

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2014–2016

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Kateřina Jarotková

**Gastronomický cestovní ruch ve světě i v České republice a
jeho potenciál**

Praha 2016

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Iveta Hamarneh, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER FULL – TIME STUDIES

2014–2016

DIPLOMA THESIS

Kateřina Jarotková

**Gastronomic tourism in the world and in the Czech republic
and its potential**

Prague 2016

The Diploma Thesis Work Supervisor:

Ing. Iveta Hamarneh, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů. Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 8.3 2016

Jméno autorky: Kateřina Jarotková

Poděkování

Chtěla bych poděkovat své vedoucí práce Ing. Ivetě Hamarneh, Ph.D. za obětavou pomoc a cenné rady, které mi s ochotou poskytla při přípravě diplomové práce.

Anotace

Diplomová práce se zabývá gastronomickým cestovním ruchem, jeho teoretickým vymezením a podrobně rozebírá jeho rozdělení. Teoretická část diplomové práce se dále zabývá gastronomickými událostmi v České republice, jako jsou jídelní festivaly, vinobraní a pivní festivaly, a také gastronomickými událostmi v různých světových destinacích, a to konkrétně v USA, Francii a Itálii. Teoretická část obsahuje přehled některých projektů, které podporují českou gastronomii, a také přehled vybraných restaurací a tematicky zaměřených restaurací. V praktické části diplomové práce byl použit výzkum formou dotazníkového šetření, který byl zaměřen na respondenty všech věkových kategorií. Dále je využita analýza vybraných světových kuchyní, včetně české gastronomie, a analýza nabídek cestovních kanceláří a agentur se zaměřením na gastronomický cestovní ruch. Na základě výsledků z výzkumu je v praktické části diplomové práce navržen vlastní produkt. Pomocí metody mystery shopping je práce rozšířena o vlastní pozorování ve vybraných restauracích a o účast na jídelních festivalech.

Klíčová slova

Gastronomie, gurmán, gastronomický / kulinářský cestovní ruch, gurmánský cestovní ruch, gurmetské stravovací zařízení, zážitková gastronomie, historická restaurace, tradiční restaurace, festival jídla, vinařská turistika, pivní turistika, farmářské trhy.

Annotation

The thesis deals with gastronomic tourism, its theoretical definition and analyzes in detail its distribution. The theoretical part also deals with gastronomic events in the Czech Republic, such as food festivals, vintage and beer festivals and culinary events at various international destinations, namely the US, France and Italy. The theoretical part provides an overview of some projects that promote the Czech gastronomy, as well as an overview of selected restaurants and themed restaurants. In the practical part of the thesis research was used in the form of a questionnaire survey, which focused on the respondents of all ages. It is also based on an analysis of selected international cuisine, including Czech cuisine, and analysis of the offers of travel agencies and tour focusing on gastronomic tourism. Based on the results of research in the practical part designed own product. The work is enhanced by own observations in the selected restaurants and in attending food festivals by using the method of mystery shopping.

Key words

Gastronomy, gastronomy / culinary tourism, gourmand tourism, gourmet dining options, experience gastronomy, historic restaurants, traditional restaurants, festival of food, wine tourism, beer tourism, farm markets.

Obsah

Úvod.....	9
TEORETICKÁ ČÁST	11
1 CESTOVNÍ RUCH A JEHO TEORETICKÉ VYMEZENÍ	11
1.1 Druhy cestovního ruchu	12
1.2 Tradiční formy cestovního ruchu	14
1.3 Netradiční formy cestovního ruchu.....	14
1.4 Vývojové trendy v cestovním ruchu	15
2 GASTRONOMICKÝ CESTOVNÍ RUCH A JEHO TEORETICKÁ VYMEZENÍ.....	20
2.1 Členění gastronomického cestovního ruchu	21
Podniky veřejného stravování	21
Gastronomické destinace cestovního ruchu	22
Gastronomické události	22
Gastronomické provozovny, výrobní a muzea	22
Farmářské trhy.....	23
Kurzy vaření	23
3 GASTRONOMICKÝ CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE	25
3.1 Festivaly a slavnosti gastronomického cestovního ruchu	26
3.2 Projekty na podporu gastronomického cestovního ruchu	28
4 GASTRONOMICKÝ CESTOVNÍ RUCH VE SVĚTĚ.....	30
4.1 Gastronomické události v USA.....	31
4.2 Gastronomické události ve Francii.....	32
4.3 Gastronomické události v Itálii	32
5 PŘEHLED VYBRANÝCH PRAŽSKÝCH RESTAURACÍ A TÉMATICKY ZAMĚŘENÝCH RESTAURACÍ.....	33
Restaurace Alcron	33
Restaurace Oblaca.....	34
Restaurační řetězec Ambiente.....	34
Restaurace Pravěk	35
Restaurace Výtopna	36
Středověká krčma U krále Brabantského	36
PRAKTICKÁ ČÁST	37

6 VÝZKUM – DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	38
7 ANALÝZA SVĚTOVÝCH KUCHYNÍ	42
7.1 Česká kuchyně	42
7.2 Indická kuchyně	43
7.3 Italská kuchyně.....	44
7.4 Mexická kuchyně	46
7.5 Španělská kuchyně	47
7.6 Francouzská kuchyně	48
7.7 Americká kuchyně	50
7.8 Asijská kuchyně	52
8 ANALÝZA SOUČASNÉ NABÍDKY CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ	55
Cestovní kancelář GEOPS	55
Cestovní kancelář Wine Travel	56
Cestovní agentura PIVO A VÍNO.....	56
9 VLASTNÍ POZOROVÁNÍ V TÉMATICKY ZAMĚŘENÝCH RESTAURACÍ A GASTRONOMICKÝCH FESTIVALŮ V RÁMCI ČESKÉ REPUBLIKY	57
10 TVORBA VLASTNÍHO PRODUKTU - ITÁLIE	64
Závěr	68
Seznam použitých českých zdrojů	70
Seznam použitých zahraničních zdrojů.....	71
Seznam použitých internetových zdrojů	72
SEZNAM GRAFŮ	78
SEZNAM OBRÁZKŮ	87

Úvod

Gastronomie, jakožto společenská věda o technice a způsobech společného stravování, patří k našemu každodennímu životu. Nejen, že zahrnuje veškeré podniky veřejného stravování, jako jsou restaurace, rychlá občerstvení nebo pohostinství, ale také se v poslední době stále modernizuje a obměňuje novými trendy v různých podobách. Gastronomie 21. století s sebou přináší mnoho inovací, se kterými většina restaurací drží krok a společně tak vytváří nové produkty, a pracují s různými, pro nás doposud neznámými surovinami. Kromě toho, že moderní gastronomie je obohacena o prvky, jako je precizní výroba, profesionální obsluha nebo kvalitní prezentace pokrmů, zahrnuje také pojmy jako je zážitková gastronomie nebo gastronomický cestovní ruch. Ten v dnešní době zaujímá pozici v podobě novodobé formy cestování za jídlem do různých destinací, ať už v rámci České republiky nebo do vzdálenějších míst. V souvislosti s ním se pojí návštěvy různých gastronomických a kulinářských akcí, jako jsou jídelní festivaly, pivní slavnosti, vinobraní či farmářské trhy.

Teoretická část diplomové práce se zabývá cestovním ruchem, jakožto klasickou formou cestování, a jeho základním dělením. Poté následuje samotné vymezení gastronomického cestovního ruchu, a je dále rozdělen na různé typy gastronomických událostí a také obsahuje projekty na podporu gastronomického cestovního ruchu v rámci České republiky. Teoretická část dále obsahuje přehled vybraných gastronomických akcí v České republice a v zahraničí, konkrétně v USA, Francii a Itálii. V neposlední řadě také zahrnuje souhrn vybraných restaurací, a tematicky zaměřených restaurací.

Praktická část diplomové práce obsahuje výzkum v podobě dotazníkového šetření, kde byly stanoveny 3 hypotézy. Hypotéza č. 1 se zaměřuje na preferenci místní gastronomie před regionální kuchyní v rámci návštěvy v zahraničí, hypotéza č. 2 stanovuje, že forma stravování all inclusive zůstává stále na předních místech oblíbenosti způsobu stravování též v zahraničí, a hypotéza č. 3 je ve vztahu s podávanými pokrmy, kde za nejdůležitější byla určena cena.

Dále jsem v praktické části provedla analýzu zaměřenou na vybrané světové kuchyně, včetně české gastronomie, a analýzu současné nabídky cestovních kanceláří a agentur, které se zabývají gastronomickými zájezdy. Na základě výzkumu byl zhotoven vlastní produkt, který vycházel z výsledků dotazníkového šetření.

Dále jsem diplomovou práci doplnila o zajímavé zkušenosti z českých restaurací a jídelních festivalů za pomoci metody mystery shopping.

Téma gastronomický cestovní ruch byl zvolen proto, že gastronomie pro mě není neznámou záležitostí, a také proto, že jsem chtěla poukázat na další zajímavý a rozvíjející se trend v oblasti cestovního ruchu. Hlavním cílem diplomové práce je zhodnocení potenciálu gastronomického cestovního ruchu, a to jak v rámci České republiky, tak i v celosvětovém měřítku.

Dílní cíle vychází z výzkumu, kde jsem chtěla zjistit, zda je gastronomie motivačním prvkem k cestování, a jaké kombinace těchto prvků jsou nejtypičtější pro návštěvu zahraničí. Dále mě zajímalo, jaké destinace jsou gastronomicky lákavé, a zda se využívají gastronomické zájezdy pořádanými cestovními kanceláři a agenturami.

TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH A JEHO TEORETICKÉ VYMEZENÍ

Dle světové organizace UNWTO je definice cestovního ruchu následující: „Cestovní ruch neboli turismus je odvozen od slova cestování, a znamená pohyb osob do míst mimo své trvalé bydliště. Pobyt by měl být kratší než 1 rok za účelem rekreace, během jeho trvání účastníci nesmí vykonávat výdělečnou činnost“.¹

Za účelem sledování ekonomického a statistického charakteru je nutné vycházet z následujících pojmů. Stálý obyvatel v mezinárodním cestovním ruchu je osoba žijící v zemi minimálně 1 rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší 1 roku. Rezident v domácím cestovním ruchu je osoba, která žije v dané oblasti minimálně 6 měsíců před příjezdem do jiné oblasti na dobu kratší než 6 měsíců. Návštěvník v mezinárodním cestovním ruchu cestuje do jiné země, než ve které trvale žije, na dobu, která nepřekračuje více než 1 rok, a za účelem cesty není výdělečná činnost. Návštěvník v domácím cestovním ruchu je trvale usídlen v dané destinaci a cestuje do jiné destinace na dobu kratší než 6 měsíců, a čelem cestování není výdělečná činnost. Turista v mezinárodním cestovním ruchu cestuje do jiné destinace, než ve které trvale žije, a zahrnuje alespoň 1 přenocování, ne však delší než 1 rok. Jeho pobyt v jiné destinaci nezahrnuje výdělečnou činnost. Turista v domácím cestovním ruchu cestuje do jiného místa, které se liší od běžného prostředí, ale stále se však pohybuje ve své zemi po dobu zahrnující minimálně 1 přenocování, ale nepřesahuje dobu více než 6 měsíců. V daném místě opět nevykonává výdělečnou činnost.

Jednodenní návštěvník v mezinárodním cestovním ruchu je ten, který cestuje do jiné země, v níž není trvale usídlen na dobu kratší než 24 hodin bez přenocování. Jednodenní návštěvník v domácím cestovním ruchu obvykle cestuje do jiného místa, než je jeho běžné prostředí v rámci své země, daném místě nepřenocovává. Opět v obou případech platí, že v dané oblasti nesmí být vykonávána výdělečná činnost.²

¹ WORLD TOURISM ORGANISATION. *Definition of tourism*. Unwto.org [online]. 2011 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_tsa_1.pdf

² PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu*. Grada Publishing, a.s. Praha, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5. str. 12

Cestovním ruchem se rozumí trávení volného času v prostředí, ve kterém se účastníci nachází, a využívají veškeré služby cestovního ruchu.

Cestovní ruch patří mezi formy uspokojování potřeb spojené s ubytovacím či stravovacím zařízením, využívání dopravních prostředků, služeb cestovních kanceláří a agentur, průvodcovských služeb a mnoho dalších. Odvětví cestovního ruchu je velmi rozmanité, a tvoří nedílnou součást národní a světové ekonomiky.³

1.1 Druhy cestovního ruchu

Rozeznáváme několik druhů a forem cestovního ruchu. Uspokojují potřeby účastníků, které se realizují na základě motivace. Jeho neustálý rozvoj o inovativní trendy závisí hlavně na nabídce cestovního ruchu a poptávce účastníků. Vzhledem k tématu diplomové práce budou uvedené pouze pro pořádek ve stručné podobě.

Mezi základní druhy cestovního ruchu patří domácí a zahraniční cestovní ruch. Domácí cestovní ruch zahrnuje všechny osoby, které sídlí na území daného státu, cestují v něm, a nepřekračují jeho hranice. Podílejí se tak pouze na domácí spotřebě. Naopak u zahraničního cestovního ruchu dochází k překračování hranic a zahrnuje příjezd účastníků ze zahraničí do dané země, tzv. incoming, a dále také zahrnuje veškeré výjezdy občanů dané země do zahraničí, tzv. outgoing. Do zahraničního cestovního ruchu dále řadíme tranzitní cestovní ruch, kdy účastník cestovního ruchu pouze projíždí okolními státy do cílené destinace.⁴

Účastníci cestovního ruchu cestují v různých časových intervalech. Proto je dalším členěním krátkodobý a dlouhodobý cestovní ruch. V krátkodobém cestovním ruchu se účastníci cestovního ruchu zdržují v dané cílové destinaci po dobu tří dnů, naopak dlouhodobý cestovní ruch se vyznačuje pobytem účastníka cestovního ruchu na déle, ne však delší než 1 ucelený rok. Samostatně se uvádí jednodenní pobyty bez přenocování, jelikož nejsou zahrnuty ve statistikách cestovního ruchu.

³ CZECH TOURISM. *Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku*. Czechtourism.cz [online]. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>

⁴ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada Publishing, a.s. Praha, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3. str. 20

Dle způsobu zabezpečení rozeznáváme organizovaný a neorganizovaný cestovní ruch. Organizovaný cestovní ruch je zajišťován pomocí cestovní kanceláře, či pomocí zprostředkovatele, např. cestovní agentury. Neorganizovaný cestovní ruch již podle názvu vypovídá, že účastník na cestovním ruchu si vše zajišťuje sám. Tento druh cestovního ruchu se stává čím dál tím více oblíbenější.⁵

Volný a vázaný cestovní ruch je dalším dělením v závislosti na způsobu financování. Volný cestovní ruch má ve své podstatě spojitost s cestovním ruchem neorganizovaným, tudíž si účastník hradí náklady svými finančními prostředky, naopak vázaný cestovní ruch se vyznačuje určitým závazkem na splnění určité podmínky. Zařadit zde můžeme např. pacienta v lázeňském cestovním ruchu.⁶

Podle počtu účastníků dále dělíme cestovní ruch na individuální a kolektivní. Individuální cestovní ruch je chápán jako cestování na vlastní zodpovědnost, kdy účastník cestovního ruchu cestuje sám, či s malou skupinou dalších účastníků. Tento druh cestování si realizují sami, dávají tedy přednost vlastnímu programu. Individuální cestování vyhledává více než 80% účastníků. Opakem individuálního cestování je kolektivní cestovní ruch, který má zpravidla podobu kolektivního cestování ve větším počtu osob. Účast na cestovním ruchu můžeme vidět celoročně. Proto posledním základním dělením cestovního ruchu je dle ročního období. Sezonní období, tedy zimní a letní sezona, pojímá největší počet návštěvníků. Zároveň dochází k maximálnímu využití služeb a k největším obrátům za ucelený rok. Ceny jsou maximální. V mimosezóně se však potýkáme se sníženou účastí na cestovním ruchu. Služby nejsou plně využívány, a zároveň dochází ke snižování cen.⁷

⁵ CZECH TOURISM. *Odpovědné cestování*. Czechtourism.cz [online]. 2005 [cit. 2015-11-27]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/4-odpovedne-cestovani/>

⁶ EKONOMIE-OTÁZKY STUDENTSKÉ. *Členění cestovního ruchu* [online]. [cit. 2015-11-27]. Dostupné z: <http://ekonomie-otazky.studentske.cz/2010/04/56-vymezeni-cestovniho-ruchu.html>

⁷ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada Publishing, a.s. Praha, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3. str. 21 – 22

1.2 Tradiční formy cestovního ruchu

Jak již bylo zmíněno, formy cestovního ruchu jsou realizovány na základě motivace účastníků. Mezi hlavní motivy patří především rekreace, kultura, a dále společenské a sportovní motivy. Rekreční forma cestovního ruchu přispívá hlavně k regeneraci účastníka. Realizace probíhá v odpovídajícím prostředí, jako jsou lesy nebo hory. Typickým příkladem je chataření či chalupaření.

Další formou je kulturně – poznávací cestovní ruch, kde účastníci cestovního ruchu poji rekreaci s poznáním historických objektů a kulturních akcí. Jedná se především o poznání tradic a zvyků místí kultury či náboženství. Sportovně – rekreační forma cestovního ruchu je zaměřena na účastníky, kteří vyhledávají odpočinek spojený s aktivním využitím. Jedná se především o účast na sportovních činnostech. Lázeňsko – léčebná forma cestovního ruchu je založena především na léčbu, prevenci a celkovou regeneraci. Zahrnuje pobyty v lázeňských zařízeních, v České republice tvoří velký význam, a to jak pro domácí cestovní ruch, tak pro příjezdový cestovní ruch.⁸

1.3 Netradiční formy cestovního ruchu

Netradiční formy cestovního ruchu uspokojují zvláštní potřeby účastníků. Typickým příkladem je venkovský cestovní ruch, který představuje pobyt s rekreačními aktivitami na venkově. Venkovský cestovní ruch zahrnuje různé šetrné formy cestovního ruchu, a sice např. ekoturistiku, agroturistiku a ekoagroturistiku. Ekoturistika se zaměřuje především na poznávání národních parků a chráněných krajinných oblastí tak, aby nebyl cestovní ruch nijak narušován. Proto jako nejvhodnější dopravní prostředek využívá jízdní kolo. Agroturistika je turistika, která kromě spojitosti s přírodou poskytuje ubytování ve venkovských podmínkách, např. na statku. Bývá spojena se zemědělskými činnostmi na farmách. Další specifická forma, která je velmi podobná agroturistice je ekoagroturistika.⁹

⁸ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada Publishing, a.s. Praha, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3. str. 20

⁹ ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. IDEA SERVIS. Praha, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5. str. 324 - 325

Kongresový cestovní ruch je další specifická forma cestovního ruchu, která se zaměřuje na odborné výklady. Součástí jsou různé doprovodné programy využívány v rámci kongresu či volného času v místě kongresu. Mezi kongresové akce zahrnujeme především konference, semináře, výstavy a veletrhy.

Incentivní cestovní ruch má podobu nového trendu v podobě motivační formy pro zaměstnance, obchodní partnery či klienty. Tato novodobá tvář cestovního ruchu se poprvé objevila v 50. a 60. letech minulého století ve Spojených státech.¹⁰

1.4 Vývojové trendy v cestovním ruchu

Cestovní ruch je velmi významným fenoménem, a neustále se doplňuje o inovativní prvky. Bohužel s jeho rozvojem jsou spojené negativní dopady, které významně ovlivňují životní prostředí. Na druhou stranu ovšem přináší i mnoho pozitivních stránek, jako je například rozvoj ekonomiky, nárůst pracovních příležitostí, a v neposlední řadě se účastníci cestovního ruchu mohou seznámit s dalšími vývojovými trendy. Evropskou komisí bylo v roce 2003 predikováno deset hlavních trendů, které cestovní ruch v posledních letech výrazně ovlivnily. Jednalo se především o faktory, jako je demografie, zdraví, vzdělání, volný čas, zkušenosti s cestováním, životní styl, informační technologie, doprava, udržitelný rozvoj, jistota a bezpečí.

Po několika letech lze konstatovat, že tato vize rozvoje byla pravdivá. Bohužel, není možné budoucí rozvoj nijak předvídat, nicméně zájem o cestování stále narůstá, a to na straně nabídky, tak na straně poptávky.¹¹ Nyní představím několik vývojových trendů ve spojitosti s cestovním ruchem. Dark Tourism, v překladu temný turismus zavádí návštěvníky do míst, kde se v minulosti stala nějaká tragická událost. Jedná se o místa, která jsou spjata se smrtí, která v dnešní době představují turistickou atrakci. Častým motivem do těchto oblastí je především poznání. Častým cílem návštěvníků jsou hřbitovy nebo místa zasažena přírodními katastrofami. Mezi vyhledávaná místa dark turismu jsou hlavně koncentrační tábory či jaderná elektrárna Černobyl.¹²

¹⁰ SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Univerzita Jana Amose Komenského Praha. Praha, 2009. ISBN 978-80-86723-78-5. str. 79 – 82

¹¹ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing, a.s. Praha: 2013. ISBN 978-80-247-4603-6. str. 25

¹² CESTOVATEL. *Dark tourism*. *Cestovatel.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/dark-tourism-temne-cestovani-na-mista-katastrof-a-nestesti/>

Další podobný trend cestování nese název asketická dovolená. Pod tímto pojmem si lze představit hlavně dobrodružství v extrémních podmínkách. Asketická dovolená představuje například ubytování ve věznici nebo vojenský výcvik. Tato forma cestovního ruchu je atraktivní pro účastníky, kteří vyhledávají adrenalin.¹³

Couchsurfing je dalším trendem, který působí ve světě již od roku 2004. Jedná se o internetovou službu, která zajišťuje bezplatné ubytování, a to u kohokoli na světě, kdo tento projekt podporuje. Couchsurfing vyhledávají především ti, kteří mají omezený rozpočet, a taky ti, kteří touží po značné dávce adrenalinu, jelikož tento druh cestování s sebou nese značná rizika. Na druhou stranu, výhradním lákadlem je život v domácnosti místních obyvatel. Od místního poskytovatele této služby se účastníci mohou blíže seznámit se všedním životem v dané destinaci či zajímavostmi, které se v běžném průvodci nenajdou. Další výhodou spočívá ve zdokonalování cizích jazyků a také v možnosti navázání nových kontaktů.¹⁴

Volunturismus, neboli dobrovolnická turistika dokáže sloučit příjemné s užitečným. Jedná se o spojení dovolené s aktivní pomocí postižené oblasti, například přírodní katastrofou. Tato dvojí forma cestování se začala využívat již v 90. letech. V běžném případě to znamená, že v průběhu týdne se pracuje a víkendy jsou vyhrazené na poznání místní destinace. Volunturismus bývá nejčastěji spojován s manuálními pracemi či s odbornou lékařskou pomocí v postižené oblasti.¹⁵

Business tourism, neboli obchodní turistika je považován za dynamicky rostoucí segment světového průmyslu. V tomto smyslu se jedná především o služební cesty, které představují asi 9% mezinárodního cestovního ruchu. Vzhledem k tomu, že business tourism v sobě skrývá obrovský potenciál, v následujících letech se očekává velký nárůst.¹⁶

¹³ CESTOVATEL. *Asketická dovolená*. *Cestovatel.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/asketicka-dovolena/>

¹⁴ COUCHSURFING. *Co je couchsurfing*. *Couchsurfing.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.couchsurfing.cz/ubytovani-v-soukromi/>

¹⁵ CESTOVATEL. *Volunturismus - dobrovolnická turistika*. *Cestovatel.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/volunturismus-dobrovolnicka-turistika/>

¹⁶ INTERNATIONAL TRADE CENTRE. *Business tourism*. *Tradeforum.org* [online]. 2011 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.tradeforum.org/business-tourism>

Tento typ turismu je obvykle realizován pro určitou skupinu účastníků, ne však v rámci volného času. Často bývá obecně nazývat jako „MICE¹⁷“ tourism, který zahrnuje různá pracovní setkání, motivační pobyt, konference a výstavy.¹⁸

Mládežnický cestovní ruch, neboli youth tourism se v dnešní době zařazuje mezi oblíbené a jedny z nejvíce rostoucí formy světového cestovního ruchu. Je vyhledáván mladým kolektivem ve věku 15 – 25 let. Účast na mládežnickém cestovním ruchu je ovlivněna hlavně fondem volného času. Hlavní motivací mladých cestovatelů je především poznávání místních kultur, zdokonalování se v cizích jazycích, či práce nebo studium. V neposlední řadě také samozřejmě zábava a rekreace. Mezi nejnavštěvovanější regiony patří Evropa, severní Amerika, Asie a Austrálie.¹⁹

Dalším novodobým trendem cestovního ruchu je seniorský cestovní ruch. I když se tento druh cestování začal rozvíjet trochu později než ostatní výše zmíněné formy, stává se pro cestovní kanceláře a ubytovací zařízení stále zajímavější, a zachytil tempo dynamicky rozvíjejícího se trendu. Z pohledu celosvětového cestovního ruchu senioři tvoří až 24% příjezdového cestovního ruchu. V dnešní době senioři tvoří důležitý segment trhu v rámci cestovního ruchu.²⁰

Golfová turistika v posledních letech též zaznamenala velký rozvoj. Dříve byl golf považován za snobský sport pro vyšší vrstvy, v současnosti se však stává stále oblíbeným sportem mnoha příznivců z různých tříd. S jeho rostoucí oblibou stoupá zájem budování nových golfových hřišť, ubytovacích kapacit ve spojení s wellness procedurami pro uspokojení potřeb ne jen tuzemských návštěvníků. Tento trend v poslední době zažívá celosvětový boom a mnoho zemí ve svém vlastním zájmu investují a podporují jejich rozvoj za výhradním účelem udržení konkurenceschopnosti. Golfová turistika patří mezi nejvíce rozvíjející se formy cestovního ruchu vůbec.

