

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky



Diplomová práce

**Gastroturismus, jako podpora rozvoje cestovního ruchu
regionu**

Bc. Linda Jirásková, DiS.

© 2022 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Linda Jirásková, DiS.

Veřejná správa a regionální rozvoj – k.s. Litoměřice

Název práce

Gastroturismus, jako podpora rozvoje cestovního ruchu regionu

Název anglicky

Gastroturism, as support fort the development of tourism in te region

Cíle práce

Cílem práce je vyhodnotit pomocí statistické analýzy gastroturismus ve vybraném regionu České republiky a zanalyzovat přínos gastronomických akcí nabízených v regionu Středních Čech.

Data pro praktickou část práce jsou získána pomocí rozhovoru s vybraným vzorkem respondentů, vlastním pozorováním, šetřením formou dotazníku ve vybraných destinacích regionu České republiky a Valencijského regionu Španělska, na základě získaných dat je provedena komparace vybraných destinací, získané informace jsou následně vyhodnoceny.

Metodika

Statistické analýzy, vlastní pozorování, dotazníkové šetření, komparace, strukturovaný rozhovor.

Český statistický úřad, OECD

Doporučený rozsah práce

cca 80 stran

Klíčová slova

Cestovní ruch, gastroturismus, rozvoj regionu, podpora rozvoje

Doporučené zdroje informací

- GOELDNER, C R. – RITCHIE, J R B. *Cestovní ruch : principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.
- JUAN PIQUERAS La vid y el vino en España: Edades Antigua y Media, Valencia: U. Valencia, 2016. ISBN 9788437095394
- KOTLÍKOVÁ H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN: 978-80-247-4603-6.
- OECD, *Food and Tourism Experience: Korea*, OCDE, 2012, ISBN: 9789264171923.
- PALATKOVÁ, M. – ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu : turismus České republiky*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- PALATKOVÁ, M. – ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu : turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.
- PECÁKOVÁ, I. *Statistika v terénních průzkumech*. Praha: Professional Publishing, 2011. ISBN 978-80-7431-039-3.
- ŘEZANKOVÁ, H. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-7431-019-5.
- UNWTO: *International Recommendations for Tourism Statistics*. Madrid and New York, 2008, ISBN 978-92-1-161521-0
- ZELENKA J. a PÁSKOVÁ M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*, Praha, Linde, 2012, ISBN: 978-80-7201-880-2
-

Předběžný termín obhajoby

2020/21 LS – PEF

Vedoucí práce

RNDr. Jan Grosz

Garantující pracoviště

Katedra statistiky

Elektronicky schváleno dne 24. 3. 2021

prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 24. 3. 2021

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 02. 03. 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Gastroturismus, jako podpora rozvoje cestovního ruchu regionu" jsem vypracoval(a) samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30. 11. 2022

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala RNDr. Janu Groszovi za pomoc při vedení mé diplomové práce, zároveň mé rodině za veškerou podporu při studiu.

Gastroturismus, jako podpora rozvoje cestovního ruchu regionu

Abstrakt

Cílem práce je zjistit, zda respondenti mají povědomí o nových formách cestovního ruchu, kterými jsou gastroturismus a enoturismus, a zda existuje odpovídající nabídka aktivit z této oblasti. Gastroturismus je popsán v teoretické části v kontextu cestovního ruchu jako takového s tím, že se jedná o inovativní druh, zejména pokud se týká enoturismu, který se považuje za jeho součást.

V případě dalšího rozvoje gastroturismu a enoturismu je předpoklad zvýšení počtu zaměstnanců v cestovním ruchu, kteří se tímto odvětvím budou zabývat a přispějí tak celkovému rozvoji cestovního ruchu a tím i destinace.

S důrazem na vinařství je zmapováno pěstování vinné révy a nabídka akcí, které pořádají vinařské svazy, spolky a jednotliví vinaři v rámci Středočeského kraje, potažmo v rámci Mělnické vinařské podoblasti, Kutnohorské oblasti a Karlštejnské oblasti, které z větší části kryjí podle územního uspořádání se Středočeským krajem.

Pro srovnání se Středočeským krajem byla vybrána španělská provincie Alicante ve Valencijské oblasti. Vedle popisu vinařství je zmapována na příkladu několika producentů vína v provincii Alicante právě enoturistika a aktivity s ní spojené, které vinaři včetně propagace vína formou řízených ochutnávek nabízejí a organizují.

Ve výzkumné části jsou vyhodnocené zjištěné výsledky, To vše umožnilo na základě získaných informací posoudit a formulovat doporučení, která jsou uvedena v poslední části práce.

Klíčová slova: cestovní ruch, gastroturismus, enoturismus, rozvoj, destinace, region, gastronomické akce, enoturistické akce, Středočeský kraj, Valencijský kraj

Gastroturism, as support for the development of tourism in the region

Abstract

In the case of further development of gastrotourism and wine tourism, an increase in the number of employees in the tourism industry who will deal with this sector and thus contribute to the overall development of tourism and thus the destination is a prerequisite.

With an emphasis on viticulture, the cultivation of grapevines and the offer of events organized by wine associations, associations and individual winemakers within the Central Bohemia region, i.e. within the Mělník wine-growing sub-region, Kutnohorská region and Karlštejnská region, which for the most part cover according to the territorial arrangement with Central Bohemia, are mapped by region.

The Spanish province of Alicante in the Valencia region was chosen for comparison with the Central Bohemian Region. In addition to the description of the winery, wine tourism and activities related to it, which are offered and organized by winemakers, including the promotion of wine in the form of guided tastings, are mapped using the example of several wine producers in the province of Alicante.

In the research part, the results found are evaluated. All this made it possible to assess and formulate the recommendations, which are presented in the last part of the work, based on the information obtained.

Abstract

Keywords: tourism, gastrotourism, enotourism, development, destination, region, gastronomic events, enotourism events, Central Bohemian Region, Valencian Region

Obsah

| | |
|---|-----------|
| 1 Úvod..... | 10 |
| 1.1 Cíl práce | 12 |
| 1.2 Metodika | 13 |
| 2 Teoretická východiska | 14 |
| 2.1 Cestovní ruch jeho definice a termíny | 14 |
| 2.1.1 Dělení cestovního ruchu | 17 |
| 2.1.2 Formy cestovního ruchu | 20 |
| 2.1.3 Nové specifické druhy cestovního ruchu..... | 21 |
| 2.2 Gastroturismus | 23 |
| 2.2.1 Gastronomické akce a objekty | 27 |
| 2.2.2 Enoturismus | 29 |
| 2.3 Vlivy působící na cestovní ruch..... | 31 |
| 2.3.1 Vlivy, související s ekonomickým prostředím | 31 |
| 2.3.2 Ostatní vlivy působící na cestovní ruch | 33 |
| 2.3.3 Specifické rysy trhu cestovního ruchu..... | 34 |
| 2.3.4 Statistika a cestovní ruch | 35 |
| 3 Česká republika a cestovní ruch..... | 36 |
| 3.1 Cestovní ruch Středočeského kraje | 37 |
| 3.1.1 Vinařská oblast Čechy | 38 |
| 3.1.2 Atraktivita a akce Středočeského kraje | 42 |
| 3.1.3 Enoturismus Středočeského kraje..... | 46 |
| 3.1.4 Pivovary Středočeského kraje..... | 50 |
| 4 Španělsko | 52 |
| 4.1 Valencijské společenství, provincie Alicante | 52 |
| 4.1.1 Španělská gastronomie | 53 |
| 4.1.2 Vinařství ve Španělsku | 55 |
| 4.1.3 Vinařství a vinice v provincii Alicante | 58 |
| 4.1.4 Pivovary ve Španělsku..... | 64 |
| 5 První výzkum z oblasti gastroturismu | 66 |
| 6 Vlastní práce | 67 |
| 6.1 Cíl výzkumu | 67 |
| 6.2 Druh a metody výzkumu | 68 |
| 6.3 Respondenti..... | 68 |
| 6.4 Průběh výzkumu..... | 70 |
| 6.5 Interpretace výsledků | 71 |

| | | |
|---------------------------|--|------------|
| 6.5.1 | Dotazníkové šetření | 71 |
| 6.5.2 | Strukturovaný rozhovor | 80 |
| 6.5.3 | Statistická analýza..... | 89 |
| 6.5.4 | Komparace provincie Alicante a Středočeského kraje | 99 |
| 7 | Výsledky a diskuse | 100 |
| 7.1 | Výsledky výzkumu..... | 100 |
| 7.1.1 | Vyhodnocení dotazníku | 100 |
| 7.1.2 | Vyhodnocení rozhovoru | 100 |
| 7.1.3 | Vyhodnocení statistické analýzy | 101 |
| 7.1.4 | Vyhodnocení komparace | 103 |
| 7.1.5 | Vyhodnocení vlastního pozorování | 103 |
| 7.2 | Diskuse | 104 |
| 8 | Závěr..... | 106 |
| 9 | Seznam použitých zdrojů | 109 |
| 10 | Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk | 115 |
| 10.1 | Seznam obrázků | 115 |
| 10.2 | Seznam tabulek | 115 |
| 10.3 | Seznam grafů..... | 115 |
| 10.4 | Seznam použitých zkratk..... | 116 |
| Přílohy | | 117 |
| Příloha 1 – Dotazník..... | | 117 |

1 Úvod

Diplomová práce „Gastroturismus, jako podpora rozvoje cestovního ruchu regionu“ obsahuje popis teoretických východisek v první části práce. Ve druhé části práce je proveden vlastní výzkum. Cílem práce je vyhodnotit povědomí o pojmu gastroturistika, zjistit, zda je cíleně vyhledávána a také jestli je klíčovou aktivitou při vyhledávání destinace cestovního ruchu.

V rámci teoretických východisek jsou vysvětleny pojmy, které jsou důležité k pochopení tématu a obsahu diplomové práce. Pojmy jako cestovní ruch a jeho formy, cestování, region, destinace a destinační management, podpora rozvoje. Popsány jsou zde také nové speciální druhy cestovního ruchu, mezi které patří i gastroturismus respektive jeho součást enoturismus. Téma gastroturismu je pojato s akcentem právě na víno, vinařství a s ním spojené akce a aktivity.

Se zaměřením na gastroturismus a enoturismus je přistoupeno k popisu vybraného regionu, kterým je Středočeský kraj. Na jehož území se nachází Mělnická vinařská podoblast. Geografické území není totožné s vinařskou podoblastí, protože zahrnuje i vinice na území hlavního města Prahy. V práci jsou popsány akce a aktivity, pořádané Svazem vinařů české republiky, dalšími organizacemi, spolky a samozřejmě i samostatnými vinaři.

Pro srovnání enoturistiky a gastroturistiky byla zvolena a popsána Španělská provincie Alicante, která je součástí Valencijského společenství. Tato provincie byla vybrána na základě sympatií a vlastních turistických i gastroturistických zkušeností. Provincie Alicante je rozlohou zhruba o polovinu menší, než je rozloha Středočeského kraje a žije zde o 500 tisíc obyvatel více. Z hlediska vinařství se však řadí k velkým producentům a vývozcům vína.

V druhé části diplomové práce je proveden výzkum na základě metod, a to dotazníkového šetření, strukturovaného rozhovoru, charakteristiky dynamiky vývoje časové řady, určení závislosti pomocí neparametrické metody pro určení korelace a komparace. Výzkumná část je zaměřena tematicky na gastroturismus. Dotazníkové šetření obsahuje otázky, díky kterým je možné v závěru práce potvrdit nebo vyvrátit stanovené hypotézy. Obdobně je koncipován

strukturovaný rozhovor, díky kterému jsou získány odpovědi na programové otázky. To umožňuje následné vyhodnocení. Popsané regiony Středočeský kraj a provincie Alicante jsou porovnány pomocí komparace. Rozvoj Středočeského kraje je posouzen pomocí vývoje růstu počtu zaměstnaných osob v cestovním ruchu. Průběh výzkumu a jeho výsledky jsou interpretovány, závěr obsahuje návrhy a doporučení.

1.1 Cíl práce

Cílem práce je analýza získaných odpovědí na stanovené výzkumné otázky, které jsou položeny v dotazníkovém šetření a účastníkům při strukturovaném rozhovoru.

A to, existuje ve Středočeském kraji gastroturismus a enoturismus, má tento region potenciál v cestovním ruchu, jsou gastroturistické a enoturistické akce hlavním motivem k návštěvě středočeského regionu, ovlivňují účast na gastroturismu a enoturismu pohlaví a stupeň vzdělání, napomáhá pořádání gastronomických akcí a vinařských akcí ke zvýšení návštěvnosti dané destinace?

Práce je zaměřena především na Středočeský kraj a jejím hlavním záměrem je představení kraje a jeho destinací vhodných pro enoturistiku.

Vychází ze získaných přehledů nabídky a informací o konání gastronomických akcí. Ověřuje informovanost respondentů o konání takovýchto akcí a jejich motivy na účasti ke spotřebě jejich nabízených služeb. Dalším cílem je představení enoturismu ve Valencii, vytvořit a následně vyhodnotit komparaci mezi Středočeským krajem a Valencijskou provincií Alicante.

Zkoumán je vliv na regionální hospodářství, a to zhodnocením vývoje počtu zaměstnaných osob v cestovním ruchu ve Středočeském kraji mezi roky 2010-2019 s prognózou vývoje pro roky 2020-2022. Dále je zkoumána závislost mezi cenou vstupného a návštěvností pro určité destinace regionu Středních Čechy.

Na základě zjištěných informací o enoturismu ve Středočeském kraji, jsou navržena vhodná doporučení a řešení pro další vývoj tohoto rozvíjejícího oboru cestovního ruchu Středočeského kraje.

1.2 Metodika

Diplomová práce je autorkou rozdělena na dvě části.

První teoretická část je založena na studiu odborné literatury a dostupných zdrojů, které se věnují cestovnímu ruchu a jeho nedílným součástí gastroturismu a enoturismu. V této části je vysvětlen pojem cestovní ruch, jeho charakteristika, druhy, formy a jeho nové druhy. Vlivy cestovního ruchu na ekonomické odvětví.

Data pro praktickou část práce jsou získána vlastním pozorováním, šetřením formou dotazníku, strukturovaného rozhovoru s vybranými respondenty. Jedná se hlavně o kvalitativní data, která jsou zachycena v grafech.

V práci je porovnán Středočeský kraj s Valencijským společenstvím ve Španělsku, konkrétně s provincií Alicante. Zhodnocení vývoje počtu zaměstnaných osob je provedeno pomocí charakteristiky vývoje časové řady a prognóza vývoje je vytvořena pomocí průměrného koeficientu růstu. Neparametrickou metodou je zkoumána závislost mezi cenou vstupného a návštěvností pro určení korelace pomocí Spearmanova korelačního koeficientu. Zdrojem dat jsou zejména Český statistický úřad, Ministerstvo pro místní rozvoj, Czech Tourism a Svaz vinařů České republiky.

2 Teoretická východiska

2.1 Cestovní ruch jeho definice a termíny

V moderní době a společnosti hraje cestovní ruch a cestování velkou a podstatnou úlohu, a to v oblasti **uspokojování lidských potřeb**, jak uvádí Abraham Maslow ve své pyramidě lidských potřeb, kdy lidé potřebují uspokojit a seberealizovat svou potřebu odpočinku při vyžití v kulturní sféře a setkávání se ve svém volném čase pro navazování a získávání sociálních kontaktů. Tato potřeba je na špičce pyramidy, kde nalezneme potřebu poznání a prožitků, a jedná se o jeden z nejzákladnějších znaků pro cestovní ruch. Ten je v dnešní době poznamenaný pandemií a získávání sociálních kontaktů je pro většinu obyvatel velmi podstatným kritériem.¹

Aby mohl cestovní ruch existovat, je potřeba splnění několika základních podmínek jak u účastníků, tak u dané destinace:

- Svobody pohybu,
- Fond volného času,
- Dostatek volných disponibilních prostředků,
- Dopravní možnosti a dostatečná infrastruktura,
- Existence potenciálu cestovního ruchu.

Cestovní ruch je těžko definovatelný, neboť se jedná o velmi složitý socioekonomický jev, který nelze zařadit pouze do jednoho tematického vědního okruhu. Týká se jak ekonomické, tak mimoekonomické stránky dnešní společnosti. V průběhu let vzniklo mnoho definic, ale vždy byly odrazem pouze toho vědního oboru, který definici vytvářel.

¹ LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

První definici, která zahrnuje společně různé vědní obory, **vydali Walter Hunziker a Kurt Krapf**, kteří **v roce 1942** vymezili cestovní ruch jako „*Souhrnné označení vztahů a jevů vznikajících na základě cesty a pobytu nerezidentů, pokud se pobytem nesleduje usídlení a pokud s ním není spojena žádná výdělečná činnost.*“²

J. Burkart a S. Medlik, jako jedni z prvních vyjádřili potřebu nutnosti rozdělení podstatných znaků pro přesnější definování cestovního ruchu, rozdělili tedy cestovní ruch dle důležitých rysů a definovali ho:

- Cestovní ruch je souhrnem určitých vztahů a jevů,
- Vztahy a jevy cestovního ruchu jsou vyvolány z pohybu a pobytu osob v různých destinacích. Obsahují vždy dynamický a statický prvek. Dynamickým prvkem je cesta a statickým prvkem je pobyt,
- Cesty a pobyty osoby uskutečňují mimo svá obvyklá pracovní nebo životní prostředí,
- Cesty i pobyty mají vždy dočasnou povahu,
- Cesty a pobyty nejsou sloučeny s výdělečnou činností a osoba, která je přímým účastníkem cestovního ruchu není z navštívené destinace odměňována.³

Organizace po celém světě však potřebovaly přesné sjednocující formulace definic pro přesnější statistická sledování a měření cestovního ruchu. Tak se stalo roku 1991 na setkání v kanadské Ottawě, které bylo zorganizováno World Tourism Organization (Světovou obchodní organizací dále jen WTO) ve spolupráci s kanadskou vládou.

² PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2.*, aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

³ PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2.*, aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

Toto setkání se věnovalo statistice cestovního ruchu a byly na něm předloženy návrhy možných definic pro domácí i mezinárodní cestovní ruch.

Nově upravené a rozšířené návrhy definic včetně dalších standardů týkajících se cestovního ruchu byly představeny k projednání roku 1993 Statistické komisi Organizace spojených národů. Předložené návrhy definic a standardů byly komisí schváleny a během roku 1994 byly veřejně vydány. Vznikl tak první celosvětový podklad pro definice, pojmy, standardy a hodnocení – klasifikace cestovního ruchu pod názvem RTS – The recommendations on Tourism, tj. Doporučení ke statistice cestovního ruchu.

Termíny a definice z oblasti statistiky cestovního ruchu, vydala Evropská komise a Světová organizace cestovního ruchu (United Nations World Tourism Organization, dále jen **UNWTO**). **Specifikuje cestovní ruch jako** „*Pohyb lidí do zemí nebo míst mimo jejich obvyklé prostředí za osobními nebo pracovními služebními účely. Tito lidé se nazývají návštěvníci (což mohou být turisté nebo výletníci a rezidenti nebo nerezidenti) a cestovní ruch souvisí s jejich aktivitami, z nichž některé zahrnují výdaje na cestovní ruch.*“⁴ Je nutné upřesnit, že v případě účasti na služebních cestách nesmějí být osoby finančně odměňovány z místa své návštěvy, aby bylo možno je zahrnout jako účastníky cestovního ruchu.⁵

Podle nařízení EU je definice cestovního ruchu vyjádřena, jako „*Činnost návštěvníků, kteří se zúčastní cesty na místo určení mimo své obvyklé prostředí, a to na dobu kratší jednoho roku a za jakýmkoliv hlavním účelem, včetně služebního či soukromého účelu. Do cestovního ruchu nepatří služební pobyty, jejichž účelem je hlavní pracovní náplň návštěvníků.*“⁶

- **Návštěvník** je hodnocen jako turista při využití přenocování na své cestě
- **Jednodenní návštěvník**, kdy přenocování na své cestě nevyužije.
- **Hostem** se označuje turista, který využívá ubytovací zařízení k přenocování na své cestě.

⁴ GLOSSARY OF TOURISM TERMS. *UNWTO* [online]. Madrid, 2008 [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

⁵ UNITED NATIONS. *International Recommendations for Tourism Statistics 2008* [online]. New York, 2010 [cit. 2022-03-08]. ISBN 978-92-1-161521-0. Dostupné z: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=12

⁶ Metodika - Cestovní ruch: *Český statistický úřad* [online]. In: . [cit. 2022-05-26]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/metodika_casove_rady_cestovni_ruch

Hromadné ubytovací zařízení musí obsahovat minimálně pět ubytovacích samostatných jednotek a disponuje počtem deseti lůžek, která poskytuje pro účely cestovního ruchu. Jedná se o ubytování hostů a dětí na přechodný čas. Účelem je dovolená, lázeňská péče, služební cesta, kongresy, sympozia, pobyty dětí jako jsou školy v přírodě nebo dětské tábory.

Obvyklé prostředí je zeměpisnou oblastí, která nemusí být propojena s oblastí ve které osoba běžně žije. Tato oblast je určena dle hledisek jako jsou délka pobytu, zda se překračují administrativní hranice, vzdálenost od místa pobytu, frekvencí, délkou pobytu a účelem.

Služební cestou je cesta za účelem pracovního charakteru, která se koná mimo místo obvyklého prostředí. Doba trvání je od 3 hodin, ale nesmí překročit v kuse po sobě jdoucích 12 měsíců. Jedná se o účast na konferencích, výstavách a veletrzích, obchodních jednání, profesních cestách, na akcích za zvyšování kvalifikace. Oproti tomu cesty, kde převažuje hlavní náplň práce, jako je řidič se nepokládají za služební cesty.

2.1.1 Dělení cestovního ruchu

Rozdělení cestovního ruchu je možné na základě mnoha hledisek, jedno z hlavních je **hledisko geografie**, díky kterému dělíme cestovní ruch na cestovní ruch domácí a cestovní ruch zahraniční.

Domácím cestovním ruchem rozumíme, je-li účastníkem uskutečněn cestovní ruch v dané oblasti, kdy zároveň není překročeno území daného státu.

Zahranickým cestovním ruchem naopak chápeme, pokud k příjezdu do dané destinace musíme překročit hranice našeho státu. Při zahraničním cestovním ruchu se řídíme dle dalších hledisek členění, a to, zda účastníci (nerezidenti) přijíždějí do destinace dané země, přičemž překračují státní hranici. Pak se jedná o **příjezdový cestovní ruch**. Nebo účastníci dané země (rezidenti), kteří vyjíždějí do dané destinace jiné země s nutností překročení hranic svého státu. realizují cestovní ruch výjezdový.⁷

⁷ LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

Podle věku účastníků je cestovní ruch členěn na:

- Dětský cestovní ruch,
- Mládežnický cestovní ruch,
- Cestovní ruch rodin s dětmi,
- Seniorský cestovní ruch.

Při zabezpečení cest a pobytů je dělen cestovní ruch z hlediska zajištění a organizace. Pokud se jedná o **organizovaný** cestovní ruch, zajišťujícím je cestovní kancelář nebo agentura či jiný zprostředkovatel. Organizačně je zajištěna doprava, nocleh, eventuálně překladatel či průvodce. Je to klasický případ skupinového zahraničního zájezdu. Pokud si účastník zajistí vše sám, jedná se o **neorganizovaný** cestovní ruch. Účastník zajišťuje organizačně vše sám od způsobu dopravy až po ubytování v místě pobytu. S tímto souvisí i cestování, která jsou dělena **dle počtu zúčastněných**. Když se účastní rodina nebo účastník sám, pak se jedná o **individuální** cestovní ruch. Pokud jde o skupinovou účast, například přátel nebo spolupracovníků při společném zájmu a náplni cesty, pak jedná se o **skupinový cestovní ruch**.

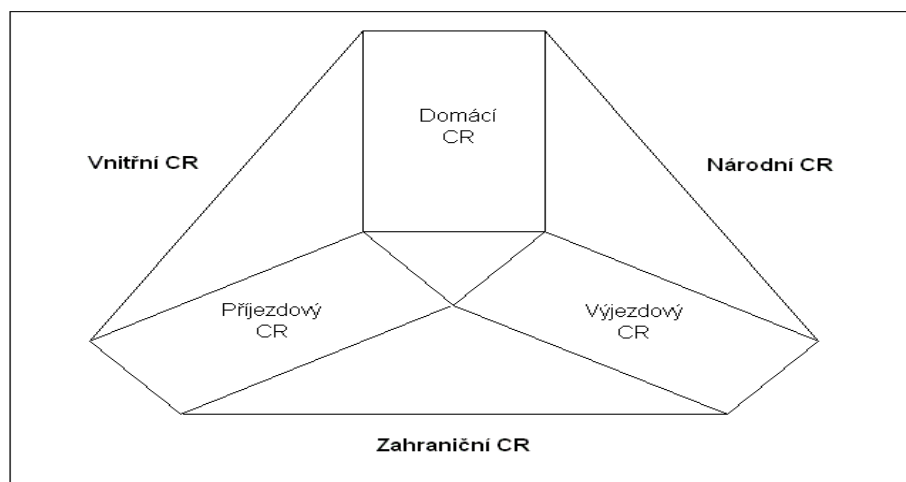
Z pohledu fondu volného času dělíme cestovní ruch podle délky pobytu na **krátkodobý cestovní ruch**, pokud pobyt nepřesáhne 2 přenocování. Při delším přenocování, více jak 3 noci, ale zároveň nepřesáhne délku pobytu šesti měsíců při domácím cestovním ruchu a jednoho roku při zahraničním cestovním ruchu, hovoříme o **dlouhodobém cestovním ruchu**. Nutné je ale zmínit i dobu, která nepřesáhne ani jeden den. Jedná se tedy o pobyt bez ubytování a přenocování. Účastník se zapojuje do cestovního ruchu dle svého motivu účasti. A to, zda cestuje ve svém volném čase nebo je účastníkem při obchodních služebních cestách.⁸

⁸ LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

UNWTO ve své příručce dělí **důvody osobní účasti** ve volném čase na:

- Dovolenu a rekreaci,
- Návštěvu přátel a příbuzných,
- Vzdělávací a studijní pobyty,
- Zdraví a lékařskou péči,
- Náboženství,
- Nákupy,
- Transit,
- Obchodní a služební cesty.⁹

Obrázek 1 Druhy cestovního ruchu



Zdroj:https://www.czso.cz/csu/czso/jaky_je_podil_cestovniho_ruchu_na_ekonomice_cr20061110

⁹ UNITED NATIONS. *International Recommendations for Tourism Statistics 2008* [online]. New York, 2010 [cit. 2022-03-08]. ISBN 978-92-1-161521-0. Dostupné z: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=12

2.1.2 Formy cestovního ruchu

Cestovní ruch rekreační je zaměřen hlavně na odpočinek člověka, při kterém se nabírají fyzické a duševní síly ve volném čase. Ovlivněn je prostředím, například lesy, vodní plochou, výhledem do hor. V České republice je chataření a chalupaření velice oblíbenou činností. Chaty jsou budovány za účelem trávení volného času v přírodě, převážně v osadách. V dnešní době se opět dostává tato obliba, která eskalovala ve 20. století, do popředí i díky pandemii, při které rodiny trávily čas, pokud to bylo možné, na chatách a chalupách. Chalupaření pochází již z 19. století, kdy vyšší třídy trávily volný čas na letních bytech nebo chalupách. Chalupy jsou součástí intravilánu obce. Chata i chalupa splňuje svůj účel, a to umožněním pobytu na čerstvém vzduchu a naplněním lidí odpočinkem, kutilstvím nebo zahrádkařením.

