zda mají manažeři stravovacích zařízení přehled o lokální a regionální gastronomii, produktech a potravinách. V návaznosti na to, bylo cílem zjištění nabídky lokálních pokrmů a nápojů ve stravovacích zařízeních v Hradci Králové, a zda je o to ze strany návštěvníků zájem. Dále se práce zaměřovala na to, jak manažeři propagují svou restauraci navenek a zda mají povědomí a účastní se gastronomických akcí v Hradci Králové. Další část byla zaměřena na informovanost o značce Czech Specials a to, zda by toto označení manažeři pro svou restauraci uvítali.

Výzkumná otázka č. 1 byla zodpovězena převážně z teoretické části práce a specializovala se na zjištění role gastronomie v kulturním dědictví. Gastronomie má sama o sobě velký význam a bývá často důvodem toho, proč lidé cestují do dané destinace. Je to proto, že chtějí poznat jinou kulturu a jejich typickou gastronomii, která má v dané oblasti dávno zarostlé kořeny. Dříve byla gastronomie pokládána pouze za nástroj, kterým uspokojit jednu ze základních potřeb, nicméně dnes jde již o něco důležitějšího, o umění. Proto dnes nalezneme vedle hmotného kulturního dědictví také dědictví nehmotné, mezi které se řadí právě gastronomie a kupříkladu ta francouzská se dostala až na seznam reprezentativního dědictví UNESCO. Tudíž gastronomie, která se proplétá do řady oblastí, ať již do historie, kultury, či etiky, má roli velmi významnou.

Výzkumná otázka č. 2 je již částečně zodpovězena otázkou předchozí. Jde o roli gastronomie v cestovním ruchu. Právě díky gastronomii spousta lidí cestuje po celém světě, aby si rozšířili své obzory a ochutnali jídla typická pro danou zemi přímo v té zemi a ne pouze napodobeninu v jejich rodišti. O její významné roli svědčí zejména stále čtenější gastronomické akce, festivaly, kurzy vaření a vydávání kulinářských průvodců, které lákají návštěvníky do dané země. Důkazem je také stále se rozšiřující gastroturismus či cestování za návštěvami Michelinových restaurací.

Výzkumná otázka č. 3 byla rovněž zodpovězena převážně v teoretické části práce a to v kapitole 3.4. Gastronomie ČR a její využití v marketingu cestovního ruchu. Dle dostupných zdrojů bylo zjištěno, že nejpoužívanějšími způsoby, jak propagovat českou gastronomii, je pořádání gastronomických akcí a festivalů, například spojených i s kulturním a hudebním programem. Dále velmi významné jsou, zejména v dnešní době, sociální sítě a veřejná média, která osloví širokou veřejnost. Zejména v marketingu cestovního ruchu České republiky napomáhá zakládání organizací propagující daný kraj či region, nebo také zakládání potravinářských značek, klasifikace regionálních produktů a další.

Ve **výzkumné otázce č. 4** byla hledána odpověď na otázku, jaké lokální a regionální speciality se váží k Hradecu. Odpověď byla zodpovězena částečně z empirické části 4.4.1. Regionální gastronomie a 4.4.2. Regionální produkty. Poté byla zodpovězena analýzou odpovědí z dotazníku č. 9, 11, 12 a 15. Mezi ty nejvýznamnější speciality v oblasti nápojů patří, jakožto k národu známému díky pivovarnictví, Hradecký klenot, Hradecké bílé pivo, Medová vína NATUREL a Pepe coffee. Na těchto se shodli, jak odpovědi manažerů, tak analýza odborné literatury a dalších relevantních zdrojů. Co se týče specialit v oblasti pokrmů, jde zejména o pavlišovský řízek, ryby z Chlumce nad Cidlinou, nivu z Dolního Přímu, buchty se sirobem, čokoládu Jordi's a další.

Výzkumná otázka č. 5 byla zaměřena na dostupnost lokálních a regionálních specialit ve stravovacích zařízeních v Hradci Králové. Výsledkem je analýza odpovědí na otázky 9, 10, 11, 12 a 15 dotazníku. Ve více než polovině restaurací Hradce Králové se nachází v nabídce lokální pokrmy. Lokální nápoje nabízí více než tři čtvrtiny restaurací a jde zejména o pivo.

Ve **výzkumné otázce č. 6** bylo zjišťováno, zda mají návštěvníci stravovacích zařízení o lokální a regionální gastronomii zájem. Odpovědi byly zjištěny z dotazníku, otázek č. 13, 14, 16, 17 a 18. Více než polovina manažerů odpověděla, že o regionální gastronomii mají návštěvníci zájem a jde spíše o tuzemské návštěvníky. Téměř totožné byly odpovědi ohledně zájmu návštěvníků o regionální nápoje. Z pohledu manažerů je česká gastronomie spíše neatraktivní pro cizince.