¹⁷ ČESKÝ PŘEKŁAD: M – pracovní setkání, I – motivační pobyty, C – konference, E – uspořádané akce

¹⁸ PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu*. Grada Publishing, a.s. Praha, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5. str. 26 – 27

¹⁹ CESTOVATEL. *Youth Travel - mladí cestovatelé*. *Cestovatel.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/youth-travel-mladi-cestovatele/>

²⁰ PRO BYZNYS. *Seniorský cestovní ruch*. *Probyznysinfo.ihned.cz* [online]. 2012 [cit. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://probyznysinfo.ihned.cz/c1-57853160-seniorsky-cestovni-ruch-je-na-vzestup>

Na tento druh cestovního ruchu se specializuje mnoho cestovních kanceláří, které organizují zájezdy ne jen v rámci České republiky, ale i do různých států světa.²¹ Tradiční forma lázeňského cestovního ruchu je dále rozšířena o medical tourism a wellness. Díky těmto novým trendům návštěvnost lázní stoupá, a toto odvětví cestovního ruchu se stává v současné době čím dál tím více vyhledávané. Wellness v současné době patří mezi nejvyhledávanější formy cestovního ruchu, které jsou nabízeny v podobě wellness balíčků či víkendových pobytů různými lázeňskými komplexy či hotely nebo penziony. Současným trendem jsou výhradně kratší pobyty doplněny o víkendové programy, které vyhledává především mladá klientela. Můžeme se setkat s názvy typu lázeňské líbánky nebo víkendové pobyty pro muže, či ženy.²²

České lázně jsou velmi často vyhledávány jak rezidenty, tak turisty z různých zemí. Mezi zahraniční klientelu patří hlavně návštěvníci z Německa, Rakouska, Ruska, Polska. Vysoká poptávka po několikátýdenních pobytech je ze strany arabských návštěvníků, a to právě díky vysoce kvalitnímu standardu služeb v lázeňských zařízeních, kde je využíváno velké množství přírodních zdrojů. Dle statistik, které zveřejnila organizace Czech Tourism je v lázeňství nejvíce navštěvován Karlovarský kraj. Porovnáním roku 2013 a 2014 byl zaznamenán nárůst výhradně zahraniční klientely o 4,9 %.²³ Pod pojmem medical se skrývají různé medicínské zákroky, jako například plastická chirurgie, zubní chirurgie, či operace srdce. Česká republika za posledních pár let zaznamenala velký nárůst příjezdového cestovního ruchu a řadí se dokonce mezi deset nejlepších medicínských destinací světa. Účast na tomto druhu cestovního ruchu má hned několik důvodů, přičemž rozhodující je hlavně cena, kvalita a dostupnost daného zákroku v příslušné destinaci. Co se týče zahraniční klientely mířící za službami předních českých lékařů, pochází převážně ze zemí, jako je Německo, Velká Británie, Slovensko a Rakousko. Téměř 90% příjezdového cestovního ruchu tvoří ženy, které nejvíce vyhledávají služby plastických chirurgů.

²¹ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Golf - specifická činnost v cestovním ruchu*. *mmr.cz* [online]. 2007 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/8d6249dc-910f-4fcc-8588-2d0e56870f85/GetFile47.pdf>

²² LIFE Ihned. *Trendy lázeňství a wellness v příštích letech*. *Ihned.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://life.ihned.cz/cestovani/c1-23921990-trendy-lazenstvi-a-wellness-v-pristich-letech>

²³ CZECH TOURISM. *Lázeňské statistiky za 1. čtvrtletí 2014*. *Czechtourism.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/aktuality/lazenske-statistiky-za-1-ctvrtleti-2014/>

Některé exotické destinace se dívají na lidské tělo jako zboží, se kterým lze různými způsoby obchodovat. Typickým příkladem jsou například Filipíny, kde vzkvétá obchod s lidskými orgány. Naopak v Indii začal fungovat trh náhradních matek, které nabízí odnošení dětí pro páry, které nemohou mít vlastní.²⁴

Posledním trendem, který se stále více vyvíjí a stává se oblíbeným po celém světě, je gastronomický cestovní ruch. Lze ho definovat jako cestování za jídlem. Jelikož je gastronomický cestovní ruch hlavním tématem diplomové práce, v následujících kapitolách se mu budu věnovat podrobněji.

²⁴ ČESKÁ TELEVIZE. *Zdravotní turistika: za operací a pro orgány do celého světa*. *Ceskatelevize.cz* [online]. 2013 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10353354545-zdravotni-turistika-za-operaci-a-pro-organy-do-celeho-sveta/21138255152/>

2 GASTRONOMICKÝ CESTOVNÍ RUCH A JEHO TEORETICKÁ VYMEZENÍ

„*Gastronomický / kulinářský cestovní ruch představuje takovou formu cestovního ruchu, u které je hlavním motivem gastronomie a kulinářské zážitky. Může se jednat o účast na specializovaných gastronomických akcích nebo o zážitky spojené s konzumací, s přípravou a prezentací jídla, seznámení se s gastronomickými tradicemi v dané destinaci*“.²⁵ Pojem **gastronomie** lze definovat jako společenskou vědu o způsobech konzumace, technikách přípravy, servisu jídel a nápojů spojené se stravovacími zvyklostmi a správnou výživou. S gastronomií se lze běžně setkat jak ve střediscích veřejného stravování, tak na různých společenských gastronomických akcích. **Gurmán** neboli labužník je osoba milující dobré jídlo a nápoje. Účast na gurmánském cestovním ruchu je pro něj tak hlavním motivem. Jako příklad lze uvést návštěvu na různých gastronomických festivalech, které jsou zaměřené na degustaci a prezentaci různých jídel a nápojů. **Gurmánský cestovní ruch** představuje formu cestovního ruchu, kde jsou účastníci motivováni požitkem z konzumace jídel a nápojů. Dále účastníci poznávají různé kultury stolování a jsou seznámeni s nejrůznějšími pokrmy ze všech koutů světa.²⁶ **Zážitková gastronomie** plní účel seznámit hosty s něčím speciálním, originálním či netradičním. Cílem zážitkové gastronomie je zapůsobení na všechny smysly hosta tak, aby odcházel plný dojmů a jeho návštěva nebyla pouze o nasycení. Kromě toho, že zážitková gastronomie tu byla pořád, tak díky svému rozvoji postupem času vzrostla a nabyla na oblíbenosti. Tento typ gastronomie je především vázán na kuchařská umění a kreativitu, s čímž je úzce spjat způsob servírování a aranžmá. Neexistuje žádná společná definice pro různé typy zážitkové gastronomie. Je zaměřena na různé segmenty spotřebitelů, tudíž se lze setkat s nepřeberným množstvím variant. Její inovativní charakter z ní dělá jednu z možných cest k úspěchu v oblasti gastronomického cestovního ruchu.²⁷

²⁵ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing, a.s. Praha: 2013. ISBN 978-80-247-4603-6. str. 39

²⁶ ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2. str. 175 – 192

²⁷ KRŮŽEK, Felix a Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2014. ISBN 978-80-247-4835-1. str. 73

2.1 Členění gastronomického cestovního ruchu

Gastronomický cestovní ruch je součástí kulturního cestovního ruchu a v současné době je znám jako novodobý trend, který se stal módní záležitostí cestování. Účastníci tak mají možnost degustovat, objevovat a poznávat i méně tradiční typy pokrmů. Pokud účastníci touží po nějakém gastronomickém zážitku, musí samozřejmě navštěvovat různá místa s nimi spojená. Jedná se především o návštěvy podniků veřejného stravování, gastronomické destinace, akce a události, gastronomické provozovny a muzea, farmářské trhy a kurzy vaření. Nyní se s nimi blíže seznámíme.

Podniky veřejného stravování

Podniky veřejného stravování lze rozdělit na historické, tradiční, gurmetské a zážitkové. **Historické restaurace** jsou typické pro vlastní receptury a často se v nich konala určitá historicky významná setkání. Za zmínku jistě stojí kavárna Sacher ve Vídni, kde hosté mohou ochutnat původní sacher dort. **Tradiční restaurace** jsou známé především tím, že nabízí tradiční místní speciality. Vaří podle tradiční receptury, podle níž se dané pokrmy připravují. Jedná se především o hostince s lidovou tematikou, které jsou rozšířené po celém světě. Konkrétně v České republice existují různé středověké krčmy.²⁸ **Gurmetské stravovací zařízení** reprezentují luxusní restaurace se službami nejvyšší kvality, jako je prvotřídní gastronomie a perfektní obsluha. Jedná se zejména o stravovací zařízení s Michelinskou hvězdou. Toto ocenění patří k nejprestižnějším. Restaurace, která takové ocenění získá, zaručuje, že dokáže uspokojit i tu nejnáročnější klientelu. Takové restaurace se hojně vyskytují v západní Evropě, USA a v Asii. V České republice, konkrétně v Praze se nachází pouze dva takto oceněné podniky, a sice restaurace Alcron a restaurace La Degustation Bohême Bourgeoise.²⁹

²⁸ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing, a.s. Praha: 2013. ISBN 978-80-247-4603-6. str. 43 – 44

²⁹ Michelinské restaurace: Co jsou Michelinské restaurace? *Michellinskerestaurace.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <http://www.michellinskerestaurace.cz/co-jsou-michelinske-restaurace/>

Zážitkové restaurace, jak již bylo vysvětleno výše, jsou specifické především svou originalitou a zvláštností. Příkladem může být podmořská restaurace Ithaa na Maledivách nebo neviditelná restaurace v San Franciscu. V České republice lze navštívit např. v restauraci La Casa Argentina, kde se připravují pravé argentinské speciality.³⁰

Gastronomické destinace cestovního ruchu

Gastronomický cestovní ruch je spojován s různými zeměmi, státy, či jednotlivými menšími lokalitami, odkud si účastníci přináší gastronomické zážitky. Mezi přední destinace, které jsou spjaty především s kulinářským zážitkem, patří Francie, Itálie, mezi vzdálenější Japonsko nebo Indie. Některé destinace se stávají terčem návštěvnosti právě díky netradiční a nové gastronomii. To tak příznivě působí k budování značky v dané lokalitě a zároveň přispívá k dalšímu rozvoji. Vysoký potenciál v České republice má především region jižní Morava pojen výhradně s vinařskou turistikou.

Gastronomické události

Gastronomické akce neboli eventy jsou velmi důležité pro propagaci dané lokality. Tyto akce mají charakter kulturních akcí, jako např. vinobraní, pivní slavnosti nebo různé festivaly jídla. Do gastronomických akcí lze dále zařadit různé soutěže a kurzy vaření či pečení, degustace různých delikates nebo nápojů. Největší gastronomickou událostí v České republice je Prague Food Festival, který bude podrobněji popsán v další kapitole týkající se přímo gastronomických událostí.

Gastronomické provozovny, výroby a muzea

Pod tímto druhem gastronomické záležitosti si můžeme představit různé návštěvy nebo exkurze do různých potravinářských výroben. Zde mohou účastníci sledovat výrobu daných produktů s odborným výkladem, v neposlední řadě s možností

³⁰ Easy magazine: 5 nejšílenějších restaurací světa. *Easymagazine.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <http://easymagazine.cz/clanky/5-nejsilenejsich-restauraci-sveta>

degustovat jej, případně lze zakoupit originální produkt. V Evropě se těší velké oblíbenosti exkurze do čokoládoven, pivovarů a vinných sklepů.³¹

Muzea jsou také nedílnou součástí gastronomického turismu. Jedná se především o ty muzea, která jsou spjata s určitým produktem, případně značkou. Mezi nejnavštěvovanější typy tohoto odvětví patří např. World of Coca – Cola v Atlantě, Museum of Bread Culture v Německu, Museo del Peperoncino v Itálii, Museum of Cocoa and Chocolate v Bruselu a nebo Bramah's Museum of Tea and Coffee v Londýně.³²

Farmářské trhy

Farmářské trhy jsou známé po celém světě. Též patří do odvětví gastronomického cestovního ruchu. Účastníci zde mohou zakoupit čerstvé produkty přímo od zemědělců, výhradně českého původu. Nabídka produktů spočívá hlavně v podpoře menších zemědělských podniků. Oproti nákupu v různých velkoobchodních řetězcích farmářské trhy garantují návštěvníkům původ zakoupeného zboží, a hlavně jeho čerstvost.³³ Nejžádanější komodity na farmářských trzích jsou především bylinky, ovoce, zelenina, dále široký výběr pekařských výrobků, domácí šťávy a mošty, mléčné výrobky, rukodělné výrobky, různé delikatesy v podobě sýrů, uzenin či sušenek. V různém období nabyly na oblíbenosti i tematické trhy, jako např. velikonoční, květinové nebo vánoční adventní trhy.³⁴

Kurzy vaření

Kulinářský cestovní ruch je dále obohacen o poměrně hojně využívané školy nebo kurzy vaření. Toto odvětví nám ukazuje rostoucí zájem o gastronomii u široké veřejnosti. Kurzy či školy jsou zaměřeny na různou tematiku, ať už se jedná o přípravu steaků, sushi, pečení dortů nebo jsou přímo zaměřeny na různé typy kuchyní, jako např. italská, francouzská, mexická aj.

³¹ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing, a.s. Praha: 2013. ISBN 978-80-247-4603-6. str. 45

³² STANLEY, John a Linda STANLEY. *Food Tourism: A Practical Marketing Guide*. London: CAB International, 2015. ISBN 978-1-78064-501-8. str. 133

³³ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing, a.s. Praha: 2013. ISBN 978-80-247-4603-6. str. 46 – 47

³⁴ Farmářské trhy: produkty. *Farmarske-trhy.cz* [online]. Praha, 2012 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <http://www.farmarske-trhy.cz/produkty>

Většina těchto kurzů je realizována známými kuchaři, kteří se stali vyhlášenými díky proslulým podnikům nebo televizním pořadům zaměřeným na gastronomii. Zájemci o účast na kurzu neváhají cestovat i do zahraničí. Vzhledem k oblíbenosti a popularitě se převážně podnikají cesty do Francie a Itálie, kde se zároveň nachází i většina těchto vzdělávacích institutů.³⁵

³⁵ HJALAGER, Anee-Mette a Greg RICHARDS. *Tourism and Gastronomy*. New York: Routledge, 2002. ISBN 0-203-27406-7. str. 30

3 GASTRONOMICKÝ CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE

I když je Česká republika poměrně malou zemí, může se pyšnit širokým výběrem společenských gastronomických akcí. Mnoho těchto událostí probíhá v Praze, většinou v uzavřených prostorech, což se může od jiných zemí lišit. Česká republika má velmi dobré předpoklady pro pěstování vinné révy a patří také k předním destinacím, která nabízí kvalitní české pivo. Právě tyto důvody vedou jak místní obyvatele, tak turisty z různých zemí k návštěvě různých kulinářských festivalů u nás.

Za zmínku jistě stojí festivaly, jako např. Food Parade, který je ve své podstatě téměř totožný s Prague Food Festivalem. Tento festival patří mezi nejnavštěvovanější. Další festival jídla nese název Ochutnej Vietnam. Tento festival nemá v Čechách dlouholetou tradici, poprvé se uskutečnil v roce 2014 a nabízí ochutnávku tradičních vietnamských pochutin. Ve stejném roce se v Praze objevil Prague Cheesecake Festival, kde probíhá degustace těchto dezertů a zároveň propagace různých cukráren a pekáren. Letos již popáté se uskuteční další ročník festivalu Burger Fest, kde milovníci americké kuchyně mohou ochutnat klasické masové, rybí nebo vegetariánské hamburgery. Zároveň zde probíhá soutěž o ten nejlepší. V Karlových Varech rozhodně nelze odolat návštěvě karlovarského Gastrofestivalu. Ten jako jeden z mála festivalů v České republice je pro širokou veřejnost zdarma.³⁶

V Plzni se letos poprvé bude pořádat gastronomická událost pod názvem CeliakiFest, kde mohou návštěvníci ochutnat jídlo bez lepku. Cílovou skupinou tohoto festivalu jsou rodiny s dětmi. Festival též nabízí bohatý doprovodný program včetně dětských aktivit.³⁷

Tato kapitola se věnuje nejtypičtějším gastronomickým událostí v České republice. Dále bych se ráda podrobně zmínila o pražském Prague Food Festivalu, který dle mého názoru patří k největším a nejpestřejším událostem svého druhu u nás.

³⁶ Kdykde: Kalendář gastro akcí v ČR. *Kdykde.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.kdykde.cz/calendar/zanr/gastro>

³⁷ CeliakiFest: festival kvalitního jídla bez lepku. *Celiakifest.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://www.celiakifest.cz/#festival>

3.1 Festivaly a slavnosti gastronomického cestovního ruchu

Festival jídla, neboli Prague Food Festival, je několikadenní gastronomická událost na oslavu jídla a nápojů s doprovodným programem. Prague Food Festival probíhá v České republice od roku 2007. Vznikl na podnět podobných gastronomických akcí v ostatních státech. Po dobu působení v České republice festival představuje ochutnávky různých kuchyní ze všech koutů světa. Jedná se např. o speciality francouzské, japonské, středozevní, a samozřejmě české kuchyně.

První ročník tohoto open air festivalu se uskutečnil na Kampě – Sovovy Mlýny. Od roku 2011 festival probíhá v Královských zahradách Pražského Hradu. V Čechách má již dlouholetou tradici, jedná se o největší gastronomickou událost roku, která se v Praze konala již po deváté. V rámci open air festivalu se prezentují přední šéfkuchaři svými nejlepšími specialitami.³⁸

Prague Food Festival nabízí různé překvapivé kombinace jídel a nápojů, které lze ochutnat přímo na místě. Nabídka probíhá formou stánkového prodeje, kde si zákazníci mohou příslušné pokrmy zakoupit ve formě grantů, neboli platidel, které se kupují společně se vstupenkou. Prague Food Festival každoročně reprezentuje mnoho předních restaurací, jako např. La Bodequita del Medio, La Casa Argentina, V Zátíší, U Emy Destinové aj. Nabídka nápojů je též velmi rozmanitá. Každoročně festival nabízí Ugovu šťávu, která se připravuje z čerstvého ovoce.

Pro milovníky piva zde bylo připraveno speciální Summer Ale z pivovaru Vysoký Chlumeč, spadající pod pivovary Lobkowicz. Čeští a Moravští vinaři nabízí ochutnávku svých nejlepších tradičních vín. Nejznámější jsou např. vinné sklepy Valtice, Habánské sklepy, Templářské sklepy Čejkovice, Vinium nebo Bohemia Sekt. Nechyběl ani stánek s kávou z kávovarů značky De 'Longhi. Pro milovníky sladkého festival nabízí delikatesy značky Bon-Bon či Lindt, kde si hosté vybírají a ochutnávají ze široké škály čokoládových pralinek. Dále lze na festivalu ochutnat domácí palačinky, cucpaky nebo tradiční francouzské makronky.

³⁸ Prague Food Festival: historie. *Praguefoodfestival.cz* [online]. 2007 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.praquefoodfestival.cz/o-nas>

Na festivalu nechybí ani netradiční speciality, které nejsou v České republice běžně k dostání v restauracích, jedná se například o hmyzí menu. V Praze se také každoročně koná Foodparade, který je téměř totožný.³⁹

Vinařská turistika patří mezi další odvětví gastronomického cestovního ruchu. Pojem vinařská turistika je chápán jako návštěvy vinic, vinařství a vinobraní spojené s degustací. Výroba vína spojená s jeho pěstováním tvoří pro některé oblasti hlavní potenciál v cestovním ruchu. Vinařská turistika představuje jeden z hlavních motivačních faktorů pro návštěvu dané lokality. Vinařství v dnešní době představuje stabilní a rozvíjející se odvětví nejen v zemědělství, ale hlavně také právě v cestovním ruchu.⁴⁰ Největší počet vinařských lokalit nabízí region Morava, která má pro výrobu vína té nejlepší předpoklady. Tato vinařská oblast se skládá ze čtyř podoblastí, a sice Mikulovskou, Slováckou, Velkopavlovickou a Znojemskou. V těchto podoblastech se vyskytuje největší počet pěstitelů, vinných stezek a vinařských obcí. V Čechách nalezneme pouze dvě vinařské podoblasti, Litoměřickou a Mělnickou. Mezi nejznámější sklepy České republiky patří Habánské sklepy, Mikulov, Valtice, Znovín.⁴¹

Vinobraní je po celé České republice velké množství. Mezi největší a nejznámější patří Znojemské vinobraní, Mělnické vinobraní, Pálavské vinobraní, Svatováclavské vinobraní v Kutné Hoře, Valtické vinobraní či burčákové slavnosti v Hustopečích. Největší akce tohoto druhu se pořádá ve Znojmě, kam každoročně zavítají desítky tisíc návštěvníků za vínem a burčákem. Slavnosti jsou spojené s doprovodným kulturním programem.⁴² **Pivní turistika** patří k další formě cestovního ruchu spojenou s gastronomickým zážitkem. Hlavním motivem návštěvnosti je především zážitek spojený s degustací různých druhů piva. Pivní turistika zahrnuje návštěvy pivních slavností a exkurze do pivovarů spojené s pozorování jeho výroby. Účastníci cestovního ruchu mohou navštěvovat také pivní lázně.⁴³

³⁹ Appetit online: Prague Food Festival. *Apetitonline.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.apetitonline.cz/prague-food-festival>

⁴⁰ MIDCHELL, Richard a Gary JOHNSON. *Wine tourism around the world: Development, management and markets*. New York: Routledge, 2011. ISBN 978-0-75065-466-1. str. 5

⁴¹ Wine of Czech republic: vinařská oblast Morava. *Wineofczechrepublic.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.wineofczechrepublic.cz/nase-vina/vinarske-regiony/vinarska-oblast-morava.html>

⁴² IHned: Deset nejlepších vinobraní. *Ihned.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://ihned.cz/c1-46348330-deset-nejlepsich-vinobrani-podivejte-se-kam-a-kdy-vyrazit>

⁴³ ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2. str. 418

Česká republika patří k předním výrobcům piva, které jsou oblíbená i v zahraničí. Mezi největší české pivovary patří např. Plzeňský prazdroj, Staropramen a Budějovický budvar. V posledních letech se stávají stále více oblíbené minipivovary a malé restaurační pivovary, kam lze zařadit např. Svijany, Černá Hora nebo Únětice.

Podobně jako u vinařské turistiky je provozováno mnoho tematických akcí zaměřených na tento oblíbený nápoj. Jednotlivé pivovary pořádají různé pivní festivaly pro propagaci svých produktů. Mezi největší akce v rámci České republiky můžeme zařadit Dny kozla ve Velkých Popovicích, Český pivní festival v Praze, Krkonošské pivní slavnosti nebo Pilsner Fest pořádaný v Plzni. Konkrétně Český pivní festival v Praze navštíví každoročně desítky tisíc návštěvníků. Častým a poměrně pravidelným cílem turistů je pivovar v Chodově Plané s velmi slušnou prezentací pivních sklepů.⁴⁴

Pivní lázně též představují velmi významné postavení a stávají se jednou z nejnavštěvovanějších lázeňských procedur. Jedná se o lázeňskou terapii, kde se snoubí blahodárné účinky minerálních vod a piva. Koupele, masáže a pití piva, to vše je spojené s pivní lázní, které mají léčebné účinky a slouží jako prevence, která dokáže předcházet různým onemocněním.⁴⁵

3.2 Projekty na podporu gastronomického cestovního ruchu

Gastronomický cestovní ruch také podporují různé projekty. Jedním takovým podporovatelem je Czech Specials. Jedná se o partnerský projekt ve spolupráci s agenturou Czech Tourism, Asociací hotelů a restaurací, a v neposlední řadě s Asociací kuchařů a cukrářů České republiky. Cílem tohoto projektu je dát více atraktivnosti různým turistickým regionům pomocí tradiční poctivé české gastronomie, která klade důraz na její pestrost a jedinečnost. Zaměřuje se jak na zahraniční klientelu, tak na domácí turisty. Projekt je realizován formou kampaně, která neprobíhá pouze v rámci České republiky. Objevila se také v Německu, Rakousku, Polsku a ve Francii, kde prezentuje jednotlivé české národní pokrmy.

