

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2014–2015

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Petr Šafránek

Kulinářský cestovní ruch v České republice

Praha 2015

Vedoucí diplomové práce: Ing. et Mgr. Daniel Toth, PhD. et PhD.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER COMBINED STUDIES

2014–2015

DIPLOMA THESIS

Petr Šafránek

Culinary Tourism in Czech Republic

Prague 2015

The Diploma Thesis Work Supervisor:

Ing. et Mgr. Daniel Toth, PhD. et PhD.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a uvádím v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 12. února 2015

Petr Šafránek

.....

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval Ing. et Mgr. Danielovi Tothovi, PhD. et PhD. za motivaci, cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěl k vypracování této diplomové práce. Dále děkuji všem respondentům, organizacím cestovního ruchu a zaměstnancům podniků stravovacích služeb za poskytnuté informace, spolupráci a konzultace.

Anotace

Diplomová práce se zabývá problematikou rozvoje novodobého světového i domácího fenoménu v podobě cestování za jídlem, tzv. kulinářského cestovního ruchu. Úvodní část je zaměřena na seznámení s problematikou a určení důvodu výběru tématu, metod při zpracování, přínos a především vymezení samotného pojmu kulinářský cestovní ruch. Teoretická část se věnuje dosavadním poznatkům v cestovním ruchu a gastronomii, pro pochopení problematiky je uveden stručný historický kontext, dále pak místa, eventy, kampaně spojená s problematikou v České republice, vč. krajových specialit. Na základě teoretických poznatků je v praktické části proveden kvantitativní výzkum pomocí dotazníkového šetření doplněný o řízené rozhovory týkající se provozovatelů certifikovaných restaurací v Moravském krasu a okolí. Pomocí získaných výsledků jsou v závěru práce vydány návrhy a doporučení k dalšímu rozvoji.

Klíčová slova

Česká republika, gastronomie, historie, kulinářský cestovní ruch, Moravský kras a okolí, speciality, šetření.

Annotation

This thesis deals with the development of modern world and home phenomenon in the form of food travelling, so called Culinary Tourism. The first part is focused on introduction of the issue and determine the reason of the theme choice, methods of processing, acquisition and primarily definition of the term culinary tourism. The theoretical part focuses on existing facts in tourism and gastronomy. To understand the problem a brief historical context is mentioned, further on places, events, regional specialties and campaigns associated with problems in the Czech Republic are included. On the basis of theoretical knowledge the quantitative research in practical part is performed, using a questionnaire survey supplemented by interviews with the owners of certified restaurants in the Moravian Karst. Thanks to the obtained results there are suggestions and recommendations for further development in the conclusion of the thesis.

Key words

Culinary tourism, Czech Republic, gastronomy, history, Moravian Karst and surroundings, specials, research.

OBSAH

ÚVOD	8
TEORETICKÁ ČÁST	11
1 STRUČNÁ HISTORIE GASTRONOMIE.....	12
1.1 Historie gastronomie ve světě	12
1.2 Vývoj gastronomie u nás	16
2 KRAJOVÉ SPECIALITY V ČESKÉ REPUBLICE	17
2.1 Západní Čechy.....	17
2.2 Jižní Čechy	18
2.3 Krkonoše a Podkrkonoší.....	18
2.4 Střední Čechy a Praha.....	19
2.5 Vysočina a Horácko.....	20
2.6 Pohraničí	21
2.7 Slezsko, Ostravsko a Karvinsko	22
2.8 Haná.....	22
2.9 Valašsko	23
2.10 Jižní Morava.....	24
2.10.1 Moravský kras a okolí.....	26
3 GASTRONOMICKÁ MÍSTA A EVENTY V ČESKÉ REPUBLICE.....	28
3.1 Gastronomická muzea	28
3.2 Gastronomické eventy	30
4 SOUČASNÁ GASTRONOMIE A KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH	32
4.1 Projekty a kampaně	32
4.2 Průvodci	33
PRAKTICKÁ ČÁST.....	35
5 ANALÝZA ROZVOJE KULINÁŘSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	35
5.1 Analýza kulinařského cestovního ruchu v České republice	40
5.2 Analýza kulinařského cestovního ruchu Moravského krasu a okolí.....	44
5.3 Sumarizace výsledků dotazníkové šetření	47
5.4 Terénní šetření ve vybraných restauracích	49
5.4.1 Interpretace terénního šetření vybraných restaurací.....	51
5.5 Sestavení itineráře kulinařského zájezdu	59
6 NÁVRHY A DOPORUČENÍ.....	64
ZÁVĚR	67
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	69
SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK.....	74
SEZNAM PŘÍLOH	75

ÚVOD

Tradiční pokrmy i nápoje každé destinace, respektive regionů mají nést určitou známku nezapomenutelnosti a jedinečnosti. Gastronomie v navštívených zemích doladuje celkové podvědomí účastníků a jejich vnímání, vzájemná multikulturální specifika nebo komplexní vyhodnocení pobytového místa. Z pohledu aktuálních trendů v oblasti cestovního ruchu je nyní moderní nejen vnímat stravovací služby jako jakýsi vedlejší produkt, ale gastronomie začíná naopak nabývat na významu v samotném individuálním motivu účasti i v produktech cestovního ruchu – je totiž ve službách cestovního ruchu téměř nepostradatelná. „*At' se lidé vydají na jakoukoliv cestu poznávání, vždy by je mělo doprovázet něco dobrého k jídlu.*“¹

V současnosti, se stále více stává kulinářské umění regionů nedílnou součástí cest mnoha lidí, i když někteří spíše stále tvrdí, že se nevyrovná nic gurmánským zážitkům v zemích jejich původu. Ve volném překladu podle Long, která i jako první tento termín v roce 1998 použila, se kulinářský cestovní ruch zabývá jídlem, co by předmětu, prostředku, cílem a nástrojem turistiky a úzce souvisí s ostatními druhy cestovního ruchu, při nichž je stravování prezentováno jako cestování za jídlem.² Klasické cestování se odlišuje spojením hlubšího prožitku prostřednictvím smyslů člověka. Někteří autoři jako např. Orsáková a Obůrková vymezují kulinářský cestovní ruch jako cestování za unikátními kulinářskými zkušenostmi všeho druhu či kulinářsky zaměřené dovolené, návštěvy místních trhů, výrobců potravin, obchodů, škol vaření, degustací tradičních pokrmů i nápojů, vína apod.³

Mezinárodní asociace kulinářského cestovního ruchu, někdy v češtině označovaná jako kuchařského cestovního ruchu (ICTA⁴) propaguje kulinářský cestovní ruch jakožto jídlo je považováno za atrakci, stejně jako muzeum. Naopak autoři Allen a Albala publikují zase problémy a negativa, které se mohou objevit v rámci cestování za jídlem a upozorňují, že cestovní ruch musí být připraven i na možné dopady, taktéž upozorňují

¹ GHANI, N. Kolik řečí umíš, tolikrát se napiješ... *HOREKA: hospitality business news*. 2014, č. 87, s. 3. ISSN 1802-1646.

² LONG, L. *Culinary Tourism*. Lexington: University Press of Kentucky, 2004, p. 8. ISBN 08-131-2292-9.

³ ORSÁKOVÁ, Š. a E. OBŮRKOVÁ. *Ochutnejte Českou republiku*. 1. vyd. Brno: B4U Publishing, 2010, s. 8. ISBN 978-80-87222-12-6.

⁴ International Culinary Tourism Association, od roku 2012 transformace na World Food Travel Association.

na problematiku vznikajícího extremismu v cestovním ruchu, v kterém turisté zkouší ve vztahu ke kulinářskému cestovnímu ruchu jídlo až za hranice bezpečnosti nebo kulturní a sociální vhodnosti.⁵ Hlavním důvodem výběru tématu je zejména dlouhodobý profesní i zájmový vztah v oblasti gastronomie, hotelového průmyslu i cestovního ruchu na různých funčních zařazeních a zajisté také poukázat na tento rozvíjející specifický cestovní ruch a co může účastníkům dále nabídnout.

Cílem této diplomové práce bude stanovit návrh rozvoje v oblasti novodobějšího světového i domácího fenoménu cestování v podobě kulinářského cestovního ruchu. V práci bude částečná deskripce současného stavu a nástin dalšího vývoje této specifické formy cestovního ruchu v České republice, která zažívá čím dál větší popularitu, jak už v podobě samotného motivu účasti, anebo ve spojení se stravovacími službami, protože gastronomie zažívá v posledních letech veliký rozkvět, zejména pak díky médiím a zájmu samotné široké veřejnosti. Součástí cíle je taktéž šetření včetně vlastních návrhů, které jsou zaměřeny na oblast Moravského krasu a okolí. Práce je rozdělena na dvě hlavní části, část teoretickou a praktickou. Teoretická část se zaměřuje na základní poznatky, jež spojují cestovní ruch a gastronomii, poté mezi vztahově historii, současnost, zajímavá místa v České republice a krajové speciality i stravovací služby, které jsou jednou ze základních služeb nabízených v cestovním ruchu. Praktická část zahrnuje dotazníkové a terénní šetření se zaměřením na oblast Moravského krasu a okolí, v kombinaci s řízenými rozhovory se zainteresovanými osobami – poskytovateli těchto stravovacích služeb.

V práci budou použity tyto metody zpracování – analýza syntéza, literární rešerše, deskripce, získávání primárních dat pomocí dotazníkového a terénního šetření v kombinaci s vedením řízených osobních rozhovorů. V teoretické části práce budou pomocí literární rešerše shromážděny aktuální, známé a dostupné informace k tématu, kde základním pramenem budou odborné knihy, popř. monografie, dále pak popsány hlavní oblasti kulinářského cestovního ruchu, které jsou v práci vymezeny a vztahují se i na praktickou část. V praktické části je určitá syntéza navazující na informace z teoretické části a získávání kvantitativních i kvalitativních výzkumných dat z dotazníku, terénního šetření a řízených osobních rozhovorů na dané téma.

⁵ ALLEN, G. a K. ALBALA. *The Business of Food: Encyclopedia of the Food and Drink Industries*. Westport, Conn.: Greenwood Press, 2007, p. 14. ISBN 978-0-313-33725-3.

Kvantitativní metoda sběru dat bude použita ve formě obecného dotazníkového šetření, zatímco kvalitativní metoda bude realizovaná pomocí řízených osobních rozhovorů v rámci terénního šetření. K závěrům tedy povede dedukce i indukce, bude se jednat o tzv. metodu smíšeného výzkumu. Kvantitativní sběr dat bude použit zejména z pohledu realizovaných účastníků nebo i teprve potenciálních zájemců o tento cestovní ruch, zatímco kvalitativní bude targetovaný na poskytovatele stravovacích služeb. Dle autorova názoru se obě metody v tomto případě velice vhodně doplní a povedou k implementaci závěrů. Závěry práce povedou ke zhodnocení a sumarizaci současné situace s možnými návrhy a doporučeními rozvoje do budoucnosti.

Tato práce poslouží odborníkům v cestovním ruchu pro inovaci nabídky jejich služeb, ale i pro laickou veřejnost zajímající se o gastronomii na úrovni krajů a regionů. V souvislosti s názvem práce – Kulinářský cestovní ruch se můžeme setkat i s jinými podobnými názvy či označeními této problematiky. Kotíková udává, že „*v této souvislosti se používá v zahraniční literatuře pojem Culinary Tourism nebo Food Tourism, méně často Gastronomy (Gastronomic) Tourism*“.⁶ Později však bylo doporučeno používat širší označení, tzv. cestování za jídlem – Food Travel. V našich podmínkách odborné terminologie cestovního ruchu se setkáváme s různými označeními jako např. gastronomický cestovní ruch nebo právě kulinářský. Zelenka a Pásková používají méně časté označení – „*gurmánský cestovní ruch, kde se jedná o formu cestovního ruchu a motivaci účastníků z požitku konzumace, kultury stolování, zážitkové gastronomie apod.*“⁷ Někdy bývá kulinářský cestovní ruch označován chybně jako gurmánský, nicméně se nejedná pouze o cestování do fine diningových restaurací⁸ aj. Poznávat země z pohledu gastronomie je velmi důležité, neboť kuchyně a způsoby stravování nám umožní pochopit zemi i z jiného hlediska.

⁶ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 37. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁷ ZELENKA, J. a M. PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Linde, 2012, s. 192. ISBN 978-80-7201-880-2.

⁸ Restaurace, v kterých je možné zakusit zážitkovou gastronomii a patří mezi exkluzivní.

TEORETICKÁ ČÁST

Cestovní ruch je globální fenomén, který se neustále vyvíjí. Lidé v této oblasti vystupují v různých rolích – buďto jako účastníci (turisté nebo výletníci), zaměstnanci, zaměstnavatelé nebo rezidenti⁹. Cestovní ruch patří mezi největší zaměstnavatele na světě a přináší téměř do každé země, kde je realizován, ekonomický a hospodářský přínos. Při hodnocení vlivu na zaměstnanost musíme ale zohlednit specifické podmínky jako různorodost profesí, odlišné kvalifikační předpoklady, kde převahují méně kvalifikované profese, vysoká zaměstnanost zejména žen a mladých lidí, časová náročnost a častá fluktuace.¹⁰ Cestovní ruch je jako pojem odvozený od slova cestování, často taktéž označován mezinárodním ekvivalentem jako turismus. Jedná se o činnost lidí, kteří cestují na přechodnou dobu mimo jejich běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanoveno (obvykle ne déle než 1 rok), přičemž hlavní účel jejich cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené destinaci.¹¹

Kulinářský cestovní ruch lze zařadit do specifických forem nebo tzv. nových či aktuálních trendů, které se neustále vyvíjí a inovují. Představuje formu cestovního ruchu, kde hlavním motivem je gastronomie a kulinářské zážitky jako např. gastronomické akce nebo zážitky spojené s konzumací, přípravou a prezentací jídla a seznámení se s gastronomickými tradicemi v destinaci.¹² Mezinárodní organizace kulinářského cestovního ruchu uvádí hlavní důvody významu kulinářského cestovního ruchu a to, že každý účastník se stravuje, jelikož stravování je službou, respektive potřebou nezbytnou, stravování se týká všech a zájem mají všechny věkové kategorie obou pohlaví. Dalším výsledkem výzkumů je, že daní účastníci mají vyšší vzdělání a pocházejí z různých příjmových skupin.¹³

⁹ Stálý, místní obyvatel – osoba žijící v dané destinaci minimálně 1 rok.

¹⁰ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní turismus*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014, s. 18-19. ISBN 978-80-247-4862-7.

¹¹ Tamtéž, s. 11.

¹² KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 39. ISBN 978-80-247-4603-6.

¹³ Tamtéž, s. 42.

1 STRUČNÁ HISTORIE GASTRONOMIE

Co se týká vymezení pojmu gastronomie, dá se na něj pohlížet různorodě. Samotné slovo gastronomie pochází z řečtiny (gastros – žaludek, nomos – znalost či pravidlo). V širším pojetí lze gastronomii označit jako obor, který studuje vztah kultury a potravy v určitém období. Obecně pod pojmem gastronomie rozumíme způsob přípravy a konzumace pokrmů, tím se jedná o komplex činností, které zahrnují nejen kulinářství, ale i výběr surovin, správnou technologii přípravy pokrmů, použití správného vybavení a inventáře, způsob podávání a úroveň stolování.¹⁴ V užším pojetí můžeme gastronomii definovat jako kuchařské nebo kulinářské umění. K základním kuchařským či kulinářským složkám patří kultivace chuti, vzhledu, vůně, dále ideový podtext a prostředí.