Výzkumná otázka č. 7 byla zodpovězena analýzou odpovědí č. 4, 5, 6, 7, 8, 9 a 11 dotazníku. Jednalo se o to, zda pracovníci stravovacích zařízení znají lokální a regionální produkty Hradce Králové. Bylo zjištěno, že naprostá většina se o tyto produkty zajímá. Zdrojem informací jsou z největší části webové stránky. Mezi produkty, které jsou mezi dotčnými manažery nejnámější, patří již výše zmíněné druhy piva, buchty se sirobem, hradecké koláčky paní Henclové a čokoláda Jordi's.

Další **výzkumná otázka č. 8** se zaměřovala na účast hradeckých restaurací na gastronomických akcích právě v Hradci Králové. Odpověď byla získána z odpovědí č. 19, 20 a 21 dotazníku. Pouze čtvrtina restaurací z Hradce Králové se gastronomických akcí účastní. Když už se jich ale účastní, je to z velké části 2-3x či více než 3x ročně. Nejvíce se prezentují na Hradeckém nábřeží gurmánů, Hradeckém food festivalu a Restaurant day.

Výzkumná otázka č. 9 byla položena ke zjištění povědomí o značce Czech Specials a o tom, zda by manažeři toto označení chtěli pro své restaurace vlastnit. Odpověď byla získána analýzou odpovědí 22 a 23 dotazníku. Naprostá většina toto označení zná a více než polovina o toto označení usiluje.

Poslední **výzkumná otázka č. 10** se soustředila na vlastní propagaci stravovacích zařízení v Hradci Králové a to zejména v turistických informačních centrech (TIC). Tato otázka byla získána díky odpovědi č. 3 z dotazníku a vlastním šetřením v TIC. Celkem 5 dotazovaných sdělilo, že svou restauraci propagují pomocí letáčků v TIC a dle vlastního autorčina průzkumu dne 23. 5. 2019 byly v TIC v Hradci Králové nalezeny 4 letáčky odkazující na restaurace v Hradci Králové. Většina manažerů odpověděla, že propagují restauraci na vlastních webových stránkách a sociálních sítích.

Cílem dotazníkového šetření bylo rovněž potvrdit či vyvrátit hypotézy, které se týkaly nabídky regionálních pokrmů a nápojů ve stravovacích zařízeních v Hradci Králové a zájmu jejich návštěvníků o tyto speciality. Dále byla předložena hypotéza týkající se označení Czech Specials.

Na základě dotazníkového šetření lze **potvrdit správnost hypotézy č. 1**, která předpokládala, že většina návštěvníků stravovacích zařízení v Hradci Králové má zájem o lokální a regionální speciality. Jedná se celkem o 68,7% dotazovaných, kteří uvedli, že návštěvníci mají zájem o lokální pokrmy a 70,6% dotazovaných uvedlo, že návštěvníci mají zájem o lokální nápoje. Uvedli také, že se z velké části jedná o tuzemské návštěvníky, což může být způsobeno ne příliš rozvinutým turismem v této oblasti.

Dále lze na základě šetření **potvrdit správnost hypotézy č. 2**, která předpokládala, že stravovací zařízení v Hradci Králové nabízí regionální pokrmy a nápoje. Až 78,4% respondentů odpovědělo, že nabízí ve své restauraci lokální nápoje a 64,7% nabízí regionální pokrmy. Je to zejména tím, že se v této oblasti nachází množství pivovarů, se kterými restaurace rády spolupracují a v nabídce se také objevují regionální speciality, o které jeví zákazníci zájem.

Poslední **hypotézu č. 3 lze rovněž potvrdit**, jelikož předpokladem bylo, zda většina stravovacích zařízení usiluje o získání označení Czech Specials. Celkem 69,4% dotazovaných by toto označení chtěli vlastnit, a to pravděpodobně díky možnosti zviditelnění restaurace a přilákání nových potenciálních návštěvníků.

6 Závěry a doporučení

Tato bakalářská práce byla zaměřena na gastronomii jako součást kulturního dědictví v cestovním ruchu. Ze získaných poznatků lze konstatovat, že gastronomie je nedílnou součástí kultury a nejenom jí. Je také hluboce zakořeněna v historii dané země a všichni obyvatelé by na tu svou měli být náležitě hrdí. Zároveň se gastronomie především v poslední době stává jednou z hlavních motivací k návštěvě dané oblasti. Samozřejmě před samotnou návštěvou je vhodné, zjistit si místní zvyky, tradice a způsoby stravování, které se můžou v každé zemi světa lišit. Každá světová gastronomie je jedinečná a odlišuje se především národní mentalitou, případně v každém náboženství se vyskytují jiné stravovací zvyky.