⁴⁴ Pivní klenoty: pivní turistika po ČR. *Pivniklenoty.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.pivniklenoty.cz/vse-o-pivu/zajimavosti-o-pivu/pivni-turistika-po-cr/>

⁴⁵ Czech: Česko - země piva. *Czech.cz* [online]. 2011 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Firmy-v-CR/Cesko-%E2%80%93-zeme-piva>

Czech Specials je zároveň i certifikační značkou, která hostům zaručuje příslušnou kvalitu pokrmů v restauracích. Po celé České republice existuje již 400 restaurací s certifikační značkou Czech Specials. Mezi takové certifikované restaurace patří např. Art – Hotel Royal Golf, Benada Restaurant nebo Bohemica Old Town Bar and Restaurant.⁴⁶

Dalším významným projektem na podporu gastronomického cestovního ruchu je projekt Stezky Dědictví. Jeho cílem je podporovat českou a moravskou regionální gastronomii, a zároveň tak poskytovat zahraničním i domácím turistům nejlepší gastronomické zážitky. Tento projekt se ve své podstatě zaměřuje na podniky, které nabízí regionální speciality. Nezáleží, zda se jedná o restauraci či pohostinství, důležité je právě to, co se v daném podniku vaří již s dlouholetou tradicí, a to z místních surovin.⁴⁷ Součástí projektu Stezky dědictví je i další projekt s názvem Ochutnejte Moravu. Již podle názvu se zaměřuje na podporu gastronomického cestovního ruchu v Moravském kraji. Projekt vznikl na základě spolupráce s rakouským partnerem Leader Region Weinviertel Ost. Ve spolupráci vznikla brožura s názvem Regionální potraviny a produkty.⁴⁸

Poslední zmiňovaný projekt je Toulavá kamera ochutnává Česko. Ten vznikl ve spolupráci agentury Czech Tourism a České televize. Stejně jako předchozí projekty, tak i tento je zaměřen na prezentaci a přípravu různých pokrmů, které jsou typické pro jednotlivé české regiony. V pořadech se objevil např. karlovarský knedlík, palačinka plněná olomouckými tvarůžky, kyselo a mnoho dalších. Mimo pokrmů jsou zde prezentovány „gastronomické památky“, jako např. Karlovarský Pupp či typické potravinářské výrobky, které z jednotlivých krajů pochází. Příkladem je Becherovka, Plzeňské pivo, či pardubický perník. Všechny výrobky byly provázány s postupem výroby a se samotnou historií podniků, které se jejich výrobou zabývají.⁴⁹

⁴⁶ Czech Specials: Představení projektu. *Czechspecials.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://www.czechspecials.cz/about-us/>

⁴⁷ Stezky dědictví: Ochutnejte regionální speciality. *Stezky-dedictvi.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://www.stezky-dedictvi.cz/regionalni-speciality/>

⁴⁸ Ochutnejte Moravu!: O projektu. *Ochutnejtemoravu.eu* [online]. 2012 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://ochutnejtemoravu.eu/o-projektu/>

⁴⁹ Czech Tourism: Projekt Toulavá kamera ochutnává Česko. *Czechtourism.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/ceska-televize-a-agentura-czechtourism-predstavuji-projekt-toulava-kamera-ochutnava-cesko.html>

4 GASTRONOMICKÝ CESTOVNÍ RUCH VE SVĚTĚ

Gastronomický cestovní ruch má i ve světě své postavení. Každá destinace se vyznačuje svými místními specialitami, které lákají turisty právě pro svou kulinářskou originalitu. Tato kapitola se zaměřuje na vybrané gastronomické události ve světě, které jsou typické pro svou jedinečnost.

Příkladem může být Austrálie, kde kulinářské události plní významnou úlohu již od roku 1980. Jednou z největších gastronomických událostí je Melbourne Food and Wine Festival, který se pořádá již od roku 1993. K celé desetidenní události neodmyslitelně patří prezentace nových produktů. Nechybí ani možnost účasti na kulinářském kurzu, a bohatý degustační výběr vín především z Itálie, USA a samozřejmě Austrálie.⁵⁰

V Německém městě Mnichov každoročně probíhá OktoberFest, který je známý jako největší pivní festival na světě. Tato dvoutýdenní záležitost běžně přiláká několik milionů návštěvníků, kteří zde mohou ochutnat pečená žebra, vepřová kolena nebo klobásy, což k pivu neodmyslitelně patří. Festival probíhá na Tereziánské louce, kde je obsluha oblečena do bavorského kroje. Kromě velkého výběru piva a dobrého jídla jsou zde umístěné také různé atrakce, jako jsou kolotoče, horské dráhy aj.⁵¹

Asie, jakožto země s rozmanitou gastronomií, nabízí nepřehledné množství jídel ze všech možných surovin, ať už pro nás všedních, či exotických. Singapur je zrovna takovou zemí. Jeden z největších, a vůbec z nejlepších festivalů světa je Savour Festival, který probíhá 4 dny. Mimo jiné se zde prezentují jídla z restaurací, které jsou oceněny Michelinskou hvězdou. K typickým produktům samozřejmě patří místní speciality, jako jsou mořské plody, nudle, polévky, plněné knedlíčky a mnoho jiných pochutin.⁵² Kapitola dále uvádí podrobnější popis kulinářských festivalů, a to konkrétně v USA, Itálii a ve Francii.

⁵⁰ HALL, Michael a Lizz SHARPLES. *Food and Wine Festivals and Events around the world*. USA: Elsevier, 2008. ISBN 978-0-7506-8380-7. str. 90

⁵¹ Food network: Oktoberfest. *Foodnetwork.ca* [online]. 2015 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://www.foodnetwork.ca/global-eats/photos/cool-food-festivals-around-the-world/#!Oktoberfest-Germany>

⁵² Your Singapore: Savour. *Yoursingapore.com* [online]. 2016 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://www.yoursingapore.com/festivals-events-singapore/annual-highlights/savour.html>

4.1 Gastronomické události v USA

Festivaly jídla mají v Amerických městech dlouholetou tradici sahající až do počátků 20. století. Amerika pořádá festivaly v různých velikostech a barvách. Většina z nich probíhá ve dvou dnech, neplatí se na ně žádné vstupné a probíhají na ulicích. Na festivalech se objevují nejrůznější kuriozity a zajímavosti. Příkladem může být největší Hot Dog na světě, který byl zapsán do Guinnessovy knihy rekordů. Tento Hot Dog se objevil na National Hot Dog Festivalu v Ohiu.

Názorným příkladem jednoho z největších amerických festivalů jídla je Garlic Festival. V průměru tento festival přitahuje více než 120 000 návštěvníků ochutnat netradiční pochoutky, jako např. česnekovou zmrzlinu, česnekové hranolky, nebo pizzu s pečeným česnekem. Festival je dále samozřejmě doplněn přednáškami a různým kuchařským uměním.⁵³

Jeden z nejpoblárnějších festivalů jídla je Lobster Festival, kde probíhá degustace humrů. Probíhá více jak 60 let spolu s prezentací a konzumací veškerých možných humřích specialit, jako je např. plněná kapsa humřím masem či salát z humra. Humři se na této akci připravují přímo před zraky hostů, kde se vaří v obrovských kádích, což je pro mnoho návštěvníků bráno jako velkolepá show. Nechybí zde ani nabídka různých dalších mořských plodů moře, jako jsou např. krevety nebo mušle připravené na různé způsoby.⁵⁴

Další americký festival jídla nese název Street Food Festival, který se každoročně koná ve městě San Francisco. Poprvé proběhl v roce 2005 na podporu místních výrobců a podnikatelů. Jak už je z názvu patrné, festival se koná na ulici s prezentací těch nejlepších produktů, to vše s hudebním doprovodem. Po dobu pořádání přiláká tato událost kolem 50 000 návštěvníků. Na festivalu si návštěvníci mohou pochutnat nejen na tradičních pouličních pokrmech, ale i na různých specialitách, jako např. na vegetariánských či veganských produktech.⁵⁵

⁵³ FRAIOLI, James. *The best recipes from America's food festivals*. USA: Alpha, 2007. ISBN 978-1-592-57664-7.

⁵⁴ Maine Lobster Festival: food. *Mainelobsterfestival.com* [online]. 2016 [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <http://www.mainelobsterfestival.com/main-events/food/>

⁵⁵ Street Food Festival: FAQ. *Sfstreetfoodfest.com* [online]. 2005 [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <http://www.sfstreetfoodfest.com/faq.php>

4.2 Gastronomické události ve Francii

Není žádné překvapení, že ve Francii, jakožto zemi, která je světově proslulá svou kuchyní, dobrými sýry a kvalitním vínem jsou kulinářské festivaly zaměřené právě na tyto produkty. Největší událostí je víkendový svátek gastronomie s názvem Fête de la gastronomia. Na akci nechybí ochutnávka těch nejlepších a nejtypičtějších produktů, soutěže či kurzy vaření. Při této velkolepé oslavě na podporu dobrého jídla se po celé Francii pořádají různé bankety, pikniky, trhy a výstavy na kulinářská témata.⁵⁶ Salon du Chocolat Festival je typický pro milovníky čokolády. Expozice probíhá přímo v hlavním městě Paříži. Její tradice sahá až do roku 1994. Jedná se o výstavu a prezentaci všech francouzských čokoládových mistrů cukrářů, kteří návštěvníkům ukazují své umělecké výtvary. Součástí výstavy je také přehlídka, kde ženy mají na sobě šaty vyrobené právě z čokolády.⁵⁷

4.3 Gastronomické události v Itálii

Italská gastronomie je velmi oblíbená, a proto není divu, že jejich nabídka produktů je velmi pestrá. Produkty, jako jsou těstoviny, pizza nebo dobré víno jsou vždy součástí kulinářského festivalu, který v Itálii probíhá. Festivaly vína jsou zde celkem běžnou záležitostí. Většina těchto akcí slouží na podporu místních výrobců, protože Itálie představuje jednu z předních vinařských evropských oblastí. Vinality festival je jednou z netradičnějších událostí, kde probíhá prezentace a degustace tuzemských a zahraničních vín. Poprvé byla pořádána v roce 1967, nyní je známá jako největší vinařská show na světě.⁵⁸ Neapolský PizzaFest se každoročně pořádá na oslavu oblíbeného jídla, pizzy. Na místním festivalu probíhají soutěže o ty nejlepší kousky nejoblíbenějšího druhu rychlého občerstvení, které samozřejmě návštěvníci mohou ochutnávat. Tento tradiční PizzaFest je opět největší akcí svého druhu na světě.⁵⁹

⁵⁶ France: Fête de la gastronomie. *Ee.france.fr* [online]. 2013 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://ee.france.fr/cs/agenda/fete-gastronomie-%E2%80%93-francie-opet-oslavuje-svou-vehlasnou-kuchyni>

⁵⁷ Ara: Čokoládový veletrh Salon du Chocolat v Paříži. *Ara.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://www.ara.cz/francie/pariz/clanky-a-cestopisy/cokoladovy-veletrh-salon-du-chocolat-v-parizi>

⁵⁸ CAVICCHI, Alessio a Cristina SANTINI. *Food and Wine Events in Europe*. New York: Routledge, 2014. ISBN 978-0415-82781-2. str. 16

⁵⁹ Live Travel Help: Pizzafest, Naples. *Livetravelhelp.com* [online]. 2015 [cit. 2016-02-15]. Dostupné z: <http://www.livetravelhelp.com/info/events/pizzafest-naples/>

5 PŘEHLED VYBRANÝCH PRAŽSKÝCH RESTARACÍ A TÉMATICKY ZAMĚŘENÝCH RESTAURACÍ

Česká republika nabízí nespočet restaurací zaměřených na různé druhy mezinárodních kuchyní. Většina z nich jsou na velmi dobré úrovni a uspokojí i velmi náročnou klientelu. Takové restaurace poskytují kvalitní servis a lahodné pokrmy z čerstvých surovin. Jistě každý z nás má již odzkoušeno několik dobrých restaurací, a ví, kam si např. zajít na čerstvou rybu, dobrý hamburger nebo na skvělou pizzu. Pokud z navštěvovaných restaurací odcházíme plní dojmů a gastronomických zážitků, máme důvody je pravidelně navštěvovat. Příkladem jsou uvedené restaurace, jako je luxusní Alcron, žižkovská Oblaca a restaurační řetězec Ambiente.

Tematické restaurace se také stávají terčem masové návštěvnosti, jejíž hlavním důvodem je jejich netypičnost, výjimečnost a stylové prostředí. Jídelní lístky bývají často plné netradičními a zajímavými názvy nabízených jídel.

Praha nabízí hned několik takových podniků, jako je např. restaurace Pravěk, restaurace Výtopna s železniční tematikou, nebo středověká krčma u krále Brabantského. Všechny uvedené názvy restaurací jsou podrobněji rozebrány v následující podkapitole.

Restaurace Alcron

Pražská restaurace Alcron pod vedením šéfkuchaře Romana Pauluse patří k nejluxusnějším podnikům. Jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole, jako jedna z mála pražských restaurací je oceněna Michelinskou hvězdou. Poprvé byla otevřena v roce 1932, a i když si prošla několika rekonstrukcemi, prvorepublikový interiér byl v restauraci zachován. Nadstandartní kvalita pokrmů a služeb personálu je pro restauraci na prvním místě. Výběr pokrmů je sestaven podle požadavků moderní gastronomie, samozřejmě s ohledem na čerstvost a dostupnost surovin. Restaurace nabízí degustační menu, především výběr z ryb a různých mořských plodů. Oblíbený je např. sépiový salát či tuňákové sashimi.⁶⁰

⁶⁰ BUDINSKÝ, Libor a kol. *Nejlepší pražské restaurace: průvodce dokonalou chutí*. 1.vyd. Praha: TopLife Czech a.s., 2014. ISBN 978-80-905902-0-5. str. 17

Hosté se mohou těšit také na víkendové brunche. Na této akci se zde podávají různá jídla od studených předkrmů až po lahodné dezerty. Velkým lákadlem je také příprava pokrmů přímo před zraky hostů. Víkendový brunch je doplněn živou hudbou.

Alcron, jakožto držitel Michelinské hvězdy má také jisté zásady ohledně společenského oděvu. Pokud tedy hosté vyhledávají restaurace s takovým oceněním, musí přijít formálně oblečení. Restaurace Alcron se také pravidelně umísťuje na žebříčku Top 10 nejlepších restaurací.⁶¹

Restaurace Oblaca

Tento nově otevřený podnik v Žižkovské věži nabízí hostům kromě moderní kuchyně také panoramatický výhled na celou Prahu. Restaurační patro se nachází ve výšce 66 metrů a poskytuje dokonalý servis různých prvotřídních pokrmů i pro tu nejnáročnější klientelu. Restaurace nabízí bohaté snídaně, obědy i romantické večere, nechybí ani široká nabídka kvalitních vín. Moderní gastronomie obsahuje prvky italské, francouzské a české kuchyně. Restaurace je dále spojena s barem, kde se podávají různé alkoholické nápoje, zároveň zde probíhá jeho výroba. Nabídka je dále obohacena o domácí limonády a koktejly.

Restauraci přísluší také kavárna, kterou navštěvují hlavně hosté, kteří dávají přednost lehčímu občerstvení v podobě domácích sendvičů, zákusků a samozřejmě nechybí ani nabídka lahodné kávy. Díky modernímu interiéru je restaurace Oblaca vyhovující pro všechny možné společenské příležitosti, ať už se jedná o firemní večírky, narozeninové oslavy, vánoční party nebo svatby. Vzhledem k umístění tohoto podniku si hosté odnáší nezapomenutelný zážitek.⁶²

Restaurační řetězec Ambiente

Pod restaurační značkou Ambiente se provozuje několik podniků. Mezi nejznámější patří Brasileiro a Pizza Nuova. Kromě nabídky z ala carte nabízí tyto podniky degustační menu.

⁶¹ Alcron: restaurace Alcron. *Alcron.cz* [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.alcron.cz/alcron/>

⁶² Tower Park Praha: Oblaca restaurant. *Towerpark.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://towerpark.cz/oblaca-restaurant+10>

Brasileiro je typické pro neomezenou konzumaci různých druhů mas, ryb a mořských plodů. Restaurace také nabízí salátový bufet, kde hosté mohou ochutnat např. sýry, polévky, ústřice, sushi, brazilské saláty, zeleninu upravenou na různé způsoby. Hlavním lákadlem restaurace je stylový servis kvalitního masa, které je servírováno na špízech. Nabízené pokrmy obsluha vždy odprezentuje, takže zákazníci mají přehled o tom, co konzumují. Libovolné porce masa se odřezávají hostům přímo na talíř. Mezi typické přílohy patří smažené domácí hranolky, domácí parmazánové pečivo, rýže s fazolemi, pečená kukuřice, grilovaný ananas a smažený banán. Restauraci Brasileiro je možné navštívit v pražském Slovanském domě a nedaleko Staroměstského náměstí. Pizza Nuova je zaměřena na italskou kuchyni. Vedle tradiční neapolské pizzy a domácích těstovin je zde také studený bufet, neboli Antipasti bufet, který nabízí italské saláty, polévky, sýry, hovězí carpaccio a tataráčky. Mezi nejoblíbenější předkrmy patří restované kalamáry či krevety s česnekovým olejem. Nabídka je dále obohacena o různá masa a čerstvé ryby, které jsou k dispozici pouze v jídelním lístku, nikoli v rámci degustace.⁶³

Stejně jako v Brasileiru jsou podávané pokrmy prezentovány, a v rámci degustačního menu mohou hosté sníst, co a kolik chtějí. Hosté mají také možnost výběru z dezertního lístku, který obsahuje tradiční italské tiramisu, panna cotta, čokoládové fondue a mnoho druhů zmrzliny. Restaurace se nachází v pražské Revoluční ulici vedle obchodního domu Kotva.⁶⁴

Restaurace Pravěk

Jak už je z názvu patrné, tato tematická restaurace stylizována do pravěkého prostředí. Interiér podniku odpovídá dávným dobám. Kožešiny na stěnách, tesaný nábytek, tlumené světlo nebo dokonce krápníková výzdoba, to vše dělá restauraci jedinečnou, a umožňuje hostům vrátit se v čase o desítky tisíc let. Pokrmy jsou převážně masité, jejich nabídka je obohacena o poněkud netradiční steaky, např. z pštrosa nebo klokana.

⁶³ BUDINSKÝ, Libor a kol. *Nejlepší pražské restaurace: průvodce dokonalou chutí*. 1.vyd. Praha: TopLife Czech a.s., 2014. ISBN 978-80-905902-0-5. str. 43, 161

⁶⁴ Ambi: Pizza Nuova. *Pizzanuova.ambi.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://pizzanuova.ambi.cz/cz/menu?id=1614>

Pro více osob restaurace nabízí také pravěké hostiny, které kromě masa zahrnují různé přílohy, jako např. kukuřičné placky, bramborové placičky, pečené brambory plněné zakysanou smetanou nebo pečená zelenina. K menu jsou také servírovány různé omáčky typu pepřová, bylinková nebo česneková. Pravěk nabízí kromě dobrého jídla také animační program, kdy je obsluha oblečena do dobových kostýmů. V Praze působí již od roku 1992.⁶⁵

Restaurace Výtopna

Výtopna patří k restauracím zaměřených na zážitkovou gastronomii. Při vstupu do ní mají hosté pocit, jako kdyby seděli v nádražní hale. Napříč celou restaurací ke každému stolu jsou zavedeny koleje, po kterých rozvázejí elektrické vláčky hostům objednané nápoje. Délka kolejnic a počet vláček se v jednotlivých provozovnách liší, ovšem největší rozloha je rovných 1 200 metrů. Obsluha je stylově oblečena do tematického oděvu z prostředí železničních drah. Přestože má podnik stylový interiér, nabídka jídelního lístku odpovídá klasické restauraci s absencí tematického nádechu.

V jídelním lístku se objevují jídla, jako např. vepřový guláš, pečená kuřecí křídla, špagety či klasický kuřecí řízek. První restaurace byla otevřena v roce 2009 v Brně. Poté následovaly další pobočky v Praze, a sice na Václavském náměstí a v obchodním centru v Palladiu, která je největší, a zároveň nejnovější. V roce 2014 byla Výtopna oceněna jako nejpoblárnější restaurace.⁶⁶

Středověká krčma U krále Brabantského

Středověká krčma patří k nejstarším hostincům Prahy. Nachází se v podzemí budovy, která je zanesena na seznamu UNESCO. Její historie sahá do 14. století a hostila mnoho známých osobností, jako byl např. Mozart nebo Jaroslav Hašek. Interiér krčmy odpovídá středověké době, nechybí dřevěný nábytek a keramické nádoby, na kterých se servírují pokrmy a nápoje.

⁶⁵ Gurmet klub: restaurace Pravěk Praha. *Gurmetklub.cz* [online]. 2006 [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://www.gurmetklub.cz/recence-restaurace-pravek-praha-2.html>

⁶⁶ Výtopna: o Výtopně. *Vytopna.cz* [online]. [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://www.vytopna.cz/>

Kromě gurmánského zážitku, který si hosté běžně odnáší, nechybí ani doprovodný program s dobovou tematikou. Vystupují např. tanečnice, kejklíři, hudebníci, šermíři a spousta dalších. Jídelní lístek obsahuje klasické historické speciality, jako např. škvarky s cibulí, paštiky, vepřové speciality, klobásy, masová či sýrová prkénka.

Nabídka příloh není příliš rozsáhlá, nejběžnější je pecínek chleba či brambora. Klasickým dezertem je domácí jablečný koláč. Jako jedna z mála nabízí program all inclusive, ve kterém hosté mohou neomezeně konzumovat zdejší speciality a nápoje, to vše spojené s historickou show s doprovodem živé hudby. V krčmě se nepoužívají příbory, hosté zde jedí rukama.⁶⁷

⁶⁷ Středověká krčma u krále Brabantského: krčma. *Krcmabrabant.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://www.krcmabrabant.cz/krcma.php>

PRAKTICKÁ ČÁST

6 VÝZKUM – DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

V praktické části diplomové práce byl proveden výzkum pomocí dotazníkového šetření. Cílem bylo zjistit potřebné informace, a ty poté dále implementovat do vlastního produktu, informace zároveň sloužili i jako podklad pro jeho vytvoření. Formou dotazníkového šetření se dále zjišťovalo, zda v kombinaci s gastronomií je upřednostňována relaxace, poznání či sport, a které světové destinace jsou pro účastníky cestovního ruchu oblíbené a gastronomicky atraktivní. Vlastní produkt byl sestaven hlavně na základě těchto výše zmíněných klíčových kritérií. Sestavený dotazník byl umístěn na internetové stránky Survio, do restaurace Modrá Pasáž, na sociální síti Facebook a na SOŠ a SOU Kladno. Dotazníkové šetření bylo zaměřené na gastronomický cestovní ruch, který je chápán jako cestování za jídlem.

V dotazníkovém šetření byly stanoveny 3 hypotézy. Hypotéza č. 1 se zaměřovala na preferované kuchyně, kde se mělo potvrdit či vyvrátit, že je místní kuchyně upřednostňována před kuchyní regionální. Hypotéza č. 2 byla stanovena na otázkou související s formou stravování v zahraničí. Bylo vymezeno, že největší počet respondentů se přiklání k stravování all inclusive. Hypotéza č. 3 se zaměřovala na to, co účastníci cestovního ruchu preferují při výběru pokrmu. Za nejdůležitější byla považována cena. Účelem dotazníku bylo dále zjistit, jaké oblíbené se těší toto odvětví cestovního ruchu. Další dílčí cíle se zaměřovaly na to, zda účastníci cestovního ruchu vnímají gastronomii jako motiv k cestování, jestli aktivně využívají služeb cestovních kanceláří za účelem gastronomických zájezdů, případně jak jsou spokojeni s nabídkou. V neposlední řadě byl výzkum zaměřen na to, jaká restaurační zařízení nejvíce navštěvují v rámci České republiky a zda jsou ovlivňováni úrovní gastronomických služeb. Dotazník se dále zaměřoval na navštěvování různých gastronomických festivalů v rámci České republiky nebo v zahraničí. Výzkum probíhal od listopadu 2015 do února 2016 a zúčastnilo se ho 232 respondentů všech věkových kategorií. Dotazník obsahoval 17 otázek, z toho 11 otázek bylo uzavřených a 6 otevřených. Dotazník a zpracované grafy dle výsledků jsou uvedeny seznamu grafů.