V oblasti cestovního ruchu je gastronomie začleňovaná do stravovacích služeb. Gastronomii ovlivňují zejména faktory jako např. kultura, geografické podmínky, hospodářství, náboženství a národní zvyklosti. Mezi gastronomicky nejvíce vyspělé i návštěvované země patří jednoznačně Francie, Mexiko, Japonsko, Itálie (často region Toskánsko), ale i Česká republika má co nabídnout a to nejen na jižní Moravě kvůli rozvinutému vinařství.¹⁵ Gastronomie má bohatou historii, již od počátku se snaží lidé upravit pokrmy do chutné podoby a v této kapitole je nastíněn stručný vývoj za jednotlivá období.

1.1 Historie gastronomie ve světě

Jako počátek lze stanovit dobu kamennou, kde se podmínky života člověka od dnešní doby zcela lišily. Hlavním průlomem bylo objevení ohně jako prostředku nejen k zahřívání sebe sama, ale i k tepelné úpravě pokrmů. Peklo se na rožni a rozpálených kamenech, dusilo v jamkách, vařilo v nádobách z kůry a maso se konzervovalo sušením. Je potřeba si uvědomit, že lidé tehdy byli podobni spíše primátům. Postupně se naučili vyrábět jednoduché nástroje, později se živili sběrem bobulí, kořínků,

¹⁴ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 38. ISBN 978-80-247-4603-6.

¹⁵ TRUNDOVÁ, J. *Inspirace*. [online]. [cit. 2014-12-02]. Dostupné z: <http://www.zajidlem.cz/tag/inspirace/>

ovocem, pastevečtívím a samozřejmě také lovem. Později lidé v mezolitu se již podobali dnešním lidem, asi před 5 000 lety se již někteří naučili pěstovat vlastní plodiny a chovali zvířata. Z této doby se dochovaly kresby z prehistorických jeskyní, jako např. jeskyně Altamira v severním Španělsku či Lascaux v jihozápadní Francii, zobrazující používání ohně k přípravě jídla prehistorickým člověkem. Obě tyto jeskyně jsou z pohledu návštěvnosti a světového cestovního ruchu významné i dnes.

Další vývoj byl zaznamenán ve starověku, prvně v Mezopotámii a Egyptě. Sumerové, původní obyvatelé Mezopotámie, vyráběli pálenky z datlí a révy vinné, také jsou označováni jako první vařiči piva. V této době se tedy poprvé objevuje pivo a chléb jako základ běžného jídelníčku. Maso si mohli dovolit pouze bohatí lidé. Pokrmy se konzumovaly rukama z mís a nápoje se pily z kovových pohárů. Vznikají i první hostince, které měly spíše zájezdní charakter. Hostince vznikaly kolem cest, po nichž se pohybovaly obchodní karavany. „*Hostinec nesloužil jen jako místo pro občerstvení a odpočinek, ale i pro setkávání obchodníků. Na hostince navazovaly už tehdy i jiné služby jako například pekárny a nevěstince.*“¹⁶ V ostatních starověkých zemích jako např. v Řecku a Římě, zejména Římané obohatili evropský jídelníček o dovážené zboží, kde bylo například i kuře. Pohostinství se poskytovalo původně zdarma, byla to občanská povinnost. Hromadnou potřebu ubytování a stravování nesly tzv. Starověké hry¹⁷ (Olympijské hry) nebo cestování za poznáním k památným místům – divům světa (např. Diova socha v Olympii, Kolos na Rhodosu aj.). Velkou roly zaobírala i Byzantská Říše, kde byla zajímavost, že tamní ženy, o které byl enormní zájem, si vodily do svého nového domova po vdavkách i svého kuchaře.¹⁸ Římská, respektive italská kuchyně se později postupně stává tzv. matkou západoevropských kuchyní a později je základem i proslulé francouzské gastronomie.

Po rozpadu Římské říše přichází doba středověku. Vysoká úroveň služeb byla zajištěna pouze v panských sídlech, ostatní krčmy a hospody poskytovaly velice nízkou úroveň služeb. Některé služby poskytovali i kláštery. Na přípravě pokrmů se podílely výhradně ženy, které používaly zejména suroviny, které si samy na poli nebo zahrádce vypěstovaly. Oblíbený byl chov hospodářských zvířat a to převážně chov turu i kvůli

¹⁶ KOVEDA, M. *Hostince*. [online]. [cit. 2014-11-17].

Dostupné z: <http://www.pivovary.info/view.php?cisloclanku=2009110001>

¹⁷ 1. starověké hry se konaly v roce 776 Ante v Olympii, odtud název olympijské.

¹⁸ *Evropa*. [online]. [cit. 2014-11-18]. Dostupné z: http://www.gastronomickacesta.cz/?page_id=10

mléku, z kterého se vyráběla smetana, máslo, tvaroh a sýr apod. Hlavním ukazatelem tehdejší gastronomie byly zejména velké svatební hostiny, které si mohla dovolit spíše bohatší vrstva, což byla šlechta a církevní hodnostáři. Typickou hostinou v tomto období, která odráží zvyklosti stolování a rozmanitost pokrmů je svatba Elišky Přemyslovny a Jana Lucemburského, která se uskutečnila v úterý 1. září 1310 v německém Speyeru. „*Tato královská svatba oplývala hojností a bohatým výběrem jídel. Ve svatebním menu se nacházelo mnoho pokrmů symbolizujících plodnost. V českých poměrech to bývala slepice, syrná kaše a jablka. Podávala se i krupičná kaše oslazená medem. Krupice proto, aby rodina měla tolik dětí jako zrněk v kaši. O medu se pak věřilo, že posiluje sexuální libido. Navíc se bral jako symbol lásky a moudrosti, jež by v manželství neměly chybět. Na svatební tabuli se také často objevovala jídla na podívanou neboli šauesen. Například páv se pekl tak, aby se zachoval i ozdobný ocas a korunka.*“¹⁹ Je tedy zřejmé, že se nesly velké rozdíly mezi jídelníčkem chudých a bohatých. I ryby byly poctou privilegovaných a bohatých, díky oblíbenosti se u nás budují chovné rybníky. Později začínají vznikat první profesní organizace v podobě řemeslných cechů jako např. pekařský, sladovnický, řeznický aj.

Novověk je označován nejen jako zrod hotelů, ale i novodobé gastronomie. Rozvíjí se téměř všechny odvětví v oblasti cestovního ruchu, průmysl, železniční doprava a lázeňství. Objevuje se první kvalitní kuchařská literatura i s pojednáními o filozofii a pokrmy, dokonce i návody, jak se správně stravovat. Za Napoleona přichází vynález konzerv určených pro francouzskou armádu, v Paříži vzniká první bistro, dále se objevuje nová metoda uchovávání potravin tzv. pasterizace. Narůstala prestiž klasické francouzské kuchyně, o kterou se zasloužil i Georges August Escoffier, který vedl zasloužilé kuchyně v Paříži a byl významným představitelem kulinářského směru nové kuchyně, vydal i dodnes známou knihu *Moje francouzská kuchyně*, podle které se inspirovali významní šéfkuchaři dneška. Hlavními zásadními znaky jsou čerstvost, kratší tepelná úprava a vysoká výživová hodnota, snížení počtu položek v nabídce, neexperimentovat za každou cenu, málo kořenit a marinovat, nepoužívat těžkých omáček, nezanedbávat zdravou výživu, dbát na estetiku a mnoho dalšího.

¹⁹ MÜLLEROVÁ, E. *Na svatbě Elišky Přemyslovny se jedly magické pokrmy*. [online]. [cit. 2014-11-18]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zena/zdravi/223274-na-svatbe-elisky-premyslovny-se-jedly-magicke-pokrm.html>

V současnosti nabývá gastronomie celosvětovému významu v podobě fenoménu kulinářského cestovního ruchu. Podle Kotíkové *„jde především o autentické zážitky, zájem o stavovací zvyky a rituály místních obyvatel a životní styl, mnohdy i zdraví životní styl účastníků“*.²⁰ K popularitě rozhodně přispěli i média a televizní pořady, jako např. ty z produkce Gordona Ramsayho – Kitchen Nightmares, Hell's Kitchen, Masterchef atd. Formáty těchto pořadů a podobné reality show nalezneme po celém světě. Pořady se dají rozdělit na profesionální viz Gordon Ramsay, Jamie Oliver a další, a neprofesionální, kde vaří celebrity anebo amatérští, spíše domácí kuchaři. Upřednostňují a uplatňují se principy tzv. Jídla z blízka (Slow Food), což je určitá reakce a trend v kulinářské oblasti. Petro popisuje Slow Food *„v doslovném překladu jako „pomalé jídlo“, je narážkou na „fast food“. Jedná se o pokrmy z místních produktů, pokud možno v biokvalitě, připravované tradičním způsobem, které by si měl člověk vychutnat pomalu“*.²¹ Slow Food se zaměřuje i na farmářské trhy, které nalezneme ve většině městech už i České republiky. Velmi často bývá slýcháno, že farmářské trhy jsou tady s námi už řadu let, opak je ale pravdou, první trhy v naší republice byly pořádány v roce 2009 na Vítězném náměstí v Praze 6 a jsou označovány jako Farmářské trhy na Kulaťáku. Slovo „farmářský“ se stalo velmi populárním, a tak jsme na pultech v obchodech mohli najít farmářské máslo nebo tvaroh, i když ve skutečnosti vůbec nepocházelo od domácích farmářů. Regionální produkty by měly být lokalizovány v okruhu do 40 km od nabídky, podle principu a zásad Slow Food. Další oblíbené téma současnosti je nabídka tzv. zážitkové gastronomie, na kterou se restaurace zaměřují, respektive snaží se i takto diferenciovat. Zákazníci hledají něco neobvyklého a zážitková gastronomie na tento trend reaguje. Zážitková gastronomie není pouze záležitost drahého luxusu a pokrmu samotného, velkou roli tu hrají zkušenosti provozovatelů středisek veřejného stravování a to, jakým zážitkem hosta osloví. *„Uměním je uspokojit všechny smysly, tak aby zážitek z pokrmu, z prostředí restaurace a z dovednosti obsluhy vzájemně doplňoval a umocňoval atmosféru.“*²²

²⁰ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 40. ISBN 978-80-247-4603-6.

²¹ PETRO, J. *Nová slova v angličtině III. Q-Z*. 1. vyd. Jindřichův Hradec: HALLOENGLISH.CZ, 2014, s. 41. ISBN 978-80-87951-04-0.

²² JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 30. ISBN 978-80-247-4209-0.

1.2 Vývoj gastronomie u nás

Česká gastronomie má staletou tradici a její vývoj byl ovlivněn díky lokalizaci v centrální Evropě. Pod dlouhodobou nadvládou Rakouska-Uherska byla gastronomie ovlivňovaná rakouskou či maďarskou kuchyní. Důležitým prvkem staročeské kuchyně byly různé luštěniny a kaše, pro které se využívala krupice, pohanka, jáhly, proso i oves. Nejstarší kuchařka pochází z konce 15. století, ale ten největší ohlas měla zajisté ta od Magdalény Dobromily Rettigové pod názvem Domáci kuchařka. Tato kuchařka byla poprvé vydána v roce 1826 a i nyní se stává opět velmi populární. I přes její historickou hodnotu v ní můžeme najít velice zajímavé recepty využívané dodnes nebo se inovují do dnešních podmínek. Bohužel se tu i objevují v Česku již poněkud zapomenuté suroviny, které se dnes už objevují jen zřídka, jsou to např. šneci, žáby, mušle a raci. Přitom tyto suroviny byly u nás vždy běžně dostupné. Objevují se tu i recepty dnes známé jako např. jablka v županu: „*Vezmi pěkná míšenská jablka, čistě je oloupej, vezmi ohryzek prozřetelně ven, aby štopka zůstala, udělej z máslového těsta kulaté koláčky, pomaz s rozkloktaným vejcem, pěkně to oloupané jablko do toho zaobal a okolo štopky zadělej, dej na papír a nech je zpovolna hezky dozlatova upect.*“²³ V roce 1905 se konala Světová kuchařská výstava v Praze a do 2. světové války byla gastronomie u nás na velice vysoké úrovni, která se vyznačovala i vysoce kvalifikovanou obsluhou. V této době se taktéž rozvíjí lázeňství, rekreace a vznikají společensko-zábavní střediska. Po roce 1948 dochází k zavádění tzv. socialistického pohostinství – znárodnování podniků, striktní dodržování norem a střediska veřejného stravování se rozdělují na 5 cenových skupin. Domáci úroveň zařízení byla velice tristní a paradoxně se nejvíce navštěvovaly restaurace, kde se normy porušovaly. Po roce 1989 se otevřely hranice a započal se návrat do soukromého vlastnictví a vzrostla nabídka, ale i ceny potravin. V letech 1995 až 2000 přicházejí do naší země různé zahraniční řetězce rychlého občerstvení. Moderní česká gastronomie vyhledává zapomenuté recepty staročeské kuchyně, poptávají se farmářské produkty a biopotraviny, prosazují se ryby a mořské plody, dále se zvyšuje zájem o lokální pokrmy a produkty. Jakubíková uvádí, že „*stravování může být atraktivitou samo o sobě*“.²⁴

²³ RETTIGOVÁ, M. D. *Domáci kuchařka*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1986, s. 257. Bez ISBN.

²⁴ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 28. ISBN 978-80-247-4209-0.

2 KRAJOVÉ SPECIALITY V ČESKÉ REPUBLICE

Kraje mají svoje speciality, které se připravovaly už za časů minulých. Každý region má svoji lokální kuchyni, ta se většinou zakládá na kulturních tradicích a plodinách, kterým se v dané oblasti hojně dařilo. Někde převládá rybolov, jinde zase ovocnářství a to vše závisí na typu krajiny. Nabídka v dnešních restauracích je často unifikovaná, ale i přesto se v dnešní době najdou ty, které se chtějí diferenciovat a ve své nabídce poskytnou strávníkovi typické pokrmy pro svůj kraj, v němž se právě nachází, tím restauratéri ukáží i dovednosti svého kuchaře, který speciality kraje často rád a s nadšením představuje.²⁵ Speciality uvedené v jednotlivých oblastech vycházejí zejména z kampaně CzechSpecials aneb ochutnejte Českou republiku, o které bude v práci ještě dále pojednáno, dále tematických knih i webových stránek.

2.1 Západní Čechy

Západní Čechy nabízejí velké množství turisticky atraktivních míst. Patří sem krásná příroda Krušných hor s nejvyšším vrcholem Klínovec, Lázeňský trojúhelník (Mariánské lázně, Františkovy lázně a Karlovy Vary) i město Plzeň s celosvětově vyhlášením pivovarem. Tato oblast je označována jako pivní království, zejména díky zmíněnému městu Plzeň. Tamní pivo si vydobylo slávu u nás i ve světě a pokrmy typické pro tuto oblast pivo právě často obsahují. Pro kulinářské turisty je tato oblast rájem. V Karlovarském kraji každého napadne oblíbený bylinný likér – Karlovarská Becherovka. Tento nápoj začal prodávat drogistka Josef Vitus Becher již v roce 1807, prvotně jako léčivo. V tomto kraji, i když jako jediný z krajů nejvíce využívá k přípravě pokrmů zahraničních vlivů z francouzské, asijské či italské gastronomie v nabídkách mají i nadále své místo typicky české pokrmy i regionální speciality. Mezi krajo­vé speciality lze zařadit karlovarský knedlík např. se zaječím stehnem a svíčkovou omáčkou. Dále lze ochutnat karlovarské oplatky, sýry a uzeniny.²⁶ Plzeňský kraj je jednoznačně spojován s pivovarnictvím. Pivo se používá běžně u vaření – slavný je plzeňský guláš, který se od ostatních liší právě použitím této ingredience. Pivo

²⁵ VAŠÁK, J. *Regionální pokrmy z Čech, Moravy a Slezska od A (Adamov) do Ž (Žďár)*. 1. vyd. Praha: Fortuna Libri, 2001, s. 15. ISBN 80-727-7074-8.