Poznávací kulturní cestovní ruch. Zde je spatřen výrazně vzdělávací a poznávací kulturní vliv, který je ovlivněn vzděláním a celkovým rozhledem obyvatel. Někdy jej nazýváme kulturně společenským cestovním ruchem. V popředí zájmu je tedy vždy nějaká kulturní zajímavost, ať už historická památka, zajímavé místo jako je krajina, zahrada, vyhlídka nebo i zábavní park.

Sportovně zaměřený cestovní ruch spočívá v aktivním způsobu odpočinku. Pobyt jsou krátkodobé nebo dlouhodobé, ale vždy obsahují sportovní náplň, která je přímo vykonávána účastníkem, například cykloturistika, lyžování, běh, tenis, fotbal nebo se jedná i o návštěvu zápasu, kdy se akce zúčastní, ale není přímým vykonavatelem sportu. Nepřímo na cestovní ruch působí například olympijské hry, kdy destinace konáním her zvýšila atraktivitu daného místa a tím i návštěvnost.¹⁰

Zdravotní cestovní ruch, jak již název napovídá, představuje cestovní ruch, kdy cílem je zdravotní zásah nebo lékařská speciální péče, která je poskytnuta cizincům. Účastníci přijíždějí do České republiky hlavně z důvodu nižších nákladů oproti zahraničí. Získávají srovnatelně kvalitní péči a služby za nižší cenu. Převažuje zájem o stomatologickou péči nebo různé chirurgické zákroky včetně estetické medicíny. Zdravotní cestovní ruch je

¹⁰ LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

podslůžkou zdravotně orientovaného cestovního ruchu, kdy další částí jsou wellness pobyty a lázeňské pobyty. Všechny tyto složky mohou být v uceleném balíčku, nebo každá může probíhat samostatně. Za zmínku určitě stojí lázeňský cestovní ruch, který má v Čechách dlouholetou tradici.

Česká republika vlastní přírodní léčebné zdroje, které lázeňství využívá, a doplňuje je o oblast služeb, jako je stravování, ubytování a kulturní vyžití. Lázeňství velice silně ovlivňuje příjmy rozpočtu regionů, ve kterých se léčebné zdroje nacházejí. Wellness pobyty jsou zaměřeny především na zharmonizování těla, mysli a duše. Základními prvky jsou meditace a relaxace.¹¹

2.1.3 Nové specifické druhy cestovního ruchu

Nové druhy cestovního ruchu vznikly hlavně díky rostoucím požadavkům, přáním a očekáváním účastníků cestovního ruchu z moderní doby. Mezi neznámějšími patří **cestovní ruch s přímým zaměřením na:**

- **Kongresy** – akce pořádané za účelem výměny informací a zkušeností převážně z profesního hlediska, za město kongresů je považována Praha a Brno. Příjem z kongresového cestovního ruchu převyšuje mnohonásobně příjmy z klasického cestovního ruchu, protože účastníci mají naplánovaný veškerý čas, který je vyplněn kulturními, zážitkovými a gastronomickými akcemi.
- **Venkov** – aktivita, kterou volí účastníci, kteří preferují menší hustotu obyvatelstva, klid, podporují tradice, folklor a chtějí být co nejvíce šetrní k danému místu, upřednostňují zdravé životní prostředí. Mnohdy pobyty zahrnují i aktivní účast na venkovském životě, jako je práce na statku nebo poli. Venkovská turistika proto zahrnuje i své další formy jako je agroturistika, ekoturistika.

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

- **Dobrodružství** – zde účastníci prožívají dobrodružství, která mohou mít sportovně laděný charakter, například výstup na vrcholky hor, kurz přežití v přírodě, adrenalinové sporty.
- **Kulinářské zážitky, zážitková gastronomie** – tomuto tématu je věnována celá samostatná kapitola
- **Film** – cestovní ruch, při kterém účastník navštěvuje místa z filmů a seriálů. Jedná se o lokace a místa, která jsou nějakým způsobem spojena s daným filmem, seriálem nebo je zahrnuta i návštěva filmových ateliérů, kde daný film vznikl. Další účastí na filmovém cestovním ruchu jsou i filmové festivaly.
- **Náboženství** – účastníci navštěvují poutní místa, účastní se církevních slavností a návštěv církevních představitelů. Tento cestovní ruch má nejstarší známý motiv cestování již od dob antiky.
- **Nákupy** – jedná se o motiv, kdy cílem je nakoupení místních produktů a výrobků, nebo nákupy oblečení módních značek a slavných návrhářů.
- **Svatby** – cílem cesty je v destinaci uzavřít sňatek, ale souvisí i s dalšími službami jako je ubytování a stravovací služby. Nemusí jít o jen o sňatek, patří sem i loučení se svobodou a líbánky.
- **Vesmír** – účastníci nemusí letět přímo do vesmíru, i když i to je dnes možné za předpokladu, že zájemce vlastní dostatek finančních prostředků a těší se dobrému zdraví, ale mohou navštívit vesmír pomocí virtuální reality. Momentálně se hledání vesmírných turistů věnují agentury Roskosmos a Space Adventures.¹²

¹² LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

2.2 Gastroturismus

Jedná se o nový silně se rozvíjející oblast cestovního ruchu. Pro cestovní ruch jsou stravovací služby, jídlo a gastronomie neoddělitelnou a důležitou částí. Není pochyb o tom, že v moderní době čím dál tím častěji účastníci volí jako vlastní cíl cesty jídlo a požitky s ním spojené.

V zahraničí se pojmy **Culinary tourism, Food tourism nebo Gastronomy tourism používaly již od roku 2003**. Věnovala se mu International Culinary Tourism Association, která se v roce 2012 zasadila o zobecnění pojmu z Culinary Tourism na Food travel, tedy na cestování za jídlem. Tento pojem zahrnuje veškeré gastronomické provozovny v destinaci, jako jsou například restaurace, vinárny, pivnice, ale i prodejní stánky. Tím se do food turismu zapojují veškeré skupiny obyvatel bez ohledu na pohlaví, věk, národnost a velikost příjmu. Díky tomu skýtá gastroturismus velkou možnost variability na účasti v cestovním ruchu.

Gastroturistika, gastroturismus neboli **gastronomický cestovní ruch** je vnímán jako cestovní ruch, v němž **hlavní roli hraje motivace účastníků prožít zážitek**, který je přímo **spojen s konzumací pokrmů nebo nápojů**. Tento zážitek se může týkat i různých druhů degustací, při nichž účastníci poznávají jídlo a nápoje například zahraničních kuchyní.^{13,14}

V Čechách se používají i další označení jako kulinářský cestovní ruch či gurmánský cestovní ruch nebo cestování za jídlem.¹⁵

Stravovací služby a ubytovací služby je možné shrnout do jednoho termínu pohostinství. **Pohostinnost** by měla převládat v poskytovaných službách tak, jak bylo dříve běžné. Proto také poskytování služeb v oboru gastronomie a ubytování nazýváme pohostinství.

Gastronomie – toto slovo je z řečtiny a je složeninou slov gaster a nomos tedy žaludek a zvyk. Celkově však označujeme gastronomií všechna zařízení, která poskytují stravovací

¹³ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

¹⁴ LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

¹⁵ ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

služby. Gastronomie může být také brána jako způsob, kterým připravujeme pokrmy a zároveň způsob jeho konzumace. Zahrnuje tedy činnosti nejen kuchařské, ale také například:

- Suroviny a jejich výběr,
- Technologickou přípravu ve správné formě,
- Výběr vhodného inventáře,
- Způsoby pro podání pokrmů a nápojů,
- Kulturu stolování.

Lucy. M. Long říká: „*Kulinářský turismus, je jako subjekt a médium, cíl a prostředek pro cestovní ruch. Je o tom, že i jednotlivci zkoumají jídlo a potraviny, které jsou pro ně nové, a také ho využívají k prozkoumání nové kultury a způsobu života. Kulinářský turismus využívá jídlo k prodeji své historie a vytváří tržně atraktivní a veřejně atraktivní místa, která uspokojují individuální zájem. Konečně je to o prožívání jídla v režimu, který se vymyká běžným zvyklostem, který vystupuje mimo normální rutinu, aby si dotyčný všiml rozdílu a síly jídla.*“¹⁶

Gastroturismus je bezpochyby spojen s **kulturním cestovním ruchem**, neboť národní kuchyně byla vždy chloubou každé kultury. Účastníci nevyhledávají pouze pokrmy a nápoje dané destinace, ale propojují je se seznámením s kulturou, zvyky a tradicemi dané země.

Je tedy **nenahraditelný** pro cestovní ruch a **pro jeho rozvoj**, je velkou příležitostí pro možný rozvoj i méně známých nebo okrajových periferních či venkovských oblastí, kde je nedostatečný příjem například ze zemědělství pro nasycení místního obyvatelstva. Nemůžeme ho chápat jen jako cestování s cílem navštívit pouze luxusní restaurace, je o návštěvě kteréhokoliv gastroprovozu, který účastníkovi poskytne zážitky spojené s jeho návštěvou a konzumací.

¹⁶ LONG, Lucy. M. *Culinary Tourism* [online]. Kentucky: University press of Kentucky, 2010 [cit. 2022-03-16]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/278695349_Culinary_Tourism

Jedná se o rostoucí odvětví v cestovním ruchu, které je posíleno silným zájmem ze strany účastníků, kteří uznávají i zdravý životní styl a chtějí konzumovat místní suroviny, u kterých znají jejich původ. Fresh local organic seasonal sustainable vyjadřuje zkratka **F.L.O.S.S.** čerstvý/lokální/organický/sezónní/udržitelný. **Slow food**, tedy **pomalé jídlo**, je novým termínem v gastronomii, je **opakem Fast food**, který pro mnohé je znakem nezdravého rychlého stravování. V nové společnosti gastronomický cestovní ruch hledá a cílí na gurmány, na ty, co hledají poznání nových chutí, mají rádi požitky, vyznávají zdravější životní styl. Cílí na takové jedince, kteří se nebrání dobrodružství a životním zkušenostem, zastávají konzumaci zdravých potravin a čím dál tím více se o gastronomii zajímají i z pohledu přípravy pokrmů až přes moderní přístupy ke stravování. Oblíbenou značkou je BIO. Je zde ale i mnoho účastníků, kteří své zvyky neradi mění a stravují se a volí potraviny podle svého zvyku. Tento přístup je často ovlivněn i nižší cenou. Ale je zde patrný fakt, že cestováním se mění i zkušenosti, které jsou pak účastníci ochotni zařadit nebo díky nim změnit určitá svá pravidla stravování.

Podle World Food Travel Association existuje několik důvodů, proč je gastroturismus tak podstatnou částí pro cestovní ruch.¹⁷

- Účastníci se vždy někde stravují,
- Stravují se všechny etnické skupiny,
- Zvyšuje se zájem o gastroturismus ve všech věkových skupinách,
- Stravují se všechna pohlaví,
- Výzkumy ukazují, že účastníci mají vyšší vzdělání,
- Nabídka je velmi rozmanitá,
- Účastníky jsou zástupci všech příjmových skupin.¹⁸

¹⁷ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

¹⁸ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

V České republice není ještě **pojem gastroturismus zažitým termínem**, lidé si ho často představují pouze v kombinaci s poznáváním cizích kuchyní a kultur. **Česká republika má pro gastroturismus dobré předpoklady**. Je zde tradiční dlouholetá působnost v **pivovarnictví a vinařství**, zároveň některé oblasti disponují krajovými specialitami a recepturami.

Dobré jídlo a nápoje jsou stále častěji vyhledávaným zážitkem, za kterým účastníci neváhají jet do jiné části světa. Vyhlášenými cíli pro food turistiku jsou například Paříž, Tokio nebo naše sousední země Německo, Maďarsko, Slovensko. Jedná se o oblasti, kde nalezneme tradici kulinářství a původnost pokrmů. V roce 2010 byla francouzská kuchyně přidána na seznam UNESCO.

Multikulturalita napomohla sblížení celého světa pomocí jídla. Nenajde se asi nikdo, kdo by neznal italskou pizzu, řecké tzatziki, sushi z Japonska a další.

Velkou roli zde hraje i atmosféra místa, budovy nebo lokality, kde ke gastronomickému zážitku dochází. Často se jedná o velmi atraktivní místa ať už v přírodě, v historických centrech měst nebo na břehu řek či jezer.

Popularitu gastronomii jako takové přináší i pořady o jídle nebo televizní soutěže, během kterých jsou divákům představeny pokrmy z různých koutů světa nebo domácí kuchyně, tyto pořady vlastně vzdělávají účastníky v nových trendech gastronomie, stolování. U nás jsou známé pořady o gastronomii: Masterchef, Peče celá země, Ano šéfe, Prostřeno, Babica vs. Sapík, Kluci v akci, Krajinou vína, Milovníci vína atd.¹⁹

Zážitkovou gastronomii představují provozovny, které mimo netradičního servisu a přípravy pokrmů a nápojů nabízí i další zajímavý doprovodný program.

¹⁹ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

2.2.1 Gastronomické akce a objekty

- Muzea zaměřená na gastronomii,
- Food festivaly,
- Farmářské trhy,
- Kurzy přípravy pokrmů a nápojů,
- Restaurace, vinárny, bary, bistra, kavárny, stánky – zařízení veřejného stravování,
- Gastronomické výroby.

Farmářské trhy si získávají v České republice stále větší oblibu. Jedná se o gastronomickou akci, při které účastníci mají možnost ochutnat a zakoupit místní pokrmy, výrobky a potraviny. Potraviny jsou čerstvé a od místních farmářů, jedná se tedy o regionální potraviny. Cílem je podpora malých a středních podnikatelů a pěstitelů v regionu. Zároveň zde probíhá setkávání se a sociální kontakt v menším kruhu a na menším prostranství než například v supermarketu.²⁰

Zařízení veřejného stravování představuje cíl, který účastníci volí nejčastěji. Podniky mají různá dělení, nejčastěji podle druhu, zda se jedná o provozovnu se zaměřením na gurmetskou stránku, historickou stránku, tradiční nebo zážitkovou stránku. Je zřejmé, že se tato zaměření mohou mísit a prolínat.

Gurmetská provozovna je restaurací ve znamení luxusu, která je často na vysokých pozicích v umístění nějakého hodnocení či vlastní například Michelinskou hvězdu. V této provozovně dostanete skvělý servis a gastronomické lahůdky, je zde účtována vyšší cena. V České republice mají Michelinskou hvězdu momentálně dvě restaurace, a to La Degustation Boheme Bourgeoise a restaurace Field.

²⁰ LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

Historická provozovna je známá svou dlouholetou působností a využívá své devizy ve svých tradičních receptech nebo významných událostí, které se zde v minulosti konaly. Tyto provozovny většinou znaly už naše babičky. Takovouto provozovnou je v Praze Kavárna Slavia, kterou navštívilo mnoho známých osobností, a ještě dnes v ní najdeme dorty, které se vyrábějí dle uchovaných receptur z minulého století.

Tradiční provozovna je podnik, který vedou po desetiletí či staletí rodinné klany například ve Španělsku či Itálii. Mají svou pravou atmosféru, kde se mísí tradice autentického prostředí a rodinné nebo místní recepty. **Zážitkové provozovny:** jedná se o zážitek spojený s gastronomií, najdeme zde originalitu ať už při přípravě pokrmů či při vybavení provozovny, způsobu servisu pokrmů.²¹ V České republice je zážitkovou provozovnou například Středověká krčma v Dětenicích.²²

Gastronomické akce a Food festivaly: jedná se o akce, při kterých je větší návštěvnost účastníků, mají často kulturní charakter a program při kterém je gastronomie pouze doprovodným doplňkem. Jedná se zejména o vinobraní, pivní slavnosti, dožínky, masopustní hody atd. Oproti tomu menší návštěvnost je při akcích typu prezentace nebo ochutnávky místních produktů z gastronomie, jako jsou pálenky, vína nebo i výrobky z místních sezónních plodin. Food festival je akcí, při níž se primárně jedná o ochutnávku pokrmů a připravených nápojů. V české republice je nejznámější Prague Food festival.

Muzea zaměřená na gastronomii: jejich návštěvou se účastník zapojuje do gastronomického cestovního ruchu. Muzea mají různá zaměření, jsou ale vždy spojena s gastronomií. Jedná se například o muzeum čokolády, muzeum perníků nebo kávy. V Praze nalezneme přímo Gastronomické muzeum.

Kurzy přípravy pokrmů a nápojů v dnešní době jsou velmi populární se stoupajícím zájmem o gastronomii, a to i díky televizní propagaci. Kurzy mohou být děleny například podle typu kuchyně, nebo výrobku, který se účastník během kurzu naučí uvařit. Oblíbené kurzy jsou vedené šéfkuchaři známých podniků.

²¹ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

²² Kudy z nudy: Michelinské hvězdy 2021. *Kudy z nudy* [online]. 18.11.2021 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/michelinske-hvezdy-znate-stalice-i-novacky-nasi-k>

Gastronomické výrobny při domácím nebo zahraničním cestovním ruchu se často pořádají návštěvy provozoven z potravinářství, které mají často doprovodný program, při kterém je degustace nebo ochutnávka a následná možnost nákupu místního výrobku. Může se jednat o návštěvu pivovarů, vinných sklípků a sklepů, palíren nebo výroben sýra či uzenin.²³

Gastronomická destinace pro gastroturismus představuje území státu, regionu nebo určité lokality. Je již jasné, po vytvoření studií, že gastronomie, která pochází z místa či od národu, vytváří a podporuje atraktivitu a vzhled destinace a je velmi podstatnou pro marketing určité destinace.²⁴

2.2.2 Enoturismus

Neoddělitelnou součástí gastroturismu je vinařství a s ním spojený vinařský cestovní ruch. **Enologie – vinařství** je vědním oborem, který se věnuje pěstování vína, ale zároveň zkoumá i další vlivy, které mohou ovlivnit jak pěstování, tak i výrobní proces vína. Věnuje se tedy znalostem, které ovlivňují zrání vín, ošetřování vín, možným chorobám a vadám vín. Tento obor se vyučuje na odborně zaměřených vysokých a středních školách, kde se vznikající profesionál **enolog – vinař** naučí vysvětlit a popsat výsledky z analytických rozborů vín a zároveň je pak umí vložit do praxe. Enolog se neustále vzdělává a má přehled, co je nového ve vinařství od technologií, materiálů, které se používají v enologii, v celém procesu od založení vinohradu až po konečný prodej vína konzumentům.²⁵

Enoturismus je mezinárodně používaným výraz označující cestovní ruch, který se vztahuje k vinařství a aktivně se při něm poznává vinařský průmysl, jeho tradice a to tím, že účastník aktivně cestuje po vinařských oblastech, ve kterých se může zúčastnit degustace vín místní výroby.²⁶

²³ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

²⁴ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

²⁵ BRETL, Jan. *Vinárník.cz: Vinařská terminologie* [online]. 2010 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <http://vinarnik.cz/hb-slovnicek/enologie.phtml>

²⁶ ZELENÝ, Jiří. Enoturismus-významná forma cestovního ruchu. *CELYOTURISMU.cz* [online]. 2016 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://celyoturismu.cz/enoturismus-vyznamna-forma-cestovniho-ruchu/>

Enogastronomie pochází z Itálie a vyjadřuje správné propojení chutí jídla a vína při akceptaci základních použitých surovin, způsobu přípravy, druhu použitého koření, druhu přílohy, nebo zda se hodí k danému ročnímu období. Cílem je harmonie chutí nebo naopak využití kontrastu a protikladu, kdy víno může daný pokrm zjemnit či vhodně doplnit. V oblasti enogastronomie pracují odborníci, kteří náležitě ovládají sommeliérství, a proto umí hostům doporučit k pokrmu vhodné víno dle vybraných kritérií. Na hotelových školách je enogastronomie vyučovaným předmětem.²⁷ Jde o moderní trend, který vyvrací různá pravidla například, že k červenému tmavému masu musíme podávat červené víno. To není dnes už úplně pravda.²⁸

²⁷ Vína z Moravy vína z Čech: Stručný úvod do enogastronomie. *Vína z Moravy vína z Čech* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.vinazmoravyvinazcech.cz/cs/aktuality/4915147-strucny-uvod-do-enogastronomie>

²⁸ ZNALEC VÍN: Enogastronomie. *ZNALEC VÍN* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://www.znalecvin.cz/enogastronomie/>

2.3 Vlivy působící na cestovní ruch

Cestovní ruch **znamená pro destinaci přínos do** třech oblastí, a to **ekonomické oblasti**, kdy díky cestovnímu ruchu vznikají pracovní místa v destinaci, rozvíjejí se a udržují tradiční řemesla, je vidět i větší zdravá konkurence schopnost.

V **sociální oblasti**, ve které cestovní ruch napomáhá občanské vybavenosti, zvyšuje v daném místě kvalitu služeb, udržuje tradice, napomáhá zvýšení životní úrovně.

V **enviromentální oblasti** využívá cestovní ruch přírodní, kulturní nebo historický potenciál regionu nebo destinace.

Na cestovní ruch působí mnoho vlivů, které můžeme dělit podle toho, zda působí a mají vliv na ekonomický obor cestovního ruchu. Nebo jsou mimo

2.3.1 Vlivy, související s ekonomickým prostředím

Ekonomický vliv silně ovlivňuje cestovní ruch. Cestovní ruch je v regionu považován za prostředek pro jeho ekonomický růst, který navyšuje zaměstnanost tvorbou pracovních míst.

Vliv na platební bilanci státu je dělen z pohledu toho, zda účastníci ze zahraničí (nerezidenti) přináší devizové prostředky, které spotřebují za služby a statky cestovního ruchu dané země. V tom případě **kladně působí na bilanci státu** a hovoříme o aktivním cestovním ruchu. Pokud účastníci z dané země (rezidenti) spotřebují služby a statky cestovního ruchu cizí země, tím odčerpávají devizový fond vlastní země, **záporně působí na bilanci státu**, jedná se o pasivní cestovní ruch.²⁹

Příjmy a výdaje z cestovního ruchu ovlivňují jednotlivá salda. Jsou zároveň činitelem, který působí z venku na ekonomickou rovnováhu. Vnější ekonomickou rovnováhou jsou vyjádřeny peněžní toky, které se zaznamenávají do platební národní bilance, zejména pak zaznamenávají stav devizového kurzu národní měny. Cestovní ruch lze zachytit v platební

²⁹ LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

bilanci pomocí vydané metodiky UNWTO, která uvádí dvě skupiny pro zachycení do platební bilance, a to služební cesty a soukromé cesty.³⁰

Příjmy z cestovního ruchu se zachycují do satelitního účtu cestovního ruchu, který ukazuje informace o datech a pozici ekonomické oblasti cestovního ruchu. Ukazuje, jak se například podílí cestovní ruch na vývoji hrubého domácího produktu a zároveň je možné dle získaných informací určit, která odvětví jsou rychleji se vyvíjející nebo pomaleji se vyvíjející. Sleduje se tedy přímý a nepřímý vliv nebo vlivy cestovního ruchu, které se odrážejí do oblasti ekonomiky.

Plynoucí příjem do rozpočtu krajů a obcí, který je přínosem přímo v navštívené destinace, neboť cestovní ruch na sebe váže pro účastníky náklady ve formě různých poplatků ať už za parkovné nebo městskou daň. Tyto poplatky odchází přímo do rozpočtů destinací.

Přímým vlivem je označován vliv ubytovacích a stravovacích zařízení, cestovních kanceláří nebo informačních center, dále všechny druhy dopravy, kulturních památek či bankovních institucí. **Nepřímým vlivem** se označuje stavební průmysl, komunikační sítě, vzdělávání, poradenství nebo výroba potravin.³¹

- **Externí vlivy s negativním dopadem** jsou spatřovány zejména v podobě přírodních katastrof, teroristických útoků, ekonomických krizí nebo výskytu pandemií. Nejsou ovlivnitelné a očekávatelné, ale vždy mají ekonomický dopad na odvětví cestovního ruchu.
- **Interní vlivy**, které fungují mezi cestovním ruchem a veřejnou ekonomikou, jsou v přímé souvislosti.
- **Pozitivní vlivy se projevují** v ekonomii cestovního ruchu, jako součásti veřejného sektoru

³⁰PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

³¹ LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

V cestovním ruchu jsou patrné vlivy na ekonomii.

V makroekonomii:

- Tvorba pracovních míst,
- Navyšování nabídky práce,
- Zvyšování životního standartu,
- Navyšování investic.

V mikroekonomii:

- Snaha o vyšší informovanost a povědomí o daném regionu z pohledu turistické destinace.
- Představení potenciálu regionu a snaha o navýšení povědomí o konaných komerčních akcích a aktivitách pořádaných přímo v regionu.
- Tvorba nových atrakcí.

2.3.2 Ostatní vlivy působící na cestovní ruch

Pozitivní vlivy způsobené sociokulturním vlivem:

- Nárůst zájmu a podílení se na aktivitách, které jsou pořádány v regionu.
- Zvýšení a podpora regionálních tradic a hodnot.

Psychologické vlivy s pozitivním dopadem:

- Navýšení zájmu a povědomí o turistice a turistech

Politické a Administrativní pozitivní vlivy:

- Navýšení povědomí o daném regionu.
- Podpora rozvoje dovedností a schopností.

Enviromentální pozitivní vlivy:

- Podpora rozvoje vzniku nových zařízení.
- Rozvoj infrastruktury.
- Dědictví a jeho ochrana do budoucnosti.
- Tvorba strategií podpory návštěvnického managementu.³²

2.3.3 Specifické rysy trhu cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu je ovlivňován celou řadou specifických vlivů, tyto vlivy jsou tvořeny a ovlivňovány na základě požadavků od účastníků – zákazníků a nabídkou specifickým charakterem služeb, které jsou tento trh typické.