Výzkum prokázal, že 65 % účastníků cestovního ruchu vnímá gastronomický cestovní ruch jako motiv k cestování. Z toho vyplývá, že tato novodobá forma cestovního ruchu je velice oblíbená a často upřednostňována. Důvodem cest může být návštěva různých gastronomických událostí, touha okusit neznámé chutě světových kuchyní a poznat tak nové produkty, se kterými se zatím nebyla možnost seznámit. Pro 29 % účastníků není gastronomie hlavním lákadlem cestování. Lze tedy předpokládat, že při výběru destinace není na gastronomii kladen příliš velký důraz (graf č. 1). To může být z důvodu toho, že upřednostňují spíše poznání kultury či turistické využití, což bylo zjištěno v otázce č. 2, která zkoumala hlavní motivační prvky cestování. Potvrdilo se, že nejtýpější kombinace s gastronomií je poznání s 44,3 %, a relaxace s 39 %. Méně využívané kombinace byla gastronomie společně se sportem, která zároveň získala nejméně ohlasů, a to s 13,8 % (graf č. 2). Respondenti dále otevřeně odpovídali, že je pro ně typičtější kultura v kombinaci se sportem, případně turistika spojená s relaxací. V otázce č. 3 bylo zjištěno, že účastníci cestovního ruchu preferují místní kuchyni před kuchyní regionální. Z toho vyplývá, že stanovená hypotéza se potvrdila, jelikož 48,6 % účastníků upřednostňuje místní gastronomii před regionální. Tu volilo téměř 22 % respondentů (graf č. 3).

Mezi podniky veřejného stravování v České republice jsou restaurace odpovědí na otázku, kde se nejčastěji stravovat. Bylo zjištěno, že v 75% jsou jako volba před pohostinstvím či restauracím fastfoodového typu. Ačkoli výsledky ukázaly, že rychlé občerstvení využívá necelých 20 % dotazovaných, neznamená, že pozbývá na oblíbenosti. Důvodem může být trend zdravějšího životního stylu (graf č. 4). Druhá hypotéza byla položena na otázku, která se týkala formy stravování v zahraničí. Ta zároveň potvrdila, že nejoblíbenějším typem stravy je all inclusive. Tuto formu stravování upřednostňuje téměř 40 % respondentů. Přestože all inclusive bylo nejčastější odpovědí, nedá se zanedbat ani polopenze, pro kterou by se rozhodlo skoro 37 %. Stravování v místních podnicích též neneso zanedbatelné číslo. Takovou variantu volilo přes 21 % dotazovaných (graf č. 5). Poslední hypotéza byla vyvrácena u otázky číslo 6., kde se ukázal jako rozhodující faktor při výběru pokrmu jeho vzhled před cenou. Složení hrálo hned po zmiňovaném vzhledu druhou nejvyšší roli. Nejméně zajímavá byla však typičnost pokrmu pro místní lokalitu. Z výše uvedeného lze tedy usoudit, že jak jídlo vypadá a co obsahuje je důležitější, než kolik stojí (graf č. 6).

Téměř 90 % dotazovaných dále odpovědělo, že jejich celková spokojenost je ovlivněna úrovní gastronomických služeb, které jsou poskytovány v rámci návštěvy různých restauračních zařízení, ať už u nás nebo ve světě. Spokojenost je tedy především ovlivněna prostředím, ve kterém se stavujeme, úrovní a profesionalitou obsluhy, způsobem prezentace pokrmů, a samozřejmě cenou v poměru s kvalitou (graf č. 7). U otázek č. 8 a 9 měli dotazovaní možnost volby z více odpovědí. Otázky se týkaly preferovaných kuchyní a gastronomicky lákavých destinací. Nejvíce upřednostňovaná kuchyně byla česká a italská, po nich následovala francouzská a mexická. Jelikož se jednalo o otevřenou otázku, byla možnost doplnit i jiné gastronomie, které nebyly zmíněny (graf č. 8). Velice často se objevovala asijská a v nemalém počtu se vyskytla také maďarská kuchyně. Výzkum potvrdil, že Itálie má jednu z nejoblíbenějších kuchyní na světě, a z tohoto důvodu ji v otázce č. 9 volilo jako gastronomicky lákavou destinaci nejvíce respondentů (graf č. 9). Další následující otázky zjišťovaly návštěvnost festivalů s gastronomickým zaměřením, a jaké druhy těchto akcí mají největší popularitu. Výsledek ukázal, že těchto tematicky zaměřených festivalů se zúčastnilo pouze 31 % (graf č. 10).

Mezi nejnavštěvovanější festivaly, které se v této nepovinné odpovědi objevily, patřily zejména Prague Food Festival, Gastrofest Brno, Burger festival. Tato otázka není graficky znázorněna z důvodu volných odpovědí. Různé pivní slavnosti, vinobraní a jídelní festivaly byly hodnoceny jako nejzajímavější v následující otázce. Dále velice často oblíbené byly také farmářské trhy (graf č. 11). Výzkumem bylo dále zjištěno, že gastronomických zájezdů prostřednictvím cestovních kanceláří je využíváno pouze malé procento. Vyskytli se však i tací, kteří mají zájem využít tento produkt, jakožto současný trend (graf č. 12). Potěšující je fakt, že nabídka a kvalita gastronomického cestovního ruchu v rámci České republiky je více než uspokojivá (graf č. 13). Z tohoto důvodu větší část respondentů odpověděla v otevřené otázce č. 15, že není nic, co by postrádali. Objevili se však odpovědi, které poukazovali na nedostatečnou úroveň obsluhy v českých restauracích, anebo by uvítali zdravější a pestřejší pokrmy, případně více gastronomických festivalů zaměřených na ryze českou kuchyni. Vzhledem k tomu, že tato otázka je otevřená, není v příloze uveden příslušný graf. Dotazník vyplňovala celá řada věkových kategorií. Největší podíl respondentů byl ve věku do 35 let. (graf č. 15). Počet mužů a žen byl téměř vyrovnaný (graf č. 14).

Z celého výzkumu je patrné, že gastronomie hraje pro účastníky cestovního ruchu velkou roli, avšak ve většině případů se nezúčastnili organizovaného zájezdu. To může být dáno nedostatečnou nabídkou nebo reklamou na českém trhu. Dle dostupných informací bylo zjištěno, že velké cestovní kanceláře se nabídkou gastronomických zájezdů příliš nezabývají. Vzhledem k tomu, že se jedná o poměrně novou a ne příliš známou formu cestovního ruchu, měla by se více propagovat. Jelikož gastronomie tvoří nedílnou součást každodenního života, měla by se více poznávat i v rámci organizovaných zájezdů.

Proto bych doporučila rozšířit nabídku těchto produktů, jak v rámci Evropy, tak celosvětově.

7 ANALÝZA SVĚTOVÝCH KUCHYNÍ

Každý kout světa má svou něčím specifickou gastronomii, která je ovlivněna geografickou polohou, klimatickými podmínkami a náboženstvím. Každá z nich je také ovlivněna historickými událostmi a vývojem, tudíž se dá říci, že gastronomie v různých částech světa je originální, ať už se jedná o použité postupy či suroviny. Toto vše dodává gastronomickému cestovnímu ruchu obrovský potenciál, který prakticky není ničím omezen. Tato část diplomové práce se zabývá podrobným popisem české i světové gastronomie, která patří mezi nejznámější a nejoblíbenější. Zároveň se s nimi lze setkat v běžném životě v rámci České republiky ve specializovaných restauračních zařízeních. Při vyslovení názvu určité kuchyně si ve většině případů lze vybavit typické produkty, které z ní pocházejí. Příkladem může být Francie, která má francouzskou bagetu, víno či sýry jakožto produkty, vedené jako jedny ze symbolů její gastronomie.

Podrobný popis se samozřejmě zaměřuje na kuchyni českou, dále pak indickou, italskou, francouzskou, mexickou, španělskou, americkou a asijskou.

7.1 Česká kuchyně

Česká gastronomie je typická poměrně těžšími pokrmy. V porovnání se středomořskou kuchyní lze říci, že nepatří zrovna k nejzdravější, což je dáno používáním většího množství tučných ingrediencí. Mezi typické české produkty na výrobu jídel je především smetana, mouka, vepřové či hovězí maso nebo zvěřina, nejrůznější uzeniny a smažené pokrmy. Obvyklými českými specialitami jsou z větší části omáčky, např. guláš, svíčková na smetaně, moravský vrabec, a mnoho jiných. Nejběžnější přílohou k těmto pokrmům patří kynuté, bramborové nebo karlovarské knedlíky.⁶⁸ Hlavní jídla se nadržují pouze masitého charakteru, ale mohou být také ve sladké úpravě. Takovým běžným pokrmem mohou být např. rýžový nákyp, zemlovka, buchtičky se šodó, šišky s mákem nebo plněné ovocné knedlíky.

⁶⁸ Česká republika: Český gastronomie. *Czech.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/98231-ceska-gastronomie>

Mezi nejběžnější české moučníky patří makové či tvarohové kynuté buchty, drobenkové koláče.⁶⁹ Nejproslulejším nápojem je pivo, které se v Čechách vaří již stovky let. Dalšími známými alkoholickými nápoji jsou moravská vína, bylinný likér Becherovka a různé ovocné pálenky. Oblíbeným nealkoholickým nápojem je Kofola, která je známá svou lékořicovou chutí. Vyrábí se bezmála již 60 let.⁷⁰

Ve všech částech České republiky se lze setkat s pokrmem či produktem, který je pro daný region typický, což je dáno lidovými zvyky a tradicemi. Praha nabízí známou pražskou šunkou, která se každoročně objevuje na vánočních trzích. Jižní Čechy jsou rájem masopustů a venkovských slavností, kde se tradičně pořádají zabíjačkové hody. Typickými pokrmy pro jižní Čechy je hlavně Třeboňský kapr a jihočeská cmunda. Klobásy, uzené maso a koláče, to vše s posezením ve vinném sklípku je typické pro jižní Moravu, odkud zároveň pochází známé znojenské okurky. Krkonoše jsou rájem polévek, jako je např. kyselo, zelňačka nebo česnečka. Dále se hojně využívaly luštěniny, zejména hrách, čočka či fazole.⁷¹

Mezi známé restaurace s nabídkou české kuchyně jsou restaurační řetězce Potrefená Husa či Švejk restaurant.

7.2 Indická kuchyně

Mezi hlavní přednost indické kuchyně patří její pestrost. Ta je dána tím, že v dřívějších dobách se dostávaly do Indie pokrmy arabské, perské a turecké, které obohacovali už tak rozmanitou domácí kuchyni. Místní gastronomie představuje velmi širokou nabídku pokrmů s orientální chutí různého druhu koření, především kari, chilli, koriandr, kurkuma a česnek. Typická příloha ke každému hlavnímu chodu je rýže a indický chléb. Indické pokrmy obsahují také z velké části luštěniny, nejčastěji však v podobě cizrny. V této zemi se nejčastěji konzumuje tropické ovoce typu kokos, mango, ananas a avokádo, která rovněž představují nejčastější přísadu indických jídel.

⁶⁹ Tradiční recepty: Moučníky. *Tradicnirecepty.cz* [online]. 2012 [cit. 2016-02-25]. Dostupné z: <http://www.tradicnirecepty.cz/moucniky/>

⁷⁰ České pití: lahodná chuť a opojná vůně. *Ceskepiti.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-02-25]. Dostupné z: <http://www.ceskepiti.cz/>

⁷¹ ORSÁKOVÁ, Štěpánka a Eva OBŮRKOVÁ. *Ochutnejte Českou republiku*. 1. vyd. Brno: B4U Publishing, 2010. ISBN 978-80-87222-12-6. str. 14 – 32, 92 – 118

Tradiční nápoje jsou hlavně čaje a ovocné šťávy nebo mléčné koktejly ze zředěného jogurtu a kousky ovoce.⁷² Přestože se v Indii setkáváme s velkým množstvím vegetariánů, což je dáno především náboženstvím, tak indická gastronomie obsahuje mnoho masitých pokrmů. V některých částech této země jsou základní potravinou ryby a mořské plody. Během slavnostních událostí se podává tradičně pouze jeden chod, který je ale zpravidla velmi bohatý.

Jeho součástí jsou výhradně luštěniny, zelenina, rýže, polévka a čerstvé indické placky. Takto servírované jídlo se neobejde bez pikantních čalamád, tzv. chutney, které jsou připravované ze zeleniny, z ovoce či oříšků doplněné různým pikantním kořením. Zajímavostí indické kuchyně je, že veškeré pokrmy se nechávají vyvařit do požadované hustoty, případně se se zahušťují pouze kokosovým mlékem. Nepoužívá se mouka nebo jíška. Velmi častým pomocníkem v kuchyni jsou rostlinné oleje různého druhu, např. sezamový, lněný, mangový, kokosový či olivový.⁷³

Mezi tradiční indická jídla patří masová samosa, což je taštička plněná mletým masem a ochucená indickým kořením, čočková polévka, thali pokrmy ve vegetariánské či masové podobě, curry, vindaloo, kuřecí či jehněčí masala nebo pikantní kuřecí tandoori.⁷⁴ Tento druh kuchyně lze v České republice ochutnat v restauracích, jako je Masala, Golden Tikka, Tandoor nebo Curry House.

7.3 Italská kuchyně

Italská gastronomie je považována za nejrozšířenější. Lze i konstatovat, že patří k těm zdravějším typům národních kuchyní a k nejoblíbenějším způsobům přípravy pokrmů. Italská kuchyně je velmi hojně využívána i v českých restauracích a vyznačuje se především svou jednoduchostí a lehkostí. Základními italskými produkty jsou především těstoviny, libové maso, mořské plody, čerstvá zelenina, domácí pečivo, olivy nebo sýry. Velmi oblíbené jsou antipasti, neboli italské předkrmy, které jsou na přípravu velmi jednoduché. Často se konzumují bruschetty s olivovým olejem a rajčatovou salsou, rolky s prosciutem a sýrem ricottou, salát caprese nebo carpaccio.

⁷² FRANK, Jiří. *Kuchařský zeměpis*. Praha: LIKA KLUB, 2008. ISBN 978-80-86096-50-0. str. 53 – 59

⁷³ MILTNER, Vladimír. *Indická kuchyně*. Praha: Vyšehrad, 2001. ISBN 978-80-7021-461-9. str. 6 – 17

⁷⁴ Indian Happy Tandoor: menu. *Indianhappytandoor.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <http://indianhappytandoor.cz/menu/>

Dalšími doplňkovými lahůdkami jsou např. sušená rajčata, nakládané artyčoky, plněné lilky nebo parmská šunka. Polévky jsou připravovány nejčastěji na bázi zeleniny. Klasickou italskou polévkou je Minestrone, kde jsou hlavními ingrediencemi kromě kořenové zeleniny také cuketa, rajčata nebo kapusta. Další oblíbená polévka je Pomodoro, neboli tomatová polévka, která se připravuje z rajčat, česneku a bazalky.

Fenomémem italské kuchyně jsou především těstoviny na různé způsoby a pravá italská pizza. Těstoviny jsou nejčastěji v podobě špaget, lasagní, penne či gnohci doplněné nejčastěji rajčatovým nebo bazalkovým pestem, zasypané sýrem parmezán.⁷⁵

Pizza patří k nejrozšířenějším pokrmům, ve své podstatě se jedná o gastronomické lákadlo celé Itálie. Na kynuté těsto se nanáší smetanový nebo tomatový základ a další ingredience jsou dle libosti. Nejčastějším kořením je hlavně česnek, oregano nebo bazalka. Dále se vrství různé přísady, jako např. olivy, žampiony, italské salámy, šunka, mořské plody, vejce, zelenina a několik druhů sýrů. Nejznámější pizzou je např. Margherita, Capricciosa nebo Quattro formaggi.⁷⁶

Další z nepřeberného množství druhů pizzy může být tzv. foccacia, kdy se na kynuté těsto roztírá olivový olej, sůl a různé bylinky. Méně častou variantou může být calzone, což je pizza naruby. Jedná se o základní kynuté těsto, na které se nanese různé přísady, přeloží se napůl a výsledkem je jakási plněná kapsa. Mezi tradiční patří Neapolská calzone, odkud tento produkt pochází. Existuje mnoho variant, ale původní recept se skládá z ingrediencí, jako je ricotta, mozzarella, salám nebo prosciutto, vejce.⁷⁷

Běžnou italskou přílohou je tepelně upravená zelenina nebo čerstvé saláty zalité olivovým olejem nebo různými zálivkami. Tradiční italské dezerty jsou Tiramisu, Panna Cotta nebo pravá italská zmrzlina připravovaná z čerstvého ovoce a smetany.⁷⁸

Itálie je také proslulou vinařskou oblastí a zároveň také patří k největším producentům. Sami Italové mají k vínu kladný vztah a v jeho konzumaci jsou na druhém místě za Francií v celosvětovém žebříčku.

⁷⁵ SEDLÁČKOVÁ, Hana. *Technologie přípravy pokrmů*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2003. ISBN 80-7168-863-0. str. 117 – 118

⁷⁶ Itálie průvodce: Pizza. *Italie-pruvodce.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.italie-pruvodce.cz/web/info/pizza>

⁷⁷ PARASECOLI, Fabio. *Food Culture in Italy*. USA: Greenwood Publishing group, 2004. ISBN 0-313-32726-2. str. 42 – 43

⁷⁸ Restaurant guide: Italská kuchyně. *Restaurant-guide.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.restaurant-guide.cz/kuchyne/italska-kuchyne.html>

Mezi nejznámější italská vína patří Lambrusco nebo Prosecco. Kávy původem z Itálie jsou jistě všem dobře známy. Jedná se o názvy, jako jsou Cappuccino, Caffé Latte, Macchiato nebo Mocha, jejichž podstatou je našlehané mléko. Základem pro výrobu všech uvedených je káva Espresso.⁷⁹

Italských podniků je v České republice celá řada. Jedna z předních gurmánských restaurací je Casa de Carli, pražský řetězec Koloseum, Ristorante Da Emanuel proslulá známým italským kuchařem Emanuele Ridi nebo Pizza Nuova.

7.4 Mexická kuchyně

Kořeny této kuchyně spadají do původní, indiánské, která byla obohacena Evropany. Místní gastronomie se zde opět vyznačuje hlavně svou pestrostí a barevností. Hlavní surovinou je především kukuřice, z níž se vyrábí mimo jiné kukuřičná mouka. Ta je základem pro výrobu kukuřičných placek a tortil, které jsou symbolem mexické kuchyně. Plní se různou masovou směsí a zeleninou. Mezi nejznámější patří hlavně burritos a tacos. V Mexiku se hojně můžeme setkat s pikantními ostrými pokrmy, jejichž hlavními přísadami jsou chilli, papričky Jalapeno a česnek.

Typickým pokrmem mexické kuchyně je guacamole. Je to v podstatě pasta nazelenalé barvy, jeho hlavní ingredience je avokádo s čerstvým koriandrem. Podává se s kukuřičnými smaženými lupínky, zvanými nachos. Dalším mexickým pokrmem je chilli con carne, který se připravuje z mletého hovězího masa, rajčat a červených fazolí. Přílohou bývá nejčastěji rýže. Běžná strava místních obyvatel je především kukuřičná polévka, fazole, kukuřičné placky. V restauracích se lze setkat s místními specialitami, jako je skopové maso a mexické krevety. K hlavním pokrmům jsou vždy podávány studené omáčky. Nejběžnější je salsa, jejíž hlavní ingrediencí jsou rajčata, chilli a cibule. Na stole nechybí ani čerstvá zelenina, salát a již zmiňované kukuřičné placky.⁸⁰

Hlavním nápojem v Mexiku je pivo Corona, ale národní mexickou specialitou je tequilla, která se vyrábí z listů rostliny agáve. Tradiční pálenkou je mescal, což je lihovina, do jejíhož obsahu je vložena housenka na důkaz obsahu alkoholu.

⁷⁹ CK Mundo: Italská kuchyně. *Mundo.cz* [online]. [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.mundo.cz/italie/kuchyne>

⁸⁰ FRANK, Jiří. *Kuchařský zeměpis*. Praha: LIKA KLUB, 2008. ISBN 978-80-86096-50-0. str. 82 – 85

Margarita je též oblíbený alkoholický nápoj. Naopak rozšířeným nealkoholickým nápojem je mátový nebo heřmánkový čaj a místní minerálka zvaná Tehuacánu. Mexičané však nepohrdnou ani horkou čokoládou, běžně ochucenou chilli kořením nebo vanilkou.⁸¹

I v Praze se lze setkat s mexickou kuchyní, ať už ve formě rychlého občerstvení či přímo restauračních podniků. Na pražských Vinohradech stojí restaurace Las Adelitas, nebo Cantina, která je jednou z nejstarších. Burrito Loco je pražský řetězec s rychlým občerstvením. Specialitou tohoto podniku je obrovské burrito.⁸²

7.5 Španělská kuchyně

Svět chutí, vůní a barev, to vše španělská gastronomie nabízí spolu s kombinací lehkých a chutných jídel. Španělsko, jakožto země obklopená mořem, je bohatá na nabídku ryb a různých darů moře. Takové produkty jdou nejběžnějším obsahem španělské gastronomie. Kromě ryb se používá maso hovězí, vepřové nebo drůbeží. Dále se ve velké míře používají čerstvé bylinky, rýže a olivy. Zeleninu lze najít běžně u jakéhokoli masitého pokrmu, nebo i jako hlavní chod, upravenou na různé způsoby. Používají se převážně rajčata, papriky, cukety a cibule. Zeleninové saláty se běžně dochucují olivovým olejem, hutnými zálivkami a různým kořením. Nejčastěji se používá ostré koření typu chilli nebo česnek.

Klasikou španělské kuchyně je studená polévka Gazpacho, jejímž základem jsou rozmixovaná rajčata, doplněna může být další zeleninou. Paella patří k nejslavnějším španělským pokrmům. Jejím hlavním obsahem je rýže a zelenina. Přípravuje se na různé způsoby, ale tradičně se využívá převážně ryb a mořských plodů, jako jsou např. krevety, kalamáry nebo mušle. Tradičním pokrmem je také španělská bramborová omeleta s cibulí, na závěr se zalévá rozšlehanými vejci.

⁸¹ Mexiko dovolená: Jídlo a pití v Mexiku. *Mexikodovolena.cz* [online]. 2009 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.mexikodovolena.cz/jidlo-a-piti/>

⁸² Lidovky: Kam za dobrým mexickým jídlem v Praze. *Lidovky.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/kam-za-dobrym-mexickym-jidlem-v-praze-prinasime-tipy-f9v-/dobra-chut.aspx?c=A140328_164525_dobra-chut_ebr

Typické španělské moučníky se zhotovují z listového těsta a bohatě se doplňují ovocem. Oblíbeným dezertem je také Katalánský krém.⁸³ Španělské tapas, neboli chuťovky, mohou být v teplé nebo studené podobě. Většinou se podávají ke sklenice vína. Obsahují např. plody moře, olivy, nakládané sýry, plněné papriky, salám chorizo, sušená šunka či klobásky, grilované maso na jehle, tepelně upravená zelenina a mnoho dalších. Ve Španělsku se přímo lze setkat s tapas bary.⁸⁴ Španělé většinou dávají přednost silné kávě před čajem. Velké oblibě se těší též hustá horká čokoláda, která je většinou podávána k snídani. K nealkoholickým nápojům dále patří ovocné šťávy nebo ochucené ledové tříště.

Víno se ve Španělsku též pije ve větším množství, a to hlavně k jídlu. Podobným typem je tzv. Sangria, což je lehké ovocné víno doplněné čerstvě nakrájeným ovocem.⁸⁵ Přímo v centru Prahy se nachází španělské restaurace jako např. La Terrassa, El Centro, nebo Tapas Bar Miró.⁸⁶

7.6 Francouzská kuchyně

Francie je velmi dobře známá také jako ráj labužníků. Tato kuchyně překypuje hlavně svou rozmanitostí a stylem. Není tedy divu, že se řadí mezi nejváženější na světě. Francouzská kuchyně si klade důraz na vysokou úroveň nabízených pokrmů, čemuž odpovídá kvalita produktů, perfektní servis a pečlivá prezentace. V této zemi se jídlo považuje za velice důležitou součást života.⁸⁷

Při přípravě francouzských pokrmů se hojně využívá zelenina, která je nedílnou součástí předkrmů a hlavních jídel. Je podávána samostatně, jako příloha či jako ozdoba. Využívá se především chřest, karotka, květák či špenát. Polévky bývají zahuštěné nebo v podobě silných vývarů. Dalšími oblíbenými předkrmů jsou paštiky, teriny nebo také ústřice.