²⁶ *Karlovarský kraj*. [online]. [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.kamsi.info/Karlovarsky-kraj/>

se často přidává i do různých těst a může posloužit i k léčebným účelům pro vysoký obsah vitamínu B. Dalšími specialitami tohoto kraje patří husté polévky, bramboráky, chodské koláče a další.²⁷

2.2 Jižní Čechy

Tato oblast oplývá nespočtem kulturně historických památek, starobylými městy, gotickými kostely, kláštery a několika památkami lidového stavitelství. S tímto krajem je také spjat venkovský architektonický styl zvaný selské baroko. Stavby postavené v jeho duchu jsou dodnes k vidění v Holašovicích. Jižní Čechy jsou také krajem bohatým na množství rybníků, vyhlášených chráněných území a rozsáhlých rašelinišť. S velkým množstvím rybníků jsou spojené také výlovy. V jižních Čechách můžeme ochutnat zabijačkové speciality, vepřovou pečení se zelím a knedlíkem, typické jsou ale zelňáky – připravené z kyselého zelí a mouky nebo šťouchané brambory se škvarky, tzv. Kočičák. Další známou specialitou je cmunda – jedná se o bramborák se zelím a uzeným masem, také knedlíky zvané bosáky, které se připravují napůl z vařených a syrových brambor. Nesmíme v nabídkách opomenout ryby, jelikož jižní Čechy jsou vyhlášeným krajem rybníků. K místní sladkým specialitám jistě patří i borůvková omáčka nazývaná borůvkový žahour, kterým se přelévají například sladké kynuté knedlíky nebo lívanečky.²⁸ Z oblasti Šumavy pochází i pravá jihočeská kulajda – jde o bílou polévku, kde hlavními surovinami jsou smetana, vejce a kopr.

2.3 Krkonoše a Podkrkonoší

Nachází se zde okouzlující příroda Krkonošského národního parku, pískovcová skalní města, Český ráj a labyrint Teplicko-Adršpašských skal. Od vysoké nadmořské výšky se také odvíjela zdejší kuchyně. Plodiny zde pěstované musely přečkat chladnější podnebí a pokrmy z nich mít vysokou energetickou hodnotu, aby dodaly energii a zahřály. Nejznámějším pokrmem této oblasti je krkonošské kyselo - které se obvykle připravuje z kvásku, žitné mouky, hub, brambor a dalších přísad pro každou polévku

²⁷ *Plzeňský kraj*. [online]. [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.kamsi.info/Plzensky-kraj/>

²⁸ *Jihočeský kraj*. [online]. [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.kamsi.info/Jihocesky-kraj/>

běžných jako je máslo, cibulka a kmín. Další specialitou je pavlišovský řízek neboli Pavlišovák, pokrm dostal jméno podle vesnice Pavlišov a jedná se o klasický řízek v trojbalu podávaný s kysaným zelím a houskovým knedlíkem. Mezi tradiční pokrm patřil také krkonošský houbový kuba, pokrm je připravován z krup, které by v našem jídelníčku pro svůj vysoký obsah vlákniny neměly chybět.²⁹ V oblasti Podkrkonoší se odjakživa dařilo pěstování cukrové řepy, z ní hospodyňky vařily populární sladidlo zvané sirob. Ten svojí barvou a konzistencí připomíná med. V kuchyni se dodnes přidává do kaší, perníků a polévají se jím i buchtičky a Peciválky neboli malé buchtičky plněné mákem. Tento kraj se také může pochlubit proslulými Miletínskými modlitbičkami. Poprvé je upekl Josef Erben u příležitosti miletínské pouti v malém perníkárství v centru Miletína. Skládají se z obdélníčku perníku potřeného náplní z pražených vlašských a lískových ořechů a navrch pokladeným plátkem z vaječných bílků a skořice zdobeným cukrovou polevou a mandličkou. Mandle zde symbolizuje právě onen křížek na deskách modlitební knížky. Nedaleko odtud se také vyrábějí proslulé Hořické trubičky, jež proslavily město Hořice.

2.4 Střední Čechy a Praha

V okolí Prahy se nacházejí nejznámější české hrady Karlštejn a Křivoklát, zámky Konopiště, Jemniště nebo Žleby. K přírodním krásám patří například údolí řeky Sázavy. Z technických a hornických památek je zde k vidění Hornické muzeum v Příbrami, Koněpruské jeskyně v Českém krasu a samozřejmě i skanzen Solvayovy lomy. Gastronomické zvyklosti této oblasti tvořící kruh okolo Prahy jsou určené jednotlivými regiony. V oblasti Mělnicka, kde se slévá Vltava a Labe, vždy převládal rybolov a s ním spojené pokrmy z ryb. Oproti tomu z hornické oblasti Křivoklátska a Kladenska pochází název jídla Uhlířina – tento pokrm se skládal ze zbytků jídla z předchozího dne jako např. nakrájené brambory a knedlíky smíchané se zbytky masa, které se ohřívají na pánvi a omašťují škvarky, rozpuštěnou slaninou, nebo se doplní jen zelím. Oproti tomu gastronomie v hlavním městě Praze je mnohem bohatší. Vyhlášenou specialitou je bezpochyby pražská šunka, známá po celém světě. Dalším méně známým

²⁹ *Královéhradecký kraj*. [online]. [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.kamsi.info/Kralovehradecky-kraj/>

uzenářským výrobkem je takzvaný Talián, jedná se o klobásu z telecího a vepřového masa se směsí koření, kde dominuje tymián a koriandr - poprvé jej vyrobil italský řezník Uggé, který se kolem roku 1900 usadil v Praze a začal ji vyrábět. Tato pochoutka je dodnes velmi populární. Nyní by se dala gastronomie hlavního města charakterizovat jako pestrá mozaika nejrůznějších gastronomických stylů, které odpovídají rušnému tempu hlavního města. V restauracích Vám nabídnou pokrmy inspirované ve všemožných světových destinacích a pokouší se s touto inspirací experimentovat v domácím prostředí. Co se týká pečiva, tak vyhlášenou pochoutkou je Pražský koláč, jež se skládá ze dvou kusů kynutého těsta promazané vysokou vrstvou krému, často bývá posypaný drobenkou či cukrem.³⁰

2.5 Vysočina a Horácko

Metropolí tohoto kraje je Jihlava, jedná se o nejstarší horní město, které patřilo ve středověku k nejbohatším městům českého království, především díky těžbě stříbra. Mnohé ze zdejších historických památek, jsou zařazeny mezi světové kulturní dědictví. Patří sem například historické centrum města Telč, poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené Hoře, Židovské město a bazilika sv. Prokopa v Třebíči. Přírodní bohatství kraje tvoří chráněné krajinné oblasti Žďárské vrchy, Železné hory a také národní přírodní rezervace Mohelenská hadcová step. Již od pradávna byla Vysočina krajem chudým a neúrodným, možná právě proto se zde dařilo především pěstování brambor. Regionální kuchyně na Vysočině je založena na luštěninách, houbách, bramborách a chlebu. Maso se tu objevovalo zřídka, výjimkou jsou zimní zabijačky. Z této oblasti pochází i známý trvanlivý salám Vysočina - poprvé ho vyrobili v roce 1967 v masokombinátu v Hodicích. *„Na mnoho způsobů se zde také dělávají králíci, například výborná bylinkami ovoněná králíčí sekanina, do které se přidává i špek, česnek a tymián, nakonec se šiška vytvarovaná z této kaše poklade plátky slaniny.“*³¹

³⁰ Praha. [online]. [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.apetitonline.cz/3-100007-praha/>

³¹ POSPĚCHOVÁ, P. *Regionální kuchařka: Všechny chutě Čech, Moravy a Slezska*. 1. vyd. Praha: Smart Press, 2013, s. 254. 978-80-87049-65-5.

2.6 Pohraničí

Tato oblast nabízí řadu turistických zajímavostí. Nejnavštěvovanější a co se přírody týče jistě nejbohatší, je oblast Jeseníky. Rozkládá se zde nejvyšší hora Jeseníků i Moravy – Praděd s nadmořskou výškou 1 492 m. Na jeho vrcholku stojí televizní vysílač s restaurací a rozhlednou. Mezi další zajímavosti jistě patří Petrovy kameny, jde o skupinku skal nacházející se na hřebenu Hrubého Jeseníku. Mezi významná města jistě patří lázně Karlova Studánka, které tvoří převážně roubené lázeňské budovy. Lázně jsou zaměřené na nemoci oběhového ústrojí a dýchacích cest. Toto město je považováno za město s nejčistším ovzduším v celé střední Evropě, a proto je v celém komplexu lázní kouření přísně zakázáno. Jeseníky jsou regionem s přetrhanými tradicemi, proto je původní jesenická kuchyně směsicí německé, slezské, moravské i polské kuchyně. Zdejší tradiční kuchyni se snaží oživit místní festival Chuť Jeseníků, do kterého jsou zapojeny i místní restaurace a školy. Na jejich jídelních lístcích se tak objevují již zapomenutá tradiční jídla z hor, jako jsou například oblíbené masové knedlíčky v nudlovém těstě nebo vařený hovězí jazyk s rozinkovou omáčkou. Z polévek převládá smetanová bramboračka, která se jak už název napovídá, odlišuje od té klasické přidáním smetany a nechybí ani zelná polévka se špekem, která se s velkou oblibou vaří také v následující oblasti kterou je Valašsko. Pohraničí ovšem nezahrnovalo pouze oblast Jeseníků, pokrývaly také severní Čechy. A že tu byl vliv ze sousedských států velký i samotné pokrmy mají mnohdy zahraniční názvy. Z polévek zde vévodí sudetský Eintopf, do kterého se dává to co dům dál od vepřových žebírek, brambor, cibuli až po růžičkovou kapustu, česnek a slaninu. Ke knedlíkům s masem se zde dodnes podává angreštová omáčka. Na niž se rozvařený angrešt propasíruje a smíchá s bílým vínem, smetanou a ochutí. K tradičním vánočním specialitám sem vliv z Německa přinesl tvarohovou štolu. Ta se připravuje několik týdnů před vánoce, zpracovává se z těsta, tvarohu, rozinek, kandovaného ovoce, mandlí. Z této směsi se vyválí obdélník, do jeho středu položíme marcipán vytvarovaný do válečku a okraje těsta přes něj přehneme. Upečená štola se bohatě pomastí máslem a zasype cukrem, takto připravená se nechá několik týdnů uležet. Z likérů tu má svoji bohatou tradici takzvaná Kmínka, ta kladně působí převážně na potíže s trávením.

Při její přípravě se rozdrcený kmín zalije lihem a přisype cukr. To vše se nechá několik dní uležet a poté se mísí s převařenou vodou, cukrem a opět několik dní stojí.³²

2.7 Slezsko, Ostravsko a Karvinsko

Je historické území, které se převážně rozkládá v Polsku a jen z malé části v České republice. Tato oblast je především známá pro svůj hutní průmysl rozvíjející se převážně na Ostravsku a Karvinsku. Zdejší města nabízí řadu kulturních památek, ať už se jedná o Slezskoostravský hrad, který se tyčí nad samotným městem Ostrava či město Opava, kde má sídlo Slezské zemské muzeum. Z přírodních zajímavostí se Slezsko pyšní například vodopádem Bílá Opava. V celém tomto kraji místní stále hovoří velice svérázným nářečím. Co se pokrmů týče, projevuje se takto: bravek je prase, slepice je kura a libovému masu se říká chudé. Mezi místní speciality patří Slezský bigos, který má dvě podoby polskou a slezskou. Obě mají různé obměny od domu k domu, v některých receptech se dokonce objevují i sušené švestky, červené víno či sušené hřibky. Tento pokrm lze přirovnat k ukrajinskému boršč, ovšem zde je hlavní surovinou zelí a to jak čerstvé tak i kysané, dále se přidává např. bůček, slanina, cibule a další suroviny. Z východní kuchyně se zde také s oblibou vaří bramborové pirogy a plněné škvarky a podávané s kysaným zelím. K místní kuchyni také patří houby všeho druhu a to i třeba pýchavky, ze kterých se zde připravuje guláš. Ze sladkých jídel se do dnes dochovala Bryja, jedná se o sladkou omáčku připravovanou z čerstvého nebo sušeného ovoce. Nejznámější je hrušková Bryja, která se připravuje z čerstvých hrušek, jablek, smetany, hřebíčku, skořice a cukru. To vše se povaří a podává se s plackami, bramborami či samotná.³³

2.8 Haná

Hlavním centrem v této oblasti je univerzitní město Olomouc, jež oplývá množstvím historických památek. Nachází se zde Sloup Nejsvětější trojice, který je zapsán

³² POSPĚCHOVÁ, P. *Regionální kuchařka: Všechny chutě Čech, Moravy a Slezska*. 1. vyd. Praha: Smart Press, 2013, s. 232. 978-80-87049-65-5.

³³ SOUČEK, J. *Krajová jídla patří do naší kuchyně*. [online]. [cit. 2014-11-12]. Dostupné z: <http://www.cot.cz/zobrazcl.php?id=6732>

na UNESCO³⁴ a Přemyslovský hrad. Mezi nábožensky významné místa jistě patří Svatý kopeček u Olomouce, na jehož vrcholu se tyčí barokní chrám Navštívení Panny Marie. Místem kde se střetává kultura a umění je město Kroměříž, jehož dominantou je Arcibiskupský zámek a Květná zahrada, taktéž na seznamu UNESCO. V této části naší země se těší stále velké oblibě nářečí. Zdejší popularitě se těší olomócké tvarůžké či syrěčke, jak se jim zde s oblibou říká, známé jsou také pro svoje typické aroma zrajícího sýru. Tato pochutina je vyráběna z netučného tvarohu, a proto patří mezi nízkokalorické sýry. Typická polévka je Syrnica a je připravovaná z tvarohu, tvarůžků a mléka. Neméně známým pokrmem je uzený nákyp zvaný Hlavička, ten se dělává na velikonoce ke kůzleti či jehněti. Ve všední dny se Hlavička podává bez pečínky, pouze se zeleninovým salátem. Mezi hlavní suroviny patří vařený uzený bok. Další suroviny jsou již podobné jako u klasické nádivky. Ze sladkých pokrmů se podávají především kadtákové šěške (knedlíky) s mákem zalévané kapkou sádla.³⁵ Při různých oslavách se připravují lity bochětky, což jsou sladké buchty z řídkého těsta, které se pečou v typických kameninových formách, kde je šest až dvanáct prohlubní ve tvaru ptáčků, rybek, raků nebo třeba srdíček. Dalšími známými moučníky jsou kraple neboli řezy se žlutkovým krémem, motané cviboch (roláda) či trobke.

2.9 Valašsko

Tento region nazývaný podle pastevců ovcí Valachů – Valašsko oplývá přírodními krásami a tradiční kulturou. Nejvyšším pohořím a zároveň chráněnou krajinnou oblastí jsou Beskydy. Nejpmátnější horou Beskyd je Radhošť, na jehož vrcholu se tyčí socha pohanského boha Slovanů Radegasta. Nejvyšší horou Beskyd je Lysá hora, která je obklopena vyhledávanými lyžařskými středisky, jako jsou Pustevny a Soláň. Unikátní centrum lidového stavitelství zde představuje skanzen v Rožnově pod Radhoštěm. Tamní kuchyně je často vyhledávaná návštěvníky. Důkazem je oblíbená místní polévka Kyselica o níž se říká, že co hospodyně to jiná, ale základní suroviny zůstávají vždy stejné, mezi ně patří kysané zelí, brambory, klobása, slanina,

³⁴ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu.