Specifické rysy trhu cestovního ruchu:

- Podnikání má dlouhodobý charakter, aktivity počítají s víceletou působností
- Produkt je nehmotný
- Je zde vysoká závislost na historických a přírodních atraktivitách
- Realizace služeb je napojena přímo na dané místo, je pomíjivého charakteru
- Sezónnost
- Nabídku a poptávku ovlivňují přírodní faktory
- Na produktu a službě se podílí lidský faktor ve vysoké míře
- Nabídka a poptávka jsou v těsném vztahu a ovlivňují se
- Mezinárodní působení³³

³² HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.

³³ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

2.3.4 Statistika a cestovní ruch

Statistika v cestovním ruchu sleduje kvalitativní a kvantitativní činitele. Při kterých jsou sbírána, tříděna a zpracována zjištěná data. Tato data jsou na závěr vyhodnocena a následně interpretována.³⁴ Při statistice cestovního ruchu se pracuje se statistikou prvotní a druhotnou. Prvotní statistika se využívá při absenci potřebných dat. Druhotná statistika používá již známá data z minulých šetření.

Výkladový slovník cestovního ruchu uvádí, že statistiku cestovního ruchu lze vyjádřit jako „*Aplikovanou statistiku poskytující základní souhrnné údaje (a jejich trendy) o aktivitách návštěvníků, jejich tocích, ekonomickém přínosu CR, infrastruktuře CR atd. Územními jednotkami pro statistiku jsou svět, makroregiony světa, státy, destinace CR, regiony, mikroregiony, obce.*“³⁵

Statistikou cestovního ruchu České republiky se zabývá:

Český statistický úřad – hlavním úkolem je sběr a zpracování statistických dat, která následně interpretují pro veřejnost. Jedná se o počty přenocování, kapacitu a obsazenost – vytíženost v hromadných ubytovacích zařízeních. Sledování dat o domácím a výjezdovém cestovním ruchu, **Ministerstvo pro místní rozvoj a Česká národní banka** – Sbírá a poskytuje informace, které zpracuje do platební bilance cestovního ruchu, dále **Česká centrála cestovního ruchu**.

Kvalitativní znaky se získávají pomocí výzkumů veřejného mínění, která jsou často vyjádřena slovně. Ukazují například na motiv návštěvy dané destinace, hlavní cíl cesty. Získávají se zejména při dotazníkových šetřeních a rozhovory s účastníky cestovního ruchu. **Kvalitativní znaky** ukazují ukazatele udávající poptávku v cestovním ruchu jako jsou počty návštěvníků, průměrná doba přenocování. Důležité pro národní hospodářství – Podíl CR na HDP, počty zaměstnaných osob v cestovním ruchu, Platební bilanci

³⁴ HAMARNEH I., KOČKOVÁ J. Cestovní ruch na národní, regionální a mezinárodní úrovni – postavení, význam, trendy. Praha. Vysoká škola obchodní v Praze, 2016.

³⁵ ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

3 Česká republika a cestovní ruch

Podle výzkumů ČSÚ v roce 2019 pracovalo v cestovním ruchu 239 649 osob, tedy každý 22. Čech. Česká republika si je vědoma svého potenciálu cestovního ruchu, proto v roce 2021 na základě usnesení vlády byl schválen strategický dokument, který se týká cestovního ruchu v letech 2021 až 2030, a jedná se o **Strategii rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030**. Vize strategie je cestovního ruchu jsou:

- Česká republika jako SMART inovativní destinace v čele Evropy
- Česko je bezpečnou, udržitelnou a sebevědomou destinací, která svou konkurenceschopnost staví nejen na přírodním a kulturním dědictví, tradičních, přívětivých lidech a jedinečných zážitcích v Praze a regionech, ale i na efektivním využití nových trendů v oblasti řízení, technologií a služeb.³⁶

Cílem je **pět strategických oblastí**:

- Systém řízení a podpory cestovního ruchu
- Inovativní nabídka a zážitky
- Poptávka / návštěvníci
- Výzkum, vývoj, monitoring, informace
- Lidé³⁷

Na tuto strategii budou tvořeny v návaznosti akční plány na dobu dvou/tří let. Podpora bude zaměřena na zvýšení kvality nabízených služeb a kvality lidských zdrojů, rozvoj celého systému řízení v oblasti cestovního ruchu. Podporu získá rozvoj infrastruktury, marketingu, propagace turistické destinace České republiky. Podporována je činnost Czech Tourism.

³⁶ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ: *Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030* [online]. In: . 2021 [cit. 2022-11-27]. Dostupné z: <https://mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/archiv/koncepce-strategie/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-cr-2021->

³⁷ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ: *Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030* [online]. In: . 2021 [cit. 2022-11-27]. Dostupné z: <https://mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/archiv/koncepce-strategie/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-cr-2021->

3.1 Cestovní ruch Středočeského kraje

Středočeský kraj je největším krajem v České republice s rozlohou celkem **10 928,5 km²** k datu 1. 1. 2021. Podle informací Českého statistického úřadu měl ke stejnému datu 1 397 997 obyvatel. Území kraje se dělí na 12 okresů s 10 okresními městy, má 1 144 obcí. Pro kraj je charakteristická jak zemědělská, tak i průmyslová výroba. Hustota obydlí přesahuje v okresech kolem Prahy 200 obyvatel na km², v okresech Rakovník a Benešov pak nepřesahuje 70 obyvatel na km². Označujeme ho NUTS3. Je součástí Regionů soudržnosti oblast Střední Čechy s označením NUTS2.

Zemědělská půda zaujímá rozlohu 670 tis. hektarů, z toho 556 tisíc hektarů je půdy orné. **Vinice ve středočeském kraji** k 31. 7. 2020 byly o rozloze 332 hektarů.³⁸

Cestovní ruch a turistika v posledních dvou letech zaznamenaly velký propad vzhledem pandemii koronaviru a souvisejících vládních opatření. Ve Středočeském kraji se snížil počet hostů o 40,84 % a počet přenocování o 32,47 %. V porovnání let 2019 a 2020 došlo k poklesu ubytovaných o 478 971 hostů. Je předpoklad, že rok 2022 již bude v tomto směru příznivější a dojde k obnovení cestovního ruchu.³⁹ V roce 2019 se cestovní ruch podílel 3,6 % na celkové zaměstnanosti regionu. V roce 2021 po zrušení ckoronavirových opatření dosáhla návštěvnost kraje 66,7 %. Nárůst návštěvnosti byl mezi kraji třetím nejvyšším nárůstem. S návštěvností vzrostl i počet přenocování v kraji a to o 11% , zejména v měsíci listopadu. Středočeský kraj vypracoval **Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji na roky 2018 – 2023**. Tento program se věnuje nastaveným změnám v oblasti řízení cestovního ruchu kraje. Zásadním rozhodnutím je však zřízení krajské destinační agentury STŘEDNÍ ČECHY, z.s. V tomto dokumentu je analytická část, která se věnuje nabídce a poptávce cestovního ruchu kraje. Analyzuje momentálně dostupné předpoklady a potenciál cestovního ruchu, navazuje syntetická část, která po zanalyzování

³⁸ STŘEDOČESKÝ KRAJ: *Životní prostředí* [online]. 2022 [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/zivotni-prostredi/zemedelstvi>

³⁹ STŘEDOČESKÝ KRAJ: *Informace o Středočeském kraji* [online]. 2021 [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/kraj>

první části a vytvoření SWOT analýzy využívá zjištění pro stanovení Marketingu a vhodných destinačních strategií pro cestovní ruch.⁴⁰

3.1.1 Vinařská oblast Čechy

Jako součást gastroturismu má svoji stále rostoucí oblibu i tzv. enogastronomie, která se vyznačuje pořádáním akcí zejména ze strany přímých výrobců vína nebo jejich přímých odběratelů. Mezi enogastronomické akce řadíme například ochutnávky vín, degustace, různé vinné slavnosti ale i veřejné soutěže, kdy se vesměs kloubí konzumace nápojů a jejich doplnění vhodnými pokrmy či naopak. Tyto akce se těší stále většímu zájmu českých i zahraničních turistů. Bezesporu mnohem známější, rozsáhlejší a turisty navštěvovanější je Vinařská oblast Morava, ale pozornost si zaslouží i oblast Čech, která má řadu skvostů i míst, která nejsou plně doceněna. Vinařská oblast Čechy je v nejsevernější části evropského vinohradnictví obdobně jako např. Porýní.

Bohatá historie vinařství spadá až do 14. století, kdy mu dal základ svými nařízeními císař Karel IV, a to v roce 1358. Největšího rozvoje zaznamenalo vinařství již za vlády Rudolfa II, kdy bylo v Čechách kolem 3500 ha vinic, nejvíce v okolí Prahy, Mělníku, v Litoměřicích, Mostě a Lounech. Historicky se v těchto severních oblastech začínalo s pěstováním modrých odrůd, např. Rulandské modré, které sem bylo dovezeno z Burgundska a od 19. století se objevují odrůdy Ryzlink rýnský a Modrý Portugal a Svatovavřínecké. Mezi vynikající odrůdy pak patřily v pozdější době i Sylvánské zelené a Müller Thurgau.⁴¹

Dnes se Vinařská oblast Čechy dělí na mělnickou, cca 360 ha a litoměřickou – 293 ha. V Čechách se nachází 72 vinařských obcí a kolem 164 pěstitelů. Samotná Mělnická vinařská podoblast leží většinou na půdách s vápenitým podložím nebo na štěrkopískových náplavech.

⁴⁰ Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji 2018 - 23: *Středočeský kraj Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji KPMG Česká republika s.r.o.* In: . Česká republika: KPMG, únor 2018, ročník 2018, číslo 1.

⁴¹ Statistika a fakta: Vína z Moravy a Čech. *Statistika a fakta* [online]. 2020 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://www.wineofczechrepublic.cz/nase-vina/historie-a-fakta/statistiky-a-fakta.html>

Do jejího rámce patří pěstitelé vína jako například: Bc. Luděk Vondrák-vinařství, Botanická zahrada hl .m. Prahy, Česká zemědělská univerzita – Školní zemědělský podnik. Lány, ČSZ ZO Vinice Modřany, Galerie českých vín Kuks, Chateau Mělník, Jeviněvské vinařství, Sklep Grébovka, Školní statek Mělník, Trojský sklep, Vinařské družstvo sv. Václav, Vinařství Bettiny Lobkowicz Mělník, Vinné sklepy Kutná Hora, s.r.o., Výzkumná stanice vinařská v Karlštejně a další.

Mělnická vinařská podoblast má 42 vinařských obcí, 82 viničních tratí, cca 92 pěstitelů a celkovou plochu registrovaných vinic 360 ha, a to zejména v oblasti Mělník, Kutná Hora, Karlštejn a Praha, která není samostatná, ale je začleněna do Mělnické podoblasti. Bez zajímavosti není, že i v Praze nacházíme dodnes vinice. Je to například Vinice Svatá Klára v Tróji, která je památkově chráněnou vinicí a svou historií sahá až do dob vlády Václava II, což znamená do roku 1228. Ve 20. století došlo k její obnově. Najdeme zde rozsáhlou expozici moštových i stolních odrůd. Byl zde v roce 2009 vybudován i nový sklep, kde se zpracovávají hrozny. Také Vinice Gröbovka a viniční altán v pražské čtvrti Vinohrady produkuje stále víno, které je ovšem spíše raritou. Po několika pokusech o její zrušení, se podařila v roce 1992 její obnova a následné vybudování vinného sklepa.⁴²

Je nutné také poznamenat, že celou problematiku vinařství upravuje **Zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o vinohradnictví a vinařství)**

Z tohoto zákona z § 3 Vymezení základních pojmů je třeba ještě připomenout, co se rozumí:

- c) „*Vinohradem nebo vinicí (dále jen "vinice") zemědělsky obhospodařovaná půda souvisle osázená keři révy^{17a)} jednoho pěstitele o celkové výměře větší než 10 arů, již na základě písemné žádosti pěstitele podané po 1. lednu 2001 Ústřednímu kontrolnímu a zkušebnímu ústavu zemědělskému¹⁸⁾ (dále jen "Ústav") Ústav přidělil nebo přidělí registrační číslo nebo registrační čísla; vinice o celkové výměře menší než 10 arů je vinicí, pouze má-li na základě písemné žádosti pěstitele podané po 1. lednu 2001 Ústavem přiděleno registrační číslo;*

⁴² Statistika a fakta: Vína z Moravy a Čech. *Statistika a fakta* [online]. 2020 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://www.wineofczechrepublic.cz/nase-vina/historie-a-fakta/statistiky-a-fakta.html>

vinicí je rovněž vinice vyklučena, k níž nebylo Ústavem uděleno právo na opětovnou výsadbu podle § 9“.

- d) *„Viniční tratí pozemek, část pozemku, soubor pozemků, soubor pozemku a části pozemku, nebo kombinací pozemků, případně částí pozemků, v jedné vinařské oblasti, případně podoblasti, splňující zákonné předpoklady pro pěstování révy.“*
- k) *„Jakostním vínem stanovené pěstitelské oblasti jakostní víno, jakostní víno s přívlastkem, jakostní šumivé víno stanovené pěstitelské oblasti, dále aromatické jakostní šumivé víno, pěstitelský sekt, jakostní perlivé víno, jakostní likérové víno, víno originální certifikace, stanovené pěstitelské oblasti,“⁴³*

O propagaci a významné slavnosti spojené s vínem pečuje zejména **Cech českých vinařů**, který také mapuje a propaguje různé akce a slavnosti. Cech se hrdě hlásí k historickému dědictví jako je české vinařství a vyzdvihuje v tomto směru jako významnou osobnost svatého Václava. Berou si za povinnost činit osvětu mezi spoluobčany, a i skrze víno pomáhat probouzet to dobré v nás, v celé naší zemi. Cech vyzdvihuje i osobnost Karla IV a na jeho počest vyhlašují i soutěž O pohár Karla IV, jejíž vyhodnocení se uskutečnilo v listopadu loňského roku v Kutné Hoře a vyhlášení výsledků následně proběhlo na Karlštejně.

V této souvislosti je určitě na místě si připomenout báseň Jana Nerudy Romance o Karlu IV., která poskytlá pohled na Enologii v Čechách.

*„Král Karel s Buškem z Vilhartic
ted' zasedli si k dubovému stolu —
ti dva už pili mnohou číši spolu
a zapěli si z plných plic.
»Nuž dej sem zlaté číše, páže,
a nalej vína — dolej výš —
dnes, pane Bušku, čehos zviš!«
král Karel vesel káže.*

⁴³ Zákony pro lidi: zákon č. 321/2004 Sb. *Zákony pro lidi* [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-321>

»Zde po tom víně, Bušku, slyš,
domácí slunce naše vloni hrálo —
toť první víno, které v Čechách zrálo —
aj tedy vzhůru, pijme již!«
A pili — král však náhle prsknul:
»To že je víno? tenhle kvas?
vždyť křiví ústa, láme vaz!«
a zlostně rukou mrsknul.

»Eh — vezu révu z Burgund sem,«
král dál a dál si v zlosti svoji vede,
»a takovouhle peluň mně z ní svede
ta velebená česká zem!
Jsem přesvědčen, když broskve vsadím,
že sčesám trpké trnky z nich,
a chceš-li klidit pustý smích,
zde růže sázet radím!

Však jaká země — taký lid!
vás kdyby učit chtěli všichni svatí,
zda všimnou si jich Češi paličatí —
buď svatý rád, když není bit!
Jak bych zde mlátil otep slámy!
Necht' chci co chci, za krátký čas
se všechno jinak zvrtně zas —
mám já to bídu s vámi!«

Přec zase číši k ústům zdvih',
a napiv se, své velké dobré oči
teď kradmo přes stůl po soudruhu točí,
ten však je jako pěna tich.
Jen — aby marně nezahálel —
pan Bušek máčel zub a pysk
a víno ku pŕnebí tisk'
a po jazyku válel.

»Ba je to bída«, děl zas král
a rychle zaval sobě vína znovu,
tak rychle, jak by bránil zlému slovu;
však kolem úst již úsměv hrál.
»Mám žízni umřít? — na mou víru,
Ty's oslep', páže — nevidíš,
že přede mnou je prázdná číš? —
- a dej mi dobrou míru!«

»Pij, Bušku — již se nezarmuť —
a poslyš, co Ti král Tvůj moudrý praví:
můj jazyk je jak známo vybíravý —

*a našel již v tom víně chuť.
Víš — zkoumat třeba, Bušku milý!
to víno má svůj zvláštní ráz,
zprv trpké, ale milé zas —
my, myslím, se už vpili!«*

*»Nu vidíš, králi: tak náš lid!
Má duši zvláštní — trochu drsná zdá se -
však květe po svém, v osobité kráse,«
Teď přerušil svůj náhle klid
hned rozveselen Vilhartice
»ach, přiblíž k tomu lidu hled
a přitiskneš svůj k němu ret
a neodtrhneš více!«⁴⁴*

Národní soutěž vín v roce 2020 byla vzhledem k nouzovému stavu zrušena. **Vinařské akce** se dočkaly pokračování až v roce 2021, kdy Národní soutěž vín proběhla ve středisku ČZU Mělník – Chloumek a vyhodnocení spojené s degustací následně v srpnu v Praze.

3.1.2 Atraktivita a akce Středočeského kraje

Pro širokou veřejnost oblíbenou a zároveň v oblasti vinařství stěžejní aktivitou v rámci gastroturismu, jsou tzv. **vinobraní a dožínkové slavnosti**. K jejich obnovení po období pandemie ve větším měřítku došlo v roce 2021 na řadě míst. Mělnické vinobraní se uskutečnilo v září v historickém centru města a slavnosti vína doprovázely i řemeslné stánky, gastronomické speciality a program na čtyřech scénách. Vedle prohlídky vinných sklepů ze 14. století, starobylého zámku a historického centra, přitahovala degustace vín a burčáku nejen z českého regionu. Mělník na soutoku Labe a Vltavy je dnes centrem vinařství. Jako příklad výrobce lze uvést Vinařské středisko Mělník, které patří České zemědělské univerzitě v Praze. Středisko je umístěno do historické budovy tzv. Kartuziánského lisu, která stejně jako sklep pochází z roku 1628. Středisko se zabývá pěstováním vinné révy, výrobou a prodejem vína, slouží i pro pedagogicko-výzkumnou činnost ČZU v Praze a slouží také k reprezentaci univerzity. Výroba probíhá klasicky, hrozny se zpracovávají co nejrychleji. Vína zrají ve vyhlášeném ležáckém sklepě.

⁴⁴ NERUDA, Jan. Balady a romance o Karlu IV. *Wikizdroje: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: https://cs.wikisource.org/wiki/Balady_a_romance/Romance_o_Karlu_IV.

Pěstují se zde odrůdy Ryzlink rýnský, Rulandské bílé, Rulandské šedé, Tramín červený, Sylvánské zelené, Muškát moravský, Kerner, Modrý Portugal, Svatovavřínecké, Rulandské modré. Vína ze zdejší produkce získala i řadu ocenění v národních soutěžích.

Vinařské středisko bylo založeno v roce 1983 má rozlohu 12 ha vinic, roční produkce se pohybuje kolem 300 hl.⁴⁵

Za zmínku, s ohledem na gastroturismus, stojí, kromě již tradičního velkolepého Mělnického vinobraní, také například Vinobraní na Kačíně, které se otevřelo veřejnosti v sobotu 10. září 2021. Šlo o znovuoobnovenou tradici dožínek a vinobraní, kde kromě kulturních vystoupení, široké nabídky jídla a degustací vín z celého světa, nezapomněli ani na děti. Pro názornost z bohatého programu alespoň ukázka toho, co proběhlo v zámeckém parku.

10:00 - 18:30 Výstava zemědělské techniky

10:00 - 18:00 Zemědělství žije, aneb poznej práci sedláka

11:00 - 16:00 HZS Kutná Hora, statická ukázka

10:00 - 18:30 Řemeslné trhy

13:00 - 15:00 Parkurové skákání SZEŠ Čáslav

10:00 - 18:00 Slámohraní

13:30 - 14:30 Soutěž vína v poznávání odrůdy na stánku Vinné sklepy Kutná Hora

10:00 - 18:30 Výstava domácích zvířat – zahrada zámku

10:00 - 18:30 Degustace hroznů a lisování čerstvé vinné šťávy

10:00 - 18:30 ERA dětská zóna

10:00 - 17:00 Škola v lese – animační program

10:00 - 17:00 Bylinková zahrada a tropický skleník se zahradníkem⁴⁶

⁴⁵ MĚLNICKÝ KOŠT. MĚLNICKÝ KOŠT [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.melnickykost.cz/o-sdruzeni-a-kontakty.php>

⁴⁶ CECH ČESKÝCH VINAŘŮ: Vinařské akce 2021. *CECH ČESKÝCH VINAŘŮ* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://www.cechcv.cz/kalendar-akci/vinarske-akce-2021>

Národní vinařské centrum je obecně prospěšná společnost, která byla založena v roce 2001. Zakladateli jsou Českomoravská vinohradnická a vinařská unie, Svaz vinařů České republiky, ZO ČSOP ADONIS, Památky Jižní Moravy a byl jím i Národní salon vín, který ukončil činnost v roce 2007. Národní vinařské centrum sice sídlí ve Valticích, ale pořádá spoustu akcí, seminářů, které mají celorepublikovou působnost, propaguje různá školení, národní soutěže a expozice. Na svých obsáhlých webových stránkách www.vinarskecentrum.cz jsou ucelené informace o různých akcích, jako jsou například Dny ryzlinku v Praze, Základy sommeliérství vína a vinařství, degustace vín malovinařů středních a východních Čech nebo výlety za vínem do vinných sklepů. Národní vinařské centrum pracuje také s různými projekty, které jsou financované z prostředků EU. V roce 2011 byl realizován projekt Potenciál a jeho využití v rozvoji vinařské turistiky v ČR a SR a v roce 2012 pak projekt Sekundární produkty révy vinné – nové turistické lákadlo vinařských regionů.⁴⁷

Svaz vinařů České republiky

Nesmí chybět zmínka o Svazu vinařů České republiky, který se podílí na legislativním procesu zákonů a předpisů EU. Jeho členem jsou právnické a fyzické osoby, kteří v tomto oboru podnikají a také drobní vinaři prostřednictvím vinařských spolků v obcích. SV ČR je již tradičně garantem Mezinárodní soutěže vín Grand Prix Vinex a garantem nominačních oblastních výstav vín. Svaz vinařů je vydavatelem časopisu Vinařský obzor.⁴⁸

Spolek mělnický košť

Spolek Mělnický košť čítá nyní 14 aktivních členů. Zahrnuje větší výrobce vína i lidi, kteří víno vyrábějí pro vlastní spotřebu a pouze pro potěšení. Všichni členové pocházejí z Mělníka a blízkého okolí. Prvním impulzem k založení spolku a uspořádání prvního ročníku koštu v roce 2006 byla absence slavnosti místního vína ve městě. Mělnické vinobraní tehdy tuto funkci neplnilo. První ročníky dnes již tradiční svatovavřínecké slavnosti vína, Mělnický košť, se konaly pouze ve Svatováclavské ulici před zámkem. S rostoucím zájmem

⁴⁷ Národní vinařské centrum: Vzdělávání. *Národní vinařské centrum* [online]. 2021 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://www.vinarskecentrum.cz/aktuality/vzdelavani-v-narodnim-vinarskem-centru-pokracuje-633/>

⁴⁸ Svaz vinařů ČR: O svazu. *Svaz vinařů ČR* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.svcr.cz/cs/o-svazu>

návštěvníků se slavnost rozšířila a příznivci „mělničiny“ dnes zaplní i celé náměstí Míru. Pro návštěvníky je jistě zajímavé ochutnat jinak nedostupná vína od malovinařů a porovnat je s víny od profesionálních producentů. Na Mělnickém koštu jde ovšem nejen o možnost ochutnat zajímavá vína. Místní lidé si ho oblíbili jako příležitost se vzájemně setkat v pěkném prostředí centra města Mělník. Nedílnou součástí letního koštu je i kvalitní hudební program.⁴⁹

Další příležitost k degustaci zejména mladých vín mělnických vinařů skýtá **Vinná noc**. Představuje jednu z prvních možností setkat se s vinaři a ochutnat nová vína z poslední sklizně. V roce 2017 se uskutečnil již 10. ročník této akce.⁵⁰ Spolek Mělnický košť má při pořádání akcí silnou podporu radnice města Mělníka.⁵¹

Cíle gastroturistiky a vinařské turistiky

Z aktuální nabídky pro rok 2022 je možno se inspirovat i na stránkách uživatelsky oblíbeného turistického webu Kudy z nudy.

Informuje například o vytvoření dočasné vinotéky v trojské botanické zahradě v Praze, která je v nových prostorách Ornamentální zahrady. Po rekonstrukci viničního domku vznikne zcela nový degustační prostor a moderní zázemí. V únoru zde probíhá Víkend svařeného vína, kdy kromě tradiční receptury bude nabídnuto dalších 14 kombinací s červeným i bílým svařeným vínem, s různým kořením, ale i příchutí sirupu jako je zázvor, bezový květ, višně, pomeranč a další. A což teprve koktejl Kir (svažené víno se sirupem z černého rybízu) nebo červené víno bitter, v nealkoholických verzích pak jistě osloví i jablečný mošt svařený s kořením. Zmínit je třeba i možné prohlídky Vinice sv. Kláry s expozicí výroby vína v Tróji s příjemnou klidnou atmosférou a výkladem příjemného průvodce.

Dalším tipem je samozřejmě **zámek Mělník a vinné sklepy Jiřího Lobkowicze**. Jsou pořádány prohlídky zámku a zámeckých vinných sklepů spojené s ochutnávkou vín

⁴⁹ MĚLNICKÝ KOŠT. *MĚLNICKÝ KOŠT* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.melnickykost.cz/o-sdruzeni-a-kontakty.php>

⁵⁰ MĚLNICKÝ KOŠT. *MĚLNICKÝ KOŠT* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.melnickykost.cz/o-sdruzeni-a-kontakty.php>

⁵¹ Svaz vinařů ČR: O svazu. *Svaz vinařů ČR* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.svcr.cz/cs/o-svazu>

z vlastních vinic. Klasikou je již restaurace s výhledem na soutok řek Labe a Vltavy a na proslulé vinice svaté Ludmily. Vína, gurmánské speciality, zámecká cukrárna a dezerty vlastní výroby. Zpřístupněna je i Velká jídelna svatého Václava a další zámecké expozice. Zámecké sklepy jsou ze 14. století a rozkládají se ve 3 podzemních podlažích. Pro individuální zájemce i skupiny jsou připraveny oblíbené degustace v různém rozsahu a spektru vzorků. Nejznámějším zámeckým vínem je Ludmila, která se prodává v originálních lahvích, zvaných „kalamáře“. Zámecká enotéka však nabízí i další výběr zámeckých, ale i dovezených vín.