⁸³ SEDLÁČKOVÁ, Hana. *Technologie přípravy pokrmů*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2003. ISBN 80-7168-863-0. str. 118

⁸⁴ Restaurant Guide: Španělská kuchyně. *Restaurant-guide.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.restaurant-guide.cz/kuchyne/spanelska-kuchyne.html>

⁸⁵ CK Mundo: Španělská kuchyně. *Mundo.cz* [online]. [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.mundo.cz/spanelsko/kuchyne>

⁸⁶ Restu: Španělské restaurace Praha. *Restu.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <https://www.restu.cz/praha/spanelske-restaurace/>

⁸⁷ LOCICCHIO, Matthew. *The cooking of France*. New York: Benchmark Books, 2003. ISBN 0-7614-1216-6. str. 10

Místními delikatesami jsou plnění šneci, lanýže či žabí stehýnka, které se považují za charakteristický znak francouzské gastronomie.

V hlavních chodech nachází uplatnění veškeré druhy masa, jako je hovězí, vepřové, telecí, králičí nebo zvěřina. Oblíbenou úpravou masa je zapékání a grilování, přičemž se používá minimální množství tuku. K těmto pokrmům jsou typickou přílohou smažené brambory nebo bílý chléb.⁸⁸ Klasickým francouzským pokrmem jsou především Ratatoullie, což je skládaná zelenina v podobě lilku, cuket, rajčat, paprik a cibule. Cuiche jsou známé francouzské slané koláče, zapečené nejčastěji se sýrem, slaninou a smetanou. Podávají se v teplé i studené úpravě. Další francouzskou specialitou je kachní konfit nebo kohout na víně.⁸⁹

Mezi další základní prvky francouzské kuchyně jsou sýry, které díky své kvalitě jsou celosvětově známé. Nejen, že jsou podávány samostatně, např. k vínu, ale jsou také nedílnou součástí mnoha hlavních chodů, případně dezertů. Francouzských sýrů je přibližně 400 druhů. Nejznámějším plísňovým sýrem je Roquefort, který se vyrábí z ovčího mléka. Z českých sýrů ho lze přirovnat k nivě. Z kravského mléka se vyrábí sýry typu Camembert nebo Brie, vyznačující se bílou plísní na povrchu. Dalším druhem sýrů je Chèvre, připravován z kozího nepasterizovaného mléka. Jeho chuť záleží na délce zrání. Oproti klasickým zmiňovaným sýrům je tento druh zpravidla tvarován do šišek nebo válců. Jedním z dalších symbolů francouzské kuchyně jsou bagety. Svůj důraz klade hlavně na délku a křupavou kůrku. Nejčastěji se používají na výrobu domácích sendvičů, jejímž obsahem bývají zpravidla paštiky, sýry nebo džemy. Croissant je dalším typickým francouzským pečivem, které se vyrábí z máslového kynutého těsta. Mývá slanou i sladkou podobu. Jeho tvar připomíná půlměsíc, což i překlad tohoto slova z francouzštiny znamená. Oba druhy pečiva bývají součástí kontinentální snídaně. Oblíbenost také nesou tradiční tenké francouzské palačinky. Jejich příprava se provádí na velkých rozpálených speciálních pánvích, a pomocí stěrky se tak docílí nejtenčího těsta. Připravují se jak slané, tak sladké. Mezi hlavní náplně slaných variant patří šunka, sýr, vejce, houby nebo zelenina. U sladkých se využívá javorový sirup, džemy, pudink či kousky ovoce.

⁸⁸ SEDLÁČKOVÁ, Hana. *Technologie přípravy pokrmů*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2003. ISBN 80-7168-863-0. str. 116 – 117

⁸⁹ Restaurant Guide: Francouzská kuchyně. *Restaurant-guide.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.restaurant-guide.cz/kuchyne/francouzska-kuchyne.html>

Tradiční francouzskou cukrovinkou jsou makronky, které se vyrábí z mandlové mouky. Pomocí cukrářského barviva lze docílit různých barevných variací. Crème Brulée je pudinkového typu se zkaramelizovanou krustou z cukru na povrchu, která vzniká flambováním. Francie, stejně jako Itálie, patří k největším producentům vína na světě. Víno se u Francouzů těší velké oblibě, a stejně jako u sýrů je ho zde nepřehledné množství druhů. Z francouzské Champagne pochází celosvětově známé šumivé víno, zvané šampaňské. Dále ve Francii vznikla celá řada druhů vín, mezi které patří např. Bordeaux, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Pinot noir nebo Merlot. Další světově známé alkoholické nápoje původem z Francie jsou Cognac a Calvados.⁹⁰

V České republice je francouzská gastronomie též hojně rozšířená. Mezi známé pražské luxusní restaurace patří Café de Paris, ve které se připravuje tradiční omáčka stejného názvu dle rodinného receptu, nebo např. restaurace La Gare, která představuje nejlepší pekařské a cukrářské výrobky. Restaurace U Emy Destinové nabízí širokou nabídku ryb a mořských plodů, zajímavé úpravy tatarského bifteku nebo carpaccia. V neposlední řadě v pražské Celnici lze navštívit podnik Wine & Dine, který nabízí široký výběr předních francouzských vín.⁹¹

7.7 Americká kuchyně

Amerika je celosvětově proslulá svou nezdravou, ale chutnou gastronomií. Typičnost Spojených států spočívá v rychlém občerstvení v podobě snackbarů, pouličních stánků nebo v návštěvě různých fastfoodových řetězců, jako je McDonald's, KFC nebo Burger King. V této kuchyni se velice často pracuje s polotovary, které využívají jak restaurace, tak domácnosti. Oleje a tuky se používají ve velkém množství, a právě z tohoto důvodu se Američané dostali na přední místo v celosvětovém žebříčku obezity. Takovými běžnými pokrmy jsou tedy např. hot dogy, pizza, toasty nebo hamburgery. Amerika však není založena pouze na těchto produktech.

⁹⁰ CK Mundo: Francouzská kuchyně. *Mundo.cz* [online]. [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.mundo.cz/francie/kuchyne>

⁹¹ BUDINSKÝ, Libor a kol. *Nejlepší pražské restaurace: průvodce dokonalou chutí*. 1.vyd. Praha: TopLife Czech a.s., 2014. ISBN 978-80-905902-0-5. Str. 53 – 119, 205 – 217

Její gastronomie je velmi bohatá, a lze se zde setkat s pokrmy z celého světa, ať už v původních nebo upravených recepturách.⁹² Americké snídaně jsou velmi bohaté na cukry a představují opravdu obří porce. V typických amerických bistrech se podávají sladké koblihy, lívance přelité javorovým sirupem, smažená míchaná vejce, opečená slanina nebo klobásy. Nechybí ani omelety, křupavé toasty či smažené bramborové placky. Káva představuje podobu „bezdného hrnku“, je velmi slabá, za to ji Američané pijí ve velkém množství. K snídani se většinou podávají také různé sladké ovocné šťávy, výjimkou není ani Coca Cola.

Hlavní chody tvoří většinou hovězí masa v podobě steaků, opékaná žebra, grilovaná nebo obalovaná kuřata. Přílohou většinou mívají podobu opečených brambor nebo se ve velké míře konzumují smažené hranolky a cibulové kroužky. Ke zdravějším variantám patří míchaná zelenina, kukuřičné klasy nebo různé zeleninové saláty s hutnými zálivkami. Vzhledem k tomu, že ceny potravin v supermarketech jsou podstatně vysoké, Američané většinou dávají přednost způsobu stravování se v restauracích. Ve většině podniků navíc probíhají akce typu happy hours nebo all you can eat, tudíž se pokrmy objevují za výhodnější ceny.⁹³

Americké pečivo, v porovnání s Českou republikou se objevuje pouze bílé, převážně nasládlé chuti. Typický chléb se objevuje pouze ve formě klasického toastového. Nasládlou chuť mají dokonce i hamburgerové bulky nebo žemle. Kromě koblih se nejčastěji konzumují sušenky, tzv. cookies, které mají podobu kulatého plochého tvaru. Nejběžnější jsou s kousky čokolády a oříšků. Značné oblíbenosti se těší též muffiny, které mají mnoho příchutí, jako např. čokoládové, ovocné nebo oříškové.⁹⁴

Za tradiční národní dezerty jsou dále považovány tvarohové cheesecaky, mrkvový dort či různé druhy koláčů, neboli pájů, různě plněných. Nejčastěji se setkáváme s názvem Pecan Pie, s obsahem pekanových ořechů, nebo Apple Pie s tradiční jablečnou příchutí. Dalším klasickým dezertem je Brownie, neboli vláčný čokoládový zákusek.

⁹² ⁹² SEDLÁČKOVÁ, Hana. *Technologie přípravy pokrmů*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2003. ISBN 80-7168-863-0. str. 122

⁹³ Mahalo: Americká kuchyně. *Mahalo.cz* [online]. 2011 [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: <http://www.mahalo.cz/usa/informace-o-usa/americka-kuchyne-stravovani-v-usa.html>

⁹⁴ Rady na cestu: Americká kuchyně. *Radynacestu.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: <http://www.radynacestu.cz/magazin/americka-kuchyne/>

Nejpopulárnějším americkým dezertem zůstává však zmrzlina různých příchutí, nejvíce se však konzumuje jahodová, čokoládová nebo vanilková. Zmrzlina bývá také jakousi přílohou k výše zmiňovaným dezertům.⁹⁵

Jak již bylo zmíněno výše, Američané milují sladké, a hlavně kalorické. K tomu patří také sladké nápoje. Nejčastějším je klasická nebo malinová Coca Cola, ledové čaje, džusy nebo domácí slazené limonády s příchutí citronu. Další kalorickou bombou jsou také oblíbené mléčné koktejly, nejčastěji s příchutí jahod, banánů nebo čokolády.⁹⁶

Restaurace, které se zabývají americkou kuchyní, najdeme v České republice poměrně hodně, interiérem se americké podniky u nás od těch z USA příliš neliší. Ovšem nejznámější je restaurační řetězec TGI Friday's, který láká nejen nabídkou obřích hamburgerů na klasické či speciální způsoby, ale také na steaky nebo pečená žebra. Dalším poměrně známým restauračním řetězcem je Tom's burger, kde se lze setkat i s netradičními kombinacemi různých chutí burgerů. Restaurace Jáma nabízí americké a mexické pokrmy, tzv. tex – mex speciality. Steaky nejvyšší kvality nabízí restaurace Geogre Prime Steak.⁹⁷

7.8 Asijská kuchyně

Asie je kontinentem mnoha chutí a vůní. Gastronomie jednotlivých asijských států se odvíjí od jejich historie a náboženství, dále pak jejich polohou a klimatickými podmínkami. Přesto však tyto kuchyně používají podobné nebo stejné suroviny a koření. Asijská jídla jsou zpravidla dietnějšího a zdravějšího typu. Způsob úpravy pokrmů, využívání vhodných přísad a zdravějších olejů předchází různým zdravotním komplikacím, např. obezita, srdeční onemocnění a další, které jsou spojené s nezdravým stravováním.⁹⁸ Pro přípravu masitých pokrmů jsou využívány zejména ryby a mořské plody, drůbeží, hovězí a vepřové maso. Zelenina má v asijských zemích své postavení, lze se s ní setkat prakticky v každém jídle.

⁹⁵ Empire: Tradiční národní dezerty USA. *Empire-skola.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: <http://www.empire-skola.cz/blog/tradicni-narodni-dezerty-3-dil-usa>

⁹⁶ Chci do Ameriky: Americké nápoje. *Chcidoameriky.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://chcidoameriky.cz/9-americkych-napoju-ktere-v-cesku-bezne-nekoupite>

⁹⁷ Restu: Nejlepší americké restaurace. *Restu.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://www.restu.cz/nejlepsi-americke-restaurace/>

⁹⁸ SOLOMON, Charmaine. *The complete Asian cookbook*. USA: Tuttle publishing, 2002. ISBN 0-8048-3757-0. str. 9 – 10

Mezi nejběžnější patří cibule, bambusové výhonky, zelí a pórek. Typické pro asijskou kuchyni je hojné využití zeleniny mořské v podobě různých druhů řas, které dodávají pokrmům nezaměnitelnou chuť. V neposlední řadě jsou velmi prospěšné lidskému organismu. Nejběžnější jsou řasy Nori, Kombu či Wakame. Jistou roli má také exotické ovoce, jako např. avokádo, mango, kokos, litchi nebo pitahaya. Ovoce slouží k výrobě dezertů, přidává se i do různých hlavních chodů. Asijská kuchyně se rozhodně neobejde bez dvou základních surovin, a sice sója a rýže. Tyto zmíněné plodiny se hojně pěstují po celé Asii, lze se s nimi setkat téměř v každém pokrmu. Sója představuje luštěninu, která má široké využití. Kromě sójových nápojů a jogurtů se z ní vyrábí světově známá sójová omáčka, tofu nebo výhonky. Všemi milovaná rýže nese též široké uplatnění. Z této obilniny, která slouží nejen jako příloha k pokrmům, se vyrábí další produkty, které patří do asijské gastronomie. Jedná se např. o rýžový olej, ocet, rýžové nudle, mouka, a v neposlední řadě slouží k výrobě alkoholických nápojů.⁹⁹

Významnou úlohu v této gastronomii zaujímají rozmanité druhy koření a dochucovadel, které dává jídlům jedinečnou chuť. Nejvyužívanějším kořením je česnek, zázvor, bazalka, skořice, citronová tráva, chilli, wasabi a koriandr. Nezbytnými pomocníky asijské kuchyně je již zmiňovaná sójová omáčka, dále chilli nebo sladkokyselá omáčka, kokosové mléko, rýžový ocet, ústřicová nebo rybí omáčka či curry pasta.¹⁰⁰ Oblíbeným a pravidelným nápojem v celém asijském kontinentu jsou různé druhy čajů. Typickým příkladem je zelený jasmínový čaj, který je přírodním zdrojem antioxidantů. Polévky tvoří základ asijské kuchyně a patří k neodmyslitelné součásti jídelníčku. Převážně se jedná o vývary, které jsou doplněné zeleninou, masem a nudlemi. Vzhledem k bohatému obsahu některých polévek dokáží plnohodnotně nahradit hlavní chod. Mezi tradiční se řadí Miso polévka připravovaná z tofu. Další vydatné polévky jsou kuřecí Pho nebo pikantní Tom Yum, která se připravuje s kuřecím masem nebo krevetami. Hlavní ingredienci tvoří kokosové mléko.

^{99 99} SEDLÁČKOVÁ, Hana. *Technologie přípravy pokrmů*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2003. ISBN 80-7168-863-0. str. 122 – 123

¹⁰⁰ SVĚŘÁKOVÁ, Zdeňka. *Wok*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. ISBN 978-80-247-2059-3. str. 24 – 25

Za známou polévku se dá též považovat tzv. Ramen. Jeho klasická podoba je s vepřovým masem a vejcem.¹⁰¹ Nejběžnější způsob přípravy hlavních jídel probíhá na speciální pánvi zvané wok. Zde se připravují veškeré nudlové a rýžové pokrmy s obsahem různých druhů mas, mořských plodů, hub a zeleniny. Typickým příkladem jsou tedy smažené nudle nebo smažená rýže s kuřecím masem nebo krevetami s různými stupni pikantnosti. Další specialitou jsou plněné knedlíčky, tzv. Dim Sum, které se připravují v páře a mohou být plněné masem či zeleninou. Stejný obsah mají také smažené jarní závitky.¹⁰²

Dalším klasickým produktem asijské kuchyně je sushi, které je původem z Japonska. Sushi je považováno za japonské národní jídlo s letitou tradicí. Základem tohoto pokrmu je rýže ochucená rýžovým octem. Pro přípravu jsou důležité kvalitní čerstvé suroviny, a to hlavně z toho důvodu, že většina z nich nepochází tepelnou úpravou. Obsahem tedy mohou být ryby a mořské plody za syrového stavu, zelenina nebo ovoce v podobě salátové okurky, mrkve, avokáda nebo japonské žluté ředkve. Sushi se vyskytuje ve třech základních podobách, a sice Maki, Temaki a Nigiri. Konečná úprava odpovídá rolkám obalených v řase nebo rýžovém papíru, či v sezamu nebo kaviáru. Neodmyslitelnou součástí při podávání tohoto pokrmu je sójová omáčka, pasta wasabi a nakládaný zázvor.

Typickými dezerty jsou kokosové kuličky, mangové košíčky nebo zmrzlina ze zeleného čaje Matcha. Většina dezertů je připravována na rýžovém základu. Za dezert se považuje také samotné ovoce.¹⁰³

V České republice se hojně vyskytují čínská bistra a running sushi. Mezi luxusnější typy restaurací řadíme Sasazu, která se zaměřuje na jihoasijskou gastronomii, nebo pražská restaurace NOI s nabídkou převážně thajské kuchyně.¹⁰⁴

¹⁰¹ Prima Fresh: Nejlepší polévky z Asie. *Iprima.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://fresh.iprima.cz/clanky/nejlepsi-polevky-z-asie>

¹⁰² Vaření: Asijská kuchyně. *Vareni.cz* [online]. 2006 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://clanky.vareni.cz/asijska-kuchyne/>

¹⁰³ VANĚK, Roman. *Sushi: doma krok za krokem*. 3.vyd. Praha: Prakul production, 2014. ISBN 978-80-95048-7-5. str. 6 – 15, 68 – 71

¹⁰⁴ BUDINSKÝ, Libor a kol. *Nejlepší pražské restaurace: průvodce dokonalou chutí*. 1.vyd. Praha: TopLife Czech a.s., 2014. ISBN 978-80-905902-0-5. str. 145, 185

8 ANALÝZA SOUČASNÉ NABÍDKY CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ

Cestovních kancelářů nebo cestovních agentur, které se zabývají gastronomickým cestovním ruchem dle zjištěných informací, není mnoho. Může to být dáno tím, že poptávka po těchto relativně nových produktech je stále nízká, a proto se stále upřednostňují hlavně rekreační a pobytové zájezdy za účelem poznání, odpočinku či relaxace. Dalším důvodem může být nedostatečná reklama hlavně těch cestovních kancelářů, které gastronomické pobyty nabízejí jako své produkty. Zákazníci tak o těchto nových formách cestování nemusí být dostatečně informováni. Vzhledem k tomu, že se o gastronomickém cestovním ruchu stále hovoří jako o novodobém trendu, mělo by se o něm více vědět. Tato část diplomové práce se zabývá aktuální nabídkou pouze tří, spíše menších, cestovních kancelářů na českém trhu, které se zabývají gastronomickými zájezdy.

Cestovní kancelář GEOPS

Tato cestovní kancelář se zabývá cestováním za vínem a gastronomií, gastronomickými zájezdy s ochutnávkami místních specialit, a zájezdy na slavnosti vína a jídla. Nabídka se vztahuje dále na produkty, které zahrnují různé gastronomické semináře. Cílové destinace jsou výhradně evropské. Jedná se převážně o Itálii, Francii, či Maďarsko. Nechybí ani nabídka zájezdů v rámci České republiky. Cestovní kancelář GEOPS svým zákazníkům nabízí také zájezdy do vinařských oblastí, ty jsou spojené s ochutnávkou vín a místních specialit. Ve většině z nich je také obsažena návštěva místních festivalů a vinic. Do Francie jsou nabízeny např. zájezdy do vinařských oblastí Bordeaux nebo Armagnac. Jak už bylo psáno, veškeré zájezdy jsou spojeny s ochutnávkou místních delikates. V tomto případě se jedná nejen o víno, ale i sýry a uzeniny. V případě Itálie se pořádají pobyty, např. v Toskánsku nebo Sardinii, s tím, že jejich cílem je víno, čokoláda, a další italské speciality. Ceny produktů do jednotlivých zemí se pohybují v cenovém rozmezí 5 490 – 8 990 Kč.¹⁰⁵

¹⁰⁵ CK GEOPS: Zájezdy za gastronomií a vínem. *Geops.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://www.geops.cz/zajezdy/vino-a-gastronomie/>

Cestovní kancelář Wine Travel

Tato cestovní kancelář se specializuje výhradně na Francii, ale její nabídka zahrnuje veškeré významné vinařské oblasti. Zájezdy jsou zájemcům sestavovány na míru. V nabídce jsou francouzské vinařské oblasti, jako je Bordeaux, Bourgogne, Alsasko, Údolí řeky Loiry, Champagne a Paříž. Bordeaux patří k nejvyhledávanějším vinařským oblastem a zájezdy právě sem se těší velké popularitě. Ve všech zmíněných oblastech probíhá degustace těch nejlepších vín různých odrůd, jako např. Chardonnay, Pinot Noir, či pravého šumivého vína z Champagne. Nejedná se však pouze o ochutnávku místních vín, ale i dalších produktů typických právě pro Francii. Má se na mysli především degustace ústřic, burgundských šneků, francouzských sýrů a mnoho dalších. Kromě zájezdů na míru se tato cestovní kancelář zabývá také firemními a privátními akcemi pro partnery, klienty nebo zaměstnance. Kromě Francie se tyto produkty sestavují také pro Českou republiku. Wine Travel tedy organizuje kulinářské zájezdy za vínem a sýry, dále golfové pobyty s vínem, nezapomenutelné gourmet večírky či výjimečné gastronomické degustace. Ceny pobytů ve francouzských vinařských oblastech pohybují v cenovém rozmezí 23 000 – 26 000 Kč.¹⁰⁶

Cestovní agentura PIVO A VÍNO

Tato cestovní agentura se prezentuje jako specialista na pivní a vinařský cestovní ruch. Zaměřuje se na evropské destinace jako je Česká republika, Německo, Francie nebo Maďarsko. Zájezdy organizuje především formou autobusové nebo vlastní dopravy. Tato cestovní kancelář nabízí zájezdy např. do Mnichova na zdejší OktoberFest, či do pivních lázní v Karlových Varech. Dalšími produkty s vinařskou tematikou jsou nabízeny hlavně do maďarských a francouzských vinařských oblastí, jako je Toskánsko, Alsasko či Bordeaux. V rámci České republiky jsou nabízeny zájezdy do vinných sklepů v Mutěnicích či do Lednicko – valtického areálu. Ceny jednotlivých produktů s pohybují v cenovém rozmezí 7 000 – 12 000 Kč.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Wine Travel: Zájezdy do vinařských oblastí. *Winetravel.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://www.winetravel.cz/zajezy-na-miru>

¹⁰⁷ Pivo a Víno: Zájezdy a pobyty. *Pivoavino.cz* [online]. 2011 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://pivoavino.cz/cs/pro-jednotlivce/katalog-pro-jednotlivce/itemlist/category/8-zajezy-a-pobyty?limitstart=0>

9 VLASTNÍ POZOROVÁNÍ V TÉMATICKY ZAMĚŘENÝCH RESTAURACÍCH A GASTRONOMICKÝCH FESTIVALŮ V RÁMCI ČESKÉ REPUBLIKY

Jistě každý z nás se běžně stává zákazníkem v mnoha restauracích, ať už čistě jen z důvodu stravy, posezení s přáteli, či z chutě poznat a vyzkoušet něco nového. Klasických nebo tematických restaurací je v České republice celá řada. V dnešní době je jejich cílem právě gastronomický zážitek, který neznamena se jen dobře najíst, ale také poskytnout kvalitní služby a odnést si příjemnou vzpomínku. To právě bývá v mnoha případech cílem podniků, který kladou důraz na to, aby se u nich zákazníci cítili dobře a odcházeli příjemně nasyceni a plní dojmů. Ve své diplomové práci jsem se rozhodla podělit o vlastní zkušenosti, které jsem nasbírala během návštěv v restauračních zařízeních v rámci České republiky. Pro vypracování této části diplomové práce jsem zvolila metodu tzv. mystery shopping, kde jsem se zaměřovala především na personál, interiér restaurací, druhy zakoupených výrobků a jejich cenu v porovnání s kvalitou. Pro podrobný popis jsem zvolila Středověkou krčmu Dětenice, restauraci Výtopna, Penzion v polích a restaurační řetězec Brasileiro.