Co se týče gastronomie v České republice, není tak proslulá jako kupříkladu gastronomie francouzská, která se dostala až na seznam nehmotného reprezentativního dědictví UNESCO, ale má také co nabídnout. Nejvíce známé jsou regionální speciality z Hané, Valašska či z oblasti Krkonoš.

Pro zpracování dotazníkového šetření byl vybrán Hradec Králové. Na první pohled gastronomie Hradecka není nijak jedinečná, nicméně při podrobnějším průzkumu lze zjistit, že je východočeský region spjat například se známou českou kuchařkou M. D. Rettigovou, jejíž recepty dodnes využívá nejedna restaurace.

Oblast Hradecka je atraktivní pro návštěvníky především k poznávání architektury města Hradce Králové, ve kterém se nachází hned několik uměleckých slohů od významných českých i zahraničních umělců. Město a jeho okolí je také známo díky své zeleni, množství parků a rozlehlým lesům, které jsou protkané cyklostezkami a návštěvníci jistě ocení klidnou projížďku příjemnou lesní krajinou. Koná se zde i spousta kulturních, gastronomických, hudebních a dalších akcí, na které se sjíždějí návštěvníci ze širokého okolí. Město má výhodnou polohu a je snadno dopravně dostupné. Všechny tyto i další podmínky jsou velmi příznivé pro rozvoj cestovního ruchu.

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo zjistit postoj manažerů restaurací k regionální gastronomii, produktům a lokálním potravinám, zda nabízejí typické pokrmy a nápoje pro Hradecko. Rovněž šlo o zjištění zájmu návštěvníků o výše zmíněné.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo, že většina manažerů stravovacích zařízení má zájem jak o regionální gastronomii, tak i o regionální produkty a lokální potraviny, které hojně využívají k přípravě pokrmů. To lze hodnotit jako příznivé, jelikož by manažeři měli mít přehled o tom, co je typické pro region, kde působí a přizpůsobit tomu tak i nabídku v jídelním a nápojovém lístku. Na druhou stranu odpověděli, že většinou hledají informace pouze na webových stránkách. Co se píše na internetu, nemusí být vždy pravda a určitě by se manažeři měli soustředit i na jiné zdroje, především na ty ověřené, tištěné. Například Petra Pospěchová – Regionální kuchařka, Eva Obůrková a Štěpánka Orsáková – Ochutnejte Českou republiku, či Angela Garcia – Česká kuchařka: to nejlepší z české republiky.

Dalším zjištěním bylo, že se ve stravovacích zařízeních objevují regionální pokrmy a nápoje, lidé o ně mají spíše zájem, což je pozitivní, nicméně jedná se převážně o tuzemské návštěvníky. Zde se nabízí možnost zlepšení propagace regionální gastronomie a produktů i mezi zahraniční návštěvníky, rozšířit povědomí o této oblasti a zvýšit tak její potenciál pro rozvoj cestovního ruchu.

Posledním důležitým bodem, který se zjišťoval, bylo povědomí o značce Czech Specials. Příjemným poznatkem bylo, že více než tři čtvrtiny respondentů uvedlo, že toto označení znají a dokonce nadpoloviční většina by toto označení chtěla vlastnit. Na druhou stranu, na Hradecku se nacházejí pouze čtyři restaurace, které toto označení nesou a z toho dvě jsou přímo z centra Hradce Králové. Doporučením by mohlo být dotáhnout snahu o získání označení až do konce, tedy získat ocenění, držet si určitý standard služeb, což může přilákat nové zákazníky.