Mezi gastronomické akce patří i akce s jiným zaměřením než vinařským. Pro úplnost se jedná například o **Cukrářské slavnosti v Kutné Hoře**, které jsou situovány na květen 2022 a jsou určené veřejnosti. Kdy je možno se projít krásným historickým centrem, a přitom ochutnat speciality od místních cukrářů a pekařů. Bez zajímavosti není ani akce **Barista roku 2022** – festival výběrové kávy, kdy nejde jenom o soutěž ale také prezentaci výběrové kávy. Také pivní slavnosti, které se těší u nás velké oblibě, budou jistě po omezeních v důsledku koronavirové pandemie zase obnoveny.⁵²

3.1.3 Enoturismus Středočeského kraje

Tři čtvrtiny v Česku vypitého vína se musí dovézt. Podle dat zveřejněných Svazem vinařů ČR se v roce 2017 dovezlo téměř 1,5 milionu hl vína za 4,75 miliardy korun Zhruba čtvrtina vína se v tomto roce dovezla z Itálie, pětina ze Španělska, 17 % z Maďarska, 7 % z Německa a Slovenska a 6 % z Francie. Naopak vývoj činil pouze 42 tisíc hektolitřů a směřoval na Slovensko, do Polska, Rumunska, Německa a Maďarska.⁵³

Krajem vína 2021-2022

V České republice běží rozsáhlý projekt, v rámci kterého se vydávají publikace – ročenky, zabývající se vinařskou turistikou. Publikace se vydává za spolupráce Vinařského fondu, Národního vinařského centra a za přispění Jihomoravského kraje, Centrály cestovního ruchu

⁵² Kudy z nudy: aktuality. *Kudy z nudy* [online]. [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/>

⁵³ Svaz vinařů ČR: O svazu. *Svaz vinařů ČR* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.svcr.cz/cs/o-svazu>

jižní Morava a Nadace partnerství. Vzniklá edice si dala za úkol provést jednotlivými vinařskými míst Čech a Moravy včetně map.

V roce 2018 Vinařský fond spustil tematickou kampaň s cílem prohloubit u široké veřejnosti povědomí o vnímání vína a jídla jako přirozené kombinace. Navázala na jednoduché zásady a stoletími prověřená gastronomická pravidla: bílé víno k bílému masu, červené víno k červenému masu, růžové víno může být k obojímu, ke kořeněnému jídlu víno s bohatou aromatikou. Sladké, ale zároveň svěží víno patří ke sladkým jídlům. Suché víno k tučnému, protože jeho kyselinky rozpouštějí tuky.

Z publikace se také dozvídáme o probíhající Certifikaci služeb vinařské turistiky, informace, za jakých podmínek lze certifikaci získat.⁵⁴

V České republice je nyní:

- 79 certifikovaných vinařství,
- 85 certifikovaných vinných sklepů,
- 30 certifikovaných vinoték,
- 16 certifikovaných restaurací s vínem nebo vináren,
- 40 certifikovaných ubytování.

Pro představu o podmínkách, které jsou pro certifikování nastaveny, například vinný sklep musí splňovat skladbu vín jako certifikované vinařství (tj. 90 % tuzemských vín z nejméně 6 odrůd, včetně vín typických pro daný region), sklep musí pořádat řízené degustace a další programy, víno je nutné podávat v odpovídajícím sklu, k vínu musí být k dispozici vhodné

⁵⁴ Vína z Moravy a Čech. *Vína z Moravy a Čech* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.vinazmoravyvinazcech.cz/cs>

studené či teplé občerstvení. Sklep musí disponovat jednoduchým a čistým vybavením a hygienickým zázemím.

Samozřejmě, že v tomto smyslu je v rámci vinařské turistiky certifikováno mnoho vinařství a vinných sklepů a vinoték z podoblastí Znojemské, Mikulovské, Velkopavlovické a Slovácké.⁵⁵

Pokud se týká Čech, stojí ještě za upřesnění, že **současné dělení na podoblast Mělnickou a Litoměřickou se datuje od roku 2004**. Do té doby bylo v Čechách oblastí 6. Vinařská mělnická podoblast a Litoměřická vinařská podoblast jsou rozsahem velmi blízké, mělnická je nepatrně větší. V rámci některých akcí spolu samozřejmě spolupracují a nelze je samozřejmě nijak hermeticky rozdělit.

Zajímavou akcí, která je prezentována v nabídce enogastroturismu je Týdenní pobyt ve vinařské oblasti Čechy. Podle itineráře je tato akce zahájena v Praze v botanické zahradě v Troji, navazuje prohlídka zámku a návštěva vinice Grébovka, druhý den pokračuje návštěvou Pražského hradu a Svatováclavské vinice, prohlídkou malostranských zahrad. Program třetí den nabízí Karlštejn – Výzkumnou stanici vinařství a výlet do Starého Plzně s exkurzí v Bohemia Sekt. Chybět nemůže ani Kutná Hora, která je plánována na čtvrtý den pobytu. Kromě vinných sklepů se účastníci podívají i na zámek Kačina, kde je zemědělské muzeum. Další den patří návštěvě areálu Kuks, galerii vína a obnovenému vinohradu. Šestý den pak je plánována návštěva obnovené Svatováclavské vinici v obci Dřísy, prohlídka města Mělník, vinných sklepů, Regionálního muzea v Mělníku a prohlídka města a zámeckého vinařství v Roudnici nad Labem. Týdenní výlet je pak završen v Litoměřicích, Velkých Žernosekách, Mostě a Kadani.

Pokud se týká Mělnické podoblasti, má ocenění Certifikovaný sklep vinný sklep Kutná Hora, s.r.o.

⁵⁵ Vína z Moravy a Čech. *Vína z Moravy a Čech* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.vinazmoravyvinazcech.cz/cs>

Vinné sklepy Kutná Hora jsou rodinným vinařstvím, které založil v roce 2002 pan Stanislav Rudolfský a v roce 2005 převzal řízení jeho syn Lukáš. Vinice v těchto místech jsou zmíněny již v Kosmově kronice a jejich rozkvět nastal ve 14. – 16. století, kdy měly rozlohu 250 ha. Většina vinic však postupně zanikala a nového rozmachu dosáhly až pod novým vedením před 22 lety. Vinice se nacházejí vesměs na krásných místech, například na vrchu Sukov s úžasným výhledem na Kutnou Horu, pod vrchem Kaňk, u Borku v blízkosti zámku Kačina, vinohrad Pod Barborou. Do této skupiny patří také vinohrad Nad Zámkem, naproti Hospitalu Kuks. Vinné sklepy Kutná Hora mají výrobu biodynamických vín. Řídí se moudrostí předků a nepoužívají chemické preparáty, které nahrazují výluhy z rostlin. Jako jediný producent v České republice jsou držitelem biodynamické certifikace DEMETER, a samozřejmě i značky BIO. Ve sklepech dodržují zásady přirozeného kvašení bez umělých kvasinek. Zrání probíhá v nerez nebo sudech nejvyšší kvality od francouzských bednářů.

Vinařství sídlí v Kutné Hoře v klášteře svaté Voršily. Zde se nalézá i vinotéka a dvě degustační místnosti pro pořádání degustací o ochutnávek pro malé i velké skupiny, nabízí i tzv. enogastronomické degustace pro skupiny. Vína jsou podávána s vhodně vybranými pokrmy zejména z lokálních surovin a degustace probíhají za účasti sommeliera nebo enologa. Také nabídka ve vinotéce, která mimochodem provozuje i e-shop, zahrnuje vína z vlastní výroby, dokonce 2 druhy sektu, a také například balíček Seznámení, který obsahuje průřez produkty.

Shrnutí enogastroturistiky ve Středočeském kraji

Pokud bychom chtěli vyhledat informace o vinařstvích z Mělnické podoblasti v aplikaci Tripadvisor, nebudeme úspěšní. Najdeme zde sice vyhlášení nejlepší luxusní restaurace v Česku, ale gastroturismus a akce s přívlastkem eno se zde nevyskytují.

Při zobecnění poznatků o aktivitách jednotlivých vinařství nebo vinařských obcích je zřejmé, že zejména větší podniky se gastroturismu věnují a rozvíjejí jej. Důležité je mít atraktivní zázemí, jako například vinné sklepy Jiřího Lobkowitze využívají zámku Mělník, Zámeckou restauraci na soutoku Labe a Vltavy, cukrárnu, Velkou jídelnu i enotéku.

Podrobně popsané Vinné sklepy Kutná Hora pak získávají na turistické atraktivitě díky prostorům ve Voršilském klášteře. Takovéto prostory při určitých organizačních schopnostech a marketinku určitě podporují a umožňují pořádání větších akcí. Stejně tak zajímavé je i historické dědictví pěstování vinné révy. Svoji cestou jdou i vinařství České zemědělské univerzity, Výzkumné stanice vinařské na Karlštejně a Školní statek Mělník.

Tento typ vinařských podniků má zázemí v kmenové instituci a vinařské sklepy jsou využívány i k pořádání odborných seminářů, konferencí a kongresů. Menší soukromá vinařství se orientují zejména na pěstování vinné révy a výrobu vína vlastní produkce. Vzhledem k tomu, že celá Mělnická podoblast čítá kolem 332 ha pěstebních ploch, jsou vyvíjené aktivity významné.⁵⁶

3.1.4 Pivovary Středočeského kraje

Bez povšimnutí nemohou zůstat ani malé pivovary, které v posledních letech zažívají velký boom, tradice pivovarnictví sahá až do 11. století. Jen v databázi atlasu piv jich najdeme ve Středočeském kraji cca 75 a databáze je neustále doplňována o další. Tato tematika je tak rozsáhlá, že by vydala na samostatné pojednání. Většina malých pivovarů pořádá akce pro veřejnost, a kromě vlastního piva nabízí i dobré jídlo. Minipivovary či slavnosti piva jsou častým oblíbeným cílem domácích účastníků cestovního ruchu.

Pro ilustraci a jako doložení této skutečnosti jen několik příkladů napříč krajem:

- Pivovar Bobr v Zadní Třebáni,
- Zdibský pivovar,
- Kounický pivovar,
- Pivovar Tupadly,
- Rodinný pivovar Zichovec,
- Zámecký pivovar Zbraslavice,
- Přátelský pivovar Malešov,

⁵⁶ Vína z Moravy a Čech. Vína z Moravy a Čech [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.vinazmoravyvinazcech.cz/cs>

- Restaurace a pivovar Kytín,
- Pivovar Hubertus Kácov,
- Herold Březnice,
- Ferdinand Benešov,
- Postřižínský pivovar Nymburk,
- Černokostelecký zájezdní pivovar.⁵⁷

Obrázek 2 Mapa pivovarů



Zdroj:

https://www.google.com/search?q=pivovarnictv%C3%AD+v+%C4%8Dr&sxsrf=ALiCzsa tcga9_CKT6JIEXYolIFmjXnMVLA:1669834186987&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKewjx_bGMydb7AhWH_qQKHbdmCtoQ_

⁵⁷ ATLAS PIV, DATABÁZE ČESKÝCH A SLOVENSKÝCH PIV: Seznam pivovarů v kraji Středočeském. *ATLAS PIV, DATABÁZE ČESKÝCH A SLOVENSKÝCH PIV* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: http://www.atlaspiv.cz/?page=seznam-pivovaru&county_id=2

4 Španělsko

Španělské království je konstituční monarchií, která sdružuje 19 autonomních oblastí. Tyto oblasti mají vlastní vlády.

4.1 Valencijské společenství, provincie Alicante

Oblast Valencie, oficiálně nazývaná Valencijské společenství (Comunidad Valenciana) se rozprostírá při pobřeží Středozemního moře a svůj název nese podle metropole Valencie. Hovoří se zde katalánštinou, která je úředním jazykem. Administrativní členění země je odlišné od členění v ČR. Valencijské společenství se dělí na 3 provincie

- Castelló,
- Valencia,
- Alacant (španělsky Alicante).

Pro srovnání týkající se gastroturistiky budou v této části použity údaje týkající se zejména oblasti Alicante, které jsou srovnatelnější z hlediska rozlohy a počtu obyvatel se středočeským regionem. Je to však z hlediska podnebí a vegetace oblast olivovníků, mandloní, vinné révy, pomerančovníků a dalších citrusů.

Hlavním městem oblasti je Alicante, kde žije kolem 330 000 obyvatel, více jak pětinu počtu obyvatel tvoří cizinci. Jedná se o město, které se razantně rozvíjí po linii cestovního ruchu a je zde zároveň významné mezinárodní letiště.

| | |
|----------------------------|-----------------------------|
| Rozloha provincie Alicante | 5 816 km ² |
| Počet obyvatel | 1 891 477 (2008) |
| Hustota zalidnění | 325,2 obyv./km ² |

Španělská ekonomika však zaznamenala v roce 2020 propad o 11 procent HDP, velký podíl na tom má razantní pokles cestovního ruchu (o 80 %) a striktní tříměsíční lockdown. Podle historiků byl propad HDP v roce 2020 nejsilnější od období španělské občanské války (1936-39). Na rok 2021 vláda odhaduje růst hrubého domácího produktu (HDP) o více než 6 %,

což je více, než očekávají analytici. V oblasti zaměstnanosti, která byla vždy slabým bodem ES, došlo ke konci roku 2020 k dalšímu zhoršení a bylo evidováno přibližně 3,9 mil. nezaměstnaných, což je cca 16,2 %. Nárůst nezaměstnanosti evidovala všechna odvětví, vyjma stavebnictví. Mezi nejvíce zasažené sektory, kromě cestovního ruchu patří reality a automobilový průmysl.^{58, 59, 60}

4.1.1 Španělská gastronomie

Stěžejní odvětví, kterým právě gastronomie a turismus pro tuto oblast je, určitě se znovu obnoví. Španělé mají totiž velkou zálibu v jídle, a to nejen v jeho konzumaci, ale také v jeho přípravě. Španělská kuchyně je chutná, zdravá a krásně barevná. Významné zastoupení v ní mají plody moře, ale i maso, a to jak hovězí, vepřové, ale v nemalé míře i skopové. Jako přílohy používají rýži, fazole, brambory a velké množství různorodé zeleniny. Tradiční je i bílý chléb připomínající naše bagety a večky. Ve španělské kuchyni se nešetří ani kořením. Samozřejmě kuchyně v jednotlivých oblastech Španělska se liší, každá je něčím odlišná, ale vesměs všichni používají olivový olej a česnek.

Národním jídlem je **paella** (speciálně upravený rýžový pokrm) a **tortilla** – což je omeleta z brambor, vajec a cibule. Typické jsou také **tapas** – chuťovky, které jsou vesměs pikantní a podávají se zejména k nápojům.

Ze zákona jsou restaurace povinné nabízet tzv. „menu del día“. Jedná se většinou o obědové menu, které se skládá minimálně ze tří chodů. Je jimi předkrm, hlavní jídlo a moučník/dezert. Někdy toto menu bývá doplněno i nápojem. Tento způsob stravování využívají běžně místní i turisté, protože se jedná o levnější možnost, jak se dobře najíst.

Informace rozvíjejí i poznatky vlastní a rodinných příslušníků na základě opakovaných a dlouhodobějších pobytů v této oblasti, kde je poměrně vysoké zastoupení cizinců, zejména

⁵⁸ BusinessInfo.cz: Španělsko. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z:

<https://www.businessinfo.cz/navody/spanelsko-souhrnna-teritorialni-informace/2#0-uvod>

⁵⁹ INE: Instituto Nacional de estadística. *INE* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: www.ine.es

⁶⁰ Diputación de Alicante: Inicio. *Diputación de Alicante* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: www.diputacionalicante.es

anglicky, německy nebo rusky mluvících, kteří zde tráví dovolenou nebo zde vlastní domy či apartmány. Tomu samozřejmě odpovídají i druhy nabízených kuchyní, takže kromě typicky španělských restaurací, kde dostanete již výše vyjmenované pokrmy, také paellu, která je oblíbená mezi domácími i turisty. Tento speciálně upravený rýžový pokrm na způsob rizota se podává jak s kuřecím masem, tak s různými plody moře. Mezi restauracemi mají stále větší zastoupení restaurace italské, čínské, vietnamské a thajské. V restauracích se hodně nabízí i pokrmy, které známé spíše z fast foodů, a to jako hlavní nebo jen doprovodné pokrmy.

Menu del día, jak již byly popsány, se pohybují běžně v cenových relacích od 9 do 20 euro. Je běžné, že je nabízeno několik předkrmů, hlavních jídel i dezertů, ze kterých je možno si vybrat a polední menu si tak sestavit podle vlastní chuti. Menu del día často zahrnuje i nápoj. Kterým může být nealko, pivo, víno nebo káva. Pokud se podává víno, bývá to většinou tzv. vino de casa, tj. většinou bez etikety na lahvi, které je většinou z produkce menších pěstitelů. Podává se většinou v množství 1 lahev 0,7 l pro dvě osoby. Je třeba podotknout, že ve Španělsku se toleruje řidičům a cyklistům alkohol do 0,5 promile.⁶¹

Za zmínku stojí i mezi turisty oblíbená sladká **sangria** (směs pokrájeného ovoce zalitá červeným vínem a likérem, která se ještě dolije šumivým vínem nebo ovocnou šťávou) a podává se ve džbánu s ledem. Oblibě se těší tzv. **Tinto de verano** (volně přeloženo jako červené letní), které vznikne naředěním červeného vína sladkou limonádou či ovocnou šťávou.

Poslední exkurz patří kávě. Až na několik výjimek se obejdeme jako v Čechách. Španělé pijí malá espressa nebo tzv. **Café con leche** (v překladu káva s mlékem). Rozdíl je však v tom, že mléko je mírně našlehané. Takto připravená káva je o polovinu levnější než capuccino. Také u nás není známá káva „**Café Bonbon**“, kdy se na vrstvu mléka (kondenzované

⁶¹ Španělsko.světadíly: Stravování. *Španělsko.světadíly* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://spanelsko.svetadily.cz/>

slazené) nalije silné espresso. Na rozdíl od tohoto sladkého a malého kávového potěšení je pro pravidelné pijáky kávy určeno **Café Americano**.⁶²

4.1.2 Vinařství ve Španělsku

Jak již bylo zmíněno v informacích o importu vín do České republiky, tvořil podle údajů z roku 2017 dovoz vína ze Španělska téměř pětinu celkového objemu. Jestliže české vinařství mapujeme od 11. století, tak dějiny vinařství španělského sahají až do třetího tisíciletí před naším letopočtem. Ovšem v pohnutých dějinách se dostalo několikrát do úpadku, až téměř zaniklo. Ideální geografické podmínky však vždy umožnily jeho další rozkvět. Vinařská podoblast Alicante DO na jihu Valencijského společenství váže ve velké míře na rodinné tradice a výroba vína je v rukou rodin, které historicky hospodaří na svých pozemcích.

Mezi nejznámější regiony vína ve Španělsku patří Rueda, Priorat, Toro, Rioja, Navarra a další. Více než polovina vinařských oblastí má klasifikaci Denominación de Origen (DO) a dvě vinařské oblasti, tj. Rioja a Priorat mají stupeň DOCa. Nejznámější a turistům doporučovaná je Rioja. Tato oblast produkuje velmi kvalitní, zejména červené víno.

Podle druhu zrání je jedno z možných dělení španělských vín. Toto označení je uvedeno na lahvích a vždy napomáhá při výběru.

- **Joven** – mladá vína, která se uvádějí na trh prvním nebo druhým rokem.
- **Cosecha** – víno s vyšší kategorií zrání, několik měsíců v sudech, potom v lahvích.
- **Crianza** – metoda zrání v sudech z vybraných hroznů (6-12 měsíců), pak zrání v lahvích.
- **Reserva** – označení pro červená španělská vína z nejlepších ročníků, která zrají minimálně 12 měsíců, dále zrají v lahvích, a na trh se dávají většinou až po 3 letech.

⁶² Španělsko.světadíly: Stravování. *Španělsko.světadíly* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://spanelsko.svetadily.cz/>

- **Gran Reserva** – vína z nejkvalitnějších ročníků se zráním v dubovém sudu minimálně 24 měsíců a poté v lahvích, celkem minimálně 5 let.
- **Fermentado en barrica** – označení pro zrání bílých vín v barikovém sudu, doba rezervy, která se týká vín červených.
- **Cava** – šumivé víno (sekt), který se vyrábí tradiční španělskou metodou dvojího kvašení v lahvi.

Na vinětech španělských vín se vyskytují i další označení podle tzv. klasifikace. Jedná se o označení:

- ❖ **VdM – Vino de Mesa.** Stolní víno bez uvedení odrůdy. Je dělení jen na červené (tinto) a bílé (blanco).
- ❖ **VdMde – Vino de Mesa de.** Jde o stolní víno, kde se uvádí i původ vína.
- ❖ **VdIT – Vino de La Tierra.** Označení víno ze země se užívá u vín, která mají místní styl a charakter, jsou zvláštní a osobitá.
- ❖ **D.O. – Denominacion de Origen.** Jedná se víno z konkrétní oblasti, která zaručuje kvalitu. Tomu odpovídá např. označení DOC v Itálii nebo AO ve Francii.
- ❖ **D.O.Ca – Denominacion de Origen Calificada** – nejvyšší klasifikace vína z určité oblasti (Rioja)⁶³

Vinné stezky

Vinařská turistika ve Španělsku se těší stále většímu zájmu. Federace vinařské turistiky ve Valencijské oblasti sdružuje nabídky a informace a zprostředkovává je místním obyvatelům i turistům jak tuzemským, tak zahraničním. Pořádá k tomu tiskové konference a zveřejňuje aktuální nabídky.

⁶³ VÍNO MARTY: Španělsko – vinařské oblasti. *VÍNO MARTY* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://vinomarty.cz/spanelsko-vinarske-oblasti-klasifikace-vin/>

Tři existující vinné stezky ve společenství, a to na území Alicante, Castellón a Utiel-Requena se spojily s Turisme Comunitat Valenciana, a vytvořily nabídku jedinečných zážitků. Vychází z enologického dědictví regionu. Takto vytvořená vinná stezka se stane významným „motorem“ k oživení cestovního ruchu, zejména venkovského, v obcích, kudy tato trasa prochází. Cílem je, aby tato trasa byla jedinečná, návštěvníci na ní objevili krajinu plnou hroznů, jedinečného vinařství a pečlivě připravené gastronomie včetně možností ubytování. Plánují celoroční využívání a propojení i s jižnějšími oblastmi, např. Murcií. Tyto aktivity patří do vnitrozemského cestovního ruchu, které budou vázat na typické zvyklosti, pokrmy, zvyky a řemesla místních obyvatel včetně jejich historického dědictví. Jedná se o zajímavé zpestření a alternativu k pobytu na plážích Středomořského moře Costa Blanca.⁶⁴

Produkce vína - Provincie Alicante může nabídnout širokou škálu vín, které je možno spárovat s autentickou a tradiční gastronomií. Alicante nabízí různé typy vín a žádný z nich nelze opomenout. Víno, historicky pojmenované Alicante, je červené víno, kde základ tvoří odrůda Monastrell. Vyznačuje se sytě červenou barvou a vynikající ovocnou vůní. Moscatel Alicante je název pro sladké likérové víno z oblasti Marina Alta, které má širokou škálu barev se zlatými odlesky a svěží elegantní květinovou vůní. Ušlechtilá vína s enologickou tradicí s dlouhým zráním jsou intenzivní a s překvapivými barvami. Vinice v Alicante jsou vesměs mezi údolími a horami, ale stejně jsou ovlivněny blízkostí moře, které ovlivňuje chuť i šumivých vín, velmi vhodných jako doplnění středomořské stravy.

Za největší poklad je považován Fondillón, luxusní víno Alicante. Jde o sladké víno vyrobené v DO Alicante z hroznů odrůdy Monastrell. Je speciální a delikátní, sladké, vyznačuje se vysokým obsahem alkoholu (přibližně 18 %) z cukru, které zráló nejméně 10 let v sudech tradičním procesem. Je ideálním dezertním vínem k modrým a smetanovým sýrům, i k pečivu. Svoji chutí připomíná Porto nebo Madeiru.⁶⁵

⁶⁴ RUTA DEL VINO DE ALICANTA: La Ruta del Vino de Alicante. *RUTA DEL VINO DE ALICANTA* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.rutadelvinodealicante.com/>

⁶⁵ Dinamiza asesores. *Dinamiza asesores* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://dinamizaasesores.es/turismo/turismo-enogastronomico/conocemos-al-viajero-enogastronomico-en-espana/>

Obrázek 3 Fondillón Alicante



Zdroj:

<https://www.foodswinesfromspain.com/spanishfoodwine/global/wine/features/feature-detail/fondillon-oldest-wine-alicante.html>

4.1.3 Vinařství a vinice v provincii Alicante

V následujících odstavcích je popsáno 10 nejlepších a nejlépe hodnocených vinic podle internetové stránky Tripadvisor. Slovo „Bodega“ v názvu každé vinice znamená v překladu sklep.⁶⁶

Bodega Enrique Mendoza (1)

Výborně hodnocené vinařství s řadou ocenění, které se nachází v nádherném prostředí, plně využívá účinky španělského slunce, světla a středomořského cirkulujícího vzduchu. Přes dočasnou snahu inovovat a zavádět i dovozové odrůdy, nastal návrat k španělským tradičním odrůdám Monastrell. Sklep dostává řadu ocenění a pochval od návštěvníků, kteří se zapisují do knih hostů. Vzorčky vína jsou zde podávány společně s tapas, včetně masa, sýrů a chleba.⁶⁷

Bodegas Volver (2)

Pod motem Tři generace, jeden cíl se skrývá informace, že projekt z roku 2004 realizoval vystudovaný enolog Rafael Conizares, který pochází z vinařské rodiny a již čtyři generace jeho předků se zabývaly vinařstvím. Bodegas Volver zpracovává zejména tradiční odrůdy.

⁶⁶ Tripadvisor: The Best Province of Alicante. *Tripadvisor* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.com/Attractions-g187524-Activities-c36-t132-Province_of_Alicante_Valencian_Country.html

⁶⁷Bodegas Mendoza: Enoturismo - Bodegas Mendoza. *Bodegas Mendoza* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://bodegasmendoza.com/experiencias-y-vino/>

Kultura – tradice – vášeň, to jsou tři pilíře jejich práce. A do třetice rčení Odhalte tajemství, které skrývá sklenka vína. Pod tímto heslem se věnují gastroturistice, pořádají prohlídky výroby i samotných vinic a pořádají ochutnávky v interiéru vinařství.⁶⁸

Bodega Francisco Gómez (3)

Vinice a sklepy se rozkládají v úžasné krajině. Farma se nachází v nadmořské výšce 650 m nad mořem, což pro vinici vytváří zvláštní podmínky. Jsou zde nabízeny prostory pro společenské a firemní akce, je zde i nádherné místo pro svatby. Je zde i soukromý Vinařský klub Francesca Gómeze Niche Society.⁶⁹

Tato farma dodržuje zásady biodynamického zemědělství. Má certifikace EU na své organické, veganské i košer produkty.