³⁵ *Hanácká kuchyně není jen o tvarůžkách*. [online]. [cit. 2014-12-12]. Dostupné z: <http://www.vseovareni.cz/magazin/hanacka-kuchyne-neni-jen-tvaruzcich/>

zakysaná smetana a někteří přidávají i sušené švestky. Jednou z nejslavnějších valašských zapékaných kaší je jistě Kontrabáš či Kontrabač - připravuje se z pohanky, brambor, uzeného masa, česneku, cibule a nesmí chybět ani sádlo na omaštění. Pod názvem Pagáče se skrývá další místní specialita, která se zde dělá již od pradávna. Nejčastější podobou jsou škvarkové Pagáče, jedná se o malé bochánky z těsta, při výrobě se těsto několikrát překládá, aby se spojilo s umletými škvarky. K vyhlášeným sladkostem bezpochyby patří i frgále, jinak také nazývané jako valašské vdolky. Jsou to velké koláče připravované z kynutého těsta a zdobené mákem, povidly, tvarohem ale i jablky a hruškami.³⁶ Do této oblasti patří i Štramberk, odkud pochází proslulé Štramberské uši, které se pečou z perníkového těsta ve speciálních kornoutcích. V této části Moravy se nekonzumuje hojně pouze víno, ale i slivovice, která se vyrábí především ze švestek, blum a slív. Tento alkoholický nápoj se produkuje tradičně ve Vizovicích, kde se nachází společnost Rudolf Jelínek, a. s. Jiným kulinářským eventem je Vizovické Trnkobraní. *„Trnkobraní vzniklo jako oslava nejvýznamnějších plodů tohoto regionu, švestek, v místním nářečí zvaných trnky, a pravé valašské slivovice. Jedním z tradičních bodů programu je i proslulá soutěž v pojídání švestkových knedlíků.“*³⁷

2.10 Jižní Morava

Je krajem plným přírodních i kulturních památek. Rozprostírá se zde chráněná krajinná oblast Moravský kras, který je tvořen devonskými vápenci a je tu možné navštívit i známou propast Macocha. Další bezesporu hojně navštěvovanou přírodní památkou je chráněná krajinná oblast Pálava, která patří k nejdéle osídleným místům u nás. Existovala zde pravěká tábořiště lovců mamutů a na základě toho zde byla v roce 1925 mezi Dolními Věstonicemi a Pavlovem objevena celosvětově známá Věstonická Venuše. Z kulturních památek je jistě nejznámější Lednicko-valtický areál, který se skládá z novogoticky upraveného zámku a drobných staveb v romantickém stylu jako je např. Apollonův chrám, Rendes-vous a Minaret. Lednicko-valtický areál

³⁶ *Gastronomie*. [online]. [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: <http://www.beskydyportal.cz/cz/gastronomie?&page=2>

³⁷ ORSÁKOVÁ, Š. A E. OBŮRKOVÁ. *Ochutnejte Českou republiku*. 1. vyd. Brno: B4U Publishing, 2010, s. 136. ISBN 978-80-87222-12-6.

je společně s brněnskou vilou Tugendhat zapsán na seznam světového dědictví UNESCO. Tato vila je jednou z nejvýznamnějších staveb funkcionalistické architektury.³⁸ Jižní Morava je díky svému klimatu vyhledávanou vinařskou a oblastí. Především kopce jižních oblastí lemují ovocné sady a nekonečné vinice. Jižní Moravu můžeme rozdělit na dvě kulinářsky odlišné oblasti, a to na Brněnsko a Slovácko. Mezi vyhlášené pochoutky Jihomoravského kraje patří znojemské okurky a ty se hojně využívají i v gastronomii - příkladem je oharková omáčka s hovězím masem, tato omáčka se připravuje z nakládaných okurek, smetany, másla, hladké mouky a soli. Vlivem příslunu přistěhovalců z jižní Evropy se v minulosti do brněnských kuchyní dostaly dnes již běžně připravované plněné papriky nebo z Maďarska známý Paprikáč. Slovácko je velice úrodné a to především na pěstování vinné révy a ovoce. Roste zde také jeřáb oskeruše - z jeho plodů se připravuje víno, mošt, povidla, kompot, nebo se z něj pálí Oskerušovice. Tradičním jídlem této oblasti je Šumajzl - připravuje se z krup a fazolí, podle chuti se pak přidávají škvarky nebo vypečené vepřové a to vše se pomastí sádlem, dochutí česnekem a podává s kyselými okurkami. Do polévek místní přidávají lokše připravované z nudlového těsta. Odlišují se především tvarem, lokše jsou silnější a delší než klasické nudle.³⁹ Ze sladkých jídel můžeme ochutnat Hlucké vdolečky, které se každoročně pečou na jízdy králů. Jejich zvláštností je dutinka, která uvnitř vzniká díky poměrně rychlému pečení. Tyto koláčky jsou plněné tvarohem a zdobí se povidly a drobenkou. Ke sladkým pokrmům také patří Beleše, které se připravují z kynutého těsta. Z něho se vytvarují bochánky a opékají se na litinové plotýnce nebo na pánvi. Po upečení se pomastí sádlem, pomažou povidly a posypou umletým mákem.⁴⁰ Návštěvníci vinných sklípků jsou pohoštěni výbornými víny a vinař jim k vínu nabídne i malé pohoštění v podobě škvarků, slaniny, sýrů aj. V restauracích a domácnostech se pak hojně připravují tradiční hutné omáčky jako např. svíčková, křenová, koprová, znojemská aj.

³⁸ *O jižní Moravě*. [online]. [cit. 2014-12-14]. Dostupné z: <http://www.jizni-morava.cz/?tpl=20>

³⁹ *Pod pokličkou - Slovácká kuchyně*. [online]. [cit. 2014-12-18]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1092592063-pod-poklickou/408236100092006/titulky>

⁴⁰ MIKROREGION OSTROŽSKO. *OSTROŽSKO - katalog turistických zajímavostí*. Mikroregion Ostrožsko, 2012.

2.10.1 Moravský kras a okolí

Oblast Moravský kras a okolí je součástí turistického regionu Jižní Morava. Nachází se severně od města Brna. Dominuje zde přírodní a poznávací turistika. Moravský kras je považován za jednu z ekologicky nejčistších oblastí celé České republiky. Táhne se od severního okraje Brna až ke Sloupu a Holštejnu. Je nejrozsáhlejším a nejvíce zkrasovělým územím České republiky. Potenciál cestovního ruchu je v této oblasti na jižní Moravě velmi unikátní. Za navštívení v rámci chráněné krajinné oblasti rozhodně stojí Punkevní jeskyně se známou propastí Macocha a populární plavbou na lodičkách po říčce Punkvě, Sloupsko-šošůvské jeskyně, Kateřinská jeskyně, jeskyně Výpustek, jeskyně Balcarka, Rudické propadání. Býčí skála a mnoho dalšího. Mezi optimální aktivity účastníka cestovního ruchu patří pěší turistika spojená s poznáváním přírody, kulturněhistorické a technické poznávání, rekreace u vody a cykloturistika.⁴¹ V této oblasti je k vidění řada měst s významnými kulturními památkami - mezi ně jistě patří zámky ve Velkých Opatovicích, Letovicích, Lysicích, Boskovicích či Rájci-Jestřebí.⁴² Malé, ale přesto široko daleko známé město Kunštát se může pyšnit svou hrnčířskou a keramickou tradicí, kterou dávají každoročně na obdiv při konání Hrnčířského jarmarku. Hojně navštěvovaná je i jeskyně Blanických rytířů v nedaleké Rudce u Kunštátu. Často navštěvované jsou Boskovice, nazývané také jako město sedmizubého hřebene, nabízí řadu kulturních památek. Mezi hlavní jistě patří židovská čtvrť a v ní dodnes dochované židovské domy. K vidění je tady i židovská synagoga, dodnes zachovaná mikve⁴³ a nedaleko se rozprostírající židovský hřbitov. Nad celými Boskovicemi vévodí zřícenina hradu a město je možné shlédnout i z městské radnice s vyhlídkovou věží. Moravský kras nabízí pestrý výběr regionálních potravin, od mléčných výrobků přes ryby až po sladké pečivo v podobě koláčků. Návštěvníci mají širokou možnost poznat tento život na místních farmách, kde se regionální produkty a nemusí se jednat pouze o nejen potraviny, přímo vyrábějí. Výrobci a poskytovatele služeb včasně reagovali a účastníkovi kulinářského cestovního

⁴¹ STŘÍBRNÁ, M. *Podmínky rozvoje cestovního ruchu v chráněných krajinných oblastech a národních parcích*. 1. vyd. Praha: Euroconsultants, 2008, s. 52. Bez ISBN.

⁴² *Moravský kras a okolí – turistická oblast*. [online]. [cit. 2014-12-20]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihomoravsky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/jizni-morava-turisticky-region/moravsky-kras-a-okoli/>

⁴³ Mikve - židovská rituální lázeň tvořena nádrží s přírodní vodou a slouží k rituálnímu očištění osob nebo předmětů, taktéž i nádobí.

ruchu mají co nabídnout. Velké množství subjektů je certifikováno nebo zapojeno do různých kampaní, o kterých bude v práci ještě pojednáno. Pod záštitou MAS⁴⁴ Moravský kras vznikla regionální značka – Moravský kras regionální produkt. Úkolem místní akční skupiny je od roku 2006 jako občanské sdružení vytvářet podmínky pro zachování a podporu trvale udržitelného cestovního ruchu v regionu. Jednou z jejich činností je právě realizace projektu značení místních výrobků v Moravském krasu a okolí. V rámci oblasti gastronomie je to např. přírodní plísňový sýr Niva vyráběný v mlékárně Otinoves, pekařské výrobky ze Sloupu v Moravském krasu vyráběné společností ZEMSPOL ve Sloupě, výrobky z ovčího mléka vyráběné na farmě v Hlubokých Dvorech pana Zoltána Korenka nebo také Kozí sýr Sedlák ze Šošůvky od paní Evy Sedlákové. Velké zastoupení zde mají i včelí a medové produkty, jedním ze zástupců tohoto odvětví je Med z Propadání vyráběný panem Karlem Skřivánkem. Ze zástupců z živočišné říše jsou to pštosí produkty z Moravského krasu, které pocházejí ze pštosí farmy v Doubravici nad Svitavou. V neposlední řadě se touto značkou může pyšnit i Jedovnický kapr z Olšovského rybníka Olšovec, kde má chov ryb dlouholetou tradici nebo Punkevní pstruh ze Skalního mlýna aj.⁴⁵ O regionálně zaměřenou gastronomii a využití lokálních surovin usilují i provozovatelé středisek veřejného stravování a ubytovacích služeb, v obou případech se seznam téměř každým rokem zvětšuje o nové zájemce poskytující tyto výrobky a služby. Regionální potraviny a speciality ve vztahu k restauracím budou podrobně rozebrány v praktické části této práce.

⁴⁴ MAS – místní akční skupina.

⁴⁵ *Výrobky a produkty*. [online]. [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: <http://www.mas-moravsky-kras.cz/karsticum-/vyrobky-a-produkty/>

3 GASTRONOMICKÁ MÍSTA A EVENTY V ČESKÉ REPUBLICĚ

Návštěvníci destinací až skoro stoprocentně využívají při pobytech ke stravování místních středisek veřejného stravování. Jídlo se stává postupně nejen základní službou, ale i motivem účasti, což v reálu znamená, že se na tuto problematiku čím dál více zaměřují i ostatní činnosti jako např. podniky veřejného stravování, gastronomické destinace, festivaly, akce, eventy, provozy, muzea, farmářské trhy a kurzy vaření, na kterých se může návštěvník gastronomicky inspirovat a realizovat.

3.1 Gastronomická muzea

V této kapitole jsou uvedena některá významná gastronomická muzea na našem území:

Muzeum gastronomie v Praze

Nenápadná ulička v historickém centru Prahy vybízí nečekaně také k výpravám do kulinární minulosti. K vidění jsou tu kuchařské a kuchyňské nástroje, textilie a dobové receptury. Během roku se zde konají i různé tematické soutěže a sezónní ochutnávky. V unikátní expozici plné dobových vyobrazení a rekonstrukcí objevíte historii vaření od pravěku až k současnosti. Ve stoleté hospodě a baru objevíte historii piva a destilátů, dále poznáte životní příběhy i recepty nejslavnějších českých a světových kuchařů.⁴⁶

Muzeum perníku v Rábech u Pardubic

Toto jedinečné muzeum se nachází nedaleko od Pardubic. Při jeho návštěvě je k vidění několik expozic inspirovaných pohádkou O perníkové chaloupce. Návštěvníci se seznámí s městečkem Perníkov, putují tajuplným lesem do Perníkářské dílny Ježibaby a navštíví i Medový ráj. Dospělé zaujme především expozice z historie perníkářského řemesla a výstava více než tisíce perníků z celé České republiky.⁴⁷

⁴⁶ *Vítejte na stránkách Muzea gastronomie.* [online]. [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://www.muzeumgastronomie.cz/>

⁴⁷ *Muzeum perníku.* [online]. [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://www.pernikova-chaloupka.cz/tema/tema.phtml?id=1524>

Muzeum Olomouckých tvarůžků A. W. v Lošticích

Muzeum syrečků zachycuje celý proces výroby a zrání olomouckých tvarůžků, jež jsou známi i pro svoji specifickou vůni. Muzejní expozice začíná ve sklepě, kde je dokumentováno mletí a lisování tvarohu, v dalších podlažích pak vlastní výroba. Součástí prohlídky je také možnost zhlédnout tematické filmy.⁴⁸

Muzeum másla v Máslovicích

Interaktivní výstava v tomto muzeu nabízí k vidění i osahání celého procesu výroby másla prostřednictvím různých druhů odstředivek, máselnic, formiček na máslo a máslenek na servírování másla. Vystavena je zde také ojedinělá kolekce obalu na máslo. Součástí je i expozice o historii obce a krátkodobé výstavy.⁴⁹

Muzeum čokolády a marcipánu v Táboře

Toto sladké muzeum představuje historii čokolády, její pěstování, dovoz do Evropy i zpracování do formy bonbonů, tabulek, pralinek a figurek. V rámci speciální expozice marcipánu je k vidění marcipánový model táborského náměstí, pohádkové motivy nebo šatičky pro panenky.⁵⁰

Muzeum vinařství ve Valticích

K vidění je zde hned několik zajímavých expozic. První z nich je expozice věnovaná historii pěstování a zpracování vína zahrnující přehledku historických vinařských lisů a nástrojů. Druhá expozice zachycuje vývoj zelinářství a ovocnářství od středověku až po současnost.⁵¹

Co se týče oblasti Moravský kras a okolí, tak tu bohužel nenalezneme žádné specificky tematické muzeum vztahující se na gastronomii. Pojednání o lokálních pokrmech a nápojích jsou pouze dílčí částí ucelených expozic nebo sbírek v regionálních muzeích a nevztahují se na současnost. Nicméně lze navštívit po předchozí domluvě uvedené výrobce, kteří jsou v kapitole, viz 2.10.1 a ti takto podporují své prodeje. Také je možné poznávat na vlastní pěst v rámci návštěv místních středisek veřejného stravování, které jsou certifikované nebo zapojené v nějaké kampani nebo využijete doporučení místních

⁴⁸ *Muzeum Olomouckých tvarůžků A. W.* [online]. [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://tvaruzky.cz/Muzeum.aspx>

⁴⁹ *Muzeum másla.* [online]. [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://www.maslovice.cz/web/cs/muzeum-masla>

⁵⁰ *Muzeum čokolády a marcipánu Tábor.* [online]. [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://www.cokomuzeum.cz/o-muzeu>

⁵¹ *Muzeum vinařství, zahradnictví a životního prostředí.* [online]. [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://www.nzm.cz/valtice/>

obyvatel. Konkrétní střediska veřejného stravování jsou nejčastějším cílem kulinářského cestovního ruchu.⁵²

3.2 Gastronomické eventy

I v této kategorii není Česká republika pozadu. V této kapitole jsou vybrány nejvýznamnější události spojené s možnou návštěvou kulinářského turistu a nejen jeho.