Výlet do Dětenic je zážitek sám o sobě. V mém případě se jednalo o jednodenní organizovaný pobyt, který zahrnoval prohlídku celého dětenického komplexu spolu s návštěvou proslulé středověké krčmy. Ta kromě tříhodové večeře zahrnovala také večerní středověký program. V rámci pobytu byla také snídaně odpovídající dobovému stylu. Jedná se o resort, který kromě středověké krčmy zahrnuje také zámek, místní dětenický pivovar s vlastní výrobou piva, středověký hotel, kolbiště pro rytířské turnaje a dětenické peklo. Vše zmíněné již podle názvu vypovídá, že celý komplex je stylizován do prostředí středověku. Hned při vstupu do hotelové haly jsem měla pocit, že jsem se vrátila v čase o několik set let zpět. V prostředí recepce se vyskytovaly nástěnné kožešiny, brnění, kamenné zdi, tesaný nábytek, a celý prostor byl osvětlen pouze loučemi. Hned jsem byla přivítána dobově oděnou recepční, a to poněkud netradičním stylem komunikace. Mluva obsahovala prvky odpovídající středověké době, jako je např. onikání.

Poté následoval doprovod na pokoj. Dlouhé temné chodby osvětlené pouze svíčkami a poházená sláma na podlaze místu dodávala autentický nádech. Po jeho odemčení jsem byla na jednu stranu překvapena, na druhou stranu jsem byla lehce vyvedena z míry. Oproti klasickým hotelům bylo vše úplně jinak, tlumené světlo, nábytek z masivního dřeva, sociální zařízení bylo též jako z jiného století. Po ubytování následovala prohlídka dětenického pivovaru včetně degustace. Nyní přejdu k samotné návštěvě středověké krčmy. Před vstupem jsem byla trochu nesvá, protože z doslechu jsem věděla, jak vše probíhá. Opět dřevěné vybavení, dlouhé stoly spojené k sobě a zapálené svíce, přesně jako hostince z dob, které známe z pohádek. Šenkýřky opět oblečeny do stylových oděvů, a již zmiňovaná ráznější a netradiční komunikace nechyběla. Používání slov, jako „holoto“, čili oslovení zákazníka, není žádným problémem. Na stolech již byly pro hosty připraveny pecínky chleba, čerstvé, křupavé a chuťově výborné. Předkrm tvořil nakládaný hermelín, ovšem při pohledu na něj jsem se trochu zarazila. Jeho porce odpovídala pouze jedné polovině z celého sýru. Dá se říci, že mě to trochu zklamalo. Co se týče hlavního chodu, byla jsem mile překvapena.

Na stůl mi obsluha přinesla Královský špíz, který obsahoval vepřové a kuřecí maso obalené ve slanině, dva druhy studených omáček, klasickou bramboru ve stříbře se zakysanou smetanou, a zeleninovou oblohu. Během konzumace hlavního chodu začal již zmiňovaný středověký program. Účinkující chodili hostům po stolech, styl komunikace byl spíše hlasitý a rázný, opět s použitím odpovídajících slov středověku, za účelem hosty pobavit a zapojit je. Poté šenkýřka přinesla dezert v podobě drobenkového ovocného koláče. Program byl završen velkolepou ohnivou show, která se mi líbila z celého programu nejvíce. Ceny nápojů a pokrmů byly vyšší, než se kterými se běžně setkáváme v restauracích. Hlavní chody se pohybují v cenové relaci 200 – 250 Kč, na druhou stranu však porce byla přímo úměrná ceně a kvalitě.

Ranní snídane byla také v netradiční podobě, avšak formou švédských stolů. K dispozici byl čerstvý chléb, paštiky, šunka, sýry, dokonce i zelná polévka nebo uzené maso. Pro milovníky sladkého byl nachystán makový koláč a perník. Na kamnech byla připravena horká voda pro přípravu kávy nebo čaje, nechyběl ani pomerančový džus.

Z celého jednodenního výletu jsem si přivezla opravdový zážitek. Po celou dobu pobytu jsem byla nadšena stylovým tematickým interiérem, protože opravdu splnil mé očekávání, a celý dětenický komplex působil opravdu jedinečně. Bohužel právě místní způsob jednání s hosty nemusí být lákadlem k opakované návštěvě, což je právě i můj případ. Otěšilo mě, že jsem zažila něco nového, netradičního, s čím se v běžných restauracích nesetkávám, ale středověké jednání bohužel není pro každého. Druhý výlet do Dětenic už nejspíš neuskutečním. Rozhodně bych ho ale doporučila všem, kteří mají rádi středověkou tematiku nebo mají zájem o zážitek jako takový.

Jedna z dalších návštěv proběhla v restauraci Výtopna. Po kladných recenzích a samé chvále jsem se opravdu těšila. Návštěva proběhla v nově otevřené restauraci v obchodním centru Palladium. Hned při vstupu jsem se ocitla v prostředí, které bylo sladěno do vlakové tematiky. Na druhou stranu mi interiér trochu připomínal americké bistro, na zdech visely retro obrazy a hosté seděli u stolu na dlouhých lavicích.

Obsluha, oblečena do tematického oděvu mě doprovodila ke stolu a nabídla mi jídelní lístek. Ke každému stolu vedli koleje, po kterých hostům přiváželi nápoje houkající vláčky. Zatím vše vypadalo, že si z návštěvy odnesu velmi příjemný zážitek, avšak obsluha byla poněkud neprofesionální. Objednávka se skládala z předkrmu, což byly Křupavé tortilové chipsy s taveným čedarem a pálivou rajčatovou omáčkou. K hlavnímu jídlu jsem si objednala kuřecí řízečky v sezamové strouhance na bramborovém salátu zjemněný zakysanou smetanou a kuřecí křidélka s buffalo omáčkou a rozpečenou francouzskou bagetou.

Cena předkrmu byla 89 Kč. Když obsluha předkrm přinesla, na pohled vypadal dobře, poté následovala ochutnávka. Rajčatovou omáčku prezentovali jako pikantní, která ovšem nebyla, a čedarová omáčka chutnala spíše po majonéze. Následoval hlavní chod. Při pohledu na něj jsem se zarazila, jak je porce malá. Ochutnávka hlavního chodu byla katastrofální. Kuřecí řízečky působily jako polotovar, bramborový salát byl na pohled mdlý a nebyl dobře ochucený. Cena tohoto chodu byla 209 Kč. Druhý hlavní chod byl stejně tragický. Kuřecích křidel bylo velmi malé množství, omáčka připomínala vyloženě chuť špeku a suchá bageta byla jen volně položena, nebyla rozpečená, tak jak se uvádělo v jídelním lístku. Obloha se skládala pouze z pár neochucených listů hlávkového salátu.

Za tento hlavní chod si restaurace účtovala 309 Kč. Vzhledově všechna jídla chuťově i vzhledově připomínala polotovary, což nasvědčovalo už jen to, že jídlo bylo vždy po objednání do 5 minut na stole. Poměr cena a kvalita byla absolutně neodpovídající. Při pohledu na ceny vinného lístku jsem si též všimla, že cena není přímo úměrná kvalitě. Rozlévaná vína byla pouze dvou druhů, červená se rozlévala Frankovka a Svatovavřínecké, z bílých vín se rozlévalo Veltlínské zelené a Müller, což dle mého názoru jsou vína nejnižší jakosti.

Za 0, 2 dcl si restaurace účtuje 49 Kč. Lahvová vína se v restauraci pohybují v cenové relaci od 680 – 1000 Kč. Při odchodu z restaurace jsem cítila opravdové zklamání. Při útratě 1 200 Kč dle mého názoru by měl zákazník odcházet nasycen a spokojen, což mi tato restaurace neumožnila.

Přesným opakem byla restaurace Brasileiro, která má úplně jinou úroveň. Hned při vstupu do ní je o zákazníky dobře postaráno. Hosté jsou doprovováni ke stolu hned po tom, co jim byly uloženy kabáty do šatny, aby nepřekážely během strávené návštěvy. Interiér restaurace působí na první pohled příjemně a čistě.

Příjemná obsluha podá jídelní lístek, nabídne nápoj, objedná přílohy ve formě smažených hranolků, parmezánového domácího pečiva a smaženého banánu, a poté přinese objednané nápoje. Uprostřed restaurace se nachází salátový bar, kde si hosté mohou dle libosti sami vzít vše, co chtějí. Nabídka obsahovala dýňovou polévku, pečivo, různé saláty převážně s obsahem mořských plodů, nakládané sýry, marinované olivy, hovězí carpaccio, kanapky v podobě plátků okurky s krevetami, sushi, ústřice a mnoho dalších pochutin. Při konzumaci těchto studených pokrmů jsem byla velmi mile překvapena. Z výrobně dochucených jídel byla cítit lehkost a čerstvost. V průběhu návštěvy obsluha přinášela ke každému stolu různé druhy masa na jehlách, které vždy profesionálně odprezentovala a nabídla jej k degustaci. Kromě široké nabídky hovězího masa upraveného na všechny možné způsoby, bylo dále nabízeno také maso kuřecí, vepřové, kachní a jehněčí, též v několika podobách. Vedle masa zde byly nabízeny i další pokrmy v podobě grilovaných sýrů a ananasu, tygřích krevet, a hlavně různé druhy grilovaných ryb. Jednalo se konkrétně o lososa s marakujovou omáčkou, candáta, pstruha nebo okouna.

Obsluha se chovala po celou dobu velmi profesionálně a ochotně. Zákazníci vždy věděli, co jedí. Po odprezentování si hosté vždy řeknou, zda chtějí maso odříznout, případně v jakém množství. I když je maso nejčastěji konzumováno po menších porcích, které odpovídají malému plátku masa, po celkové degustaci má host za chvíli pocit sytosti. Z tohoto důvodu má každý zákazník na stole papírovou placku, která podle barvy znamená, zda host chce pokračovat v konzumaci, nebo je syt.

Po tak velkolepém gastronomickém zážitku jsem odcházela příjemně uspokojena. Degustace probíhá ve formě all you can eat, a cena se pohybuje od 525 – 725 Kč v závislosti na čase návštěvy. Cena zahrnuje salátový bufet, konzumaci masa a příloh, nejsou v ní však obsaženy nápoje, které jsou výrazně dražší v porovnání s jinými restauracemi. Kvalita pokrmů a jejich celkový dojem působí daleko výrazněji, než by se za tuto cenu mohlo očekávat.

Restaurace s názvem Penzion v polích se nachází v Malých Čičovicích nedaleko Prahy a je obklopen malými vesničkami. Prostředí odpovídá venkovskému stylu s klidným okolím. Díky takové domácí atmosféře jsem se zde cítila velmi dobře, a chvíli zapoměla na každodenní stres. Interiér restaurace odpovídá 18. století, působí přátelsky a útulně. Kromě gastronomie nabízí restaurace také ubytování, prostory pro konání svateb či jiných společenských událostí.

Hlavním lákadlem návštěvy pro mě byla tradiční česká kuchyně, která spočívá v domácích recepturách. Velmi zajímavé je, že Penzion v polích nemá stálý jídelní lístek. Pokrmy jsou zde denně obměňovány a vypsány na jídelní tabuli, která se nachází uvnitř restaurace. Na jedné straně je to velmi dobrý nápad, na straně druhé to hosty může trochu obtěžovat, a to z toho důvodu, že jsem hned po příchodu musela vstát od stolu a podívat se, jaká je denní nabídka. Při pohledu na tabuli jsem si všimla, že veškeré pokrmy byly opravdu ryze české. V daný den se např. podávala bažantí polévka, mandlová paštika, kančí guláš, kachna se zelím, zajíc na smetaně, nechyběla ani nabídka salátů a sladkých pokrmů.

První velké mínus tohoto podniku byl, že jsem na obsluhu musela poměrně dlouho čekat. S ochotou mě však mile obsloužila a nabídla mi zdejší oblíbený nápoj, bezinkovou limonádu. Poté jsem si objednala uzeného pstruha s lehkým salátkem a opečenou bagetou. Během čekání mi obsluha přinesla na stůl domácí škvarkovou pomazánku a čerstvý chléb.

Byla jsem opravdu mile překvapena, pomazánka byla chuťově opravdu velmi dobrá. S hlavním chodem jsem též byla spokojena. Dá se říci, že i když mi trochu vadilo čekání, v podstatě ihned při příchodu, tak chuť jídla převážila nedostatky v obsluze.

Zmiňovanou restauraci jsem navštívila již několikrát, průměrná cena za hlavní jídlo se zde pohybuje okolo 180 – 300 Kč. I když se cena může zdát relativně vysoká vzhledem k umístění restaurace, tak v podávaných pokrmech byla vidět a cítit klasická domovina, nápaditost, a hlavně práce. Dle mého názoru tedy ceny pokrmů jsou dokonale v poměru s kvalitou. Nápoje jsou ovšem viditelně dražší, ale domácí výroba také hraje velmi důležitou roli v celkovém dojmu a chuti. Ceny lahvových vín jsou také poměrně vysoké, ale co jsem měla možnost ochutnat, kvalitou opět nezklamala.

Penzion v polích nabízí kromě domácí kuchyně také již zmiňovanou přátelskou atmosféru, která splnila mé očekávání. Nabídla mi kvalitní gastronomii, čímž ve mně vzbudila zájem pravidelných návštěv.

Jakožto milovník dobrého jídla a kvalitních nápojů jsem nepohrdla návštěvou českých jídelních festivalů. S oblibou neustálého zkoušení nových pokrmů mě vedlo k návštěvě Prague Food Festivalu, který se konal v zahradách Pražského Hradu, a Foodparade, za jehož návštěvou jsem se vydala do pražské Troji.

Při účasti na festivalech mě zaujala především nabídka pokrmů české i světové kuchyně, ať už v tradičních či netradičních podobách. Hlavní výhodou takových festivalů spočívá hlavně v tom, že lze na jednom místě ochutnat různé světové delikatesy, to vše bez nutnosti návštěvy různých specializovaných restauračních zařízení. Veškeré tyto restaurace jsou reprezentovány přímo v rámci jídelních festivalů.

Samotná cena vstupenky na Prague Food Festival byla 450 Kč, ta zahrnovala vstup na volná prostranství a 10 grantů v hodnotě 300 Kč. Granty sloužili jako univerzální platidlo, které umožňovaly koupit jednotlivých nabízených produktů. Oproti tomu vstupenka na Foodparade byla podstatně levnější. Vstupenka na něj stála 300 Kč a obsahovala 20 grantů v hodnotě 200 Kč.

Oba festivaly nabízely pestré pokrmy vyvážených chutí, a to ve více než 40 stáncích. Nabídka produktů se na obou festivalech vesměs shodovala.

Měla jsem možnost ochutnat např. hovězí hamburger v domácí housce, husí játra na jablkách s domácím chlebem, obrácený cheesecake s pistáciovým krémem, různé druhy sýrů, sushi, kančí a dančí klobásy, oslí guláš, mušle na bílém víně a jiné mořské plody, japonskou polévku Ramen, netradiční krevetový burger s řasou Wakame a toasty se šnečí paštikou a kaviárem. Pro otrlé jedlíky festivaly nabízely dokonce i tepelně upravený hmyz. Dále zde bylo zastoupeno několik pivovarů a vinařských producentů.

Dle mého názoru oba festivaly byly dobře zorganizované, avšak zde byla negativa, která se nedají opomenout. Už jen stání v nekonečné frontě u vstupní brány areálu nebylo nijak příjemné přivítání. Počet míst k sezení byl velmi malý, u některých stánků se tvořily dlouhé fronty a poměrně dlouho se čekalo na zhotovení objednávky. Konzumace probíhala většinou ve stoje na přistavených stolcích, kde se pravidelně hromadilo špinavé nádobí. Ceny za jednotlivé degustační porce se pohybovaly od 2 – 5 grantů. Jelikož jsem chtěla okusit téměř vše, musela jsem si výrazně připlatit. Celý výlet pro běžného konzumenta vyjde na více než 1 000 Kč. Nicméně přes výše uvedená negativa se těším na další brzké konání těchto jídelních festivalů.

10 TVORBA VLASTNÍHO PRODUKTU - ITÁLIE

Pro vytvoření vlastního produktu se vycházelo z výsledků výše uvedeného dotazníkového šetření. Zaměření se týkalo především kombinace motivačních prvků, které z největší části tvořila gastronomie a poznání. Další motivací byla preference mezinárodní kuchyně, což tvořila Itálie, která z výzkumu zároveň zaujímala i přední místo gastronomicky lákavé destinace.

Z těchto výše zmíněných důvodů byl vytvořen pětidenní gastronomický zájezd, který obsahuje nejen poznání italské kuchyně, ale zároveň návštěvu některých významných míst. Produkt zahrnuje autobusovou dopravu s kapacitou 40 osob z Prahy do hlavního města Itálie, Řím. Ta po celou dobu zabezpečuje dopravení do všech vybraných oblastí Itálie. V rámci návštěvy jsou historická místa, jako je již zmíněný Řím, Toskánsko, Pompeje a Neapol. Účastníci se budou moci detailně seznámit s místní gastronomií a památkami, které budou v doprovodu českého průvodce.

Poznání v rámci gastronomie zahrnuje degustaci italských vín, sýrů, uzenin, a jiných místních specialit v podobě ryb, mořských plodů a domácích těstovin. V neposlední řadě zde bude možnost navštívit největší festival pizzy na světě, který nese název Pizza Fest. Pobyt dále návštěvníkům umožňuje účast na kulinářském kurzu, a zároveň poskytuje návštěvy míst, jako je Vatikán, Koloseum, Forum Romanum, Pantheon a mnoho dalších zajímavostí. Ubytování poskytuje tříhvězdičkový hotel Giotto, přímo v samotném Římě. Spolu s ubytováním budou pro hosty připraveny snídaně formou švédských stolů plných místních italských specialit.

Cena produktu nezahrnuje jednotlivé vstupné na místní historické památky, poplatek za účast na festivalu a na kulinářském kurzu, a cestovní pojištění.

Níže uvedená tabulka uvádí časový harmonogram celého pobytu a předběžnou kalkulaci produktu. Ta byla konzultována ve spolupráci se zástupcem cestovní kanceláře.

Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

KALKULACE PRODUKTU 2016

DNE 5.3

DESTINACE: Řím, Itálie

TERMÍN: 22. – 26. 6. 2016

PROGRAM

1. den	- odjezd ve 20.00 z Prahy
2. den	- příjezd v ranních hodinách mezi 9:00 – 10:00 do Říma, prohlídka historického města, ubytování v hotelu - v 15:00 odjezd do Civitavecchia – ochutnávka místního vína a degustace mořských specialit (ryby, krevety, kalamáry, mušle na bílém víně), domácí pečivo, marinované olivy, sýry - předpokládaný návrat na hotel ve 21:00
3. den	- snídaně na hotelu, v 10:00 prohlídka Vatikánu, vlastní program - v 13:30 odjezd do městečka San Savino – prohlídka historické části města, návštěva toskánských vinic a vinného sklepa s degustací toskánských vín a občerstvením (sýry, uzeniny, domácí těstoviny) - předpokládaný návrat na hotel ve 21:00
4. den	- snídaně na hotelu, v 9:00 odjezd do Pompejí, příjezd v 11:30, následuje prohlídka historického města - ve 14:00 odjezd do Neapole na místní Pizza Fest s volným programem a možností kulinářského kurzu na výrobu vlastní pizzy - v 19:00 odjezd zpět do Říma, předpokládaný návrat na hotel ve 21:30
5. den	- snídaně na hotelu, v 10:00 odjezd zpět do ČR - předpokládaný příjezd do Prahy ve 22:00

Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

KALKULAČNÍ LIST

DRUH NÁKLADU	NÁKLADY V CIZÍ MĚNĚ (€)	NÁKLADY V KČ
DOPRAVA	120 €	3 250 Kč
SLUŽBY PRŮVODCE	9 €	250 Kč
UBYTOVÁNÍ VE DVOULŮŽKOVÉM POKOJI SE SNÍDANÍ	161 €	4 350 Kč
DEGUSTACE A OBČERSTVENÍ V CIVITAVECCHIA	26 €	700 Kč
DEGUSTACE A OBČERSTVENÍ V SAN SAVINO	19 €	500 Kč
RIZIKOVÝ PŘÍPLATEK	1 €	27 Kč
OSTATNÍ NÁKLADY	3 €	81 Kč
MEZISOUČET		9 158 Kč
MARŽE CK 18%		1 648 Kč
DPH 21%		346 Kč
CELKEM		11 152 Kč
PRODEJNÍ CENA		11 400 Kč

Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování na základně emailové komunikaci s pracovníkem cestovní kanceláře



Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Závěr

Při psaní diplomové práce jsem vycházela z tvrzení, že gastronomický cestovní ruch je poměrně novým fenoménem, a je třeba se s ním blíže seznámit a představit jeho pozitivní stránky. Hlavním cílem diplomové práce bylo zhodnocení jeho potenciálu, a to jak v rámci České republiky, tak v zahraničí. Zjistila jsem, že jeho přednosti spočívají hlavně v pestrosti, barevnosti a rozmanitosti různých destinací. Jedná se hlavně o nabídku kvalitní gastronomie, kterou má každá destinace něčím originální a lákavou.

Dále se jeho potenciál týká hlavně pořádání gastronomických akcí za účelem přilákat a nabídnout produkty typické pro dané lokality. V České republice je každoročně pořádáno velké množství gastronomických festivalů za účelem prezentace pokrmů a propagace různých restaurací nebo gastronomických výroben. Prezentace samotných výroben bývá samostatně na různých vinobraních, pivních slavnostech nebo jsou součástí jídelních festivalů, jako je hlavně Prague Food Festival, Food Parade nebo Burger Fest. Samotná česká kuchyně byla a je podporována různými projekty, které se vyskytují nejen jako marketingové akce, ale také jako naučné televizní pořady. Jídelní festivaly ve světě skrývají svůj velký potenciál v originalitě a zaměřením na produkty, které jsou typické pro státy, v nichž probíhají. Příkladem může být americký Hot Dog Festival nebo Neapolský Pizza Fest v Itálii.

Dílčími cíli bylo zjistit, zda je gastronomie považována za motivační prvek k cestování, a jaké kombinace těchto motivačních prvků preferují účastníci cestovního ruchu. Výzkum ukázal, že téměř 65 % dotazovaných vnímá gastronomii jako hlavní účely pro cestování, a kombinace gastronomie a poznání se těší největší oblíbenosti. Dále výzkumem bylo zjištěno, že nejatraktivnější destinace za účelem gastronomického zážitku je Itálie. Na základě těchto kritérií byl v praktické části zhotoven vlastní produkt, který kromě historického poznání nabízí právě i kvalitní italskou gastronomii.

V dotazníkovém šetření byly stanoveny 3 hypotézy, z nichž 2 byly potvrzeny a jedna vyvrácena. Výzkum prokázal, že 48,6 % dotazovaných preferuje v různých destinacích místní gastronomii. Druhá hypotéza byla též potvrzena.

Ukázalo se, že 38,6 % dotazovaných volí formu stravování all inclusive jako nejvíce uspokojující. Třetí hypotéza však byla vyvrácena, jelikož se prokázalo, že rozhodujícím faktorem při výběru pokrmu je vzhled, a ne cena.

Z uvedené analýzy nabídky cestovních kanceláří se prokázalo, že společností, které se zaměřují na gastronomický cestovní ruch, je v České republice velmi malé množství. Bylo dále zjištěno, že zmiňované tři cestovní společnosti se sice zabývají gastronomickými zájezdy, ovšem převážně na evropském kontinentu. Současná nabídka na trhu dále prokázala, že největší část zájezdů tvoří cestování za vinařskou a pivní turistikou. Jelikož se stále jedná o novinku na českém trhu, nemusí být všem gastronomická turistika všem dobře známá.

Doporučila bych zaměřit se celosvětově na destinace s atraktivní nabídkou jak gastronomie, tak historických míst, které by mohli být nabízeny jako balíčky několikadenních zájezdů s možností účasti na různých typech festivalů. To by dle mého názoru pomohlo k bližšímu seznámení se se vzdálenějšími lokalitami. Dále by účastníci cestovního ruchu měli dokonalý přehled o produktech, se kterými se běžně nedostanou do styku ani v těch nejprestižnějších hotelích.