Bodegas Gutiérrez de la Vega Costa Diva (4)

Vinařství se nachází v malém horském městečku Parcen, které je známé vínem a tradičními řemesly. Od založení je firemní politika věnována vstřícnosti směrem k zákazníkům, kteří milují víno. Takové je zaměření celého rodinného projektu. Propagují své hlavní výrobky: víno, oleje a octy. Při degustacích pak podávají víno jak bílé, tak červené, ale i sladké. Mezi hlavními odrůdami, které zde pěstují, je Muscatel, geneticky nemodifikovaný s vysokým aromatem a vysokým obsahem cukru, a odrůda Monastrell.⁷⁰

Bodega Las Virtudes (destinace Villena) (5)

Na svých webových stránkách má tento podnik vytvořený samostatný oddíl „ENOTURISMO“, kde se dozvídáme, že kromě pěstování vinné révy a oliv, produkce vína a panenských olejů, se výrazně věnuje také enoturismu. Pořádá prohlídky s průvodcem v délce 1,5-3 hodiny pro až 50členné skupiny. Na degustace mají vyčleněné prostory a podávají i chléb, tradiční těstoviny, nezapomínají ani na vegetariány a děti. Návštěvníci mohou využít i parkoviště pro autobusy i osobní automobily. V případě Bodega Las Virudes

⁶⁸ Bodegas y Viñedos VOLVER. *Bodegas y Viñedos VOLVER* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://bodegasvolver.com/>

⁶⁹ Bodegas FRANCISCO GÓMEZ: Pasión por ecológico. *Bodegas FRANCISCO GÓMEZ* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.bodegasfranciscogomez.es/pasion-por-lo-ecologico/>

⁷⁰ Bodegas Gutierrez de la Vega: La Bodega. *Bodegas Gutierrez de la Vega* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://bodegasgutierrezdelavega.es/es/content/6-la-bodega>

jde o vlastnickou formu družstva, které čítá kolem 500 členů. Právě zde se vyrábí i to nejlepší a nejkvalitnější víno mezinárodně uznávané Fondillón.⁷¹

Bodegas Cerdá (6)

Tato vinice se datuje do roku 1885, kdy vznikla v oblasti Hondón de las Nieves, Alicante jako rodinné vinařství, které se předává z generace na generaci. K zásadní rekonstrukci došlo v roce 2007 a od té doby pořádají její majitelé degustační akce a prohlídky. Mohou se pochlubit nejmodernějším zařízením na stáčení vín. Jsou zde možné rezervace prostorů na kongresy, konference, ale i rodinné oslavy, při kterých se využívá restaurace s tradiční kuchyní.⁷²

Bodegas Bocopa (7)

Bodega Bocopa byla založena v roce 1987 spojením několika vinařů s cílem zkvalitnit marketink, zvýšit produkci a velkoobchodní prodej zejména lahvováním vín. Vytvořena tak byla jedna z hlavních společností svou velikostí i objemem prodeje ve Valencijském společenství. Bodegas Bocopa sídlí ve městě Petreru, v srdci Ruta de los Castillos. Je to město, které skýtá spoustu obchodů, outlet Route, který nabízí přední značky. Vyznačuje se i typickou kuchyní – gaspacho, paella, ale i pekárny a cukrárnami. Je zde i dílna prestižního cukráře Paco Torreblancy.

Co se týká samotného vinařství, organizuje v rámci své enosekce prohlídky a ochutnávky v prostorách vinařství, které čítá kolem čtyř tisíc metrů čtverečních. Nacházejí se zde výrobní i údržbové sklepy, laboratoře, degustační a školící místnosti. Informační video seznamuje návštěvníky s výrobním procesem, oceněními, která získala bílá i červená vína na národních i mezinárodních soutěžích, včetně ocenění biokvality. Od roku 1996 se zde vyvíjejí i nová vína, která jsou žádána spotřebiteli. V roce 2007 se zrodilo například Marina Espumante z odrůdy Moscatel. Tento veliký podnik pořádá mnoho akcí v rámci enogastroturistiky, svatby

⁷¹ LAS VIRTUDES Bodega. *LAS VIRTUDES Bodega* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.bodegavirtudes.com/en/fondillon/>

⁷² Cata de Vinos Alicante: Bodega Cerdá. *Cata de Vinos Alicante* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://bodegascerde.com/enoturismo/>

na klíč, řízené ochutnávky, konference, setkání. Organizuje řízený marketink, export do 30 zemí světa.⁷³

Bodega Santa Catelina del Manán (8)

Jedná se o vinařství s padesátiletou historií. Na jeho počátku se spojilo asi 30 vinařů, farmářů, kteří iniciovali sloučení sil, aby řešili zejména logistiku a společné zázemí pro výrobu a zrání vína. Sklizeň nyní dosahuje až 5,5 milionu kilogramů hroznů z 879 ha a v sudech z francouzských nebo amerických dubů zraje víno Fondillón, nebo se vyrábějí další druhy vín. Útulný vinný sklípek dostal název Chut' země – El Sabor de la Tierra. Kde se návštěvníci mohou zúčastnit ochutnávky, zakoupit si suvenýry či vzorky vín, ale i olivových olejů z místní produkce. Výborné jsou ančovičky, iberské paštik, konzervované houby, nakládané olivy a zelenina, místní klobásy, šunky a sýry.⁷⁴

La Bodega del Garroferal (9)

Jedná se o malé rodinné vinařství v údolí Jalon asi na poloviční cestě mezi Alicante a Valencií, kde jsou čtyři nádherná městečka Murle, Parcent, Orba a Jalon. Jde o klidnou oblast vzdálenou rušným turistickým centřům. O sklepu Petera a Helen však nejsou v současné době dostupné žádné podrobnější informace.

Bodega Casa Sicilia (10)

Asi 20 minut jízdy autem z Alicante trvá cesta na farmu Casa Sicilia s proslulou restaurací Heretat de Cesilia. Farma se zabývá pěstováním oliv, granátových jablek a vinnou révou, které zpracovává v nejvyšší kvalitě. Je to zvláštní prostředí v nadmořské výšce 240 metrů, které překvapí. Casa Cesilia pochází roku 1707, krok k současné podobě byl udělán v roce 1998, od kdy společnost hospodaří na rozloze 80 ha. Místně spadá do důležitého území Střední Vinalopó, které je zemědělsky zaměřené. Pro turisty jsou zde připraveny degustace vín pod vedením profesionálů, kteří učí, jak víno nejlépe vychutnávat. Casa Sicilia je proslulá i svou kuchyní. Restaurace nabízí mimo jiné například Menu día del Padre, které obsahuje lahůdky jako carpaccio z rajských jablek s parmezánem, šunkové krokety, závitky

⁷³ BOCOPA Bodegas: Enoturismo Alicante. *BOCOPA Bodegas* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://www.bocopa.com/enoturismo/>

⁷⁴ BODEGA Santa Catalina del Mañán. *BODEGA Santa Catalina del Mañán* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://bodegasantacatalina.com/vinoteca/>

s houbami, vepřová panenka se zeleninou a další. Casa Sicilia je bohatě využívána pro svatby i další slavnosti.⁷⁵

Bodega Parcent (11)

Jde o malé vinařství a vinici nacházející se v oblasti s typickým středomořským podnebím (mírné zimy a horká léta) ve výšce 550 metrů nad mořem. Nachází se u krásného městečka Parcent, podle kterého nese i své jméno, v regionu Marina Alta. Vinařství bylo založeno v roce 2002 Armante Francés Mora a Nuria Francés Mora, kteří po 10 letech snažení a usilovné práce, provádění testů a studií došli svých výsledků. Důraz kladou na kvalitu. Vinařství je malé s omezenou produkcí, ale dosahuje výborných výsledků při výrobě vín mladých, archivních i sladkých.⁷⁶

Z výše uvedených charakteristik vinařství z oblasti Alicante vyplývá:

Pro porovnání jednotlivých podniků byla vybrána první desítka vinařství tak, jak je uživatelé hodnotí na platformě Tripadvisor. V přehledu je uvedeno podniků 11, protože podle dalšího průzkumu La Bodega del Garroferal pod č. 9, má pravděpodobně pozastavené podnikání a nemá aktualizovanou webovou stránku. Proto k provedení srovnání bylo přiřazeno ještě vinařství Bodega Parcent.

Všechna vinařství se nachází v provincii Alicante, jsou oblíbená a návštěvníky velmi dobře hodnocená. Všechny podniky se věnují enogastroturistice.

Z hlediska vlastnictví je 6 vinařství v soukromém vlastnictví a 4 ve vlastnictví družstevním. Družstevní vlastnictví vzniklo sdružením několika vinařů do té doby soukromě podnikajícími. Nové uskupení umožnilo investování do rekonstrukcí, nákupu nového zařízení a zvýšení objemu výroby. Došlo vesměs k zásadní renovaci, ale i vývoji nových produktů. Tato současná vinařská družstva využívají nové technologie a moderní marketink. Přesto se i takto rekonstruované podniky hlásí k vinařským tradicím původních vinařů. Tyto družstevní podniky investovaly i do zázemí pro prezentace a degustace a vesměs nabízejí

⁷⁵ CASA SICILIA 1707: Bodega en Alicante. *CASA SICILIA 1707* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://casasicilia1707.es/>

⁷⁶ PARCENT Bodega. *PARCENT Bodega* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://www.bodegasparcent.com/>

prostory i pro konání větších akcí, jako jsou svatby, oslavy životních jubileí návštěvníků, kongresy, konference atd. Největším výrobcem a zejména exportérem vína je Bodegas Bocopa. Toto uskupení bylo založeno v roce 1987 a po opakovaných obrovských rekonstrukcích a modernizacích se specializuje zejména výrobu vína v lahvích, které exportuje do 30 zemí světa. Na svoji činnost čerpá evropské dotace.

Soukromí vinaři se drží zejména svých rodinných tradic, které spadají hluboko do minulosti, sledují kvalitu a věhlas tradičních odrůd. Snaží se o bioprodukcí. Mnozí majitelé se účastní exkurzí ve vinicích a ochutnávek osobně, sázejí na osobní kontakt s návštěvníky, kteří následně hodnotí jejich obrovské nadšení, hrdost a zaujetí pro vinařství a výrobu vína. Věnují se často i výrobě olivového oleje, připravují místní speciality, tapas a nabízejí i prodej předmětů tradičních řemesel.

Všechny vybrané „bodegas“:

- Se věnují enogastroturistice,
- pořádají prohlídky vinic a sadů,
- organizují ochutnávky vín doplněné i menším či větším občerstvením, zejména tapas,
- podávají odborný výklad k historii a současnosti vinařství, který zajišťují zaměstnanci nebo majitelé vinařství,
- pro návštěvníky mají zřízené prostory v objektech se sklepy, často doplněné výstavkou k historii toho, kterého vinařství,
- větší vinařství mají i restaurační prostory, i sály a větší místnosti pro pořádání velkých akcí, jako jsou svatby, oslavy, firemní setkání, konference,
- ve své produkci vycházejí z tradičních a kvalitních odrůd, 3 ze sledovaných vinařství se věnují aktivně vývoji nových produktů,

- většina vinařství se zapojuje do akcí souvisejících s bioprodukcí,
- soukromá vinařství hrdě navazují na tradice,
- vinařství mají i internetové prezentace, objednávkové systémy pro návštěvníky, ať už se jedná o individuální turisty nebo skupiny.
- běžně nabízejí svoji produkci také ve vinotékách a prostřednictvím e-shopů.⁷⁷

4.1.4 Pivovary ve Španělsku

Přestože Španělsko je vinařská velmoc, již několik let se vyznačuje i velkou konzumací piva, dokonce jeho spotřeba předčila konzumaci vína a nyní se jej za rok vypije dvakrát tolik než vína. Kolem 800 milionu galonů. O jeho výrobu se dříve dělilo jen několik velkých pivovarů a pocházelo od stejných značek. Ovšem zájem o výrobu piva ze strany malých řemeslných pivovarů a na druhé straně velká poptávka spotřebitelů, daly vzniknout, stejně jako v České republice, stovkám malých pivovarů. Ovšem velcí výrobci mají na trhu své pevné místo.⁷⁸

Valencia má také typické pivo: **Turia**, které je nejoblíbenější pivo mezi valencijskými občany a mezi studenty. Na těchto pivech je zajímavé, že lahve mají 25 cl, nikoli běžných 33 cl.

Pivo **San Miguel** se začal vyrábět v roce 1890 na Filipínách, kdy toto území bylo ještě španělskou kolonií. V současné době patří značka společnosti Mahou, takže ji můžeme geograficky považovat za Madridské pivo. Jedná se o lehký, snadno pitelný ležák s bledě zlatou barvou. Je běžně dostupné v obchodní síti v litrových skleněných lahvích a je možné jej konzumovat v restauracích a barech po celém Španělsku.

⁷⁷ Tripadvisor: The Best Province of Alicante. *Tripadvisor* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.com/Attractions-g187524-Activities-c36-t132-Province_of_Alicante_Valencian_Country.html

⁷⁸ Recetas de cocina: Španělský řemeslný pivní boom. *Recetas de cocina* [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://recetasdecocina.online/kde-vyuzit-spanelsky-remeslny-pivni-boom/>

Řemeslné pivo **La Virgen**, vařené v Las Rozas, na okraji Madridu, má plnou ovocnou chuť. Stává se nejtypičtějším řemeslným pivem Španělska. Pivovar je možné navštívit. Jsou zde organizovány prohlídky a ochutnávky. Je možno degustovat všechny madridské ležáky i vlastní IPA značky.⁷⁹

David Franke otevřel ve Valencii restauraci, součást franšizového konceptu českého Rodinného pivovaru Bernard. A tak ve Valencii si můžete dát kromě klasiky jakou je vepřo-knedlo-zelo, také smažený sýr a vše zapít kvalitním ležákem z českého Rodinného pivovaru Bernard.⁸⁰

S rostoucí oblibou malých pivovarů jsou i ve Španělsku reakcí na tuto skutečnost vytvářeny různé nabídky, které jsou svým obsahem zařazovány do kategorie gastroturismu. Jedná se o období tzv. vinné stezky a je možno ji nazvat **stezkou pивní**. Jako příklad je možno uvést Ruta al Sur Cervecería & Gastropub, která vede na území provincie Alicante.⁸¹

⁷⁹ Tiptar.com: the most typical beers in spain. *Tiptar.com* [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://tiptar.com/cs/the-most-typical-beers-in-spain-and-where-to-consume-them/>

⁸⁰ LIDOVKY.CZ. *LIDOVKY.CZ* [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/byznys/cesky-pub-ve-valencii-bernard-a-smazak.A220122_112409_ln_ekonomika_tmr

⁸¹ Ruta al Sur: *Cervecería and gastropub* [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: https://cs-cz.facebook.com/RutaalSur.Cerveceria.Gastropub/?ref=py_c

5 První výzkum z oblasti gastroturismu

Výzkum z roku 2006 od Gourmet Magazine s Travel Association of America, je jedním z prvních výzkumů z oblasti gastroturismu na světě. Tento projekt ukázal, že z dotázaných respondentů se 17 % přímo hlásilo ke gastroturistice i když tento pojem nebyl do té doby oficiálně používán.

Téměř polovina (46 %) respondentů, kteří se přímo hlásili ke gastroturistice tvořili účastníci, kteří cíleně vyhledávali gastroturistiku. Jejich hlavním motivem a zároveň klíčovou aktivitou je gastroturismus a je také rozhodujícím faktorem při vyhledávání destinace, kterou volí jako cílovou.

Jedinci, kteří se účastnili gastroturistiky příležitostně, tvořili 28 %. Tato skupina uvedla, že gastroturistika není hlavním cílem při volbě destinace.

Poslední skupinou, kterou tvoří 26 % dotázaných, se gastroturistiky zúčastnili náhodou, protože se zrovna konala v místě jejich cílové destinace.

Vyhodnocení výzkumu také ukázalo, že ti, kteří se zúčastnili gastroturistiky cíleně nebo příležitostně byli ve věku 35-54 let. Z této skupiny bylo 44 % vysokoškolsky vzdělaných.⁸²

Tento výzkum, který uvádějí učebnice cestovního ruchu, jako prvotní příklad zrození nového zájmu účastníků o cestovního ruchu, byl inspirací autorce této práce pro stanovení výzkumných otázek. Kterým se věnuje dále ve svém výzkumu.

⁸² KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

6 Vlastní práce

V této části práce byl veden vlastní výzkum a pozorování v oblasti gastroturismu a enoturismu ve Středočeském kraji a provincie Alicante.

6.1 Cíl výzkumu

Hlavním cílem výzkumu je stanovit a zjistit odpovědi na výzkumné otázky, zda dotazovaní znají gastroturistiku, cíleně ji vyhledávají a zda je gastroturistika klíčovou aktivitou nebo je účast na gastroturistice příležitostná. Mezi dílčí cíle patří identifikace, jaké konkrétní gastroturistické akce jsou navštěvovány, prozkoumat znalost vinařství ve Středočeském kraji a klasifikovat zdroje, kde jsou vyhledávány informace o gastroturistice.

Dalším cílem je zhodnocení vývoje počtu zaměstnaných osob v cestovním ruchu ve Středočeském kraji mezi roky 2010-2019 s prognózou vývoje pro roky 2020-2022 a vyhodnoce pomocí Spearmanova korelačního koeficientu závislost mezi cenou vstupného na památku v místě výskytu vinařství a návštěvností památek v destinaci. Pomocí vypočtené hodnoty testovacího kritéria a kritické hodnoty potvrdíme nebo vyvrátíme nulovou hypotézu.

STANOVENÉ VÝZKUMNÉ OTÁZKY PRO SPLNĚNÍ CÍLŮ PRÁCE:

- Existuje ve Středočeském kraji gastroturismus a enoturismus?
- Má tento region potenciál pro cestovní ruch?
- Jsou gastroturistické a enoturistické akce hlavním motivem k návštěvě regionu Středních Čech?
- Ovlivňují účast na gastroturismu a enoturismu pohlaví a stupeň vzdělání?
- Napomáhá pořádání gastronomických a vinařských akcí ke zvýšení návštěvnosti dané destinace?

VÝZKUMNÉ OTÁZKY (ROZHOVOR):

- Jaké je povědomí o pojmu gastroturistika a enoturistika?
- Jakou formou se dotazovaní účastní gastroturistiky?
- Odkud jsou čerpány informace o gastroturistice?
- Co je rozhodující výběru restaurace?
- Jak dotazovaní hodnotí cenové relace jídel a nápojů v mezinárodním měřítku?

6.2 Druh a metody výzkumu

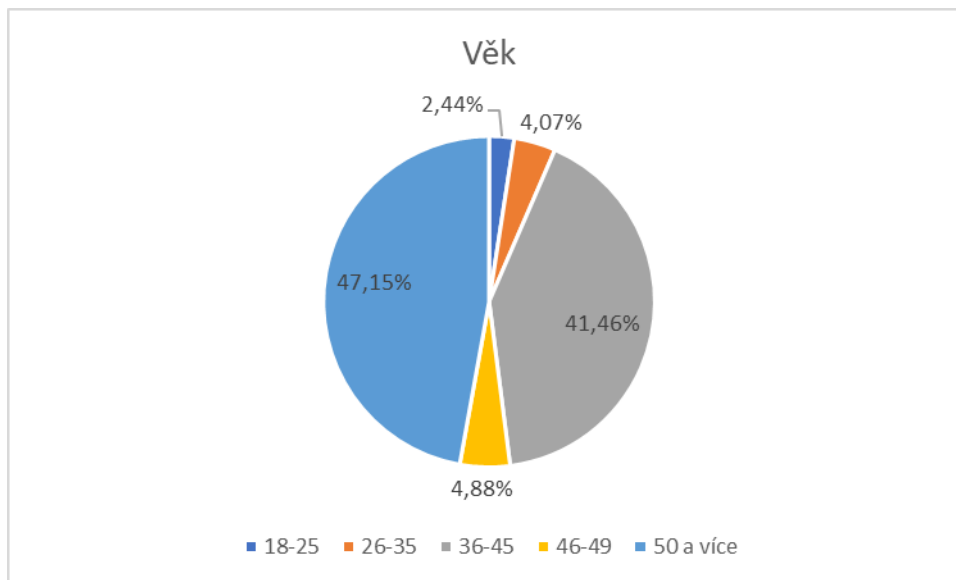
Jedná se o krátkodobý empirický výzkum, jehož cílem bylo zjistit konkrétní poznatky týkající se gastroturistiky a enoturistiky.

V práci byly v rámci výzkumu použito pět výzkumných metod: dotazníkové šetření, řízený strukturovaný rozhovor, komparace, statistická analýza – dynamika vývoje časové řady, vyhodnocení asociační tabulky a určena závislost pomocí Spearmanova korelačního koeficientu, vyhodnocení kontingenční tabulky kdy závislost byla určena s využitím Pearsonova koeficientu kontingence a vlastní pozorování.

6.3 Respondenti

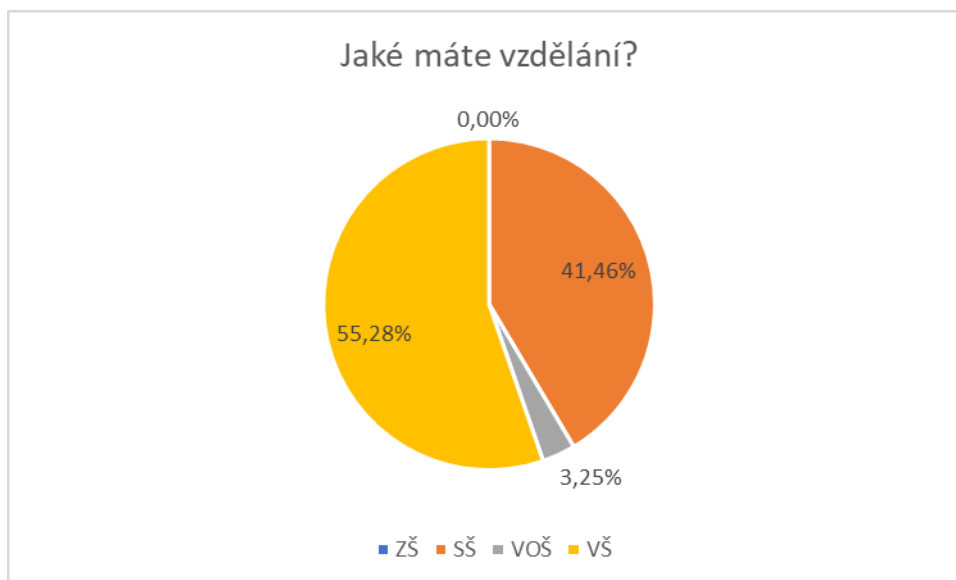
Dotazníkového šetření se zúčastnilo 123 osob (z toho 88 žen a 35 mužů), věkového rozmezí 18-50 a více let. Většina respondentů měla vysokoškolské vzdělání (68 osob) nebo středoškolské (51 osob). Četnost dotazovaných, kteří absolvovali vyšší odbornou školu byla 4. Mezi respondenty se neobjevila žádná osoba se základním vzděláním.

Graf 1 Vyhodnocení otázky č. 16



Zdroj: vlastní zpracování Zdroj: vlastní zpracování

Graf 2 Vyhodnocení otázky č. 17



Zdroj: vlastní zpracování

Prvním respondentem řízeného strukturovaného rozhovoru byla žena paní J. W., věk 65+, vysokoškolského vzdělání, která je již 8 rokem trvale žijící ve Španělském regionu Valencie v oblasti Torrevieja. Původním povoláním je ekonomka a učitelka ekonomických předmětů. Žije v místě, kde je velká kumulace českých rodin, které v okolí místa Torrevieja vlastní

nemovitosti, ale využívají je převážně jako rekreační objekty v letní sezoně. Paní J. W. této komunitě pomáhá s orientací v novém prostředí a udržuje v rámci české skupiny společenské kontakty a souhlasila s tím, že zodpoví několik otázek.

Druhým dotazovaným je J. P. muž 35 let, ženatý, otec 2 malých dětí, pochází z Prahy a má vystudován obor číšník na střední hotelové škole. Pracoval mnoho let jako vedoucí číšník v malém rodinném pivovaru a vedoucí lobby baru hotelu Corinthia Towers. Momentálně pracuje jako řidič ve filmovém průmyslu.

6.4 Průběh výzkumu

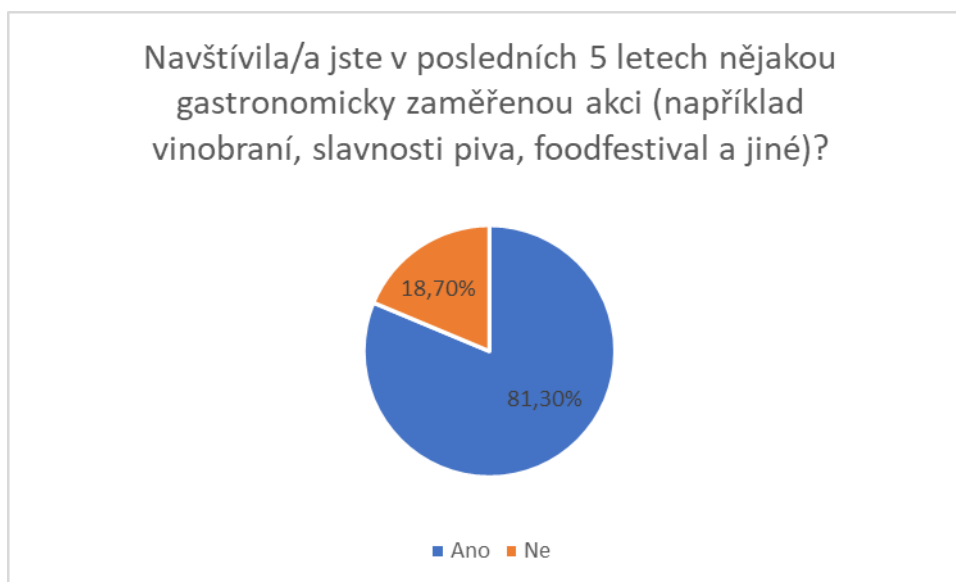
Pro dosažení výzkumného cíle byl připraven dotazník, který obsahoval 18 otázek. Objevovaly se otázky s jednou správnou odpovědí, s více správnými odpověďmi a také otevřené otázky. Přibližná doba vyplňování byla stanovena na 5 minut. Dotazník byl založen přes webovou aplikaci Click4Survey. Dotazník byl distribuován elektronickou formou – zasláním a sdílením odkazu na elektronický dotazník. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 123 osob, věkového rozmezí 18-55 a více let. Celé znění dotazníku je přiloženo do přílohy č. 1 diplomové práce.