7 Seznam použitých zdrojů

1. ANDRÝSKOVÁ, Petra. Ochutnejtesvět.cz. *Mexická kuchyně* [online]. [cit. 2018-12-13]. Dostupné z:
<https://ochutnejtesvet.cz/category/severoamericka-kuchyne/mexicka-kuchyne/>
2. BAJTKOVÁ, Jitka. Radynacestu.cz. *10 pravidel etikety stolování ve světě* [online]. [cit. 2018-12-07]. Dostupné z:
<https://www.radynacestu.cz/magazin/etiketa-stolovani-ve-svete/>
3. CZSO.cz. *Počet obyvatel v regionech soudržnosti, krajích a okresech České republiky k 1. 1. 2018* [online]. [cit. 2019-03-04]. Dostupné z:
<https://www.czso.cz/documents/10180/61546986/1300721801.pdf/af65bc75-7aa3-4343-afba-4a454f6b854d?version=1.0>
4. DOBROVSKÝ, Pavel. Lidovky.cz. *Jak jíst v zahraničí? Dodržujte místní zvyky*. [online]. [cit. 2018-12-07]. Dostupné z:
https://www.lidovky.cz/relax/dobra-chut/jak-jist-v-zahranici-dodrzuje-mistni-zvyky.A110513_101034_dobra-chut_glu
5. DREBITKO, Ivo. Czechleaders.com. *Indie životní styl* [online]. [cit. 2019-02-20]. Dostupné z: <http://www.czechleaders.com/cesky/indie-zivotni-styl-cast-iii>
6. FREEDMAN, Paul H, ed. CHROMÝ, Pavel. *Jídlo: dějiny chuti*. Praha: Mladá fronta, 2008. ISBN 978-80-204-1847-0.
7. Google.cz. *Restaurace Hradec Králové* [online]. [cit. 2019-06-14]. Dostupné z:
<https://www.google.com/search?q=restaurace+hradec+kr%C3%A1lov%C3%A9&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rllag=50181891,15833897,782&tbm=lcl&ved=2ahUKEwi6y6WQ20jiAhUDShUIHeyMBfAQjGp6BAgKEDg&tbs=lrf:!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf ui:9&rldoc=1#rlfi=hd::si::mv:!1m2!1d50.2154147!2d15.863645!2m2!1d50.1734626!2d15.7783527999999997!3m12!1m3!1d20327.32501443963!2d15.8209988999999998!3d50.194438649999995!2m3!1f0!2f0!3f0!3m2!1i249!2i191!4f13.1;tbs:lrf:!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf ui:9>

8. GRANČAIOVÁ, Zuzana. Varenijeumeni.cz. *Historie gastronomie* [online]. [cit. 2019-02-20]. Dostupné z: <https://www.varenijeumeni.cz/gastronomie/historie-gastronomie/>
9. HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 978-80-7373-107-6.
10. HEŘMANOVÁ, Eva a Pavel CHROMÝ. *Kulturní regiony a geografie kultury: kulturní realie a kultura v regionech Česka*. Praha: ASPI, 2009. ISBN 978-807-3573-393.
11. HKregion.cz. *Hradecko* [online]. [cit. 2019-03-04]. Dostupné z: <https://www.hkregion.cz/dr-cs/r-hradecko/>
12. Hradecká kulturní a vzdělávací společnost. *Kulinářské Hradecko: Za dobrotou po Hradecku*, 2015.
13. Hradecko.eu. *Objevte region Hradecko* [online]. 2009 [cit. 2019-06-14]. Dostupné z: <https://www.hradecko.eu/>
14. Hradeckralove.org. *Základní informace o městě* [online]. [cit. 2019-03-04]. Dostupné z: <https://www.hradeckralove.org/zakladni-informace-o-meste/ms-1150/p1=1150>
15. Hradec Králové Region. *Speciality nad Regional Foods of Hradec Králové Region: Discover the Hradec Králové Region*, 2016.
16. HradeckyKlenot.cz. *Klenot - Měšťanský pivovar* [online]. [cit. 2019-03-07]. Dostupné z: <http://www.hradeckyklenot.cz/o-pivu>
17. Hradeckyvenkov.cz. *Regionální produkt Hradecko* [online]. 2009 [cit. 2019-06-14]. Dostupné z: <https://www.hradeckyvenkov.cz/akuality/regionalni-produkt-hradecko>
18. Chorvatsko.cz. *Středomořská kuchyně na Seznamu světového nehmotného kulturního dědictví organizace UNESCO* [online]. [cit. 2018-12-13]. Dostupné z: <https://www.chorvatsko.cz/aktual/140213-stredomorska-strava-na-seznamu-svetoveho-nehmotneho-kulturniho-dedictvi-unesco.html>
19. IVANCO, Martin. *Středomořská kuchyně.cz. Středomořská kuchyně* [online]. [cit. 2018-12-13]. Dostupné z: <http://www.stredomorskakuchyne.cz/>
20. KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu: kulturní realie a kultura v regionech Česka*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-802-4746-036.