Podobně, jako vznikly projekty na podporu české gastronomie, které byly rozšířeny do zahraničí, tak mohou být realizovány projekty, kterými by jiné státy propagovaly svou gastronomii a její produkty v České republice. Dle mého názoru by se tímto mohlo rozšířit povědomí o tomto novém trendu s názvem gastronomický cestovní ruch neboli cestování za jídlem.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

1. BUDINSKÝ, Libor a kol. *Nejlepší pražské restaurace: průvodce dokonalou chutí*. 1.vyd. Praha: TopLife Czech a.s., 2014. ISBN 978-80-905902-0-5.
2. FRANK, Jiří. *Kuchařský zeměpis*. Praha: LIKA KLUB, 2008. ISBN 978-80-86096-50-0.
3. KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing, a.s. Praha: 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
4. KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2014. ISBN 978-80-247-4835-1.
5. MILTNER, Vladimír. *Indická kuchyně*. Praha: Vyšehrad, 2001. ISBN 978-80-7021-461-9.
6. ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. IDEA SERVIS. Praha, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
7. ORSÁKOVÁ, Štěpánka a Eva OBŮRKOVÁ. *Ochutnejte Českou republiku*. 1. vyd. Brno: B4U Publishing, 2010. ISBN 978-80-87222-12-6.
8. PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu*. Grada Publishing, a.s. Praha, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.
9. RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada Publishing, a.s. Praha, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
10. SEDLÁČKOVÁ, Hana. *Technologie přípravy pokrmů*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2003. ISBN 80-7168-863-0.
11. SVĚRÁKOVÁ, Zdeňka. *Wok*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. ISBN 978-80-247-2059-3.
12. SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Univerzita Jana Amose Komenského Praha. Praha, 2009. ISBN 978-80-86723-78-5.
13. VANĚK, Roman. *Sushi: doma krok za krokem*. 3.vyd. Praha: Prakul production, 2014. ISBN 978-80-95048-7-5.

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

Seznam použitých zahraničních zdrojů

1. CAVICCHI, Alessio a Cristina SANTINI. *Food and Wine Events in Europe*. New York: Routledge, 2014. ISBN 978-0415-82781-2.
2. FRAIOLI, James. *The best recipes from America's food festivals*. USA: Alpha, 2007. ISBN 978-1-592-57664-7.
3. HALL, Michael a Lizz SHARPLES. *Food and Wine Festivals and Events around the world*. USA: Elsevier, 2008. ISBN 978-0-7506-8380-7.
4. HJALAGER, Anee-Mette a Greg RICHARDS. *Tourism and Gastronomy*. New York: Routledge, 2002. ISBN 0-203-27406-7.
5. LOCICCHIO, Matthew. *The cooking of France*. New York: Benchmark Books, 2003. ISBN 0-7614-1216-6.
6. MIDCHELL, Richard a Gary JOHNSON. *Wine tourism around the world: Development, management and markets*. New York: Routledge, 2011. ISBN 978-0-75065-466-1.
7. PARASECOLI, Fabio. *Food Culture in Italy*. USA: Greenwood Publishing group, 2004. ISBN 0-313-32726-2.
8. SOLOMON, Charmaine. *The complete Asian cookbook*. USA: Tuttle publishing, 2002. ISBN 0-8048-3757-0.
9. STANLEY, John a Linda STANLEY. *Food Tourism: A Practical Marketing Guide*. London: CAB International, 2015. ISBN 978-1-78064-501-8.

Seznam použitých internetových zdrojů

1. Alcron: restaurace Alcron. *Alcron.cz* [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.alcron.cz/alcron/>
2. Ambi: Pizza Nuova. *Pizzanuova.ambi.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://pizzanuova.ambi.cz/cz/menu?id=1614>
3. Apetit online: Prague Food Festival. *Apetitonline.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.apetitonline.cz/prague-food-festival>
4. Ara: Čokoládový veletrh Salon du Chocolat v Paříži. *Ara.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://www.ara.cz/francie/pariz/clanky-a-cestopisy/cokoladovy-veletrh-salon-du-chocolat-v-parizi>
5. CeliakiFest: festival kvalitního jídla bez lepku. *Celiakifest.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://www.celiakifest.cz/#festival>
6. CESTOVATEL. *Asketická dovolená*. *Cestovatel.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/asketicka-dovolená/>
7. CESTOVATEL. *Dark tourism*. *Cestovatel.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/dark-tourism-temne-cestovani-namista-katastrof-a-nestesti/>
8. CESTOVATEL. *Volunturismus - dobrovolnická turistika*. *Cestovatel.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/volunturismus-dobrovolnicka-turistika/>
9. CESTOVATEL. *Youth Travel - mladí cestovatelé*. *Cestovatel.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/youth-travel-mladi-cestovatele/>
10. CK GEOPS: zájezdy za gastronomií a vínem. *Geops.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://www.geops.cz/zajezdy/vino-a-gastronomie/>
11. CK Mundo: Francouzská kuchyně. *Mundo.cz* [online]. [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.mundo.cz/francie/kuchyne>
12. CK Mundo: Italská kuchyně. *Mundo.cz* [online]. [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.mundo.cz/italie/kuchyne>
13. CK Mundo: Španělská kuchyně. *Mundo.cz* [online]. [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.mundo.cz/spanelsko/kuchyne>
14. COUCHSURFING. *Co je couchsurfing* *Couchsurfing.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.couchsurfing.cz/ubytovani-v-soukromi/>

15. Czech Specials: Představení projektu. *Czechspecials.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://www.czechspecials.cz/about-us/>
16. CZECH TOURISM. *Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku. Czechtourism.cz* [online]. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>
17. CZECH TOURISM. *Lázeňské statistiky za 1. čtvrtletí 2014. Czechtourism.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/aktuality/lazenske-statistiky-za-1-ctvrtleti-2014/>
18. CZECH TOURISM. *Odpovědné cestování. Czechtourism.cz* [online]. 2005 [cit. 2015-11-27]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/4-odpovedne-cestovani/>
19. Czech Tourism: Projekt Toulavá kamera ochutnává Česko. *Czechtourism.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/ceska-televize-a-agentura-czechtourism-predstavuji-projekt-toulava-kamera-ochutnava-cesko.html>
20. Czech: Česko - země piva. *Czech.cz* [online]. 2011 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Firmy-v-CR/Cesko-%E2%80%93-zeme-piva>
21. Česká republika: český gastronomie. *Czech.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/98231-ceska-gastronomie>
22. ČESKÁ TELEVIZE. *Zdravotní turistika: za operací a pro orgány do celého světa. Ceskatelevize.cz* [online]. 2013 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10353354545-zdravotni-turistika-za-operaci-a-pro-organy-do-celeho-sveta/21138255152/>
23. České pití: lahodná chuť a opojná vůně. *Ceskepiti.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-02-25]. Dostupné z: <http://www.ceskepiti.cz/>
24. Easy magazine: 5 nejšilenejších restaurací světa. *Easymagazine.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <http://easymagazine.cz/clanky/5-nejsilenejsich-restauraci-sveta>
25. EKONOMIE-OTÁZKY STUDENTSKÉ. *Členění cestovního ruchu* [online]. [cit. 2015-11-27]. Dostupné z: <http://ekonomie-otazky.studentske.cz/2010/04/56-vymezeni-cestovniho-ruchu.html>

26. Empire: Tradiční národní dezerty USA. *Empire-skola.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: <http://www.empire-skola.cz/blog/tradicni-narodni-dezerty-3-dil-usa>
27. Farmářské trhy: produkty. *Farmarske-trhy.cz* [online]. Praha, 2012 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <http://www.farmarske-trhy.cz/produkty>
28. Food netowrk: Oktoberfest. *Foodnetwork.ca* [online]. 2015 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://www.foodnetwork.ca/global-eats/photos/cool-food-festivals-around-the-world/#!Oktoberfest-Germany>
29. France: Fête de la gastronomie. *Ee.france.fr* [online]. 2013 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://ee.france.fr/cs/agenda/fete-gastronomie-%E2%80%93-francie-opet-oslavuje-svou-vehlasnou-kuchyni>
30. Gurmet klub: restaurace Pravěk Praha. *Gurmetklub.cz* [online]. 2006 [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://www.gurmetklub.cz/recence-restaurace-pravek-praha-2.html>
31. Chci do Ameriky: Americké nápoje. *Chcidoameriky.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://chcidoameriky.cz/9-americky-napoj-ktere-v-cesku-bezne-nekoupite>
32. Ihned: Deset nejlepších vinobraní. *Ihned.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://ihned.cz/c1-46348330-deset-nejlepsich-vinobrani-podivejte-se-kam-a-kdy-vyrazit>
33. Indian Happy Tandoor: menu. *Indianhappytandoor.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <http://indianhappytandoor.cz/menu/>
34. INTERNATIONAL TRADE CENTRE. *Business tourism. Tradeforum.org* [online]. 2011 [cit. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.tradeforum.org/business-tourism>
35. Itálie průvodce: Pizza. *Italie-pruvodce.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.italie-pruvodce.cz/web/info/pizza>
36. Kdykde: Kalendář gastro akcí v ČR. *Kdykde.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.kdykde.cz/calendar/zanr/gastro>
37. Lidovky: Kam za dobrým mexickým jídlem v Praze. *Lidovky.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/kam-za-dobrym-mexickym-jidlem-v-praze-prinasime-tipy-f9v-/dobra-chut.aspx?c=A140328_164525_dobra-chut_ebr
38. LIFE Ihned. *Trendy lázeňství a wellness v příštích letech. Ihned.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://life.ihned.cz/cestovani/c1-23921990-trendy-lazenstvi-a-wellness-v-pristich-letech>

39. Live Travel Help: Pizzafest, Naples. *Livetravelhelp.com* [online]. 2015 [cit. 2016-02-15]. Dostupné z: <http://www.livetravelhelp.com/info/events/pizzafest-naples/>
40. Mahalo: Americká kuchyně. *Mahalo.cz* [online]. 2011 [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: <http://www.mahalo.cz/usa/informace-o-usa/americka-kuchyne-stravovani-v-usa.html>
41. Maine Lobster Festival: food. *Mainelobsterfestival.com* [online]. 2016 [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <http://www.mainelobsterfestival.com/main-events/food/>
42. Mexiko dovolená: jídlo a pití v Mexiku. *Mexikodovolena.cz* [online]. 2009 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.mexikodovolena.cz/jidlo-a-piti/>
43. Michelinské restaurace: Co jsou Michelinské restaurace? *Michellinskerestaurace.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <http://www.michelinskerestaurace.cz/co-jsou-michelinske-restaurace/>
44. MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Golf - specifická činnost v cestovním ruchu*. *mmr.cz* [online]. 2007 [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/8d6249dc-910f-4fcc-8588-2d0e56870f85/GetFile47.pdf>
45. Ochutnejte Moravu!: O projektu. *Ochutnejtemoravu.eu* [online]. 2012 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://ochutnejtemoravu.eu/o-projektu/>
46. Pivní klenoty: pivní turistika po ČR. *Pivniklenoty.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.pivniklenoty.cz/vse-o-pivu/zajimavosti-o-pivu/pivni-turistika-po-cr/>
47. Pivo a Víno: zájezdy a pobyty. *Pivoavino.cz* [online]. 2011 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://pivoavino.cz/cs/pro-jednotlivce/katalog-pro-jednotlivce/itemlist/category/8-zajezdy-a-pobyty?limitstart=04>
48. Prague Food Festival: historie. *Praguefoodfestival.cz* [online]. 2007 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.praguefoodfestival.cz/o-nas>
49. Prima Fresh: Nejlepší polévky z Asie. *Iprima.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://fresh.iprima.cz/clanky/nejlepsi-polevky-z-asie>
50. PRO BYZNYS. *Seniorský cestovní ruch*. *Probyznysinfo.ihned.cz* [online]. 2012 [cit. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://probyznysinfo.ihned.cz/c1-57853160-seniorsky-cestovni-ruch-je-na-vzestup>
51. Rady na cestu: Americká kuchyně. *Radynacestu.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: <http://www.radynacestu.cz/magazin/americka-kuchyne/>

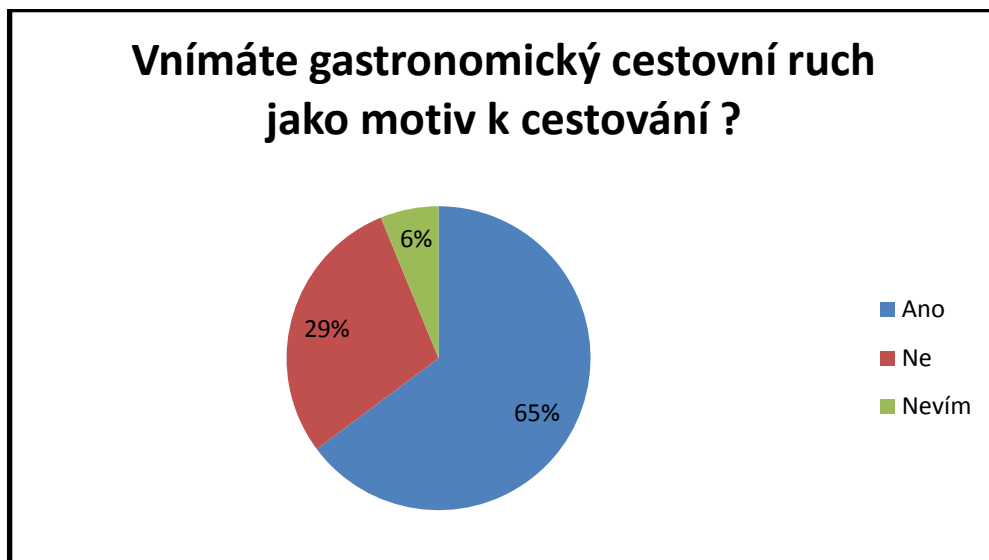
52. Restaurant Guide: Francouzská kuchyně. *Restaurant-guide.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.restaurant-guide.cz/kuchyne/francouzska-kuchyne.html>
53. Restaurant guide: Italská kuchyně. *Restaurant-guide.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.restaurant-guide.cz/kuchyne/italska-kuchyne.html>
54. Restaurant Guide: Španělská kuchyně. *Restaurant-guide.cz* [online]. 2008 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <http://www.restaurant-guide.cz/kuchyne/spanelska-kuchyne.html>
55. Restu: Nejlepší americké restaurace. *Restu.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://www.restu.cz/nejlepsi-americke-restaurace/>
56. Restu: Španělské restaurace Praha. *Restu.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-02-29]. Dostupné z: <https://www.restu.cz/praha/spanelske-restaurace/>
57. Stezky dědictví: Ochutnejte regionální speciality. *Stezky-dedictvi.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://www.stezky-dedictvi.cz/regionalni-speciality/>
58. Street Food Festival: FAQ. *Sfstreetfoodfest.com* [online]. 2005 [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <http://www.sfstreetfoodfest.com/faq.php>
59. Středověká krčma u krále Brabantského: krčma. *Krcmabrabant.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://www.krcmabrabant.cz/krcma.php>
60. Tower Park Praha: Oblaca restaurant. *Towerpark.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://towerpark.cz/oblaca-restaurant+10>
61. Tradiční recepty: moučníky. *Tradicnirecepty.cz* [online]. 2012 [cit. 2016-02-25]. Dostupné z: <http://www.tradicnirecepty.cz/moucniky/>
62. Vaření: Asijská kuchyně. *Vareni.cz* [online]. 2006 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://clanky.vareni.cz/asijska-kuchyne/>
63. Výtopna: o Výtopně. *Vytopna.cz* [online]. [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://www.vytopna.cz/>
64. Wine of Czech republic: vinařská oblast Morava. *Wineofczechrepublic.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.wineofczechrepublic.cz/nase-vina/vinarske-regiony/vinarska-oblast-morava.html>
65. Wine Travel: Zájezdy do vinařských oblastí. *Winetravel.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://www.winetravel.cz/zajezdy-na-miru>

66. WORLD TOURISM ORGANISATION. *Definition of tourism*. *Unwto.org* [online]. 2011 [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_tsa_1.pdf
67. Your Singapore: Savour. *Yoursingapore.com* [online]. 2016 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <http://www.yoursingapore.com/festivals-events-singapore/annual-highlights/savour.html>

SEZNAM GRAFŮ

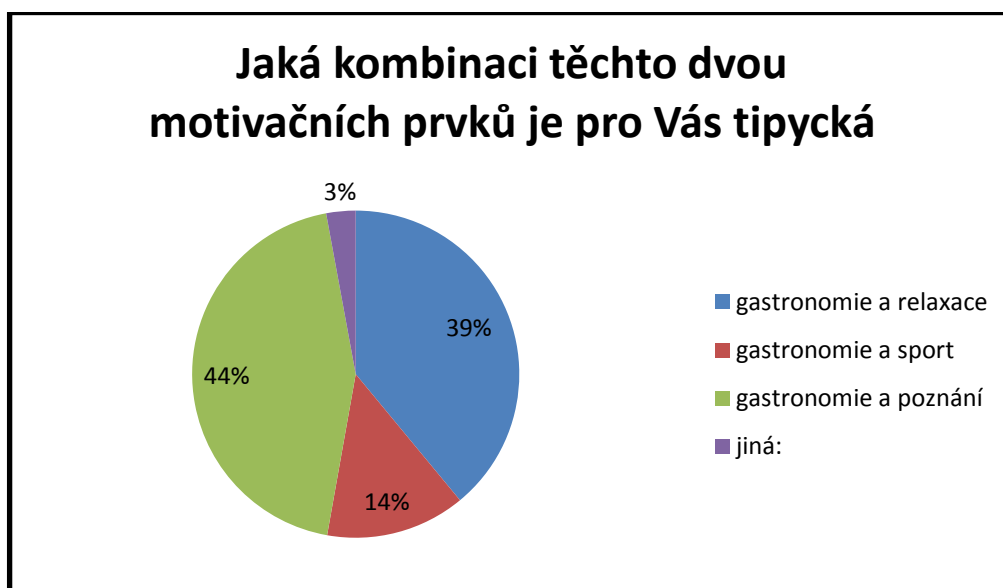
<u>Graf č. 1</u>	799
<u>Graf č. 2</u>	799
<u>Graf č. 3 (hypotéza č. 1)</u>	80
<u>Graf č. 4</u>	80
<u>Graf č. 5 (hypotéza č. 2)</u>	81
<u>Graf č. 6 (a, b, c, d) – (hypotéza č. 3)</u>	82
<u>Graf č. 7</u>	82
<u>Graf č. 8</u>	83
<u>Graf č. 9</u>	83
<u>Graf č. 10</u>	84
<u>Graf č. 11</u>	84
<u>Graf č. 12</u>	85
<u>Graf č. 13</u>	85
<u>Graf č. 14</u>	86
<u>Graf č. 15</u>	86

Graf č. 1



Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 2



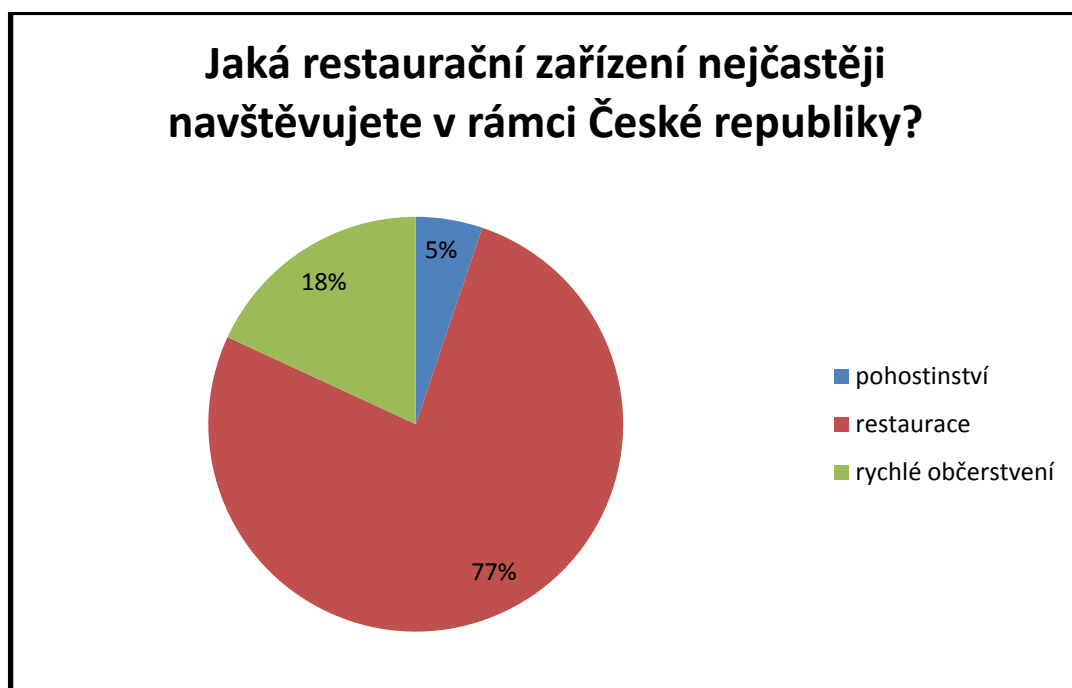
Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 3 (hypotéza č. 1)



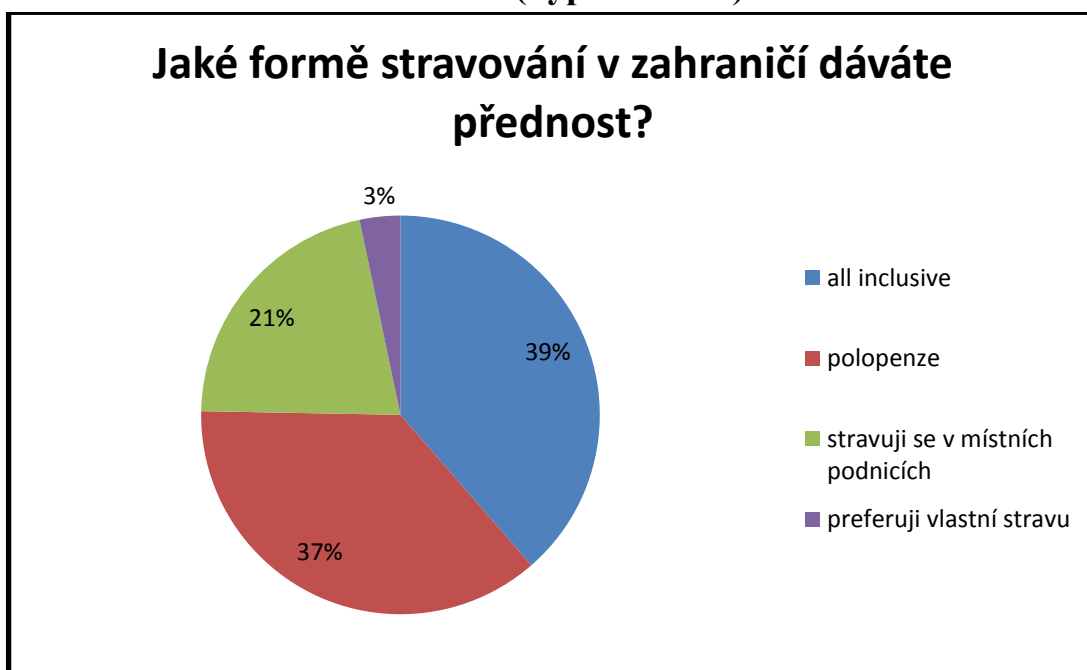
Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 4



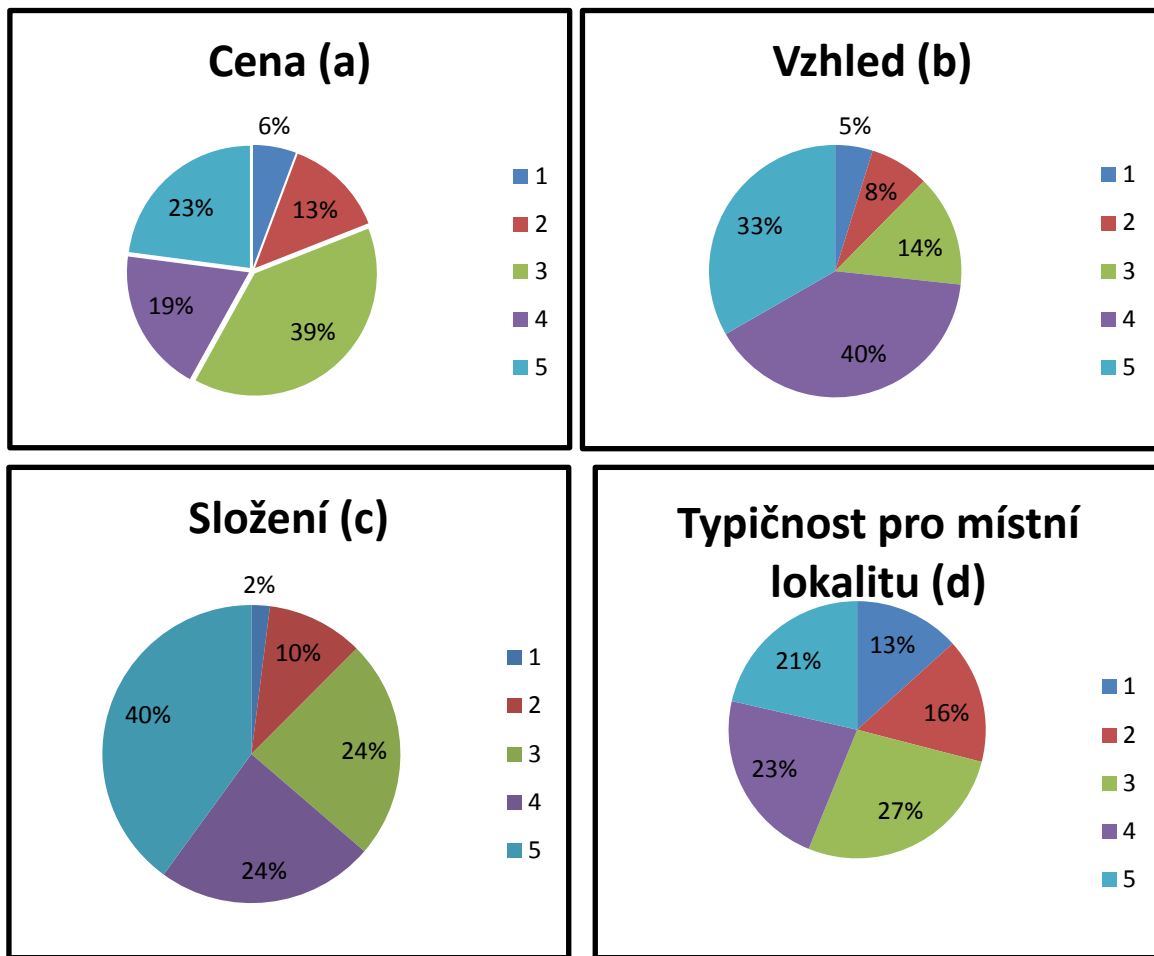
Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 5 (hypotéza č. 2)