Pro strukturovaný rozhovor na téma gastroturismu, byli vybráni dva dotazovaní. První respondent žijící ve Španělském regionu Valencie v oblasti Alicante, druhý dotazovaný žijící ve Středočeském kraji. Rozhovor byl veden osobně a byl zaznamenán zvukově, vzorky odpovídaly na připravené otázky tazatelky. Podařilo se tak dotazováním získat potřebné informace k výzkumu. Tato metoda je typická pro sociální výzkumy. Přímý kontakt také umožnil vidět pocity dotazovaných, tyto pocity u písemné formy dotazníku není možné získat a zachytit. Z pohledu tazatelky v osobním kontaktu je výhodou, že při vedení rozhovoru je možné posoudit, zda dotazovaný odpovídá pravdivě na kladené otázky, nebo jaký u daného tématu má dotazovaný pocit.

6.5 Interpretace výsledků

6.5.1 Dotazníkové šetření

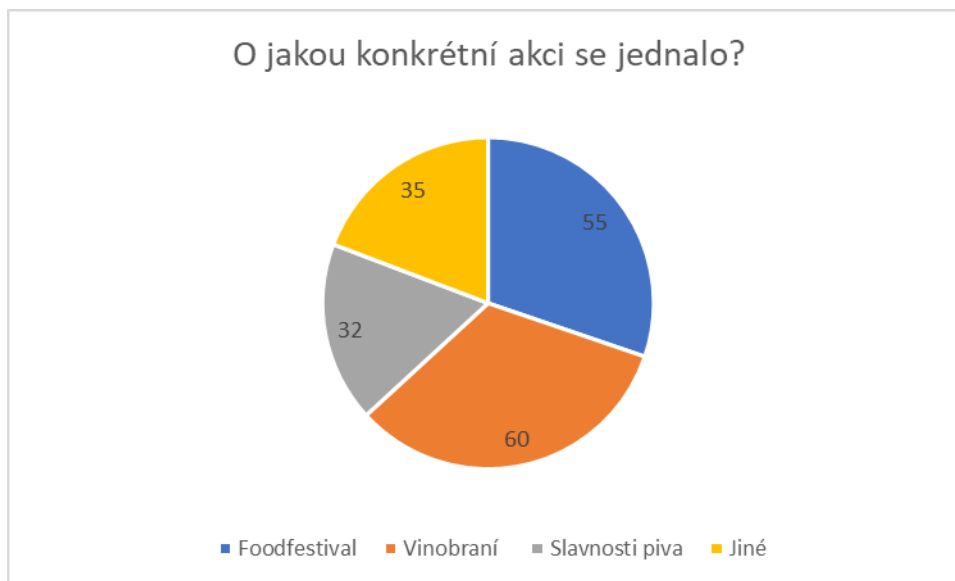
Graf 3 Vyhodnocení otázky č. 1



Zdroj: vlastní zpracování

Z celkového počtu 123 respondentů navštívilo v posledních pěti letech nějakou gastronomicky zaměřenou akci (například vinobraní, slavnosti, foodfestival a jiné) 100 respondentů. 23 dotazovaných se v posledních pěti letech žádné gastronomicky zaměřené akce nezúčastnilo.

Graf 4 Vyhodnocení otázky č. 2



Zdroj: vlastní zpracování

Druhá otázka umožňovala více možných odpovědí. Nejčtenější gastronomicky zaměřenou akcí, které se dotazovaní zúčastnili bylo vinobraní (celkem 60 odpovědí). Druhou nejnavštěvovanější akcí byly foodfestivaly (55 odpovědí). Pivních slavností se zúčastnilo 32 respondentů. Možnost „jiné“ vybralo 35 účastníků dotazníkového šetření. Tato možnost zahrnovala nejčastěji odpovědi jako pouť, vánoční trhy, Prosecco festival apod.

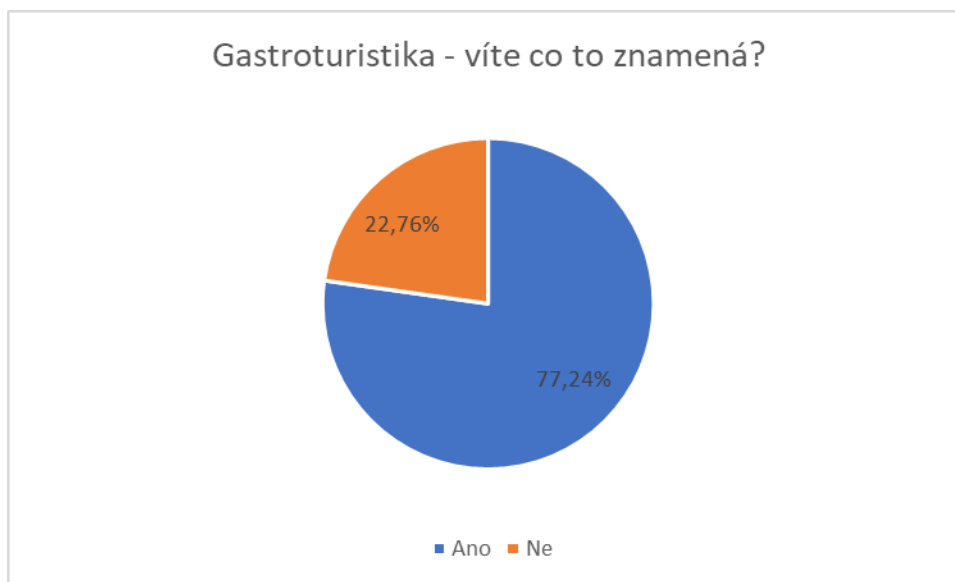
Graf 5 Vyhodnocení otázky č. 3



Zdroj: vlastní zpracování

72,36 % respondentů (tj. 89 osob) se zúčastnilo gastronomické akce ve Středočeském kraji. Zbýlých 27,64 % (34 osob) se v posledních 5 letech vypravilo za gastroturismem mimo Středočeský kraj.

Graf 6 Vyhodnocení otázky č. 4



Zdroj: vlastní zpracování

Pojem gastroturistika je známý pro 95 respondentů z celkového počtu 123. Zbýlých 34 osob se s pojmem gastroturistika nesetkalo.

Graf 7 Vyhodnocení otázky č. 5



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otevřené otázky „Gastroturistika je...“ bylo zjistit, zda respondenti správně chápou pojem gastroturistika. 95 dotazovaných na tuto otázku odpovědělo správně. 28 respondentů většinou odpovědělo nesprávně nebo „nevím“.

Graf 8 Vyhodnocení otázky č. 6



Zdroj: vlastní zpracování

Celkem 77,24 % respondentů, tj. 95 osob, odpovědělo na otázku „Můžete uvést některá místa ve Středočeském kraji, kde se nacházejí vinice?“ – Mělník. Patnáct dotazovaných uvedlo jako místo, kde se ve Středočeském kraji nachází vinice – Kutnou Horu. Pět respondentů do dotazníku odpovědělo – Karlštejn. Celkem 5krát se objevila odpověď nevím. Necelá tři procenta, tj. 3 respondenti, uvedla Prahu.

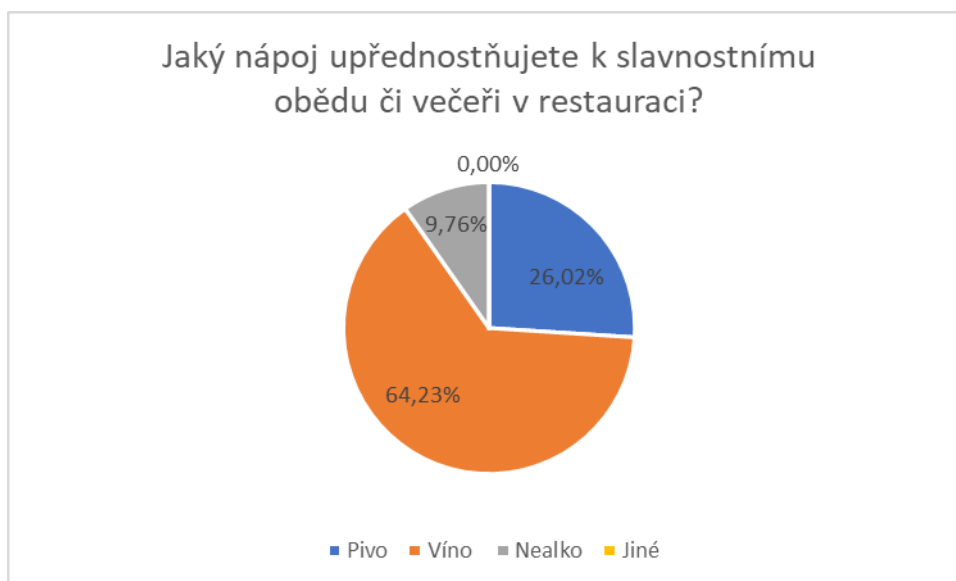
Graf 9 Vyhodnocení otázky č. 7



Zdroj: vlastní zpracování

Vinobraní Mělník zvolilo 78 respondentů jako odpověď na otázku „Jaké slavnosti vína se ve Středočeském kraji konají. 34 dotazovaných uvedlo vinobraní obecně. Pět dotazovaných odpovědělo „nevím“. Tři účastníci dotazníkového šetření napsali možnost Vinobraní Sv. Klára. Ve stejné četnosti se objevilo i Vinobraní Kačina.

Graf 10 Vyhodnocení otázky č. 8



Zdroj: vlastní zpracování

Ze 123 dotazovaných 78 osob upřednostňuje ke slavnostnímu obědu či večeři v restauraci víno. 32 respondentů upřednostňuje pivo a 12 účastníků dotazníkového šetření nealkoholické nápoje.

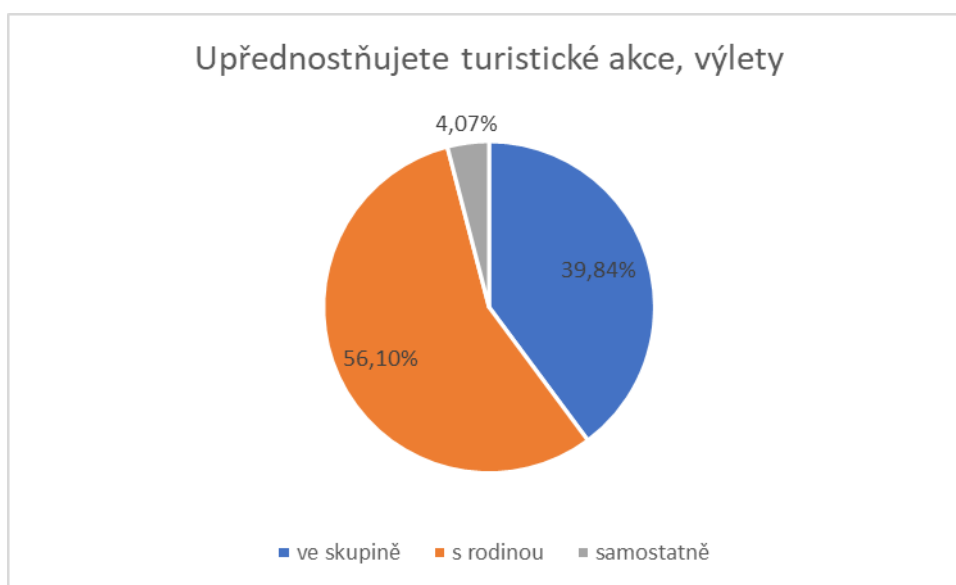
Graf 11 Vyhodnocení otázky č. 9



Zdroj: vlastní zpracování

Za gastronomickým zážitkem jezdí do určité destinace 36,59 %, tj. 45 respondentů. 78 dotazovaných do určité destinace za gastronomickým zážitkem nejedí.

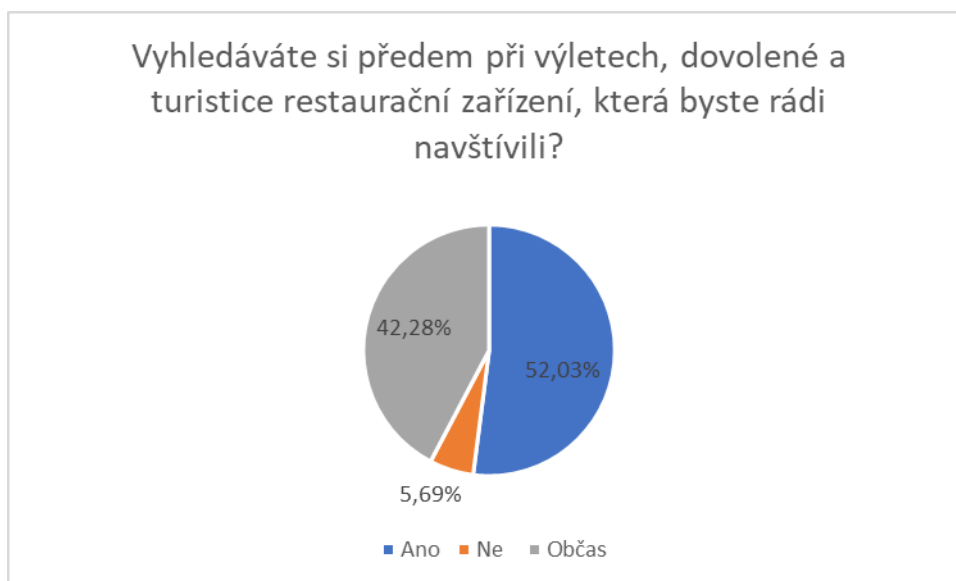
Graf 12 Vyhodnocení otázky č. 10



Zdroj: vlastní zpracování

Většina dotazovaných upřednostňuje turistické akce a výlety s rodinou (celkem 69 osob). Druhou nejčtenější odpovědí byla zvolena možnost „ve skupině“ (49 respondentů). Pět účastníků dotazníkového šetření preferuje výlety a turistické akce

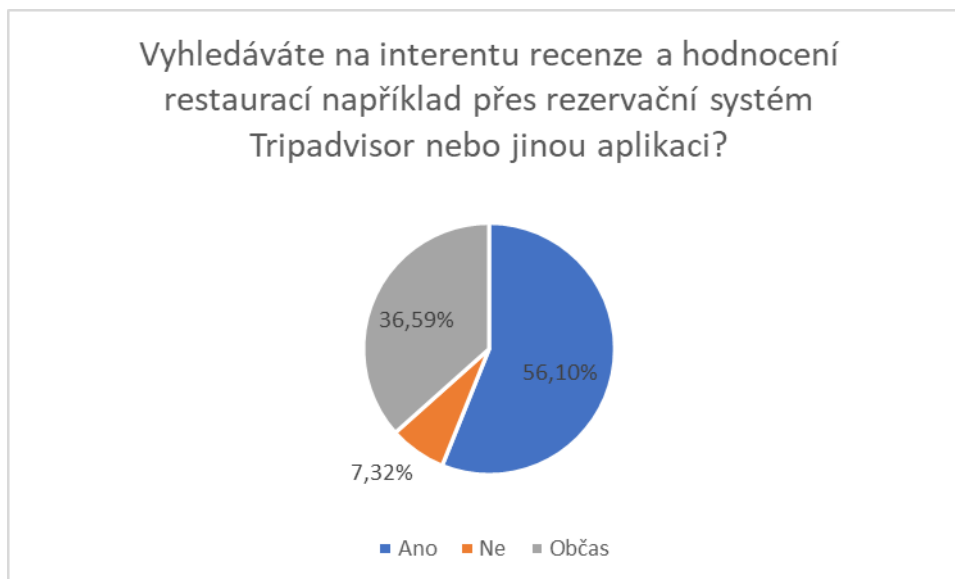
Graf 13 Vyhodnocení otázky č. 11



Zdroj: vlastní zpracování

64 respondentů, tj. více než polovina dotazovaných, si vyhledává předem při výletech, dovolené a turistice, restaurační zařízení, která by rádi navštívili. Restaurace si občas vyhledává předem 52 dotazovaných. 7 osob ze 123 respondentů si předem při výletech a dovolených restaurační zařízení nevyhledává.

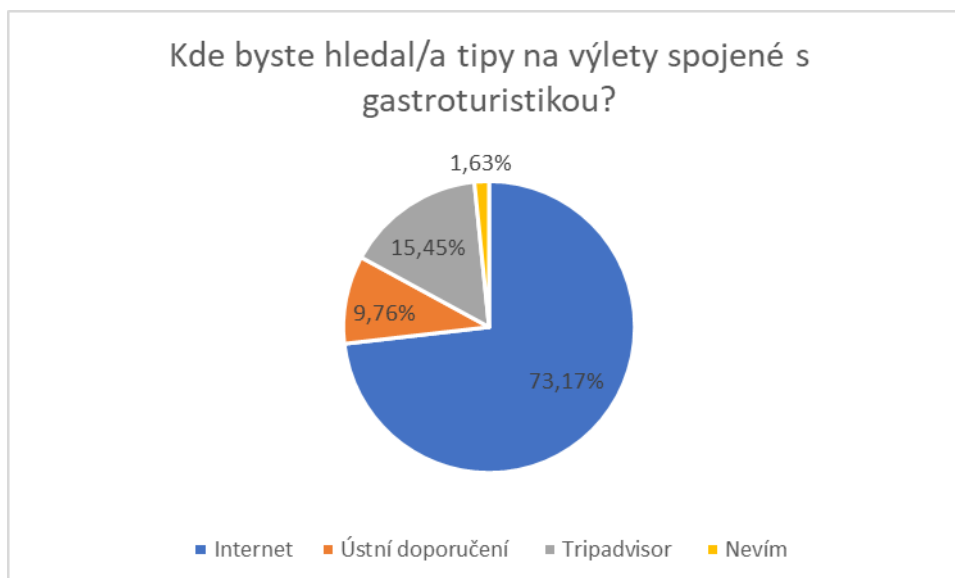
Graf 14 Vyhodnocení otázky č. 12



Zdroj: vlastní zpracování

Rezervační systém Tripadvisor nebo jinou aplikaci, která je určena pro vyhledávání recenzí a hodnocení používá 69 respondentů. 45 dotazovaných občas vyhledává na internetu recenze a hodnocení a recenze restaurací. 9 respondentů ze 123 oslovených tyto služby nevyužívá.

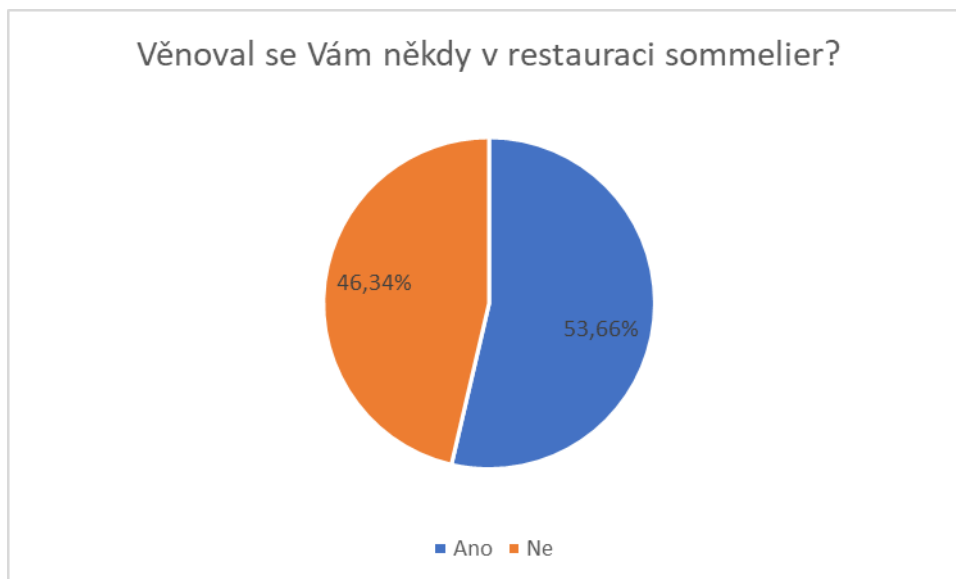
Graf 15 Vyhodnocení otázky č. 13



Zdroj: vlastní zpracování

Jako nejčastější prostředky, k získání tipů na výlety spojené s gastroturistikou, účastníci dotazníkového šetření uvedli internet (90 odpovědí), Tripadvisor (19 odpovědí), ústní doporučení (12 odpovědí). Dvakrát se objevila odpověď „nevím“.

Graf 16 Vyhodnocení otázky č. 14



Zdroj: vlastní zpracování

66 respondentům se věnoval v restauraci sommelier. 57 dotazovaných zatím nikdy tuto službu nevyužilo.

Graf 17 Vyhodnocení otázky č. 15



Zdroj: vlastní zpracování

Téměř 90 % respondentů, tj. 110 dotazovaných je ochotno zakoupit si v restauraci kvalitní víno na doporučení odborníka. Zbýlých 13 by si kvalitní víno na doporučení odborníka nezakoupilo.

6.5.2 Strukturovaný rozhovor

RESPONDENT J. W.

1. Co si představujete pod pojmem gastroturistika?

„Poznávací cesty za účelem objevování cizích kuchyní.“

2. Znáte termín Eno nebo enogastroturistika?

„Ne.“

3. Stala jste se duchem a iniciátorem setkávání české komunity v této oblasti, můžete skupinu popsat? Kolik čítá osob, v jakých věkových kategoriích. Jakým způsobem mezi sebou ve skupině komunikujete?

„Skupina bývá různě velká, podle toho, kolik osob zrovna přijelo do svých letních domovů nebo jsou to malé skupinky přátel. Velkých setkání Čechů se účastní hlavně mladší lidé, cca 30-40 let. V posledních letech se svoláváme zejména přes Whatsapp, kde máme vytvořenou skupinu. S mými vrstevníky se setkáváme zejména na jaře a na podzim. Je nás většinou kolem 10 osob.“

4. Pro setkání většinou právě vy navrhujete místa, kde se sejdete. Často se jedná o společné obědy nebo večere. Jakým způsobem cíle setkání restaurace vybíráte? Prohlížíte webové stránky gastronomických zařízení a předem se díváte do jídelních lístků?

„Prohlížím si webové stránky, většinou reklamy a recenze na stránkách města, nebo na alternativních webových stránkách, které jsou určeny zejména pro turisty a zahraniční návštěvníky, kteří sem přijíždějí. Tento web je primárně v anglickém jazyce. Hledám zejména hodnocení a názory hostů. Vybírám si podle toho, které jídlo mě něčím zaujme (třeba proto, že ho vůbec neznám a ráda bych toto ochutnala, nebo že ho někdo chválí, a zejména má opakovaně příznivé recenze, jídlo i podnik. Samozřejmě se následně dívám i do jídelních lístků a podle a sleduji ceny.“

5. Na jakém portálu hledáte inspiraci k návštěvě určité restaurace?

„Tripadvisor, Google, Thefork. Už mám své postupy.“

6. Co je pro vás rozhodující při výběru?

„Cena, oblíbená jídla a novinky. Protože zde žijeme jako důchodci, snažíme se zde vyjít právě s důchody, abychom nemuseli sahat do finanční rezervy. Podobně jako my nejsou ani další naši vrstevníci příliš rozhazovační a snaží se pořídit kvalitu za rozumnou cenu. Dobré Menu del día se dá pořídit většinou od 9 euro do 15 euro. Jsou samozřejmě ještě vyšší ceny, ale toto rozpětí je pro nás únosné.“

7. Mohla byste porovnat ceny jídla v restauracích ve Španělsku a v České republice?

„V Čechách jsou levnější menička než tady Menu del día. Mám na mysli srovnatelné Menu del día a Poledním menu. V Čechách tato forma, kromě poledního menu, není běžná. Pokud vycházím z toho, že v Čechách jsem zaznamenala polední menu kolem 100-120 Kč, Menu del día je ve Španělsku cenově dvojnásobné. Většinou však obsahuje tři chody: předkrm, hlavní jídlo a moučník, občas navíc i nápoj nebo kávu. Samozřejmě, že moje postřehy jsou z přímořské turistické oblasti, neznám situaci ve vnitrozemním venkově. Objednat si lze také na základě jídelního lístku. Nabídku z jídelních lístků nemůžu porovnat, protože ceny jsou různé. Ale objednat si samostatně předkrm, hlavní jídlo, moučník a nápoje je ve srovnání s Menu del día nevýhodné a mnohem dražší.“

8. Jaký je cenový rozdíl mezi jídlem v restauraci a nákupem surovin, ze kterých uvaříte doma?

„Velký. Určitě bychom se nemohli stravovat pouze v restauracích. V průměru jsou zde ceny nepatrně vyšší než v maloobchodní síti v Čechách. Něco je dražší, něco je levnější.“

9. Při návštěvě restaurace jsou důležité i nápoje. Je ve Španělsku běžné, že personál nabízí k jídlu vhodné nápoje, zejména vína?

„Ano. Nabídka nápojů obsahuje sortiment, na jaký jsme zvyklí. Nealko, víno a pivo. Pivo je zde také velmi žádané a oblíbené, určitě není na pokraji zájmu. Stalo se dalším oblíbeným nápojem. Velká nabídka různých značek místních i dovozových je i v běžné

obchodní síti. Pivo se zde prodává jako u nás ve skle i v plechu. Místní piva ve skle však mají objem 1 litr.“

10. Navštěvujete restaurace a vinárny převážně v místě, nebo i v okolí, kam je třeba se dopravit?

„V místě častěji. Chodíme na oblíbená jídla. Méně často zkoumáme nové možnosti dále od Torrevieji. Protože se jedná o poměrně velké přímořské město blížící se v sezóně až ke 100 000 obyvatel, a rozkládá se podél pobřeží, je nutné se i v rámci města dopravit na místo setkání, autem nebo veřejnou dopravou.“

11. Tyto kulinařské zážitky vyhledáváte pravidelně, občasné nebo náhodně jako doplnění jiných aktivit?

„Občasné. Jak již jsem říkala, jedná se o příležitost setkat se v příjemné skupině kamarádů, pohovořit, popít, posedět. Vyjíždíme také na jiná i vzdálenější místa, ale tam bereme stravování jako doprovodnou věc. Není to cíl cesty.“

12. Město Torrevieja je známé pořádáním různých gastronomických akcí, soutěží a vzdělávání v kuchařských dovednostech. Byla jste někdy na některou z těchto akcí, pokud byla možná přítomnost veřejnosti?