21. Královéhradecký kraj. *Gastrospeciality Královéhradeckého kraje: Specjalności gastronomiczne w Kraju Kralowehradeckim*, 2010. ISBN 978-80-260-0856-9.
22. Michelinskerestaurace.cz. *Co jsou micheliske restaurace* [online]. [cit. 2018-12-13]. Dostupné z: <https://www.michelinskerestaurace.cz/co-jsou-michelinske-restaurace/>
23. ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu: kulturní reálie a kultura v regionech Česka*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
24. ORSÁKOVÁ, Štěpánka a Eva OBŮRKOVÁ. *Ochutnejte Českou republiku*. Brno: B4U publishing, 2010. ISBN 978-80-87222-12-6.
25. PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.
26. POSPĚCHOVÁ, Petra. *Regionální kuchařka: všechny chutě Čech, Moravy a Slezska*. Praha: Smart Press, 2013. ISBN 978-80-87049-65-5.
27. Regionalnipotravina.cz. *Oceněné regionální potraviny: REGIONÁLNÍ POTRAVINY KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ* [online]. [cit. 2019-04-10]. Dostupné z: <http://www.regionalnipotravina.cz/ocenene-regionalni-potraviny/kralovehradecky-kraj/?on-page=18>
28. Regionalni-znacky.cz. *Asociace reionálních značek* [online]. [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/>
29. Region-vysocina.cz. *Judaismus - židovská kuchyně* [online]. [cit. 2019-06-14]. Dostupné z: <http://www.region-vysocina.cz/temata/temata/pamatky-zidovskeho-osidleni/judaismus/zidovska-kuchyne>
30. Restaurant-guide.cz. *Mexická kuchyně* [online]. [cit. 2019-02-20]. Dostupné z: <https://www.restaurant-guide.cz/kuchyne/mexicka-kuchyne.html>
31. SLAVÍK, Petr. *Novakuchyne.cz. Co je to slow food* [online]. 2009 [cit. 2019-06-14]. Dostupné z: <http://www.novakuchyne.cz/2009/04/25/co-je-to-slow-food/>
32. Slowfood.cz. *O slow foodu* [online]. [cit. 2019-06-14]. Dostupné z: <http://www.slowfood.cz/o-slow-foodu>

33. STOJANOVIČOVÁ, Martina. Společnost pro výživu. *Jak ovlivňují jednotlivá náboženství stravovací návyky* [online]. [cit. 2018-12-07]. Dostupné z: <http://www.vyzivaspol.cz/jak-ovlivnuji-jednotliva-nabozenstvi-stravovaci-navyky/>
34. STUPKA, Petr. *Česká kuchyně: tradice, oblíbená jídla, recepty*. Český Krumlov: MCU, 2016. VisitBohemia guide. ISBN 978-80-7339-118-8.
35. SZIF.cz: Státní zemědělský investiční fond. *Regionální potravina* [online]. [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: <https://www.szif.cz/cs/znacka-regionalni-potravina#>
36. ŠTĚPÁNOVÁ, Irena. Wikisofia. *Strava a náboženství* [online]. [cit. 2018-12-07]. Dostupné z: https://wikisofia.cz/wiki/Strava_a_n%C3%A1bo%C5%BEnstv%C3%AD
37. VANÍČEK, Jiří. *Gastronomie a cestovní ruch*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2017. ISBN 978-80-7510-240-9.
38. Víra.cz. *Vhodné jídlo z hlediska katolické církve* [online]. [cit. 2018-12-07]. Dostupné z: <https://www.vira.cz/texty/otazky-a-odpovedi/vhodne-jidlo-z-hlediska-katolicke-cirkve>
39. ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.
40. ŽELIEZKO, Petr. Mundo.cz. *Francouzská kuchyně* [online]. [cit. 2018-12-13]. Dostupné z: <https://www.mundo.cz/francie/kuchyne>