Prague Food Festival v Praze

Tento festival má v Čechách již dlouholetou tradici. Jedná se o třídní svátek jídla, který probíhá v Královské zahradě Pražského hradu a je to jednoznačně gastronomická událost roku. Sjíždějí se sem zástupci restaurací z celé republiky a předvádějí svoje kulinářská umění. K ochutnání je zde řada specialit. Celý festival také doprovází talk show z mnoha významnými hosty.

Grand Restaurant Festival

Na této akci se každoročně domluví ty nejlepší a nejzajímavější restaurace z celostátní ankety Maurerův výběr Grand Restaurant. Zúčastněné restaurace si připraví menu dle zadaného téma a nabízejí své ochutnávky návštěvníkům za velice zvýhodněnou cenu. Exkluzivní restaurace se tak otvírají i běžným zákazníkům, kteří si to mohou dovolit. Menu si může každý zvolit dle libosti, jako např. kategorie objevujeme nové chutě, ochutnejme tradiční recepty a budme v rovnováze s přírodou.⁵³

Špilberk Food Festival v Brně

Tradiční brněnský festival konaný na nádvořích a terasách Špilberku. Mimo mnoha ochutnávek toho nejlepšího z české gastronomie zde probíhá také ochutnávka vín. Akci doprovází i bohatý kulturní program a řada významných hostů nejen z oblasti gastronomie. Prezence se zúčastní zejména certifikované restaurace nebo ty, které jsou zapojené do kampaní na podporu české gastronomie např. CzechSpecials apod.

Foodparade v Troji

Tento festival se koná každoročně v zahradách zámku Troja. Pořadatelem je škola vaření Chefparade, která mimo jiné vydává i kuchařské knihy. Tento festival probíhá hned v několika stáncích s ochutnávkami a často doprovázenými farmářskými trhy.

⁵² KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 43. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁵³ *Úvod*. [online]. [cit. 2014-12-23]. Dostupné z: <http://www.gurman.cz/>

Salima v Brně

Je mezinárodní veletrh zaměřený na potravinářství. Současně s ním probíhají vždy i veletrhy - mlynářský, pekařský a cukrářský, dále veletrh zařízení pro obchod, hotely a veřejné stravování, řadí se sem také vinařský veletrh. V rámci těchto veletrhů se prezentují přední výrobci a dodavatelé v těchto odvětvích. Prezentují nejnovější trendy v uvedených oborech a navazuje na ně také mezinárodní setkání v segmentu HORECA⁵⁴. Tyto festivaly se konají jednou za dva roky, vždy v sudých letech a i kulinářský turista může ochutnat regionální speciality např. Jihomoravského kraje.⁵⁵ V turistickém regionu Moravské krasu a okolí lze navštívit několik akcí zaměřených na konzumaci pokrmů či nápojů. V Boskovicích např. Husí slavnosti, kde se jedná o dvoudenní slavnosti, do kterých jsou zapojeny i většina místních restaurací. V tomto období nabízejí husí menu jak už pečínku anebo i např. vnitřnosti apod. Restaurace poté mezi sebou soutěží. V posledních letech to bylo o nejlepší knedlík, zelí, vnitřnosti a pečínku. Slavnosti doprovází trh s místními specialitami a rukodělnými výrobky. Husí slavnosti se konají každoročně na konci září nebo začátkem října a tak celý areál u Zámeckého skleníku, kde se pořádají, lemují stánky s bílým a červeným burčákem. Celý průběh doprovází také řada hudebních vystoupení se slavnými osobnostmi. Masivně je navštěvovaná i pivní pouť konaná každoročně koncem září v areálu Černoohorského pivovaru. K zakoupení jsou různé druhy Černoohorských piv a nesmí chybět ani borůvkové pivo nabízené výhradně na této akci. Každoročně se zde sjíždějí milovníci zlatavého moku z celé republiky. Ulice městyse Černá Hora jsou pokryté stánky s různými dobrotami a nesmí chybět ani pro toto období typický burčák. Celou pivní pouť doprovází bohatý kulturní i zábavný program.

⁵⁴ HORECA je zkratka, která definuje segment trhu, který se zabývá hotelnictvím, restauracemi, pivnicemi, kluby, kavárnami a dalšími typy pohostinství.

⁵⁵ *Salima*. [online]. [cit. 2014-12-16]. Dostupné z: <http://www.bvv.cz/salima/>

4 SOUČASNÁ GASTRONOMIE A KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Současná gastronomie se vyvíjí dle potřeb doby, sleduje životní styl obyvatel a vychází z jejich zákaznického imperativu. Podle požadavků zákazníků se neustále mění nabídka. Gastronomie se zaměřuje na kvalitu, zdraví, racionálnost, sezónnost a čerstvost. Podle čeho nebo kde si má ale kulinářský turista vybrat a hledat?

4.1 Projekty a kampaně

Na nejen gastronomických kampaních i projektech se v České republice podílí zejména státní agentura CzechTourism (do roku 2003 nazývaná Česká centrála cestovního ruchu), kterou zřizuje Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky jako příspěvkovou organizaci. Cílem je propagace České republiky jako destinace v zahraničí, ale i u nás a vytváření marketingových aktivit. V rámci kulinářského cestovního ruchu spolupracuje s Ministerstvem zemědělství České republiky a ostatními subjekty.

CzechSpecials (Ochutnejte Českou republiku)

Hlavním cíle této kampaně je zvýšit povědomí o české regionální gastronomii a restauračních provozech, které jsou také certifikované a hosté v nich dostanou kvalitní tradiční pokrmy. Na projektu se podílí CzechTourism ve spolupráci s Asociací hotelů a restaurací a Asociací kuchařů a cukrářů České republiky. CzechSpecials prezentuje českou gastronomii jako rozmanitou v rámci jednotlivých regionů, plnou jedinečných pokrmů, širokého spektra způsobů jejich příprav.⁵⁶

HeritageTrails (Stezky dědictví)

Tato kampaň si klade za cíl zprostředkovat domácím i zahraničním návštěvníkům ty nejlepší zážitky z české regionální gastronomie, to nejlepší z našeho gastronomického dědictví a podpořit hrdost chutí a vůní naší země. Projekt spravuje občanské sdružení ECEAT⁵⁷. Hlavními partnery projektu jsou Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava aj. V současnosti se projektu účastní přes 70 restaurací, které

⁵⁶ *Představení projektu*. [online]. [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: <http://www.czechspecials.cz/about-us/>

⁵⁷ European Centre for Ecology and Tourism - zabývá se cestováním za tradičními chutěmi a dalšími projekty na podporu udržitelného cestovního ruchu.

se nacházejí na jižní Moravě, Vysočině a v Praze. Restaurace, které splní určitá kritéria pro získání označení a následně jsou zapsány do průvodce. Restaurace musí nabízet minimálně čtyři hlavní pokrmy regionální nebo české kuchyně a nesmějí být připravovány z convenientů.⁵⁸

Regionální potravina

Tento projekt vznikl za podpory Ministerstva zemědělství, které oceňuje regionální výrobce a jejich výrobky. Značka Regionální potravina se uděluje již pátým rokem a cílem projektu je prosadit na trhu kvalitní a především regionální potraviny. Ministerstvo podporuje i různými soutěžemi jako např. o letošních vánocích s názvem Nákup regionálních potravin, to je výhra pro celé Česko.⁵⁹

Ochutnejte Moravu! (Objevte s námi zapomenuté speciality regionu)

Tento projekt vede Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava, která se již delší dobu zaměřuje na rozvoj regionálních pokrmů. Projekt postoupil i v přeshraniční spolupráci s Rakouskem, kde došlo k výměně zkušeností v oblasti regionální gastronomie a tradic mezi jižní Moravou a dolnorakouskou oblastí Weinviertel. Podařilo se zmapovat producenty a prodejce na území jižní Moravy, díky tomu si mohou místní obyvatelé i kulinářští turisté najít producenty a prodejce jihomoravských regionálních potravin, k dispozici jsou nové webové stránky, které jsou průběžně aktualizovány, vyšla také tištěná brožurka.⁶⁰

4.2 Průvodci

Turisté, kteří vyhledávají jako motiv účasti kulinářský cestovní ruch, často využívají průvodce dostupné na internetu, popř. v tištěné podobě ale v poslední době i sociální sítě a jejich diskuze. Mezi nejstarší a nejznámější ve světě patří jednoznačně francouzský průvodce Michelin. Do průvodce jsou každoročně zaznamenávány ty nejlepší restaurace světa a dostávají tzv. hvězdy, kde maximum jsou tři. V České republice jsou momentálně v roce 2014 jednou hvězdou oceněny restaurace Degustation Bohême Bourgeoise a Alcron v hotelu Radisson, obě sídlící v Praze. Takovou menší

⁵⁸ *O projektu*. [online]. [cit. 2014-12-10]. Dostupné z <http://www.stezky-dedictvi.cz/stezky-dedictvi-projekt/>

⁵⁹ *O projektu*. [online]. [cit. 2014-12-10]. Dostupné z <http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/>

⁶⁰ *O projektu*. [online]. [cit. 2014-12-10]. Dostupné z <http://ochutnejtemoravu.eu/o-projektu/>

obdobou v České republice lze označit Maurerův výběr Grand Restaurant, jedná se o nezávislého průvodce po nejlepších a nejzajímavějších restauracích v České republice. Restauracím je udělováno pořadí na základě celostátní ankety už déle jak patnáct let. Účastníci mohou hodnotit pomocí webového formuláře, tištěného formuláře, aplikace a na speciálních gastronomických akcích jako např. Prague Food Festival. Tištěná verze vychází jedenkrát ročně na začátku prosince. Díky rozmanitosti a kreativitě realizátora, vyhlášeného gurmána Pavla Maurera, patří tento průvodce mezi nejoblíbenější vyhledávače restaurací.⁶¹ Maurer prosazuje gastronomickou filozofii, která se řídí především zásadami, které se mohou hodit i každému kulinářskému turistovi či běžnému konzumentovi jako např. mysleme na to, co si dáváme do pusy, objevujeme nové chutě, vychutnávejme a nepřejídejme se, najděme si čas na jídlo a užijme si jej, respektujeme kvalitní lokální a sezónní suroviny, pokrmy a nápoje musí být v harmonii, rozmazlujme sebe a chuťové buňky, každá surovina má svůj životopis, kultura stravování je odrazem naší osobnosti, vracejme se k rodinnému stolu, přemýšlejme nad tím, co učíme jíst své děti, nepodceňujme pravidelnost a střídmost, každému jídlu náleží odpovídající příprava, ctěme tradiční recepty a zvyklosti, podporujme farmy a bioprodukty, doporučujeme a hodnotíme kvalitní gastronomické podniky, pěstujeme pravidelná setkání s přáteli, talířem a sklenkou, láska prochází žaludkem, zachování rovnováhy přírody a člověka je cesta.⁶²

⁶¹ *O publikaci*. [online]. [cit. 2014-12-14]. Dostupné z <http://www.grandrestaurant.cz/o-publikaci>

⁶² *Nejezte blbě!* [online]. [cit. 2014-12-13]. Dostupné z <http://www.grandrestaurant.cz/nejezte-blbe>

PRAKTICKÁ ČÁST

V praktické části bude provedena analýza kulinařského cestovního ruchu a regionální gastronomie na území naší republiky, s dalším užším zaměřením na turistický region Moravský kras a okolí. Analytická část navazuje na teoretickou část práce, kde byla nastíněna problematika rozvoje kulinařského cestovního ruchu nejen v České republice a jeho předpoklady. Kvantitativní i kvalitativní výzkum povede ke zhodnocení a návrhům rozvoje tohoto cestovního ruchu nejen v uvedené oblasti Moravského krasu a okolí.

5 ANALÝZA ROZVOJE KULINÁŘSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

Jako metoda kvantitativního výzkumu byla provedena analýza prostřednictvím dotazníkového šetření umístěného na Internetu. K tomuto účelu a sběru dat bylo využito portálu Vyplňto.cz. Dotazníkové šetření bylo propagováno směrem k respondentům především na sociálních sítích Facebook a Twitter ve specializovaných gastronomicky zaměřených skupinách, dále bylo k dispozici na webových stránkách informačních středisek v Moravském krasu a okolí a Boskovicku, přičemž vzorek respondentů byl náhodný. Dotazníkové šetření bylo formulováno tak, aby pokrývalo kompletní problematiku kulinařského cestovního ruchu – globálního k lokálnímu a jeho vnímání v návaznosti na gastronomii, regionální produkty, oblíbenost jídel a nápojů, eventy, návštěvnost restaurací a vliv gastronomie na výběr destinace, respektive regionu. Výsledky nejsou veřejně přístupné, slouží zejména tazateli k vypracování této diplomové práce. Dotazníkové šetření probíhalo pouze v jednom cyklu od 23. 11. 2014 do 14. 12. 2014, tzn. 3 týdny. Období sběru informací navazovalo na důkladnou přípravu veškerých podkladů a získání co největšího množství dat o dané problematice. Dotazník prezentoval komplexně 30 otázek uzavřených, polouzavřených a otevřených, respondenti museli povinně odpovědět na všechny otázky. Co se týče respondentů, cílová skupina dotazníkového šetření byla široká, protože se jednalo především

o uživatele Internetu a sociálních sítí. Pohlavím, věkem ani vzděláním nebyl tento výzkum nijak omezen.

V rámci dotazníkového šetření byly stanoveny 3 následující základní hypotézy výzkumu:

Hypotéza 1

Více jak 40 % z celkového počtu respondentů vnímá jako jeden z hlavních motivů účasti k návštěvě určité destinace poznávání lokální gastronomie a kulinářský cestovní ruch.

Hypotéza 2

Minimálně pro polovinu respondentů jsou poskytované stravovací služby během pobytu důležité a rozhodujícím faktorem celkové spokojenosti.

Hypotéza 3

Alespoň 30 % respondentů zaznamenalo nějakou kampaň na podporu české gastronomie a kulinářského cestovního ruchu v České republice.