„V současné době probíhá akce na pomoc cestovnímu ruchu, tzv. Bono consumo. Na vybraných místech si lze zakoupit voucher v minimální hodnotě 100 euro, který lze následně zhruba do konce června uplatnit ve vybraných prodejnách a restauracích. 50 % na tento poukaz se přispívá z obecního rozpočtu. V podstatě to je tak, že za 100 euro, získáte poukázky v hodnotě 200 euro, které pak uplatníte. Místní radnice se opravdu stará o rozvoj cestovního ruchu a gastronomie. Vyhlašují se různé soutěže. Já sama jsem se zúčastnila přehlídky tzv. Reute tapas. Nyní po překonání covidových opatření se aktivity v tomto směru opět rozjely. Místní pohostinství se zapojí do soutěže Zlatá vidlička (Gold Forks 2022), ze které je pak sestaven žebříček nejlepších. Soutěž Silver Shaker 2022 je určena pro noční kluby a podniky s nočním provozem a programy. Stravovací zařízení jsou za dobrou práci a karierní rozvoj oceňovány Bandeja de plata 2022.“

13. Navštívila jste někdy v okolí ve vinařské oblasti nějaký sklep (bodega)?

Případně znáte některý, který byste ráda navštívila?

„Nemám ráda víno, takže ne. Ale přátelé běžně mají oblíbené vinné sklepy, kam jezdí nakupovat víno. Já si ráda dám Tinto de verano. Je to nápoj, který obsahuje červené víno a je nařazený limonádou.“

14. Mezi gastronomické akce se řadí i farmářské trhy. Jaká mají specifika mají trhy v místě a okolí Torrevieja, případně, zda zahrnují i stravovací příležitosti?

„Farmářské trhy jsou většinou součástí Mercadillo, většinou se v jedné části prodává oblečení a průmyslové zboží a ve druhé ovoce, zelenina, vejce, masné výrobky a sýry. Největší trh je blízko Guardamaru a je možné tam vyzkoušet i různé typy kuchyní. Od kubánských, mexických, přes německé až po českou kuchyni.“

15. Jak celkově hodnotíte příležitosti společenského vyžití a stravování v letovisku a pokud by to bylo ve vaší kompetenci, co byste v tomto směru zlepšila?

„Ve městě Torrevieja a všude v okolí je spousta možností společenského vyžití a různorodé nabídky zahraničních kuchyní, což vyplývá již z primárního určení města jako dovolenkové destinace. A co bych zlepšila? Zavedla bych České dny nebo Czech street food.“

RESPONDENT J. P

- 1. Víím, že jste absolventem SOU gastronomie a společného stravování a máte mnohaletou praxi v pohostinství. Kontinuita práce v tomto oboru byla narušena situací v souvislosti s Covidem 19, kdy jste si našel zaměstnání/podnikání mimo obor. Přesto určitě sledujete vývoj a situaci v gastronomii, ev. v gastroturistice.**

„Ano to stále sleduji.“

- 2. Moje první otázka se týká enogastronomie ev. enogastroturistiky. Můžete mi popsat vaše poznatky z těchto oborů?**

„Z mého pohledu se jedná o příležitosti, při kterých je sestavován takový pořad jídel, kde se vyhledává k podávaným pokrmům vhodný nápoj, v tomto případě víno. Takové příležitosti můžeme hledat mezi tradičními oslavami jako jsou svatby, životní jubilea, podniková setkání, slavnostní společenské akce, rodinné i oficiální. Sestavení speciálního menu pro tyto příležitosti není v gastronomii nic až tak nového. Studenti hotelových škol a středních odborných učilišť společného stravování se základy učí ve škole. Vzpomínám si například na tradiční učebnici Stolničení od Gustava Salače, který se věnuje vhodným kombinacím jídel a nápojů. Základy určitě máme všichni – bílé k bílým masům, červené k červeným, růžové lze zvolit. Mluví se tam také o vhodných aperitivech a digestivech a dalších zásadám stolničení, které platí dodnes a žádný autor ještě tuto učebnici nepřekonal. Souhrnně vzato, návrh menu pro slavnostní příležitost zpracovává vždy odborník, který navrhne pokrmy a ty doplní vhodným nápojem/vínem. To je asi v tomto oboru nejrozšířenější.“

- 3. Není to již přece jenom moc velká klasika? Co nějaké moderní trendy?**

„Bezesporu nové trendy jsou. Napadá mě větší zájem o obor sommeliér. Pořádány jsou různé kurzy, školení, a to jak prodejci vína, vinotékami i odbornými a zájmovými společnostmi. Rozšiřuje se výběr vína, ale i nových pokrmů a hledá se jejich spárování tak, aby přinášely opravdu gastronomický zážitek. Vína jak tuzemské výroby, tak vína z dovozu plní regály obchodních center, specializovaných obchodů i vinoték.“

4. Odkud čerpáte informace o gastronomických akcích, eventuálně reference o nich?

„Každopádně z internetu, dříve jsem si kupoval i časopisy s touto tematikou, které přinášely ucelené informace v tištěné formě, ale dnes už vše elektronicky například různé recenze na restaurace určitě vyhledám na internetu, vždy vyhledám název restaurace a nějaké hodnocení od uživatelů, často koukám na Trip Advisor a jeho hodnocení, dost mě také baví různé food blogy například Lukáše Hejlíka. O nových trendech a vůbec informacích co je v gastronomii nového při volném čase vyhledávám například na webových stránkách Svět gastronomie hotelnictví obchodu nebo Gastro a hotel. Zde najdu vše, co potřebuji i když teď pracuji v jiném oboru na gastro jsem určitě nezanevřel a nevyklučuji, že se k němu zase jednou vrátím. Je to má srdeční záležitost. Pokud hledám nějakou akci, kterou chci navštívit i s rodinou a dětmi využívám i Kudy z nudy. Děti přece jenom chtějí i jiný program než jít sedět někam do restaurace. Samozřejmě gastronomické akce navštěvujeme, máme oblíbený třeba Burger fest nebo Farmářské trhy, kde podle období nabízí různé speciality.“

5. Jaké druhy restaurací a kuchyní preferujete?

„Poslední dobou nemám úplně vyhraněné nároky na restaurace nebo nevyhledávám pouze určitý druh. Pro mě s rodinou restaurace musí být hlavně příjemná, čistá, musí tam dobře vařit a podávat dobré nápoje a určitě příjemná obsluha. To jsou požadavky, které si myslím vyhledává dnešní době každý zákazník nejenom lidé z oboru. Ale z kuchyní máme rádi Italskou kuchyni Pizza je vždy sázka na jistotu nebo i Asijská kuchyně, ale je pravdou, že pokud jsme někde na výletě nebráníme se i české klasice. Ale přiznávám, že si opravdu vyhledám oblast nebo místo kam jdeme a jaké restaurace, kavárny, cukrárny atd v místě jsou. Samozřejmě máme i své oblíbené restaurace, které často navštěvujeme je to taková sázka na jistotu.“

6. Co je pro Vás podstatné při výběru jídla a nápoje v restauraci?

„Tak tohle dost ovlivňuje fakt, jestli jdeme s manželkou sami dva nebo s dětmi. Pokud jdeme sami určitě jdeme do restaurace, kde se nám bude někdo věnovat a dopřejeme si lepší jídlo i nápoje. Máme prostě čas, který jdeme strávit posezením v příjemném prostředí a užít si gastronomický zážitek z dobrého jídla a pití. Měl bych asi podotknout,

že manželka je také z gastronomie, takže my si to opravdu užíváme tu péči, radu, výběr a není nám líto připlatit si za kvalitu. Je pravdou, že s dětmi to je o něčem, jiném tam volíme spíše rychle připravená jídla a jídla co víme, že jim chutnají. Od toho se vše odvíjí. Takže většinou už cíleně jdeme na pizzu nebo na českou hotovku. Hodně také dáme na doporučení od přátel, protože nejlepší reklamou provozovny je Hele my byli na obědě, tam si zajděte super gulášek a svíčková pivko jako křen. To se pak už těšíme, že to zajdeme také zkusit. Pokud se ptáte na výběr pokrmů a nápoje, každopádně jsme zastánci toho, že to musí chuťově ladit. Asi jsme s manželkou ovlivněni tou gastronomickou výchovou už od školy, kde nám vštěpovali kulturu stolování a zároveň jaké chutě k sobě pasují. Určitě bychom si nikdy neobjednali v restauraci ke kachně se zelím bílé víno, prostě vždy červené víno nebo pivo tak to prostě je. Řekl bych, že kvůli covid-19 jsme začali i koukat na to jaká vína restaurace nabízí, myslím, jestli v nabídce jsou i vína od českých vinařů a suroviny z Čech od menších pěstitelů a chovatelů nás určitě také potěší.“

7. Jak hodnotíte cenovou relaci jídel a nápojů ve veřejném stravování? Co je výhodné? Jak posuzujete ceny ve srovnání s cenami v nějaké zahraniční destinaci?

„Tak jako vše podlehla i gastronomie nárustu cen, ale není se čemu divit, když vidíte ty ceny energií a surovin, co těm restauracím zbývá, že. Musí reagovat zvýšením cen pokrmů, je to zjevné, nárůst odhaduju všude tak o 15 až 20 % k původním cenám. Já například v Praze navštěvuji dlouhodobě jednu a tu samou restauraci vedle mé práce a vidím, že ze 150 korun jídlo stoupl tak na 185 korun, ale závisí to na tom, co za jídlo to přesně je. Přes obědy určitě je výhodnější zakoupit si nabízené MENU například včetně nápoje. Restaurace tímto způsobem celkem rychle zareagovaly a ve většině polední nabídku mají. Oproti zahraničí, kde hlavní jídlo stojí kolem 10-15 Euro to ještě jde. Pokud si chceme, ale dopřát něco dobrého a zajdeme třeba na steak nebo biftek cena je i v Čechách úplně někde jinde klidně i 590 korun a to jsme na úrovni zahraničních cen. Ale určitě je výhodou pokud restaurace nabízí sestavené MENU včetně nápojů i na večer. Nejenom, že za Vás udělají výběr a vhodně doplní nápoje, ale zároveň tím například představí nějaký produkt, který chtějí do budoucna nabízet. Rádi takto navštěvujeme s manželkou Mauerův Grand restaurant festival, kdy restaurace, které bychom cenově

těžko navštívili nabízejí speciálně pro tuto příležitost sestavené speciální MENU dostali jsme se tak například do restaurace Mandarin oriental nebo restaurace hotelu Four seasons. Mohu to jen doporučit.“

8. Jak posuzujete ceny ve srovnání s cenami v nějaké zahraniční destinaci?

„Už jsem to zmínil v předešlé odpovědi, určitě se vyplatí mířit na MENU, ty v zahraničí běžně fungují. Ale když vidím ceny restaurací třeba u Staroměstského náměstí, kde není problém kapučíno dostat za 160 korun. Musím říct ceny jak kde a jak za co. Pokud chcete kvalitu asi musíte počítat s tím, že si připlatíte. Zároveň s růstem cen u nás asi už nejsme tak vyškolení z vyšších cen v zahraničí a klidně si tam oběd, jako rodina dáme. Naposled jsme byli na výletě v Německu.“

9. Pokud se rozhodnete pro víno, jaké upřednostňujete a proč?

„Pokud si dáme víno určitě budeme volit takové, aby se hodilo k pokrmu, který si chceme dát. Klidně si necháme poradit, protože kdo jiný by měl znát chuťové vlastnosti pokrmu a k němu vhodného vína než místní obsluha nebo sommelier. Samozřejmě podléháme i trendům a ročnímu období tak pokud je nějaké víno zrovna v nabídce například Svatomartinské určitě neváháme a dáme si ho. Manželka má teď asi jako všechny ženy v oblíbě Prosecco, které volí většinou jako aperitiv nebo k předkrmu. Já se přiznám mám rád kvalitní chuťově plná červená vína. Nebráním se českým výrobcům. Líbí se mi, když v restauraci sledují enologii a jsou schopni mi nabídnout místní vína, která vyhrála nějaké ocenění. Taková vína rádi zkusíme a neváháme si je i při vyšší ceně ve vinotéce zakoupit domů. Naposledy jsme vyzkoušeli v restauraci Bílá kráva Pinot Noir 2019 z Krásné hory a musím říct, že mě toto Moravské víno mile překvapilo.“

10. Jakých gastronomických a gastroturistických akcí jste se zúčastnil jako host?

Jako zaměstnanec? Jaké máte zajímavé postřehy z jejich konání?

„Tak jako host si to samozřejmě užívám mnohem více než jako obsluha. V posledních letech jsem navštívil gastronomické festivaly a akce převážně v Praze. Ať už vinobraní na Pražském hradě nebo na Mělníku, tak třeba návštěva Břevnovského pivovaru. Dále už naše zmíněné oblíbené farmářské trhy, Burger fest, Chilli fest, Prague food festival. S kamarády jsem byl na Moravě ve sklípku. A co stojí za zmínku je určitě naše rodinná

večeře ve středověké krčmě v Dětenicích, to se nám celé rodině moc líbilo. S dětmi jsme ještě navštívili Prague ice cream festival. Jako zaměstnanec jsem se účastnil různých ochutnávek a školení přímo od výrobců třeba rumů nebo vín a nesmím opomenout i minipivovary. Jinak jsem fungoval jako obsluha na banketech rautech a různých slavnostních hostinách at' už ve venkovních nebo vnitřních prostorách. Určitě v paměti mám akce na Pražském hradě ve Španělském sále, musím uznat, že tam to byl gastronomický zážitek už jen v tom nádherném prostředí. Na této akci obsluhovali odborníci, kteří vytvořili MENU to je o 6 a více chodech a doplnili ho vhodnými nápoji, tedy vínem, kterého byly 4 druhy. Obsluha byla náročná protože, se skoro všechny pokrmy překládali ze stříbrných plat. Vím, že akce byla vytvořena pro jednoho výrobce luxusních automobilů. Pro mě a doufám, že i hosty to byl nezapomenutelný zážitek.

6.5.3 Statistická analýza

V této části je zkoumána dynamika vývoje zaměstnaných osob v cestovním ruchu ve Středočeském kraji. Z pohledu pozitivního interního vlivu je vyjádřena souvislost mezi cestovním ruchem a zaměstnaností v cestovním ruchu daného regionu. Jde o vliv veřejného sektoru v oblasti cestovního ruchu, kdy z makroekonomického hlediska mezi pozitivní vlivy patří tvorba pracovních míst a zvýšení nabídky práce. V období let 2020-2021 však kvůli externím vlivům s negativním dopadem, v tomto případě v důsledku pandemie covid-19, byl růst v tomto směru zpomalen.

Tabulka 1 Dynamika vývoje zaměstnaných osob v cestovním ruchu ve Středočeském kraji

| Rok | Počet zaměstnaných osob v CR ve Střed. Kraji NUTS 3 | 1. diference | 2. diference | Meziroční změna v % | Koeficient růstu |
|------|---|--------------|--------------|---------------------|------------------|
| 2010 | 21773 | ----- | ----- - | ----- | ----- |
| 2011 | 21319 | - 454 | ----- | - 2,19 | 0,9791 |
| 2012 | 20631 | - 688 | 234 | - 3,23 | 0,9677 |
| 2013 | 20448 | - 183 | - 505 | - 0,87 | 0,9911 |
| 2014 | 20593 | 145 | - 328 | 0,71 | 1,0071 |
| 2015 | 21577 | 984 | - 839 | 4,78 | 1,0478 |
| 2016 | 21829 | 252 | 732 | 1,17 | 1,0478 |
| 2017 | 21810 | - 19 | 271 | - 0,08 | 0,9991 |
| 2018 | 22164 | 335 | 316 | 1,62 | 1,0162 |
| 2019 | 22014 | - 150 | 485 | - 0,67 | 0,9932 |

Zdroj: ČSÚ a vlastní zpracování

Propočet prognózy na roky 2020, 2021 a 2022 byl proveden pomocí průměrného koeficientu růstu.

$$\bar{k} = \sqrt[n-1]{k_2 k_3 \dots k_n} = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}}$$

$$y_{2020} = 22040$$

$$22014 \times 1,0012 = 22040$$

$$y_{2021} = 22066$$

$$22040 \times 1,0012 = 22066$$

$$y_{2022} = 22092$$

$$22066 \times 1,0012 = 22092$$

Prognóza vývoje počtu zaměstnaných

Tabulka 2 Prognóza vývoje počtu zaměstnaných

| Rok | Počet zaměstnaných |
|------|--------------------|
| 2020 | 22 040 |
| 2021 | 22 066 |
| 2022 | 22 092 |

Zdroj: Vlastní zpracování

Posouzení vlivu návštěvnosti památek v oblastech, která mají fungující enoturismus a zároveň v této oblasti jsou i historické památky cestovního ruchu.

Řešení je pomocí Spearmanova koleračního koeficientu.

Tabulka 3 Hodnoty pro výpočet korelačního koeficientu dle Spearmana

| Památká | Oblast regionu | Návštěvnost památky v tis. | Vstupné na památku v Kč | Návštěvnost památek v oblasti (osob v tis.) |
|-------------------|----------------|----------------------------|-------------------------|---|
| Chrám sv. Barbory | Kutná Hora | 347 523 | 240 | 1 225 847 |
| Vlašský dvůr | Kutná Hora | 25 460 | 360 | 1 225 847 |
| Zámek Mělník | Mělník | 36 870 | 140 | 61 048 |
| Zámek Veltrusy | Mělník | 6 436 | 110 | 61 048 |
| Hrad Karlštejn | Beroun | 212 395 | 250 | 305 652 |
| Zámek Točnick | Beroun | 31 685 | 150 | 305 652 |

Zdroj: vlastní zpracování, NIPOS

Zjišťuje zda existuje korelace mezi proměnnými X a Y při testování na hladině významnosti $\alpha = 0.05$

Autorkou je stanovena nulová hypotéza, kterou nazýváme H_0 .

H_0 korelační koeficient se rovná nula.

Určení, zda existuje závislost mezi cenou vstupného a návštěvností

Výpočet pomocí Spearmanova korelačního koeficientu

Tabulka 4 Závislost výpočet

| Návštěvnost (r _i) | Cena vstupného (q _i) | Rozdíly (r _i -q _i) | D _i ² (r _i -q _i) ² |
|----------------------------------|--|--|---|
| 6 | 4 | 2 | 4 |
| 2 | 6 | -4 | 16 |
| 4 | 2 | 2 | 4 |
| 1 | 1 | 0 | 0 |
| 5 | 5 | 0 | 0 |
| 3 | 3 | 0 | 0 |
| | | | = 24 |

Zdroj: vlastní zpracování, NIPOS

$$r_{sp.} = 1 - \frac{6 \cdot \sum D_i^2}{n \cdot (n^2 - 1)}$$

$$= 0,3143$$

$$W = \{R_s: |R_s| > r_{\alpha}\}$$

$$W = \{0,3143 < 0,4351\}$$

- 1) Určení pořadí Y (r_i) - proměnná
- 2) Určení pořadí X (q_i) – vysvětlující
- 3) Vypočtené rozdíly
- 4) Vypočtené rozdíly na druhou
- 5) Počet testovacích dvojic n
- 6) Testovací kritérium dle vzorce
- 7) Porovnáme výsledek (hodnotu) s kritickou hodnotou tabulkovou
- 8) Zjištění, že naše vypočtená hodnota je nižší, než kritická hodnota

Testování proto nevyvrací 0 hypotézu H₀. Mezi cenou a návštěvností neexistuje korelační závislost.

Určení, zda existuje závislost na počtu návštěv dané oblasti

Tabulka 5 výpočet závislosti na počtu návštěv

| Návštěvnost (r ₂) | Návštěvnost oblasti (q ₂) | Rozdíly (r ₂ -q ₂) | D ₂ ² (r ₂ -q ₂) ² |
|----------------------------------|---|--|---|
| 6 | 5,5 | 0,5 | 0,25 |
| 2 | 5,5 | -3,5 | 12,25 |
| 4 | 1,5 | 2,5 | 6,25 |
| 1 | 1,5 | -0,5 | 1 |
| 5 | 3,5 | 1,5 | 2 |
| 3 | 3,5 | -0,5 | 3 |
| | | | = 24, 75 |

Zdroj: vlastní zpracování, NIPOS

$$r_{sp.} = 1 - \frac{6 \cdot \sum D_i^2}{n \cdot (n^2 - 1)}$$
$$= 0,2928$$

$$W = \{R_s: |R_s| > r_{\alpha}\}$$

$$W = \{0,2928 < 0,4351\}$$

- 1) Určení pořadí Y (r₂) - proměnná
- 2) Určení pořadí X (q₂) – vysvětlující
- 3) Vypočtené rozdíly
- 4) Vypočtené rozdíly na druhou
- 5) Počet testovacích dvojic n = 6
- 6) Testovací kritérium dle vzorce
- 7) Porovnáme výsledek (hodnotu) s kritickou hodnotou tabulkovou
- 8) Zjištění, že naše vypočtená hodnota je nižší, než kritická hodnota

Testování proto nevyvrací 0 hypotézu H₀. Mezi cenou a návštěvností oblasti neexistuje korelační závislost

Vztah mezi pohlavím a návštěvou akce

Tabulka 6 Asociační závislosti mezi pohlavím účastníka a návštěvou gastronomických akcí

| | ANO | NE | |
|------|-------|------|-------|
| MUŽI | 21 | 14 | = 35 |
| ŽENY | 79 | 9 | = 88 |
| | = 100 | = 23 | = 123 |

Zdroj: Vlastní tvorba, použita jsou data z dotazníku

H_0 = účast nezávisí na pohlaví

$N=123$

Využit byl Chí- kvadrát test

$$\chi^2 = \frac{n(ad - bc)^2}{(a+b)(a+c)(b+d)(c+d)}$$

Je-li $\chi^2 > \chi^2_{\alpha(k-1)(m-1)}$ nulovou hypotézu o nezávislosti zamítáme

Kritický obor $K = 3,841 \quad 14,6004 = (2-1) \cdot (2-1) = \chi^2_1 (\alpha 0,05)$

H_0 se zamítá

Na hladině významnosti $\alpha 0,05$ se prokázalo, že pohlaví a účast na sobě závisí.

Síla závislosti je posouzena pomocí asociačního koeficientu

Koeficient asociace $V = \frac{ad - bc}{\sqrt{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}}$

$$|V| = \sqrt{\frac{\chi^2}{n}}$$

$$V = - 0,3445$$

Jedná se o nepřímou středně silnou závislost.

Pomocí kontingenční tabulky vy hodnotíme otázku, zda znalost gastroturismu souvisí s výší (dosaženým) vzdělání.

Tabulka 7 Kontingenční tabulka závislosti vzdělání a znalostí gastroturismu

| | Znalost | Částečná znalost | Neznalost | |
|-----|----------------|------------------|-----------|------|
| VŠ | 15,4797 | 9,3984 | 43,1221 | = 68 |
| SŠ | 12,5203 | 7,6016 | 34,8780 | =55 |
| VOŠ | Sloučeno se SŠ | Sloučeno se SŠ | | |
| | | | = | |

Zdroj: Vlastní tvorba, použita jsou data z dotazníku

H₀= dosažené vzdělání a znalost gastroturismu spolu nezávisí

N = 123

Testové kritérium:

χ^2 test pro nezávislost

$$\chi^2 = \sum \sum \frac{(n_{ij} - n_{oj})^2}{n_{oj}} ; \text{je-li } \chi^2 > \chi^2_{\alpha(k-1)(m-1)} \text{ nulovou hypotézu o nezávislosti zamítáme}$$

$$\chi^2 = 6,4324$$

Kritický obor K = 5,991

H₀ se zamítá

Na hladině významnosti $\alpha 0,05$ se prokázalo, že dosažené vzdělání a znalost gastroturismu na sobě závisí.

Síla závislosti je posouzena pomocí Pearsonova koeficientu kontingence

$$\text{Pearsonův koeficient } C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}}$$

$$C = 0,223$$

Jedná se o slabou závislost

Počty pořádaných akcí ve vybraných destinacích regionu Středních Čech, ve kterých je prokazatelný enoturismus v letech 2017-2022.

Destinace Mělník

Tabulka 8 Počty akcí gastroturismu a enoturismu / oblast Mělník

| Název akce | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| Vinobraní a akce spojené s enoturismem | 2 | 3 | 4 | 4 | 0 | 4 |
| Trhy Farmářské Vánoční Velikonoční Jarmarky | | 8 | 10 | 10 | 30 | 45 |
| Food festivaly | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Degustace | | 1 | 2 | 0 | 8 | 12 |
| Pivní festivaly | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| Muzea s gastro tematikou | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| soutěže | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Kurzy a školení | | | | | | |
| Nabídka prohlídky památek spojené s vinařstvím | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Ostatní | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Součet | 17 | 28 | 32 | 28 | 52 | 79 |

Zdroj: Vlastní zpracování

Vyhodnocení naleznete v kapitole 7.1.5

Destinace Kutná Hora

Tabulka 9 Počty akcí gastroturismu a enoturismu / oblast Kutná Hora

| Název akce | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| Vinobraní a akce spojené s enoturismem | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| Trhy Farmářské Vánoční Velikonoční Jarmarky | 4 | 6 | 12 | 16 | 16 | 30 |
| Food festivaly | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| Degustace | 6 | 6 | 5 | 8 | 8 | 12 |
| Pivní festivaly | 2 | 2 | 3 | | | 3 |
| Muzea s gastro tematikou | 1 | 1 | 12 | 15 | 17 | 19 |
| soutěže | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Kurzy a školení | 3 | 3 | 5 | 6 | 7 | 7 |
| Nabídka prohlídky památek spojené s vinařstvím | 12 | 13 | 16 | 17 | 12 | 16 |
| Ostatní | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| Součet | 34 | 38 | 59 | 71 | 65 | 96 |

Zdroj. Vlastní zpracování

Vyhodnocení naleznete v kapitole 7.1.5

Destinace Karlštejn / Berounsko

Tabulka 10 Počty akcí gastroturismu a enoturismu / oblast Berounsko - Karlštejn

| Název akce | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| Vinobraní a akce spojené s enoturismem | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Trhy Farmářské Vánoční Velikonoční Jarmarky | 0 | 8 | 10 | 10 | 30 | 45 |
| Food festivaly | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| Degustace | | 1 | 2 | | 8 | 12 |
| Pivní festivaly | 1 | 1 | 1 | | | 2 |
| Muzea s gastro tematikou | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| soutěže | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Kurzy a školení | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Nabídka prohlídky památek spojené s vinařstvím | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Ostatní | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Součet | 17 | 28 | 32 | 28 | 52 | 79 |

Zdroj. Vlastní zpracování

Vyhodnocení naleznete v kapitole 7.1.5

6.5.4 Komparace provincie Alicante a Středočeského kraje

V následující komparaci, jsou porovnávány základní údaje regionů, která jsou v číselné hodnotě. Další kritéria jsou vyjádřena kladnou odpovědí ANO, zápornou odpovědí NE.