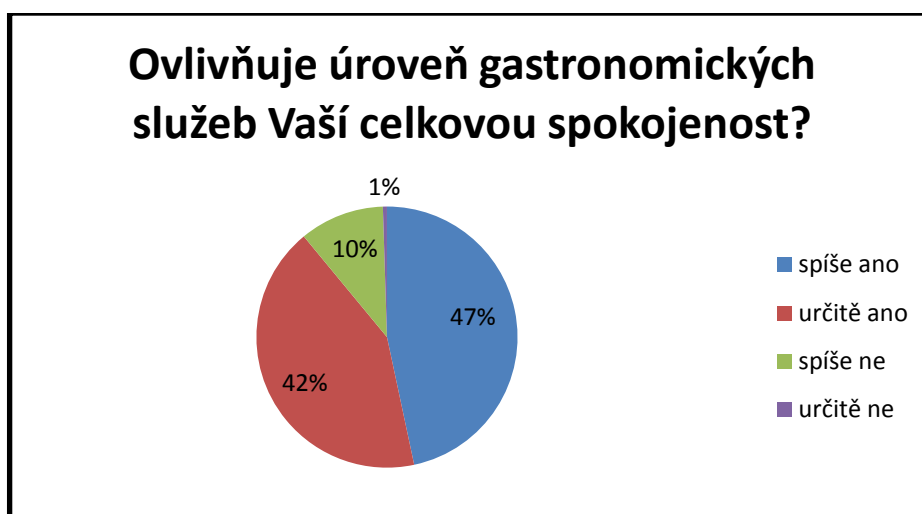
Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 6 (a, b, c, d) – (hypotéza č 3)



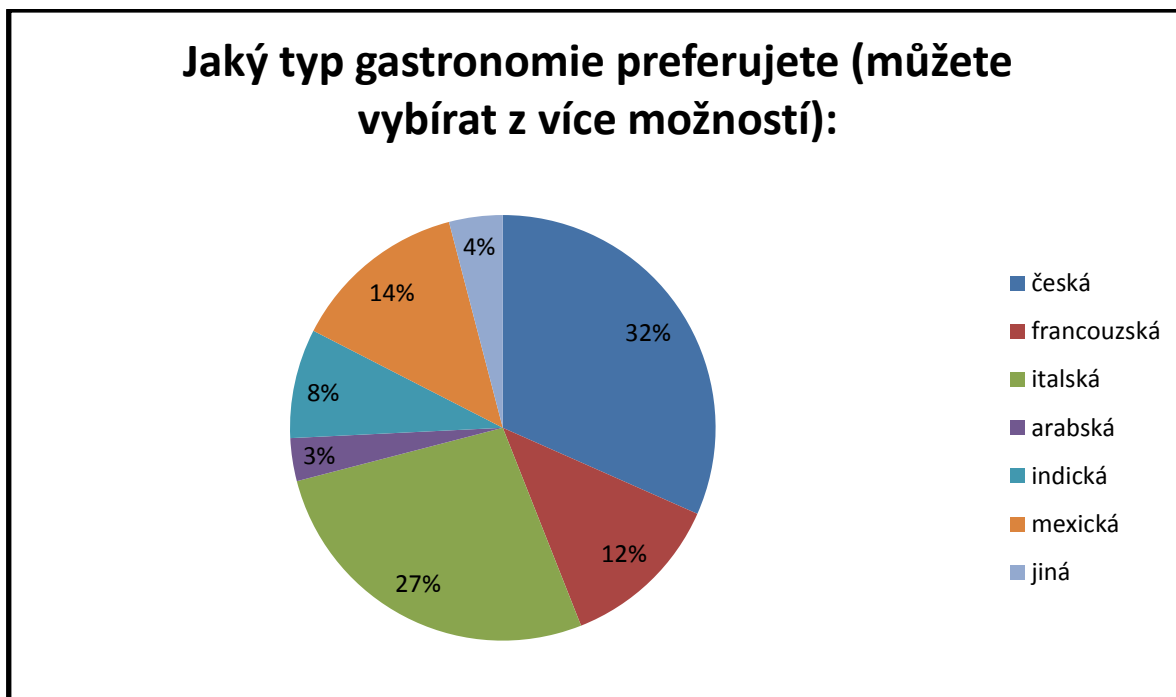
Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 7



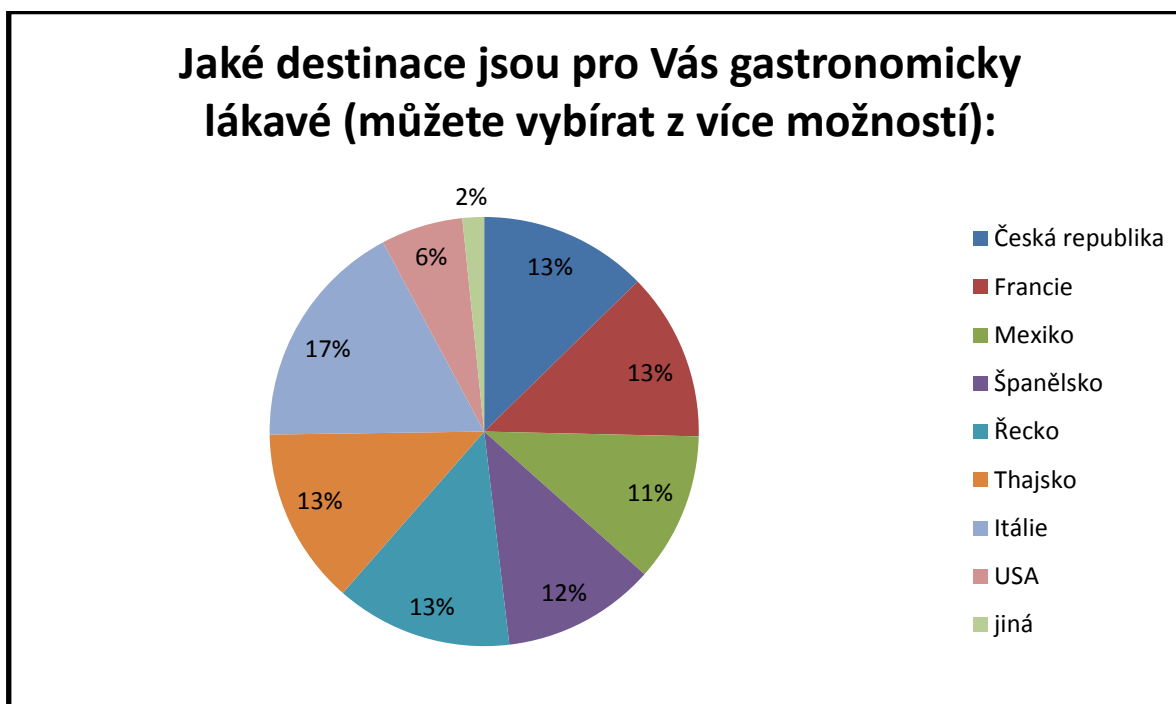
Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 8



Zdroj: autor, 20016, vlastní zpracování

Graf č. 9



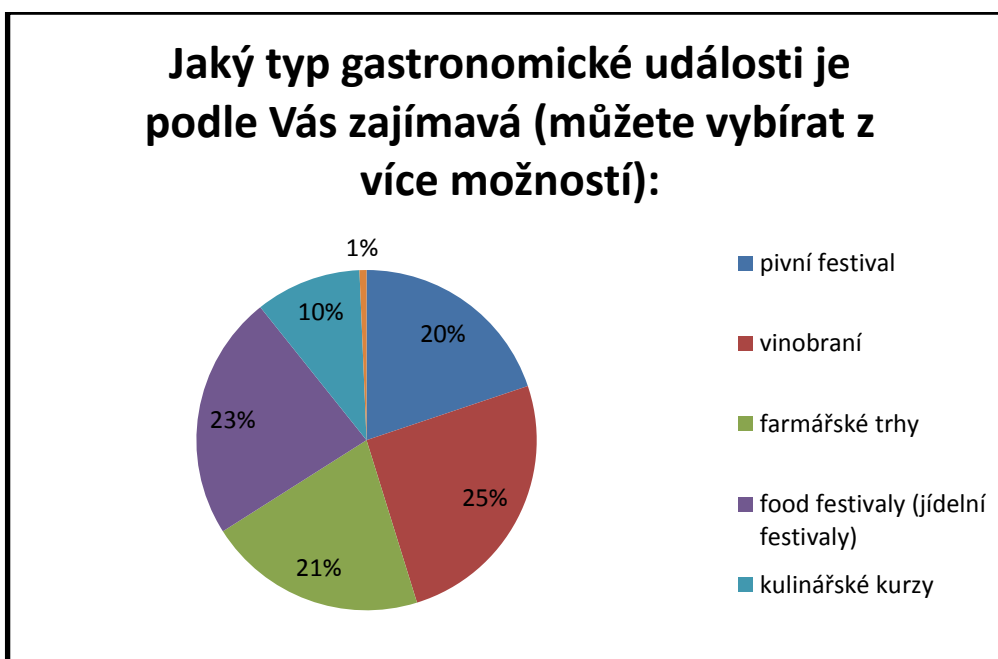
Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 10



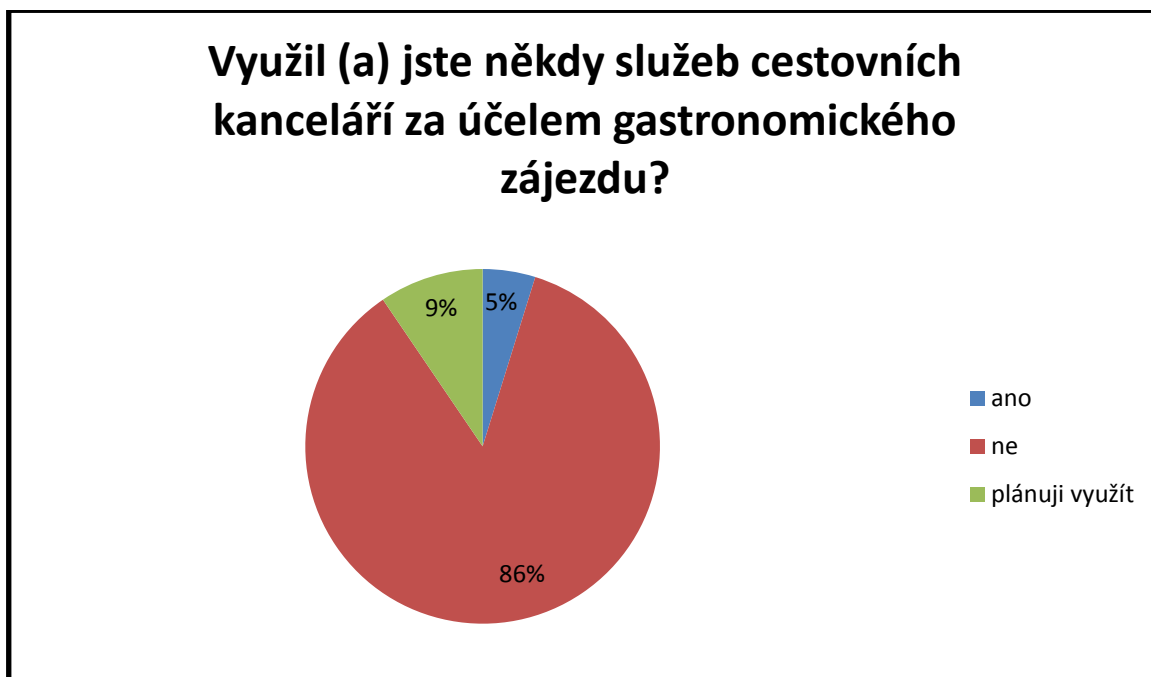
Zdroj: autor, vlastní zpracování

Graf č. 11



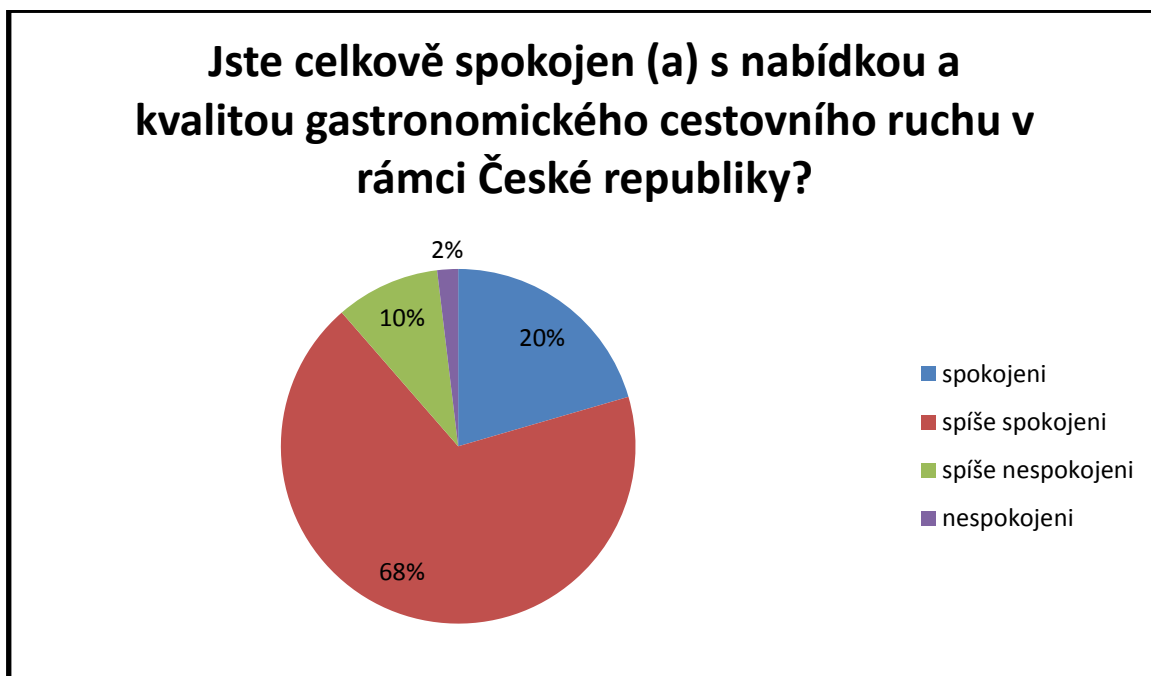
Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 12



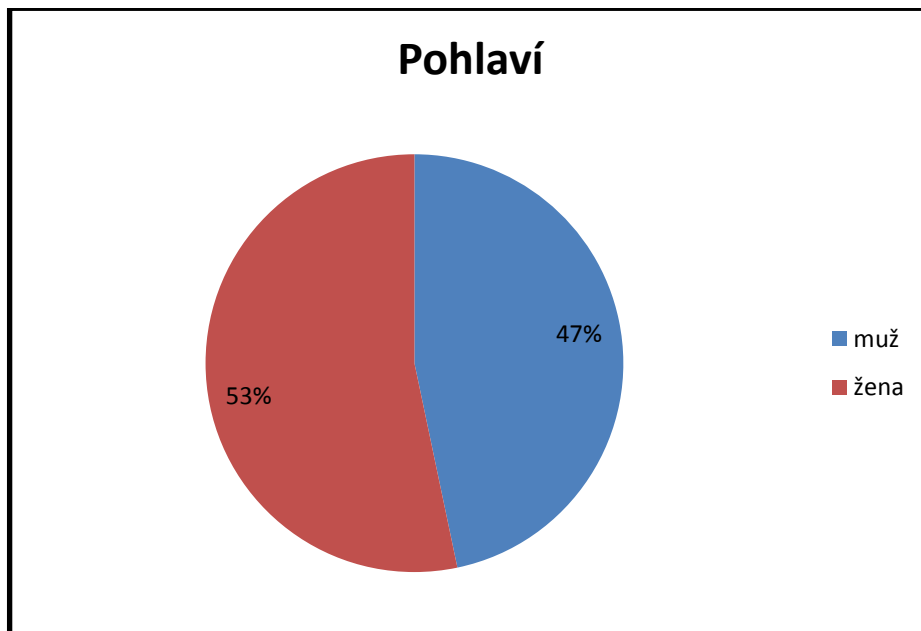
Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 13



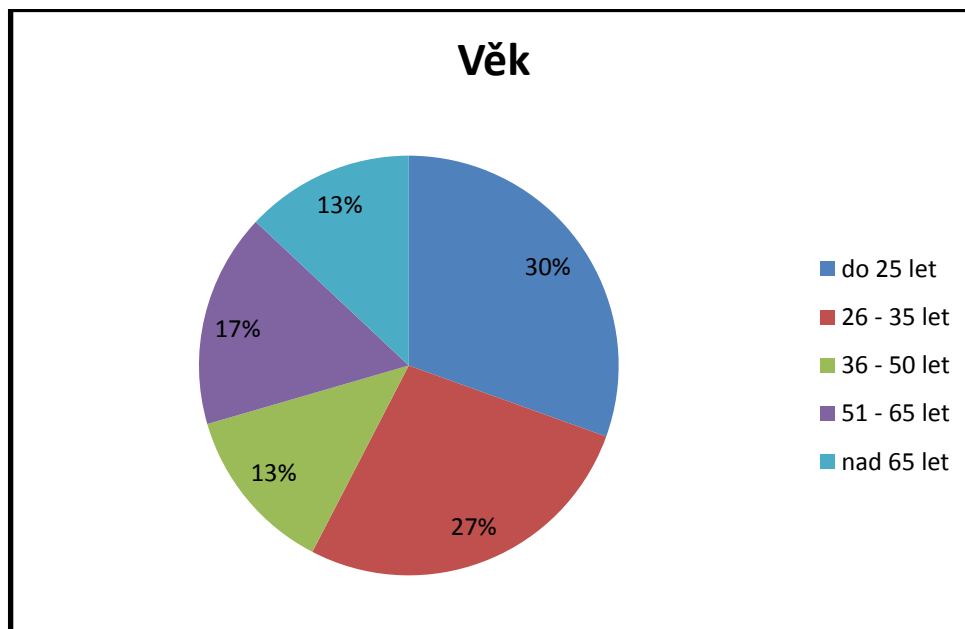
Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 14



Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

Graf č. 15



Zdroj: autor, 2016, vlastní zpracování

SEZNAM OBRÁZKŮ

<u>Příloha č. 1: vinný sklep - Únětice</u>	I
<u>Příloha č. 2: Dětenický pivovar</u>	I
<u>Příloha č. 3: krevetový burger s řasou wakame</u>	II
<u>Příloha č. 4: mušle na bílém víně</u>	II
<u>Příloha č. 5: Penzion v polích</u>	III
<u>Příloha č. 6: dotazník</u>	IV

Příloha č. 1: vinný sklep - Únětice



Zdroj: autor, 2016 (Únětice)

Příloha č. 2: Dětenický pivovar



Zdroj: autor, foceno 2015 (Dětenice)

Příloha č. 3: krevetový burger s řasou wakame



Zdroj: autor, foceno 2015 (Food Parade)

Příloha č. 4: mušle na bílém víně



Zdroj: autor, foceno 2015 (Food Parade)

Příloha č. 5: Penzion v polích



Zdroj: autor, foceno 2015 (Malé Čičovice)

Příloha č. 6: dotazník

Vážení respondenti,

Ráda bych Vás požádala o vyplnění dotazníku, který bych chtěla použít pro vypracování diplomové práce. Dotazník je zaměřen na gastronomický cestovní ruch, který je chápán jako cestování za jídlem, a je spojen s nejrůznějšími akcemi, jako jsou např. festivaly, pivní slavnosti, vinobraní, různé kulinářské kurzy apod. Dotazník Vám zabere jen několik minut, je zcela anonymní. Vaše odpovědi mi zajistí potřebné informace, které budou sloužit pouze pro mé studijní účely. Děkuji za Váš čas.

- 1) Vnímáte gastronomický cestovní ruch jako motiv k cestování?
 - a) ano
 - b) ne
 - c) nevím

- 2) Jaká kombinace těchto dvou motivačních prvků je pro Vás typická?
 - a) gastronomie a relaxace
 - b) gastronomie a sport
 - c) gastronomie a poznání
 - d) jiná

- 3) Jakou kuchyni preferujete při návštěvě zahraniční destinace?
 - a) místní
 - b) regionální
 - c) nerozlišuji

- 4) Jaká restaurační zařízení nejčastěji navštěvujete v rámci České republiky?
 - a) pohostinství
 - b) restaurace
 - c) rychlé občerstvení

- 5) Jaké formě stravování v zahraničí dáváte přednost?
 - a) all inclusive
 - b) polopenze
 - c) stravuji se v místních podnicích
 - d) preferuji vlastní stravu

6) Při výběru daného pokrmu Vás zajímá:

(ohodnoťte, prosím, škálou 1 – 5), 1 = nejméně důležité, 5 = velmi důležité:

cena	1	2	3	4	5
vzhled	1	2	3	4	5
složení	1	2	3	4	5
typičnost pro místní lokalitu	1	2	3	4	5

7) Ovlivňuje úroveň gastronomických služeb Vaší celkovou spokojenost?

- a) spíše ano
- b) určitě ano
- c) spíše ne
- d) určitě ne

8) Jaký typ gastronomie preferujete (můžete vybírat z více možností):

- a) česká
- b) francouzská
- c) italská
- d) arabská:
- e) indická
- f) mexická
- g) jiná:

9) Jaké destinace jsou pro Vás gastronomicky lákavé (můžete vybírat z více možností):

- a) Česká republika
- b) Francie
- c) Mexiko
- d) Španělsko
- e) Řecko
- f) Thajsko
- g) Itálie
- h) USA
- i) jiná:

10) Zúčastnil (a) jste se někdy gastronomického festivalu?

(pokud je Vaše odpověď ne, pokračujte na otázku č. 12):

- a) ano
- b) ne

11) Jakou gastronomickou akci jste navštívil (a):

.....

12) Jaký typ gastronomické události je podle Vás zajímavá:

- | | |
|-------------------|---------------------|
| a) pивní festival | d) food festivaly |
| b) vinobraní | e) kulinářské kurzy |
| c) farmářské trhy | f) jiná: |

13) Využil (a) jste někdy služeb cestovních kanceláří za účelem gastronomického zájezdu?

- a) ano
- b) ne
- c) plánuji využít

14) Jste celkově spokojen (a) s nabídkou a kvalitou gastronomického cestovního ruchu v rámci České republiky?

- | | |
|--------------------|----------------------|
| a) spokojeni | c) spíše nespokojeni |
| b) spíše spokojeni | d) nespokojeni |

15) Postrádáte něco v nabídce gastronomického cestovního ruchu v rámci České republiky?

.....

16) Pohlaví:

- a) muž
- b) žena

17) Věk:

- a) do 25 let
- b) 26 – 35 let

- c) 36 – 50 let
- d) 51 – 65 let
- e) nad 65 let

Bibliografické údaje

Jméno autora: Kateřina Jarotková

Obor: Management cestovního ruchu

Forma studia: prezenční

Název práce: Gastronomický cestovní ruch ve světě i v České republice a jeho potenciál

Rok: 2016

Počet stran textu: 69

Celkový počet stran příloh: 6

Počet titulů českých použitých zdrojů: 14

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 9

Počet internetových zdrojů: 67

Vedoucí práce: Ing. Iveta Hamarneh, Ph.D.