8 Přílohy

Příloha č. 1 Seznam oslovených restaurací v Hradci Králové

Příloha č. 2 Dotazník

Příloha č. 3 Oscanované zadání práce

Příloha č. 1 Seznam oslovených restaurací v Hradci Králové

	Název	Email
1	Restaurant Na Statku	restaurantnastatku@seznam.cz
2	Restaurace Fascila	fascila@post.cz
3	Archway restaurant	info@archwayrestaurant.cz
4	Restaurace U Růže	restauraceuruze@seznam.cz
5	Inflagranti	info@inflagranti.cz
6	Šatlava	jirka.nechanicky@gmail.com
7	Mexita	mexita-mk@seznam.cz
8	Pizzeria Etna	unciu@email.cz
9	U Dvora	u.dvora@tiscali.cz
10	Sport Cafe	SPORTCAFE@quick.cz
11	Restaurace Na Soutoku	restaurace@nasoutokuhk.cz
12	Bowling bar 69	rezervacebb69@gmail.com
13	Dolce Vita	info@dolcevitahk.cz
14	Restaurant grill Duran	info@duran.cz
15	Pivovarské domy	restaurace@pivovarskedomy.cz
16	Satchmo	info@satchmo.cz
17	U Švagerků	rehoso@seznam.cz
18	U Lva	restaurace@ulvahk.cz
19	U Kohouta	info@ukohoutahk.cz
20	Černý kůň	RESTAURACE@cernykunhk.cz
21	Escobara	info@escobara.cz
22	Atlanta bar	restaurace@atlantabar.cz
23	Restaurace Stěna	restauracestena@seznam.cz
24	Park golf restaurant	restaurace@parkgolf.cz
25	Holland bar	hollandbar@seznam.cz

26	Restaurace Pod Terasami	info@podterasami.cz
27	Sportpark Hit	restaurace@sportparkhit.cz
28	Restaurace Jachta	hk@restaurace-jachta.cz
29	Na růžku	restaurace@naruzkuhk.cz
30	Restaurace Meran	rest.meran@seznam.cz
31	Restaurace Il-toro	restaurace@il-toro.cz
32	Restaurace Pod Strání	info@podstrani.cz
33	Localis	localis@localis.cz
34	U Dvořáků	hostinecdvorakovi@seznam.cz
35	Restaurace Flošna	info@restauraceflosna.cz
36	U Pilnáčka	info@u-pilnacka.cz
37	U Letců	restaurace@uletcu.cz
38	Restaurace Aquarium	rezervace@aquarko.cz
39	Náplavka cafe & music bar	info@naplavkahk.cz
40	Restaurace Hrázka & grillbar Splávek	info@hrazkasplavek.cz
41	Restaurace Černigov	fb.hchk@cpihotels.com
42	Restaurace Nový pivovar	chmelova@snkhk.cz
43	Potrefená husa	info@husahradec.cz
44	Na Hradě	nahrade@centrum.cz
45	Na Kovárně	jimako@seznam.cz
46	Restaurace U Sokola	u-sokola@volny.cz
47	Restaurace Biříčka	restauracebiricka@email.cz
48	Restaurace UNO	uno@penzion-uno.cz
49	Na Palmovce	provozni@napalmovce.cz
50	Restaurace A-sport	info@a-sport.cz
51	U Děravýho kotle	restauracehk@gmail.com
52	U Valtrů	restauraceuvaltru@centrum.cz
53	Restaurace Kalinka	hk.kalinka@seznam.cz
54	Zděná bouda	info@zdenaboudahk.cz

55	Salieri cafe	cafe@salieri.cz
56	Hospůdka U Mlejna	rezervace@hospudkaumlejna.cz
57	Pasta cook&look	testoviny@testovinyhk.cz
58	Pivní salon	pivnisalonhk@gmail.com
59	Restaurace Nové Adalbertinum	recepce@noveadalbertinum.cz
60	Restaurace Tereziánský Dvůr	terezianskydvur@eahotels.cz
61	Restaurace U Královny Elišky	reception@hotelukralovnyelisky.cz
62	Restaurace Pod Věží	hotel@pod-vezi.cz
63	Casamia	casamia@pizzeria.cz
64	U Lišáka	martinpetru@centrum.cz
65	Santa Maria	zef@santamariahk.cz
66	Choosy	info@cubalibre.cz
67	Restaurace Alessandria	recepce@alessandria.cz
68	To je bistro	tojebistro@gmail.com
69	Restaurace Aldis	dvoracek@aldis.cz
70	Restaurace U Svatého Jana	svatyjan@volny.cz
71	Drink club	tomasjirku83@seznam.cz
72	Kozlovka	maty@mk.bars.cz
73	Restaurace Na Staré poště	rstanislav@seznam.cz
74	U Hrušky	hruska.j10@seznam.cz
75	Bazalka	info@bazalkahk.cz

Příloha č. 2

Dotazník pro manažery/provozní stravovacích zařízení v Hradci Králové a okolí:

Vážení manažeři stravovacích zařízení,

jmenuji se Veronika Janečková a jsem studentkou 3. ročníku Univerzity Hradec Králové, oboru Management cestovního ruchu. Ráda bych Vás tímto požádala o vyplnění krátkého dotazníku, který je součástí mé bakalářské práce týkající se gastronomie.

Dotazník je zcela anonymní a zabere maximálně 10 minut.

Z uvedené nabídky odpovědí, prosím, vyberte vždy pouze jednu odpověď, pokud není uvedeno jinak.