Dotazník vyplnilo celkově 250 respondentů. Z nich 73,2 % tvořily ženy a 26,8 % muži (tj. 183 žen a 67 mužů). Dotazník akceptovalo nejvíce respondentů ve věkové kategorii do 28 let (58,8 %, tj. 147), nejméně nad 55 let (6,4 %, tj. 16). Kategorii 29-40 let tvořilo 21,6 % (tj. 54), poslední kategorii 41-55 let 13,2 % (tj. 33). Věkové kategorie byly vybrány, tak aby se každý respondent mohl zařadit a na dotazníkové šetření odpovědět. Z pohledu dosaženého vzdělání na dotazníkovém šetření se podílelo 40,8 % respondentů (tj. 102) s vysokoškolským vzděláním, 32 % respondentů (tj. 80) se středoškolským vzděláním, 14,4 % respondentů (tj. 36) se základním vzděláním, 8 % respondentů (tj. 20) s vyšším odborným vzděláním a 4,8 % respondentů (tj. 12) se středoškolským vzděláním bez maturity. Nejvíce 72,4 % (tj. 181) pocházelo z Jihomoravského kraje, nejméně 0,4 % respondentů (tj. 1) pak z Moravskoslezského kraje, i když byl dotazník targetovaný primárně a prezentován na celou Českou republiku a nejen na jižní Moravu a Moravský kras a okolí. Optimální trajektorie byla vedena z obecných otázek týkajících se tedy pohlaví, věku, vzdělání, kraje kde žijí až na dotazy týkající se obecně gastronomie a cestovního ruchu až na konec, který se zaměřoval krátce na oblast Moravského krasu a okolí. V následné části budou interpretovány některé výzkumné otázky a jejich odpovědi týkající se problematiky

cestování a gastronomie, tedy kulinářského cestovního ruchu z dotazníkového šetření vč. vlastní reflexe.

Podle provedeného dotazníkového šetření vystihuje 54,8 % respondentů (tj. 137) regionální gastronomie, zatímco 45,2 % (tj. 113) respondentů spíše gastronomie světová. Z toho lze usoudit, že zájem o lokální a světovou gastronomii u dotázaných je téměř shodný a nabídka pokrmů středisek veřejného stravování na trhu a jejich zaměření je rovnoměrná a dostačující podle moderních trendů v oblasti nabídky, což prakticky znamená, že některé restaurace se zaměřují na českou, ideálně regionální kuchyni a jiné koncepčně na světovou jako např. italskou, francouzskou, řeckou, španělskou kuchyni aj. v naší zemi. Bohužel se často setkáváme spíše s nekvalitou v případě středisek zaměřených na světovou gastronomii v našich podmínkách, s podivuhodnými recepturami a neoriginálními surovinami.

Více jak polovina respondentů 64,4 % (tj. 161) již někdy slyšela o kulinářském cestovním ruchu nejen jako motivu účasti, je tedy vidět zájem a narůstající tendence této formy cestovního ruchu, která se stává fenoménem v cestování a poznávání. Zatímco menší skupinu, jež potvrdila návštěvu destinace kvůli lokální gastronomii, tvořilo pouhých 38,4 % (tj. 96). Naprostá většina respondentů – 62 % (tj. 155) by zařadila kulinářský cestovní ruch cestovního ruchu zážitkového, dále např. 18,8 % (tj. 47) odpovědělo, že tento cestovní ruch patří do specifických forem⁶³, jedná se o tzv. pseudoformu cestovního ruchu. Pravdou je, že i názory autorů v oblasti cestovního ruchu se různí. Kulinářský cestovní ruch bývá často nesprávně zařazován do venkovského cestovního ruchu, nicméně může se s ním v určitých problematikách spojit, ale nelze ho do něj primárně zařadit. Do venkovského cestovního ruchu řadíme především vesnický turismus, agroturismus, ekoagroturismus, hipoturistiku, chataření a chalupaření i cykloturistiku. Veškeré jeho podoby by měli charakterizovat trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu a cestování na venkov se dá s kulinářským cestovním ruchem dokonale spojit i v jeden produkt cestovního ruchu. Udržitelný cestovní ruch hraje hlavní roli při zachování a posílení kulturního a přírodního dědictví. Některé destinace si začínají uvědomovat, že existuje potenciál pro kulinářský cestovní ruch a jídlo tak mohou nabídnout jako produkt tohoto rozvoje. Jídlo by mělo být

⁶³ Specifické formy cestovního ruchu – někdy označované jako pseudoformy vznikají díky dynamickému vývoji a vymezují nové druhy cestovního ruchu.

především pro každého zážitkem a nejen pouhou základní fyziologickou potřebou. Pohled na atraktivní destinace pro respondenty je interpretován v následující tabulce:

Tabulka 1: Atraktivní destinace z pohledu kulinářského cestovního ruchu

Odpověď	Globální četnost	Počet respondentů
Itálie	28 %	70
Francie	16,8 %	42
Česká republika	8,8 %	22
Japonsko	8,4 %	21
Řecko	8,4 %	21
Indie	6,8 %	17
Mexiko	5,6 %	14
Španělsko	5,2 %	13
USA	3,2 %	8
Velká Británie	1,6 %	4
Egypt	1,2 %	3
Ostatní odpovědi	6 %	15

Zdroj: autor práce, 2014

Respondenti označili nejčastěji na první místo Itálii, která ovlivňuje výrazně světovou gastronomii už od dob starověku. Italskou kuchyni charakterizuje zejména čerstvost, lehkost a jednoduchost přípravy. Mezi základní pokrmy patří pizza, těstoviny, zmrzlina, olivy, olivový olej, houby, rýže, sýry, víno, zelenina, ovoce, pečivo, čerstvé bylinky a káva. Po celé Itálii můžeme navštívit tratorie – jedná se o malé restaurace specializující se na ryby a mořské plody. K tomu se přidají ostatní předpoklady cestovního ruchu jako např. přírodní, kulturně-historické, kvalitní materiálně-technická základna, zajisté tamní gastronomie, což značí a jedná se o atraktivní destinaci nejen kulinářského cestovního ruchu číslo jedna. Na druhém místě se umístila Francie, která je dlouhodobě zemí labužníků, protože dobré jídlo je jedním ze základních pilířů francouzské kultury. Francouzská kuchyně je obecně bohatá na ryby, mořské plody, masové výrobky, omáčky, víno, sýry, houby, bylinky, čerstvou zeleninu a bagety. Francouzi milují maso ve všech možných úpravách např. steaky, dušené ragú, paštiky, vnitřnosti, žabí stehýnka, hlemýždě, ústfice, slávky, hřebenatky, raky, langusty a nejrůznější druhy malých mořských šneků a mušlí. 22 respondentů označilo na třetí umístění i Českou republiku. Zajímavé je, že až na desátém místě je Velká Británie, která je momentálně označovaná i podle průvodce Michelin jako kolébka

těch nejlepších moderních restaurací světa i mediálně známých šéfkuchařů. V ostatních odpovědích se objevovalo i to, že se za dobrým jídlem dá podívat kamkoliv. Naopak respondenti by rozhodně nenavštívili kvůli kulinářskému zážitku destinace jako Rumunsko, Indii – především kvůli hygieně, USA, Rumunsko a obecně africký kontinent, kde se konkrétně v odpovědích objevily státy jako Egypt, Nigérie, Sierra Leone, Tunisko, Somaliland⁶⁴. Téměř polovina, 46 % respondentů (tj. 115) zvolila na nelichotivé první místo Rumunsko, přičemž rumunská kuchyně má svoje specifika, ale ze všeho nejvíc je směsicí kulinářských vlivů okolních států, hlavně Turecka a Bulharska. Možná je to dáno určitou plánovanou kritikou této východní destinace, která má návštěvníkům rozhodně co nabídnout v podobě významných přírodních atraktivit cestovního ruchu. V odpovědích se objevilo i Polsko a to pravděpodobně díky aférám spojených s medializací tykající se dovozu nekvalitních polských potravin v posledních letech, tento fakt nelze ale sumarizovat, protože i Poláci produkují kvalitní potraviny.

Pokud se vrátíme k Indii a hygieně, můžete se podívat na autentické fotografie dále pořizené sportovcem a individuálním cestovatelem při návštěvě Indie v listopadu 2014. Cestovatel na kompilaci zachycuje úroveň pouličního stravování, které je pro místní zcela běžné a navzdory všemu byla podle komentářů místní kuchyně velice chutná a pro sportovce výživná, i když hygiena bohužel očividně pokulhává. Tyto fotografie byly zveřejněny ve speciální facebookové komunitě Gurmán CLUB – KPDJ (klubu přátel dobrého jídla)⁶⁵, která je nyní velice populární zejména na Blanensku a Boskovicku, i když členové přispívají pravidelně z celé České republiky i z poznávání gastronomie během cest v zahraničí. Často to jsou i aktuálně oblíbené tzv. foodie selfies, u nichž člověk fotí sám sebe nad talířem a v momentech, kdy do sebe zrovna jídlo dostává a další jiné podobné související příklady. Údajně tyto foodie selfies pořizují častěji tlustí muži středního věku, kteří cítí potřebu poukazovat na to jak hojně a rádi hodují např. nezdravé pokrmy rychlého občerstvení, v této skupině to ale tak není.

⁶⁴ Somaliland - neuznaný stát na severu Somálska.

⁶⁵ Gurmán CLUB – KPDJ (klubu přátel dobrého jídla) – vznikl v roce 2012 jako skupina na sociální síti Facebook, zaměřuje se na hodnocení restaurací, gastronomii a i její fotodokumentaci.

Obrázek 1: Ukázka veřejného stravování v Indii



Zdroj⁶⁶

5.1 Analýza kulinařského cestovního ruchu v České republice

Následné otázky dotazníkové šetření byly situovány již pouze na destinaci Česká republika. Nejvíce 18,4 % respondentů (tj. 46) by navštívilo kvůli gastronomii primárně turistické regiony na jižní Moravě, konkrétně Lednicko-valtický areál, Podyjí a Slovácko. Jižní Morava byla označena i v pozdější potvrzující otázce a 52,4 % respondentů (tj. 131) odpovědělo na otázku, která směřovala k tomu, jaký region je z pohledu kulinařského cestovního ruchu nejpopulárnější v České republice. Na dalších pozicích se umístil turistický regiony Beskydy, dále pak Haná a Praha a okolí. Taktéž bylo možné možno vyplnit i vlastní odpověď, a tak se objevila se odpověď: „doufám, že v každém regionu se snad ještě najdou místa, kde se dají zažít kulinařské zážitky.“ Tato odpověď je pro rozvoj kulinařského cestovního ruchu na našem území přivětivá, jelikož každý region by měl i ve stravovací oblasti a gastronomii nabídnout to své a přilákat tím návštěvníky, respektive jim nabídnout kvalitní a lokální služby.

Detailní náhled je uveden v následující tabulce, kde je nutno brát v potaz, že odpovídali zejména respondenti z jižní Moravy a regionů Moravský kras a okolí či Boskovicko, i když data v obdobných výzkumech jsou obdobné – jižní Morava běžně vítězí, následuje Valašsko, respektive Beskydy, proto je v závěru této praktické části navržen a sestaven zájezd na jihovýchod Moravy z pohledu kulinařského cestovního ruchu. Dané regiony se umísťují pravidelně na prvních příčkách celorepublikově, viz:

⁶⁶ Facebook-stránka: Jan Tajovský. In: *Facebook* [online]. [cit. 2014-12-23]. Dostupné z <https://www.facebook.com/groups/214461768679873/>

Tabulka 2: Volba turistického regionu kvůli gastronomii v České republice

Odpověď	Globální četnost	Počet respondentů
Lednicko-valtický areál, Podyjí a Slovácko	18,4 %	46
Beskydy	12,8 %	32
Haná	10,8 %	27
Praha a okolí	10,4 %	26
Jižní Čechy	10 %	25
Krkonoše	8,8 %	22
Šumava	8 %	20
Moravský kras	4 %	10
Západočeské lázně	3,2 %	8
Vysočina	3,2 %	8
Český ráj	3,2 %	8
Brno a okolí	3,2 %	8
Jeseníky	2,4 %	6
Plzeňsko	1,6 %	4

Zdroj: autor práce, 2014

Na posledním místě se umístilo Plzeňsko, což je dosti překvapivé z pohledu na popularitu tamního piva a celosvětového významu pro pivovarnictví. Moravský kras, který bude podrobněji analyzován, označilo pouhých 4 % respondentů (tj. 10), i když většina respondentů pocházelo z Jihomoravského kraje, je tedy vidět, že jednoznačně vévodí z pohledu gastronomie spíše jižní část uvedeného kraje. Pro více jak 84,8 % respondentů (tj. 212) jsou stravovací služby během pobytu důležité a rozhodujícím faktorem celkové spokojenosti. Pro majoritu respondentů a i z pohledu na oblast cestovního ruchu, lze vytyčit, že stravovací služby patří mezi základní a důležité služby v cestovním ruchu společně s ubytovacími a dopravními. Všechny tyto základní služby musí být profesionální a kvalitní, jelikož bez spokojeného zákazníka není v sektoru služeb obchod. Z výzkumu vyplynulo, že i většina dotazovaných, 73,6 % (tj. 184) vyhledává lokální speciality i během pobytu. Pro oblast kulinářského cestovního ruchu a poskytovatele služeb, především provozovatele středisek veřejného stravování to je přívětivá zpráva a měli by se na regionální kuchyni častěji zaměřovat ve stálé

nabídce nebo podporovat regionálními akce, pořádat eventy, popř. propagovat regionální produkty, respektive potraviny a spolupracovat s jejich výrobcí a tak nabídnout komplexnost – ucelený produkt v cestovním ruchu i ve spolupráci s ostatními subjekty jako jsou např. cestovní kanceláře a různé agentury. I když se respondenti o kulinářský cestovní ruch zajímají, tak primárně neorganizovaně – tudíž nevyužívají služeb cestovních kanceláří k zúčastnění na specializovaných kulinářských zájezdech a vyhledávají služby individuálně. Účast na specializovaném kulinářském zájezdu potvrdilo pouhých 13,2 % respondentů (tj. 33). Podíl na motivu účasti zaměřeném pouze na kulinářský cestovní ruch je z výzkumu poněkud nízký, uplatňuje se spíše tradiční cestovní ruch a gastronomie, respektive stravování je bráno jako základní služba v cestovním ruchu anebo jakýsi pouhý doplněk – zážitek v rámci pobytu nebo zájezdu. Otázkou zůstává, zdali je v České republice dostatek touroperátorů, kteří tyto produkty cestovního ruchu nabízejí a jakým způsobem. V rámci zpracování této práce byla nalezena pouze jedna cestovní kancelář, která se zaměřuje jen na kulinářský cestovní ruch ve světě i na území České republiky a to Culinaria Travel sídlící v Praze.

Více jak polovina dotazovaný – 58,4 % (tj. 146) navštívila v České republice někdy gastronomický veletrh, akci anebo event. Z gastronomických eventy či projektů jsou nejvíce v podvědomí farmářské trhy, vinobraní a kampaň Regionální potravina. Pouhých 9,6 % (tj. 24) respondentů vybralo kampaň pod záštitou CzechTourism a to CzechSpecials aneb ochutnejte Českou republiku, předběhl jí i dokonce Maurerův Grand Restaurant Festival s 10 % (tj. 25). Dále co se týče kampaní propagující českou gastronomii, tak 48 % respondentů (tj. 120) uvedlo, že neví, jestli jsou dostatečně kvalitní a 28,8 % (tj. 72) že ne. Některé tyto kampaně a projekty mají za úkol střediska veřejného stravování i certifikovat, téměř třetina respondentů takový podnik již navštívila. Větší oblibě se těší gastronomičtí průvodci, kteří přivedli do restaurací 43,6 % respondentů (tj. 109), obdobně lze posoudit i návštěvnost středisek, které byly nějakým způsobem propagovány v televizním vysílání. I když jsou poskytované služby během pobytu pro většinu důležitým rozhodujícím faktorem celkové spokojenosti, na otázku týkající se významu rozhodovacího procesu k navštívení regionu odpověděli respondenti takto:

Tabulka 3: Význam gastronomie v rozhodovacím procesu k navštívení regionu

Odpověď	Globální četnost	Počet respondentů
Malý	62 %	155
Velký	28,4 %	71
Žádný	9,6 %	24

Zdroj: autor práce, 2014

Za tradiční regionální pokrm označilo 70 % respondentů (tj. 175) za pokrm utratit cenu v rozmezí 100 Kč až 300 Kč a 14,8 % (tj. 37) by akceptovalo cenu v rozmezí 301 Kč až 500 Kč, do 100 Kč 3,6 % (tj. 9). 11,6 % respondentů (tj. 29) odpovědělo, že jim na ceně nezáleží. Velkou chybou některých provozovatelů je fakt, že tyto pokrmy nabízejí jako speciality a tak zvolí zbytečně vysokou cenovou relaci, která není pro některé příjmové skupiny akceptovatelná. Obecným názorem je, že by regionální jídlo mělo nést známky čerstvosti, lokálnosti, sezonnosti ale i cenové akceptovatelnosti různých segmentů.