Tabulka 11 Komparace

| Hodnotící kritéria | Alicante | Středočeský kraj |
|--|---------------|------------------|
| Rozloha | 5 816 km | 10 925,5 km |
| Počet obyvatel | 1 891 477 | 1 397 997 |
| Hustota zalidnění | 325,2 obyv/km | 200 obyv/km |
| Výměra vinic | 10 379 ha | 332 ha |
| Zapojuje se provincie/kraj do propagace gastroturismu | ANO | ANO |
| Pořádají vinařství akce enoturismu a gastroturismu pro veřejnost | ANO | ANO |
| Existence vinných stezek | ANO | ANO |
| Existence značky regionální potravina | ANO | ANO |
| Existence Farmářských trhů | ANO | ANO |
| Existence regionálních receptur | ANO | ANO |

Vyhodnocení komparace naleznete v kapitole 8.1.4

7 Výsledky a diskuse

7.1 Výsledky výzkumu

Pomocí získaných dat z dotazníku, rozhovoru a vlastního pozorování byly zjištěny výsledky, které jsou postupně rozebrány v dalších podkapitolách

7.1.1 Vyhodnocení dotazníku

Na výzkumné testové otázky bylo zodpovězeno:

Více než polovina dotazovaných zná termín gastroturistika.

Více než polovina dotazovaných se cíleně nebo příležitostně účastní gastroturistiky.

Více než polovina dotazovaných se v posledních 5 letech zúčastnila gastronomické akce.

Více než polovina dotazovaných se účastní vinobraní nebo vinařských slavností.

Více než polovina dotazovaných zná vinařské oblasti Středočeského kraje.

Informace o gastroturistice účastníci vyhledávají především na internetu.

7.1.2 Vyhodnocení rozhovoru

Tabulka 12 Vyhodnocení rozhovoru

| Otázka č. | J. W. | J. P. |
|-----------|------------------|----------------------|
| 1. | Ano | Ano |
| 2. | Ne | Ano |
| 3. | doprovodně | cíleně |
| 4. | internet | Internet, doporučení |
| 5. | Cena, oblíbenost | Atmosféra, |

| | | |
|----|----------------------------|----------------------------|
| | | dobrá kuchyně |
| 6. | Španělsko je dražší než ČR | Zahraničí je dražší než ČR |

Zdroj. Vlastní zpracování

7.1.3 Vyhodnocení statistické analýzy

- **Komentář k 1. diferenci a meziroční změně:**

1. diference vyjadřuje nárůst nebo pokles zaměstnaných osob v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, mezi danými roky.

Komentář k meziroční změně, vyjadřuje meziroční změnu v procentech mezi danými roky.

Mezi rokem:

2011 a 2010 došlo k poklesu o 454 zaměstnaných, to je meziroční pokles o 2,1 %.

2012 a 2011 došlo k poklesu o 688 zaměstnaných, to je meziroční pokles o 3,23 %.

2013 a 2012 došlo k poklesu o 183 zaměstnaných, to je meziroční pokles o 0,87 %.

2014 a 2013 došlo k nárůstu o 145 zaměstnaných, to je meziroční nárůst o 0,71 %.

2015 a 2014 došlo k nárůstu o 945 zaměstnaných, to je meziroční nárůst o 4,78 %.

2016 a 2015 došlo k nárůstu o 252 zaměstnaných, to je meziroční nárůst o 1,17 %.

2017 a 2016 došlo k poklesu o 19 zaměstnaných, to je meziroční pokles o 0,08 %.

2018 a 2017 došlo k nárůstu o 335 zaměstnaných, to je meziroční nárůst o 1,62 %.

2018 a 2019 došlo k poklesu o 150 zaměstnaných, to je meziroční pokles o 0,67 %.

- **Komentář k prognóze vývoje počtu zaměstnaných osob v cestovním ruchu Středočeského kraje.**

Při normální dynamice vývoje:

V roce 2020 bylo možné počítat s počtem zaměstnaných osob v počtu 22 040.

V roce 2021 bylo možné počítat s počtem zaměstnaných osob v počtu 22 066.

V roce 2022 je možné počítat s počtem zaměstnaných osob v počtu 22 092.

V prognóze let 2020, 2021 a 2022 se tedy počítá s mírným nárůstem počtu zaměstnaných osob v cestovním ruchu. Překážkou plánovaného růstu se stala pandemie covid-19. Ta zasáhla do celkového vývoje cestovního ruchu, tedy i do vývoje počtu zaměstnaných osob. Cestovní ruch vykazuje celorepublikově pokles v počtu zaměstnaných osob v cestovním ruchu za rok 2020 o 7,3 %. K poklesu tedy došlo i u Středočeského kraje.

- **Komentář k určení závislosti na ceně a návštěvnosti památek / oblasti.**

U obou případů byla H_0 potvrzena, jako pravdivé tvrzení. Tedy, že neexistuje závislost.

- **Komentář k určení závislosti pohlaví a účasti na gastroturistických akcích.**

Na hladině významnosti $\alpha=0,05$ se prokázalo, že pohlaví a účast na sobě závisí.

- **Komentář k určení závislosti dosaženého vzdělání a znalostí gastroturismu.**

Na hladině významnosti $\alpha=0,05$ se prokázalo, že dosažené vzdělání a znalost gastroturismu na sobě závisí.

7.1.4 Vyhodnocení komparace

Vyhodnocení komparace provincie Alicante a Středočeského kraje

Rozloha – Středočeský kraj disponuje rozlohou, která je o 5109,5 km větší.

Počet obyvatel – Středočeský kraj má o 493480 obyvatel méně.

Hustota zalidnění – Ve Středočeském kraji je hustota o 125,2 obyvatel na km menší.

Výměra vinic – Velikost vinic Středočeského kraje je menší o 10047 ha.

Zapojuje se provincie/kraj do propagace gastroturismu? Oba regiony mají zapojení do propagace gastroturismu.

Pořádají vinařství akce enoturismu a gastroturismu pro veřejnost? Vinařství, která se nachází v obou regionech pořádají akce pro veřejnost.

Existují vinné stezky v regionu? Ano v obou regionech existují.

Existuje v regionu značka regionální potravina? Ano oba regiony tuto značku používají.

Existují v regionech farmářské trhy? Ano v obou regionech se trhy konají.

Existují v regionech regionální receptury. Ano v obou regionech nalezneme regionální recepturu.

7.1.5 Vyhodnocení vlastního pozorování

Při vlastním pozorování bylo zjištěno, že vinařská oblast Čechy – region středočeského kraje, má velký potenciál pro využívání gastroturismu a hlavně enoturismu. Který Kutná Hora a Karlštejnská oblast využívají více než oblast Mělnická. Ve všech třech destinacích jsou i historické památky s vysokou návštěvností, proto je zde pravděpodobnost, že

enoturismus a gastroturismus rozvíjí cestovní ruch daných destinací a regionu Středních Čech.

7.2 Diskuse

Návrhy a doporučení:

- Navrhuji seznámit veřejnost ve větším měřítku s novými metodami turistiky, zejména s gastroturistikou a enoturistikou. Termín ENO (první část složených slov mající význam víno) se již ve světě běžně používá. Toto označení používat v reklamě, v propagačních materiálech.
- Doporučuji více propagovat akce konané např. ve Středočeském kraji na sociálních sítích, Facebook, Instagram, dále využívat různé portály typu Tripadvisor nebo Booking. com apod., kde nepředstavuje zveřejnění velkou finanční náročnost na rozdíl od reklamy ve sdělovacích prostředcích a tisku.
- Myslím, že čeští vinaři by se měli inspirovat akcemi v zahraničí, v oblastech, kde je vinařství významnou složkou hospodářství, obdobně hoteliéři, kteří se prosadí zejména inovovanými nabídkami.
- Shledávám, že Gastroturistika a enoturistika je potenciálem, kterého by měly více využívat profesionální cestovní kanceláře a zařadit ve větším měřítku akce tohoto typu do své nabídky. To vyžaduje i užší spolupráci s vinaři, vinařskými obcemi, spolky, sdruženími a hoteliéři. Pokud by bylo využito tohoto potenciálu například pro organizování jednodenních akcí, např. autokarem, byl by v tomto smyslu umožněn i další nárůst příležitostí zaměstnání v cestovním ruchu.
- Návštěvy vinic a sadů by mohly oslovit i rodiny s dětmi jako jeden z cílů rodinných výletů, což by podpořilo zařazením i aktivit pro děti.

- Průvodci, kteří provádějí exkurze po vinicích a řídí ochutnávky, by měli v případě, že mají vinice k tomu vhodné prostory, nabízet i možnosti pro rodinná setkání, svatby a setkání pracovních kolektivů.
- Mým doporučením je zapojení místních gastronomických provozoven do farmářských trhů a využít tím možnost vytvořit tradici své účasti a zapojit se tím do gastronomického cestovního ruchu.

8 Závěr

Cílem diplomové práce bylo zjistit, jaké je povědomí o pojmu gastroturistika, zda je cíleně vyhledávána a zda je klíčovou aktivitou. Jako hlavní oblast zkoumání gastroturistiky byl vybrán Středočeský kraj v komparaci s provincií Alicante. Mimo gastroturistiku byla práce zaměřena také na enoturistiku, která je její součástí. Dalším cílem práce bylo také vyhodnotit vývoj počtu zaměstnaných osob v cestovním ruchu ve Středočeském kraji a vytvořit prognózu vývoje zaměstnanosti pro roky 2020-2022.

Jako výzkumné metody byly použity – dotazníkové šetření, strukturovaný řízený rozhovor, statistická analýza vývoje počtu zaměstnaných ve Středočeském kraji, asociační a kontingenční tabulky, které byly následně vyhodnoceny. Komparace Středočeského kraje a Valencijského společenství a vlastní pozorování, které se týkalo počtu pořádaných gastroturistických a enoturistických akcí mezi roky 2017 – 2022.

Teoretická východiska obsahovala důležité pojmy jako cestovní ruch, cestování, domácí a zahraniční cestovní ruch a jeho členění. Zde byly také popsány externí a interní vlivy, které působí pozitivně či negativně na ekonomii cestovního ruchu. Samostatná kapitola byla věnována gastroturismu a enoturismu, jako novým specifickým druhům cestovního ruchu. Tato témata prostupovala napříč celou diplomovou prací.

Další část byla věnována popisu gastroturismu a enoturismu Středočeského kraje. Zde byly popsány vinařské oblasti se zaměřením na Mělnickou vinařskou podoblast, atraktivita a akce se zaměřením na gastroturismus a enoturismus (například vinobraní a dožínkové slavnosti), vinařské organizace a spolky. V neposlední řadě byl v této části uveden krátký exkurz do pivovarů Středočeského kraje

Následující kapitola byla zaměřena na Valencijské společenství a jeho provincii Alicante. Kromě obecných charakteristik byla věnována tradiční španělské gastronomii, vinařství, vinným sklepům a pivovarům.

Poslední část teoretických východisek se týkala výzkumu v oblasti gastroturismu, který byl inspirací pro výzkumnou část, stanovení hypotéz a výzkumných otázek.

Cílem vlastní práce bylo zjistit, zda dotazovaní znají gastroturistiku, cíleně ji vyhledávají a zda je pro ně klíčovou či příležitostnou aktivitou. Bylo stanoveno 6 výzkumných hypotéz a 5 výzkumných otázek. Dalším cílem výzkumné části bylo zhodnocení vývoje počtu zaměstnaných osob v cestovním ruchu ve Středočeském kraji mezi roky 2010-2019 s prognózou vývoje pro roky 2020-2022. Bylo realizováno dotazníkové šetření, strukturovaný rozhovor, statistická analýza vývoje časové řady, komparace a vlastní pozorování.

Dotazníkové šetření ukázalo, že více než polovina dotazovaných zná pojem gastroturistika, ale neúčastní se gastroturistiky cíleně. Více než polovina se za posledních 5 let zúčastnila gastronomické akce, konkrétně vinobraní nebo vinařských slavností. Více než polovina respondentů znala vinice v oblasti Středočeského kraje. Informace o gastroturistice jsou vyhledávány především na internetu.

Strukturovaný rozhovor se dvěma respondenty odhalil jako zdroje informací o gastroturistice internet a doporučení od přátel. Respondent, který se účastní gastroturistiky cíleně měl gastronomické vzdělání. Rozhodujícími faktory při výběru restaurace byly cena, oblíbenost, atmosféra a dobrá kuchyně. Při zhodnocení cenové relace jídel a nápojů v Čechách a v zahraničí, potažmo ve Španělsku, se oba dotazovaní shodli na tom, že ceny v zahraničí jsou vyšší.

Na základě vyhodnocení statistické analýzy došlo k nejvyššímu nárůstu zaměstnaných osob v cestovním ruchu ve Středočeském kraji mezi roky 2014-2015. Meziroční nárůst činil 4,78 %. Největší pokles byl zaznamenán mezi rokem 2011-2012. Meziroční pokles činil 3,23 %. V prognóze vývoje počtu zaměstnaných osob v cestovním ruchu Středočeského kraje by při normální dynamice vývoje docházelo k mírnému nárůstu. Prognóza byla ovlivněna pandemií covid-19 – celorepublikově došlo za rok 2020 k poklesu o 7,3 %.

Výsledkem komparace mezi Středočeským krajem a regionem Alicante byly rozdíly ve velikosti rozlohy, počtu obyvatel, hustotě zalidnění a výměře vinic. Oba regiony pořádají vinařské slavnosti, degustace vín, prohlídky vinohradů, farmářské trhy, mají své regionální potraviny, receptury, vinné stezky a propagují gastroturismus.

Předmětem vlastního pozorování byla návštěva farmářských trhů ve Středočeském kraji a Španělském Guardamaru. Hlavním rozdílem byly oblíbené a pravidelně navštěvované restaurace a stánky ve Španělsku, které umožňovaly přímou konzumaci zakoupených pokrmů a nápojů. Rozdílem byly i ceny – španělské sezonní zboží se dalo pořídit levněji než na českých trzích.

V závěru práce bylo uvedeno několik návrhů a doporučení. Jediným z doporučení byla propagace gastroturistických akcí prostřednictvím sociálních sítí. Dále doporučení pro české vlnáře, kteří by se mohli inspirovat zahraničními akcemi nebo větší zapojení gastronomických provozoven do farmářských trhů.

Odvětví cestovního ruchu a gastronomie patřila v uplynulých dvou letech, tj. od roku 2020 k nepostiženějším odvětvím v důsledku celosvětové pandemie covid-19. Došlo k přerušení kontinuity v rozvoji cestovního ruchu i gastronomie. Došlo k působení externích vlivů s negativním dopadem na tuto oblast. Byla zrušena většina hromadných akcí a byla uzavřena většina gastronomických provozoven nebo fungovaly v omezeném režimu.

9 Seznam použitých zdrojů

ATLAS PIV, DATABÁZE ČESKÝCH A SLOVENSKÝCH PIV: Seznam pivovarů v kraji Středočeském. *ATLAS PIV, DATABÁZE ČESKÝCH A SLOVENSKÝCH PIV* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: http://www.atlaspiv.cz/?page=seznam-pivovaru&county_id=2

BOCOPA Bodegas: Enoturismo Alicante. *BOCOPA Bodegas* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://www.bocopa.com/enoturismo/>

BODEGA Santa Catalina del Mañán. *BODEGA Santa Catalina del Mañán* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://bodegasantacatalina.com/vinoteca/>

Bodegas FRANCISCO GÓMEZ: Pasión por ecológico. *Bodegas FRANCISCO GÓMEZ* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.bodegasfranciscogomez.es/pasion-por-lo-ecologico/>

Bodegas Gutierrez de la Vega: La Bodega. *Bodegas Gutierrez de la Vega* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://bodegasgutierrezdelavega.es/es/content/6-la-bodega>

Bodegas Mendosa: Enoturismo - Bodegas Mendoza. *Bodegas Mendosa* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://bodegasmendoza.com/experiencias-y-vino/>

Bodegas y Viñedos VOLVER. *Bodegas y Viñedos VOLVER* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://bodegasvolver.com/>

BRETL, Jan. *Vinárník.cz: Vinařská terminologie* [online]. 2010 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <http://vinarnik.cz/hb-slovnicek/enologie.phtml>

CASA SICILIA 1707: Bodega en Alicante. *CASA SICILIA 1707* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://casasicilia1707.es/>

Cata de Vinos Alicante: Bodega Cerdá. *Cata de Vinos Alicante* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://bodegascerda.com/enoturismo/>

ČSÚ. Regionální účty 2019 – Středočeský kraj. *ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD: Regionální účty 2019 – Středočeský kraj* [online]. 2021, 2021 [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xs/regionalni-ucty-2019-stredocesky-kraj>

ČSÚ. *Statistická ročenka Středočeského kraje: CHARAKTERISTIKA KRAJE* [online]. 2020 [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/122245245/33011020char2020cz.pdf/f66d8577-7acc-4dbc-b037-8f067e037425?version=1.3>

Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012, s. 17-101. ISBN 978-80-210-5847-7.

Dinamiza asesores. *Dinamiza asesores* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://dinamizaasesores.es/turismo/turismo-enogastronomico/conocemos-al-viajero-enogastronomico-en-espana/>

Diputación de Alicante: Inicio. *Diputación de Alicante* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: www.diputacionalicante.es

GLOSSARY OF TOURISM TERMS. *UNWTO* [online]. Madrid, 2008 [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

HAMARNEH I., KOČKOVÁ J. Cestovní ruch na národní, regionální a mezinárodní úrovni – postavení, význam, trendy. Praha. Vysoká škola obchodní v Praze, 2016.

HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.

INE: Instituto Nacional de estadística. *INE* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: www.ine.es

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

Kudy z nudy: aktuality. *Kudy z nudy* [online]. [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/>

Kudy z nudy: Michelinské hvězdy 2021. *Kudy z nudy* [online]. 18.11.2021 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/michelinske-hvezdy-znate-stalice-i-novacky-nasi-k>

LAS VIRTUDES Bodega. *LAS VIRTUDES Bodega* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.bodegavirtudes.com/en/fondillon/>

LIDOVKY.CZ. *LIDOVKY.CZ* [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/byznys/cesky-pub-ve-valencii-bernard-a-smazak.A220122_112409_In_ekonomika_tmr

LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

LONG, Lucy. M. *Culinary Tourism* [online]. Kentucky: University press of Kentucky, 2010 [cit. 2022-03-16]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/278695349_Culinary_Tourism

MÁDLOVÁ, Martina. Nejlepší inspirující citáty o cestování, které potřebujete znát. *JEN PRO CESTOVATELE* [online]. Czech Net Media, 2017 [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://www.jenprocestovatele.cz/nejlepsi-inspirujici-citaty-o-cestovani-ktere-potrebuji-znat/>

MĚLNICKÝ KOŠT. *MĚLNICKÝ KOŠT* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.melnickykost.cz/o-sdruzeni-a-kontakty.php>

MĚLNICKÝ KOŠT. *MĚLNICKÝ KOŠT* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.melnickykost.cz/o-sdruzeni-a-kontakty.php>

Metodika - Cestovní ruch: *Český statistický úřad* [online]. In: . [cit. 2022-05-26]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/metodika_casove_rady_cestovni_ruch

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ: *Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030* [online]. In: . 2021 [cit. 2022-11-27]. Dostupné z: <https://mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/archiv/koncepce-strategie/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-cr-2021->

Národní vinařské centrum: Vzdělávání. *Národní vinařské centrum* [online]. 2021 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://www.vinarskecentrum.cz/aktuality/vzdelavani-v-narodnim-vinarskem-centru-pokracuje-633/>

NERUDA, Jan. Balady a romance o Karlu IV. *Wikizdroje: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: https://cs.wikisource.org/wiki/Balady_a_romance/Romance_o_Karlu_IV.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

PARCENT Bodega. *PARCENT Bodega* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://www.bodegasparcent.com/>

Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji 2018 - 23: Středočeský kraj
Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji KPMG Česká republika s.r.o. In:
. Česká republika: KPMG, únor 2018, ročník 2018, číslo 1.

Recetas de cocina: Španělský řemeslný pivní boom. *Recetas de cocina* [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://recetasdecocina.online/kde-vyuzit-spanelsky-remeslny-pivni-boom/>

Ruta al Sur: *Cervecería and gastropub* [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: https://cs-cz.facebook.com/RutaalSur.Cerveceria.Gastropub/?ref=py_c

RUTA DEL VINO DE ALICANTA: La Ruta del Vino de Alicante. *RUTA DEL VINO DE ALICANTA* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.rutadelvinodealicante.com/>

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
Statistika a fakta: Vína z Moravy a Čech. *Statistika a fakta* [online]. 2020 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://www.wineofczechrepublic.cz/nase-vina/historie-a-fakta/statistiky-a-fakta.html>

STŘEDOČESKÝ KRAJ: Informace o Středočeském kraji. *STŘEDOČESKÝ KRAJ* [online]. 2021 [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/kraj>

STŘEDOČESKÝ KRAJ: *Životní prostředí* [online]. 2022 [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/zivotni-prostredi/zemedelstvi>

Svaz vinařů ČR: O svazu. *Svaz vinařů ČR* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.svcr.cz/cs/o-svazu>

Španělsko.světadíly: Stravování. *Španělsko.světadíly* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://spanelsko.svetadily.cz/>

Tiptar.com: the most typical beers in spain. Tiptar.com [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://tiptar.com/cs/the-most-typical-beers-in-spain-and-where-to-consume-them/>

UNITED NATIONS. *International Recommendations for Tourism Statistics 2008* [online]. New York, 2010 [cit. 2022-03-08]. ISBN 978-92-1-161521-0. Dostupné z: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=12

VINAŘSKÝ FOND & NÁRODNÍ VINAŘSKÉ CENTRUM. *NÁRODNÍ VINAŘSKÉ CENTRUM: Průvodce Krajem vína 2021-2022* [online]. 2021 [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.vinarskecentrum.cz/storage/files/pruvodce-morava-a-cechy-2021-22-cj.pdf>

VÍNO MARTY: Španělsko – vinařské oblasti. *VÍNO MARTY* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://vinomarty.cz/spanelsko-vinarske-oblasti-klasifikace-vin/>

Zákony pro lidi: zákon č. 321/2004 Sb. *Zákony pro lidi* [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-321>

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

ZELENÝ, Jiří. Enoturismus-významná forma cestovního ruchu. *CELYOTURISMU.cz* [online]. 2016 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://celyoturismu.cz/enoturismus-vyznamna-forma-cestovniho-ruchu/>

ZNALEC VÍN: Enogastronomie. *ZNALEC VÍN* [online]. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://www.znalecvin.cz/enogastronomie/>

10 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

10.1 Seznam obrázků

| | |
|--|----|
| Obrázek 1 Druhy cestovního ruchu | 19 |
| Obrázek 2 Mapa pivovarů | 51 |
| Obrázek 3 Fondillón Alicante | 58 |

10.2 Seznam tabulek

| | |
|---|-----|
| Tabulka 1 Dynamika vývoje zaměstnaných osob v cestovním ruchu ve Středočeském kraji | 89 |
| Tabulka 2 Prognóza vývoje počtu zaměstnaných | 90 |
| Tabulka 3 Hodnoty pro výpočet korelačního koeficientu dle Spearmana | 91 |
| Tabulka 4 Závislost výpočet | 92 |
| Tabulka 5 výpočet závislosti na počtu návštěv | 93 |
| Tabulka 6 Asociační závislosti mezi pohlavím účastníka a návštěvou gastronomických akcí | 94 |
| Tabulka 7 Kontingenční tabulka závislosti vzdělání a znalostí gastroturismu | 95 |
| Tabulka 8 Počty akcí gastroturismu a enoturismu / oblast Mělník | 96 |
| Tabulka 9 Počty akcí gastroturismu a enoturismu / oblast Kutná Hora | 97 |
| Tabulka 10 Počty akcí gastroturismu a enoturismu / oblast Berounsko - Karlštejn .. | 98 |
| Tabulka 11 Komparace | 99 |
| Tabulka 12 Vyhodnocení rozhovoru | 100 |

10.3 Seznam grafů

| | |
|--|----|
| Graf 1 Vyhodnocení otázky č. 16 | 69 |
| Graf 2 Vyhodnocení otázky č. 17 | 69 |
| Graf 3 Vyhodnocení otázky č. 1 | 71 |
| Graf 4 Vyhodnocení otázky č. 2 | 72 |
| Graf 5 Vyhodnocení otázky č. 3 | 72 |
| Graf 6 Vyhodnocení otázky č. 4 | 73 |
| Graf 7 Vyhodnocení otázky č. 5 | 73 |
| Graf 8 Vyhodnocení otázky č. 6 | 74 |
| Graf 9 Vyhodnocení otázky č. 7 | 75 |
| Graf 10 Vyhodnocení otázky č. 8 | 75 |
| Graf 11 Vyhodnocení otázky č. 9 | 76 |
| Graf 12 Vyhodnocení otázky č. 10 | 76 |
| Graf 13 Vyhodnocení otázky č. 11 | 77 |
| Graf 14 Vyhodnocení otázky č. 12 | 78 |
| Graf 15 Vyhodnocení otázky č. 13 | 78 |
| Graf 16 Vyhodnocení otázky č. 14 | 79 |

| | |
|---|----|
| Graf 17 Vyhodnocení otázky č. 15 | 79 |
|---|----|

10.4 Seznam použitých zkratek

ČSÚ – Český statistický ústav

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

UNWTO – Světová organizace cestovního ruchu

Přílohy

Příloha 1 – Dotazník

Navštívil/a jste v posledních 5 letech nějakou gastronomicky zaměřenou akci (např. vinobraní, slavnosti piva, foodfestival a jiné)*

- Ano
- Ne

O jakou konkrétní akci/ se jednalo

- Foodfestival
- Vinobraní
- Slavnosti piva
- Jiné

Konala se některá z Vámi navštívených akcí ve Středočeském kraji ?

- Ano
- Ne

Gastroturistika - víte co tento pojem znamená?*

- Ano
- Ne

Gastroturistika je*

Můžete uvést některá místa ve Středočeském kraji, kde se nacházejí vinice?*

Jaké slavnosti vína se ve Středočeském kraji konají?*

Jaký nápoj upřednostňujete k slavnostnímu obědu či večeři v restauraci ?*

- Pivo
- Víno
- Nealko
- Jiné

Jezdíte někdy do určité destinace pouze za gastronomickým zážitkem?*

- Ano
- Ne

Upřednostňujete turistické akce, výlety*

- ve skupině
- s rodinou
- samostatně

Vyhledáváte si předem při výletech, dovolené a turistice restaurační zařízení, které byste rádi navštívili?*

- Ano
- Ne
- Občas

Vyhledáváte na internetu recenze a hodnocení restaurací například přes rezervační systém Tripadvisor nebo jinou aplikaci?*

- Ano
- Ne
- Občas

Kde byste hledal/a tipy na výlety spojené s gastroturistikou?*

Věnoval se Vám někdy v restauraci sommelier?*

- Ano
- Ne

Jste ochotni zakoupit si v restauraci kvalitní víno na doporučení odborníka?*

- Ano
- Ne

Jste:*

- Muž
- Žena

Věk*

- 18-25
- 26-35
- 36-49
- 50 a více

Jaké máte vzdělání?*

- ZŠ
- SŠ
- VOŠ
- VŠ