Předem děkuji za Váš čas a ochotu, kterou jste věnovali vyplnění dotazník.

Pokud Vás budou zajímat výsledky, napište na email: veronika.janeckova@uhk.cz.

1. Jak významnou součástí kulturního dědictví je česká gastronomie?

- Velmi významnou
- Významnou
- Méně významnou
- Nevýznamnou

2. Jak je podle Vás česká gastronomie propagovaná?

- Výborně
- Velmi dobře
- Dobře
- Dostatečně
- Nedostatečně
- Nevím

3. Kde propagujete svou restauraci?

(Zde můžete označit 1 i více odpovědí)

- TIC – tištěné letáky v turistických informačních centrech
- Sociální sítě
- Vlastní webové stránky
- Webové stránky města HK
- Noviny, časopisy
- Televize, rozhlas
- Tištěné letáky
- Jiné:

4. Máte dostatek informací o regionální gastronomii?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

5. Které z uvedených publikací znáte?

Zaškrtněte.

(Zde můžete označit 1 i více odpovědí)

Publikace	Znám
Kulinářské Hradecko: Za dobrotou po Hradecku	
Speciality nad Regional Foods of Hradec Králové Region: Discover the Hradec Králové Region	
Gastrospeciality Královéhradeckého kraje: Specjalności gastronomiczne w Kraju Kralowehradeckim	
Petra Pospěchová - Regionální kuchařka	
Václav Malovický – Co chutná mezi Orlicí, Labem a Cidlinou	
Eva Obůrková, Štěpánka Orsáková – Ochutnejte Českou republiku	
Angela Garcia – Česká kuchařka: to nejlepší z české kuchyně	
Jaroslav Vašák – Putování s vařečkou po Čechách, Moravě a Slezsku	
Jaroslav Vašák – Regionální pokrmy z Čech, Moravy a Slezska	

6. Zajímáte se o lokální a regionální gastronomii?

- Ne
- Spíše ne
- Spíše ano
- Ano

Co je zdrojem informací? (Zde můžete označit 1 i více odpovědí)

- Webové stránky
- Knižní zdroje
- Brožury v TIC (turistických informačních centrech)
- Noviny, časopisy
- Televize, rozhlas
- Jiné:

7. Zajímáte se o lokální a regionální produkty?

- Ne
- Spíše ne
- Spíše ano
- Ano

Co je zdrojem informací? (Zde můžete označit 1 i více odpovědí)

- Webové stránky
- Knižní zdroje
- Brožury v TIC (turistických informačních centrech)
- Noviny, časopisy
- Televize, rozhlas
- Jiné:

8. Zajímáte se o lokální a regionální potraviny?

- Ne
- Spíše ne
- Spíše ano
- Ano

Co je zdrojem informací? (Zde můžete označit 1 i více odpovědí)

- Webové stránky
- Knižní zdroje
- Brožury v TIC (turistických informačních centrech)
- Televize, rozhlas
- Noviny, časopisy
- Jiné:

9. Které typické regionální produkty pro Hradec Králové znáte/nabízíte?

Zaškrtněte, které znáte, a které nabízíte:

(Zde můžete označit 1 i více odpovědí)

Produkty	Znám	Nabízím
Cukrovinky z mišpulí		
Hradecké koláčky paní Henclové		
Pumprnikl k čaji		
Peciválky se sirobem		
Martinské rohlíčky s mákem		
Hradecký klenot		
Hradecké bílé pivo		
Medová vína Naturel		
Pepe coffee		

10. Využíváte k přípravě pokrmů lokální suroviny (do 10 km)?

- Ne
- Spíše ne
- Spíše ano
- Ano

Pokud ano a spíše ano, jaké?

.....
.....
.....

11. Znáte či používáte tyto regionální potraviny?

Zaškrtněte, které znáte, a které používáte:

(Zde můžete označit 1 i více odpovědí)

Potraviny	Znám	Používám
Sýr niva z Dolního Přímu		
Čokoláda Jordi's		
Masné výrobky ChovServis		
Masné výrobky společnosti Skaličan a.s		
Předměřická mouka		
Cibule ze Všestar		
Sýry a mléčné výrobky z farmy Kejklíček		
Pečivo z pekařství Libora Obešla		
Kapry z Rybářství Chlumeck nad Cidlinou		
Brambory a zelí ze Smetanova statku		

12. Nabízíte ve své restauraci lokální a regionální pokrmy?

- Ne
- Ano

Jaké?

.....
.....
.....