Nejoblíbenější českou specialitou považovanou za tradiční se stala svíčková na smetaně s 57,6 % (tj. 144). Pečenou kachnu/husu zvolilo 19,2 % respondentů (tj. 48) a třetí v pořadí vybralo 6 % respondentů (tj. 15) moravského vrabce, což se dá přisoudit i k obecnému lokalizování dotazujících. V dalších odpovědích se objevovaly různé pokrmy jako např. plněné ovocné knedlíky, smažený vepřový řízek nebo i kapr, plněné bramborové knedlíky a taktéž tzv. vepřo, knedlo, zelo, protože dotazovaní mohli vypsát též vlastní odpověď, aby nebyli omezení pouze nabízejícím výčtem. Dané odpovědi téměř korespondují i s další otázkou, která směřovala na to, co by za specialitu doporučili respondenti z jejich regionu. Opět se v odpovědích objevoval moravský vrabec, svíčková na smetaně, ale i tvarůžky, punkevní pstruh, zabijačkové speciality, frgále, pražská šunka, kozí sýr, pardubický perník, halušky, bramborové placky s povidly, krkonošské kyselo, cmunda, guláš, jablečný závin, beleše, pečené koleno, kulajda, šišky s mákem, rajská a koprová omáčka, šašlik, lázeňské oplatky, hanácké koláče aj. Dá se tedy potvrdit, že i v analýze se objevovaly pokrmy, které jsou popsány a korespondují s teoretickou částí práce. Kuriozitou bylo stífadlo typické pro řeckou kuchyni nebo gnocchi ve smetanové omáčce se špenátem typické pro italskou kuchyni. Vzhledem ke vzorku respondentů se objevovaly i typické regionální produkty a pokrmy z oblasti Moravského krasu a okolí a Regionu Boskovicko jako např. husí speciality,

zejména pečená husa viz Husí slavnosti v Boskovicích, pštroší výrobky z farmy v Doubravici nad Svitavou, pečivo a špekový chléb z Benešova, pивní sýr, máslo a tvaroh z Olešnice, sýr Niva, punkevní pstruh, med z Moravského krasu, koláčky ze Sloupu apod. Je tedy zřejmé, že lidé vidí pouze malé rozdíly mezi specialitami, respektive nabídkou pokrmů v restauracích a regionálními produkty, ideálně, když se tyto oblasti kulinářského cestovního ruchu doplňují. Zaznamenaná byla i zajímavá odpověď neznámého respondenta na tuto otázku: „cokoliv kvalitního z moderní české gastronomie, smutné je to, že čím dál víc lidí českého národa v restauracích jí všemožné blafy, polotovary atd. a přestává se oceňovat kvalita surovin a přípravy pokrmů, hlavně že je to levné a plný talíř k prasknutí.“ Ani nápoje nepřekvapily, kde 45,2 % respondentů (tj. 113) vybralo pivo a v těsném závěsu víno s 34,4 % (tj. 86), často se objevovaly i pálenky, konkrétně slivovice.

Ze všech zjištěných informací je možné sestavit složité menu včetně nápojů typické globálně pro Českou republiku jako např.:

Karlovarská Becherovka

Plzeňský Prazdroj

Sauvignon – 2012, Čejkovice

Frankovka – 2010, Mikulov

Kulajda

Filátka ze pstruha a grilovanou zeleninou

Svíčková pečeně na smetaně s kynutým knedlíkem

Valašský frgál

Moka káva

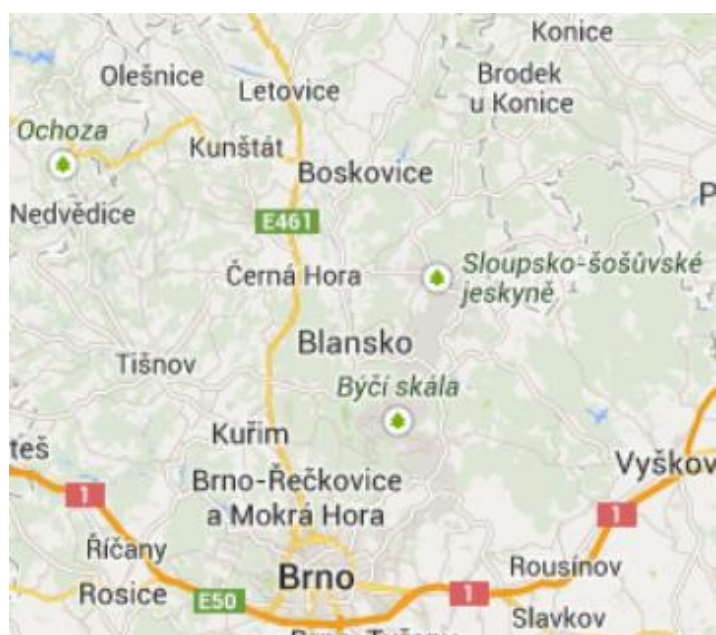
Slivovice Rudolf Jelínek

5.2 Analýza kulinářského cestovního ruchu Moravského krasu a okolí

Moravský kras je známý jako nejvýznamnější krasová oblast ve střední Evropě, která díky svému osobitému a neopakovatelnému rázu a jeskyním, z nichž pět je přístupných veřejnosti, láká k návštěvě turisty z Česka i celého světa. Z pohledu jako na turistický region lze přiřadit k Moravskému krasu a okolí i přilehlý a hojně navštěvovaný Region Boskovicko. Centrem Boskovicka, je město Boskovice, které vzniklo už v polovině 13. století a může se pochlubit řadou kulturních a architektonických zajímavostí – hradem, zámkem, radnicí, kostelem sv. Jakuba, synagogou maior v židovské čtvrti i původním židovským hřbitovem. V okolí Boskovic

najdete mnoho krásných a atraktivních míst, k nimž patří např. rybník Suchý, westernové městečko pod názvem Zábavní park Boskovice nebo lidová architektura, kostel i fara v Knínicích a mnoho dalšího lákavého pro návštěvníky. Oblast je popsána detailněji v kapitole 2.10.1. Mezi nejčastější návštěvníky patří zejména Poláci, Slováci a Němci. Na obrázku je náhled na mapu oblasti zachycující geograficky Moravský kras a okolí a Region Boskovicko, kde hlavním lokalizačními body jsou města Blansko, Boskovice a v neposlední řadě také Brno pro snadnější určení.

Obrázek 2: Mapa oblasti Moravského krasu a okolí



Zdroj⁶⁷

Místní gastronomie je velmi bohatá, na její skladbě se podílí především vliv Slovácka a Valašska. V minulosti i doposud se hojně využívají ve vaření domácí suroviny vypěstované, jimiž jsou např. brambory, zelí, česnek a cibule – těmto plodinám se tu vždy dobře dařilo. Téměř v každé rodině a především na venkově bylo kdysi hospodářství, přes den se chodilo na pole a hospodyně tak brzo ráno musela na celý den navařit. Jedlo se co možná nejlevněji, respektive to co si kdo vypěstoval, byly to převážně zemské jablka – dnešní brambory, protože rostly v zemi a stromské jablka, které rostly na stromech. Tradičně se zde připravovaly bramborové placky, které rostly na stromech. Tradičně se zde připravovaly bramborové placky, které se opékaly nasucho na plotýnce a podávaly promazané povídky či mletým cukrem. Podobně tomuto pokrmu jsou také Lámanky, při jejich přípravě se do bramborového

⁶⁷ *Mapa oblasti*. [online]. [cit. 2014-12-16]. Dostupné z <http://www.turistika.cz/moravsky-kras-a-okoli>

těsta přidává horké mléko, aby vzniklo hladké těsto, z něj se tvarují placičky. Takto připravené placky se opékají na sucho na plotýnce, poté se nalámou, smíchají s povidly, rozpuštěným máslem či sádlem a na závěr posypou mákem. Hojně v této oblasti jsou dodnes rozšířené domácí zabijačky konané hlavně v zimních měsících, aby se maso během zpracování nekazilo. Při pravé domácí zabijačce se spotřebuje většinou prase celé kromě vnitřností. Dělají se oblíbené jitrnice, škvarky – z vepřových kůží, bouřka z vepřové krve a ječných krup, tlačěnka, dále se maso nakládá do soli na pozdější využití. K obědu se podává zabijačková polévka s kroupami a jako hlavní chod vařené vepřové maso s křenem. Výbornou svačinkou během dne může být vepřový mozeček osmahlý na cibulce a zahuštěný vajíčkem. Celý tento rituál doprovází pravá domácí slivovice, která dokonale napomáhá trávení těchto mastných jídel.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že 90 % dotazovaných (tj. 225) navštívilo Moravský kras nebo jeho okolí a dalších 66,8 % (tj. 167) ochutnalo lokální produkt nebo pokrm. Mezi nejčastěji zvolené patřil punkevní pstruh ze Skalního mlýna, kozí sýry ze Šošůvky, med z Moravského krasu, sýr Niva, zabijačkové a zvěřinové speciality a z nápojů pak likéry a pálenky z boskovické palírny. Z uvedených odpovědí lze opět sestavit složité menu, tj. menu nanejvýš o 4-5 chodech, doplněno i o nápoje typické lokálně pro oblast Moravského krasu a okolí, kde hlavním pokrmem je zvolen jednoznačně Punkevní pstruh a k němu Sauvignon z Čejkovic, jelikož popisovaná oblast nemá svoji vlastní vinařskou oblast, ale Templářské sklepy Čejkovice patří v této oblasti k velice populárním volbám a běžně dostupným ve vinotékách a dodavateli běžně dodávanými do tavních restauračních provozů, viz:

Templářský elixír

Černá Hora – Páter

Sauvignon – 2012, Čejkovice

Husí kaldoun

Punkevní pstruh na grilu,

šťouchané brambory s bylinkami

Variace kozích sýrů

Káva espresso

Slivovice Palírna Boskovice

5.3 Sumarizace výsledků dotazníkové šetření

Na konci výzkumu byla provedena verifikace hypotéz s výsledkem následovným:

Hypotéza 1: Více jak 40 % z celkového počtu respondentů vnímá jako jeden z hlavních motivů účasti k návštěvě určité destinace poznávání lokální gastronomie a kulinářský cestovní ruch.

Ze šetření vyplynulo, že pouhých 38,4 % respondentů (tj. 96) již někdy navštívilo destinaci pouze kvůli lokální gastronomii, či cestovali za jejím poznáním. Specializovaného kulinářského zájezdu se zúčastnilo jen 13,2 % respondentů (tj. 33). 36 % respondentů (tj. 90) navštívilo středisko veřejného stravování, které bylo nějakým způsobem certifikováno. Nejvíce respondentů vyjíždí za poznáním gastronomie, respektive kulinářským cestovním ruchem do Itálie nebo Francie, u regionální gastronomie v České republice na jižní Moravu. Opakem je Egypt a Indie, u nás pak Plzeňsko, které se umístilo na žebříčku jako poslední v kladné otázce. I když jsou stravovací služby poskytované během pobytu pro respondenty důležité a o kulinářském cestovním ruchu většina již slyšela, nelze první stanovenou hypotézu tedy přijmout, protože méně jak 40 % respondentů vnímá kulinářský cestovní ruch jako hlavní motiv účasti návštěvy destinace.

Stanovenou hypotézu nelze přijmout.

Hypotéza 2: Minimálně pro polovinu respondentů jsou poskytované stravovací služby během pobytu důležité a rozhodujícím faktorem celkové spokojenosti.

Analýza dotazníkové šetření prokázala, že poskytované stravovací služby jsou během pobytu důležité a rozhodujícím faktorem celkové spokojenosti pro většinu respondentů, tzn. pro 84,8 % (tj. 212). 73,6 % respondentů (tj. 184) vyhledává dokonce během pobytu lokální speciality a největší segment je ochoten za ně utratit, tím myšleno tradiční pokrm tzn. hlavní chod 100 Kč až 300 Kč. Z toho plyne, že větší polovina dotázaných považuje stravovací služby, respektive gastronomie za důležitý faktor a vyhledává specifické pokrmy reprezentující regiony, hypotézu lze tedy přijmout.

Stanovenou hypotézu lze přijmout.

Hypotéza 3: Alespoň 30 % respondentů zaznamenalo nějakou kampaň na podporu české gastronomie a kulinářského cestovního ruchu v České republice.

Na podporu české gastronomie zaregistrovalo nějakou kampaň 45,2 % respondentů (tj. 113). Jako nejznámější kampaně, projekty nebo eventy byly označeny Farmářské

trhy, Vinobraní nebo Regionální potravina a ty které vyplynuly přímo z oblasti cestovního ruchu jako např. CzechSpecials či HeritageTrails skončily spíše v pozadí. 48 % respondentů (tj. 120) neví, zdali jsou tyto akce dostatečně kvalitní i přesto lze hypotézu přijmout.

Stanovenou hypotézu lze přijmout.

Dotazníkového šetření dále poukázalo na to, že za nejoblíbenější české regionální jídlo je považovaná svíčková na smetaně, dále pečená husa nebo kachna se zelím nebo moravský vrabec či vepřová pečeně se zelím a knedlíky tzv. vepřo, knedlo, zelo. Jako nápoj to je pivo a víno. Uvedený výčet obsahuje odkazy na nejvýznamnější stránky, ze kterých přišli respondenti a vyplnili dotazník: facebook.com (68,2 %), twitter.com (11,1 %), l.facebook.com (8,7 %), lm.facebook.com (4,7 %), m.facebook.com (4 %), m.email.seznam.cz (0,9 %), redir.netcentrum.cz (0,7 %), vyplnto.cz (0,7 %).

Závěry z analýzy pomocí dotazníkového šetření jsou jasné – kulinářský cestovní ruch je novodobý fenomén a určitá významná část cestovního ruchu, která je a do budoucna i bude velice perspektivní i pro regionální rozvoj. Slovo lokální se skloňuje čím dál více ve vztahu k produkci regionálních potravin a jejich použití v gastronomii oblastí. Kulinářský cestovní ruch je i určitá cesta k trvale udržitelnému rozvoji nejen v destinaci, ale i v cestovním ruchu. Tradiční postupy, receptury a gastronomie zvyšuje potenciál produktů cestovního ruchu v destinacích. Postoj účastníků cestovního ruchu k aktivitám týkajících se kulinářského cestovního ruchu nejen v České republice nastínilo toto dotazníkové šetření. Respondenti potvrdili nabývající význam cestovního ruchu ve spojení s gastronomií a odpovídali na tematiku stravovacích služeb a akceptovali, že i lokální gastronomie hraje při výběru destinace určitou roli. Je nutné ze stran všech zainteresovaných subjektů podporovat gastronomii v cestovním ruchu, která motivuje účastníky cestovního ruchu nejen v České republice. Podpora gastronomie je dobrou cestou, která zvyšuje přínos cestovního ruchu v destinacích. Pro účastníky cestovního ruchu a rezidenty je nutné nastavit nějaký ucelený systém certifikace středisek veřejného stravování a regionálních producentů ke zlepšení a snadnějšímu získávání informovanosti a transparentnosti. Co se týče certifikace je nutno do budoucna zapracovat i na klasifikaci a kategorizaci ubytovacích zařízení a dodržování stanovených kritériích.