13. Mají zákazníci zájem o lokální a regionální pokrmy?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- Nevím

14. Pokud ano, o jaké zákazníky se jedná?

- Převážně o cizince
- Převážně o tuzemské návštěvníky
- Stejný podíl cizinců a tuzemských návštěvníků
- Neumím posoudit

15. Nabízíte ve své restauraci lokální a regionální nápoje?

- Ne
- Ano

Jaké?

.....
.....
.....

16. Mají zákazníci zájem o lokální a regionální nápoje?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- Nevím

17. Pokud ano, o jaké zákazníky se jedná?

- Převážně o cizince
- Převážně o tuzemské návštěvníky
- Stejný podíl cizinců a tuzemských návštěvníků
- Neumím posoudit

18. Je z Vašeho pohledu česká gastronomie atraktivní pro cizince?

- Ne
- Spíše ne
- Spíše ano
- Ano

Jaké pokrmy a nápoje?

.....
.....
.....

19. Znáte tyto gastronomické akce v Hradci Králové?

Zaškrtněte, které znáte, a kterých jste se zúčastnili.

Gastronomické akce	Znám	Účastnili jsme se
Hradecké nábřeží gurmánů		
Gastro Hradec (Vitana Cup)		
Restaurant Day		
Hradecký koštýř		
Burger Street Festival		
Sweet and ice cream festival		
Festival chilli Mechov		
Hradecký food festival		

Art and food na Jednom břehu		
Pivní rozjímání		
Vinné lesní slavnosti		
Street food rocks		
Food truck fest		

20. Účastní se Vaše restaurace gastronomických akcí?

- Ne (přejděte k otázce č. 22)
- Ano

21. Pokud ano, jak často se prezentujete na takovýchto akcích?

- Maximálně 1x ročně
- 2-3x ročně
- Více než 3x ročně

22. Znáte označení Czech Specials?

- Ne
- Ano

23. Chtěli byste toto označení vlastnit?

- Ne
- Ano
- Již toto označená vlastníme

24. Slyšel (a) jste o pojmu slow food?

- Ne
- Ano

25. Praktikujete slow food?

- Ne
- Ano

26. Jak dlouho pracujete ve Vašem zařízení?

- Méně než 1 rok
- 2-5 let
- 6-10 let
- Více než 10 let

27. Máte vzdělání v gastronomii?

- Ne
- Ano

Pokud ano, učili jste se ve škole o regionální gastronomii?

- Ne
- Ano
- Nepamatuji si

28. Nejvyšší dosažené vzdělání:

- ZŠ
- Vyučen
- SŠ
- VOŠ
- VŠ

29. Věk:

- Do 20 let
- 21-30 let
- 31-40 let
- 41-50 let
- 51 a více

30. Pohlaví:

- Muž
- Žena

Příloha č. 3 Oscanované zadání práce

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Akademický rok: 2018/2019

Studijní program: Ekonomika a management
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Management cestovního ruchu - anglický jazyk
(mcr-p-a)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Janečková Veronika	Dobroslavova 516, Hradec Králové - Třebeš	11600351

TÉMA ČESKY:

Gastronomie jako součást kulturního dědictví v cestovním ruchu

TÉMA ANGLICKY:

Gastronomy as part of the cultural heritage in tourism

VEDOUcí PRÁCE:

Mgr. Michal Trousil, Ph.D. - KRCCR

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Analýza využití gastronomie (jako součásti kulturního dědictví) v cestovním ruchu se zaměřením postroje manažerů stravovacích služeb.

Osnova:

1. Úvod
2. Cíl a metodika zpracování
3. Teoretická východiska
 - 3.1 Historie a význam gastronomie
 - 3.2 Gastronomie jako součást kulturního dědictví
 - 3.3 Gastronomie jako součást cestovního ruchu
 - 3.4 Gastronomie ČR a její využití v marketingu cestovního ruchu
4. Empirická část
 - 4.1 Výzkumné otázky a předpoklady
 - 4.2 Sběr informací a průběh šetření
 - 4.3 Výsledky šetření
5. Shrnutí výsledků
6. Závěry a doporučení
7. Seznam použitých zdrojů
8. Přílohy

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

HEŘMANOVÁ, Eva a Pavel CHROMÝ. Kulturní regiony a geografie kultury: kulturní realie a kultura v regionech Česka. Praha: ASPI, 2009. ISBN 978-807-3573-393.

VANIČEK, Jiří. Gastronomie a cestovní ruch. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2017. ISBN 978-80-7510-240-9.

Dále dle studentkou provedených rešerší.

Podpis studenta: Janekovi

Datum: 11.10.2018

Podpis vedoucího práce: Michal Kouřil

Datum: 11.10.2018