5.4 Terénní šetření ve vybraných restauracích

Terénní šetření ve vybraných restauracích navazuje jako dílčí část práce na předchozí kvantitativní výzkum v podobě dotazníkového šetření. V této části byl uplatněn kvalitativní výzkum, který využívá metody řízených rozhovorů se zainteresovanými osobami – majiteli či provozovateli středisek veřejného stravování v oblasti Moravského krasu a okolí. K tomuto účelu bylo vytvořeno 8 základních otázek, které měli dotázaní k dispozici už i před samotnou návštěvou střediska a v této posloupnosti, viz:

- 1) Nabízíte spíše pokrmy světové gastronomie nebo lokálního zaměření?
- 2) Co Vaši hosté vyhledávají častěji (viz předchozí otázka)?
- 3) Přizpůsobujete nabídku sezonním surovinám?
- 4) Využíváte k přípravě pokrmů převážně české suroviny?
- 5) Je Vaše restaurace certifikovaná v nějakém projektu a co Vám to přináší?
- 6) Připravujete během roku nějaké speciální gastronomické nabídky, popř. gurmánské balíčky služeb pro Vaše hosty?
- 7) Jak informujete hosty o těchto připravovaných akcích?
- 8) Který regionální pokrm byste doporučili z Vaší stálé nabídky na jídelním lístku?

Otázky směřovaly od vlastní nabídky restaurací po segmentaci a zaměření hostů, lokálnost a sezonnost surovin použitých při přípravě pokrmů, konané gastronomické akce i jiné eventy, informovanost hostů i certifikovanost v projektech – komplexně na oblast kulinařského cestovního ruchu.

Jako hlavní strategie výzkumu byla zvolena metoda za použití řízeného strukturovaného rozhovoru, kde byly otázky předem připraveny a v dané posloupnosti, viz příloha C. Zvolená metoda řízeného rozhovoru, byla k těmto účelům vyhodnocena jako objektivnější a souvisela i s přímou návštěvou daných středisek. Při rozhovorech docházelo i k odklonění od připravených otázek a tak musela být věnovaná vysoká pozornost, aby došlo k odpovědím na všechny stanovené základní otázky. Sběr dat proběhl během prosince 2014. Oslovení výzkumných jednotek bylo realizováno v hojně turisticky vyhledávané oblasti Moravského krasu a okolí a Boskovicka. Základním kritériem pro výběr byla certifikace nebo zapojení v nějakém projektu či kampani uvedené v teoretické části této práce. V tomto případě to bylo nakonec pouze

HeritageTrails (Stezky dědictví aneb průvodce dobrými restauracemi, regionální speciality) nebo MAS Moravský kras – značka Moravský kras regionální produkt. V daném případě výběru jsou restaurace logovány takto:

Obrázek 3: Označení restaurací HeritageTrails



Zdroj⁶⁸

Obrázek 4: Označení restaurací Moravský kras regionální produkt



Zdroj⁶⁹

Co se týká nejznámějšího značení CzechSpecials aneb ochutnejte Českou republiku, taková restaurace v uvedeném teritoriu se bohužel nenachází. Nejbližší certifikovaná restaurace CzechSpecials je až na Tišnovsku, konkrétně se jedná o restauraci, hostinec u Vlachů v Jamné u Tišnova, což je mimo zkoumanou oblast. Dalším kritériem plynoucího z označení je, že restaurace nabízejí také českou a regionální gastronomii. Finálně vybrané restaurace byly osloveny pomocí emailové zprávy, na základě které následovala akceptace a terénní šetření v místě. Emailová zpráva byla strukturovaná ze žádosti o spolupráci, prezentace tématu a důvodu výběru restaurace, ujasnění významu, zveřejnění a použití informací získaných v průzkumu, struktury otázek k rozhovoru a poděkování. Pokud restaurace budou akceptovat zprávu, dojde k dohodnutí na osobním setkání z důvodu realizace rozhovoru. Zdali nedojde k akceptaci, budou provozovatelé vybidnuti alespoň k písemným odpovědím na otázky a když nedojde ani k tomuto, bude středisko navštíveno bez jakékoliv předchozí domluvy. Většina restaurací i mimo stanovená kritéria, kde se namátkově předem

⁶⁸ *Jídlo z blízka*. [online]. [cit. 2014-12-30]. Dostupné z <http://www.bio-info.cz/zijte-bio/stezky-dedictvi-vam-pomohou-najit-jidlo-z-blizka>

⁶⁹ *O značce*. [online]. [cit. 2014-12-30]. Dostupné z <http://www.regionalni-znacky.cz/moravsky-kras/cs/o-znacce/>

zkoušela reakce na dané šetření, však odmítla jakoukoliv komunikaci, komplexně ochota poskytovat jakékoliv informace byla minimální. Někteří se přiznali, že nechtějí poukázat na svoji konkurenční výhodu apod., dokonce jiní nevěděli vůbec, kdo je k dotazování a odpovědím kompetentní, což je zarážející. K zajištění terénního šetření bylo nakonec osloveno a akceptováno pouhých 5 restaurací, které splňovaly stanovená kritéria a následující – Hotel Moravia Lasákův mlýn v Boskovicích, Hotel Sladovna v Černé Hoře, Hotel Stará škola ve Sloupě, Restaurace Barachov v Jedovnicích, Penzion U hraběnky v Petrovicích. Na zaslanoou zprávu reagovalo všech 5 vybraných restauračních zařízení, čímž došlo k následné realizaci dalšího šetření a osobní návštěvě určené k terénnímu šetření. Zajímavé je, že většina zařízení poskytuje i ubytovací služby v místě, což je pro cestovní ruch pozitivní v rámci komplexnosti nabídky služeb a případné snadnější tvorby produktů nejenom kulinařského cestovního ruchu k základním službám jako je ubytování a stravování. Validita terénního šetření je podpořena charakteristikou a informacemi získanými na www stránkách subjektů poskytujících stravovací služby, v propagačních materiálech, Facebook stránce nebo dotázaní během realizace rozhovorů.

5.4.1 Interpretace terénního šetření vybraných restaurací

Tato subkapitola je zaměřena na získané konkrétní informace v rámci terénního šetření jednotlivých středisek veřejného stravování na území Moravského krasu a okolí, nakonec i Boskovicka. Posloupnost řazení restaurací se odvíjí od času jejich navštívení k terénnímu šetření. Získané informace jsou řazeny u každé restaurace ve stejnorodém pořadí takto – název restauračního střediska, stručná charakteristika, pojednání o certifikaci, analýza poskytnutých informací zjištěných během rozhovoru, zaměření střediska a zainteresovanost na kulinařský cestovní ruch (akce, eventy pro hosty, způsob oslovení hostů, propagace apod.), případně vlastní postřehy a reflexe.

Hotel Moravia – Lasákův mlýn v Boskovicích

Hotelová restaurace je původní mlýnicí Lasákova mlýna s dochovanými stropy z roku 1888. Bohatý výběr jídel, nápojů, koktejlů a široký sortiment kvalitních vín zaručuje příjemně strávené chvíle se stylovou atmosférou s výhledem na klidnou hladinu rybníka a pstruhovou říčku. Kapacita restaurace je 70 míst v původní staré mlýnici a v nové

části s výhledem na rybník a okrasnou zahradu, která je ojedinělá. Svým příjemným prostředím a atmosférou se nabízí jako ideální tip pro rodinný výlet za vyhlášenou kuchyní nebo pro setkávání menší společnosti při firemních jednáních spojených s pracovním obědem či večeří. V tomto krásném areálu je možné uspořádat svatební hostinu, catering, různé rodinné oslavy, firemní akce, rauty apod. Celá restaurace je nekuřácká a má i bezbariérový přístup. V hotelovém komplexu je možné navštívit v rámci poskytování stravovacích služeb i letní terasu, lobby bar nebo vinárnu.⁷⁰

Restaurace hotelu Moravia je uvedena a certifikovaná v projektu HeritageTrails, Stezky dědictví aneb průvodce dobrými restauracemi, což by mělo znamenat, že nabízí nejen regionální pokrmy, respektive ale i regionální speciality. V průvodci nalezneme výčet regionálních specialit z jídelního lístku a to pokrmy jako např. kachní stehno s cibulovým zelím a bramborovými placičkami, jehněčí se smetanovým špenátem na rozmarýnu s možností flambování, švestky ve slaničce a jako sladkou tečku na závěr čerstvě pečený jablečný koláč s vanilkovou zmrzlinou. Průměrná útrata za osobu činí 100 Kč až 200 Kč. S recenzí vyplývá spokojenost hostů s poskytovanými stravovacími službami, nicméně je nutno poukázat na jejich značnou neaktuálnost.

Na začátku řízeného rozhovoru bylo poukázáno na to, že hotelový komplex koupil nyní nový majitel, před krátkou dobou se vyměnil management a začíná se budovat vše odlišně než doposud, včetně poskytování ubytovacích a stravovacích služeb, pro naše postřehy zejména nabídka pokrmů a nápojů. Co se týká momentální nabídky, z rozhovoru vyplynulo, že restaurace nabízí pokrmy světové i české gastronomie, dá se konstatovat, že je to cca půl na půl, protože chtějí uspokojit jak českého hosta, tak i zahraničního, protože hotel často navštěvuje německá a belgická klientela. Doposud se nabídka nikterak nepřizpůsobovala sezonnosti, nicméně toto se budou snažit změnit a taktéž začít více spolupracovat s místními farmáři a lokálními dodavateli. K přípravě pokrmů nelze označit používání českých surovin jako primární, jelikož to vyplývá i ze samotné nabídky na jídelním lístku – světová i česká kuchyně. Pokrmy světové kuchyně připravují jakožto obecně málokdo ve městě z originálních zahraničních surovin, což bohužel nese i vyšší prodejní cenu pro zákazníky, kteří jsou ale za kvalitu ochotni připlatit. Management ví o zapojení restauračního střediska

⁷⁰ *Restaurace*. [online]. [cit. 2014-12-28]. Dostupné z <http://www.hotelmoravia.cz/restaurace/>

v projektu HeritageTrails, Stezky dědictví aneb průvodce dobrými restauracemi a regionální speciality, nicméně za tu krátkou dobu, co hotelový areál převzali, to zjistili pouze z označení nálepkou na vstupních dveřích do hotelu a to je asi tak všechno a principiálně nevěří v tento projekt a jeho aktivnost, i když idea je zajisté správná a logická, nabízet lokální pokrmy a nejlépe připravované z lokálních surovin. Regionální speciality uvedené na stránkách projektu již téměř nejsou platné, v aktuálním jídelním lístku zůstaly pouze švestky ve slatině a pečené kachní stehno s cibulovým zelím a namísto bramborových placiček se nyní podává s houskovým knedlíkem. Zbytek stálé nabídky je inovován do moderní gastronomie jak světového i českého charakteru. Gastronomické akce se budou snažit do budoucna konat pravidelně, zatím nové vedení pouze zkoušelo nabídnout husího menu v rámci každoročních Husích slavností v Boskovicích, tedy bez zapojení v soutěži o nejlepší husí pečínku, dále uspořádali společensko-gastronomickou akci v podobě řízené degustace vín spojenou s rautovým občerstvením a tak sklidila kladný ohlas a přiměla k návštěvě hotelové restaurace i místní klientelu. Uvědomují si nabývající význam kulinářského cestovního ruchu a chtějí do budoucna nabízet specializované gastronomické akce, respektive balíčky orientované pouze na pobyty spojené s konzumací pokrmů a nápojů, protože do hotelu se jezdilo již od roku 1994 na výbornou gastronomii a tohoto dobrého podvědomí se musí využít i do budoucna. Informace budou zveřejňovat na www stránkách a aktivita vzroste i na Facebook účtu hotelu nebo také přemýšlely vydat po vzoru konkurence gastronomický kalendář na celý rok v tištěné podobě, to je ale poměrně drahé. Z nabídky by doporučili rozhodně všechny nabízené pokrmy, nicméně pokud se jedná o regionální záležitost, byla by to rozhodně svíčková na smetaně s brusinkami a houskovým knedlíkem a nejen to.

Hotel Sladovna v Černé Hoře

Hotelová restaurace Sladovna nabízí gurmánské zážitky inspirované českou i mezinárodní kuchyní. Restaurace je nekuřácká, s kapacitou 90 míst. Interiér je do detailu moderně a stylově laděný. Pro nejmladší návštěvníky je připraven dětský koutek. Nádvoří slouží jako letní zahrádka, kde na děti čeká dětské hřiště a konají se tu i různé vystoupení během letní sezony. V návaznosti na poskytování stravovacích

služeb je v hotelu taktéž možné využít a navštívit další stravovací střediska jako lovecký salonek, Šenk u Prokuristy nebo hotelový lobby bar.⁷¹

Restaurace hotelu je uvedena a certifikovaná v projektu HeritageTrails, Stezky dědictví aneb průvodce dobrými restauracemi, v průvodci jsou uvedeny tyto regionální speciality jako např. jehněčí kolínko pečené na kořenové zelenině, podávané se šťouchanými bramborami, karamelizovanou cibulkou, červenou řepou a listovým špenátem, kachní prso pečené na moravský způsob, podávané s dušeným zelím a bramborovými knedlíky plněnými meruňkou, pečené pivovarské koleno marinované s hořčicí, křenem, zeleninou, pečivo anebo domácí koláč s lesním ovocem, vanilkovou omáčkou, zakysanou smetana. Průměrná útrata se pohybuje v rozmezí 100 Kč až 200 Kč. Po následném šetření vyplynulo, že uvedené speciality již nejsou v průvodci také aktuální, z čehož též vyplívá aktuální nabídka a zapojení do poskytování ubytovacích a stravovacích služeb se značkou Moravský Kras regionální produkt. V jídelním lístku jsou pokrmy vkusně označeny certifikačním logem a patří sem např. grilovaný kozí sýr ze Šošůvky na listovém salátu, pyré z červené čočky a toast nebo pštosí speciality z doubravické farmy a nesmí chybět různé variace přípravy vyhlášeného Punkevního pstruha.

Ze šetření a následného rozhovoru vyplynulo, že se orientují na moderní gastronomii za použití lokálních surovin, pokud je to možné, což plyne i ze zapojení do projektů poskytování regionálního produktů, surovin ve stravování. Hosté zkrátka o regionální produkty zájem mají, tak se je snaží začleňovat do stálé nabídky na jídelním lístku, nicméně v moderním pojetí a v potaz je nutné brát i sezonnost. Z pohledu segmentace i zahraniční klientela vyhledává jídla z blízka a to jim hotelová restaurace rozhodně nabídne. Zapojení do HeritageTrails a Moravský kras regionální produkt berou jako klíčovou záležitost pro tvorbu další nabídky a pro rozvoj cestovního ruchu zaměřeného na gastronomii, taktéž pro podporu regionu a místních producentů těchto výrobků. Pochvalují si vzájemnou spolupráci, která vede i ke společné propagaci obou stran subjektů. K přípravě pokrmů využívají převážně české, lokální a čerstvé suroviny a berou to jako základ dodržování jakosti i dodržování určitého standardu. Během roku pravidelně připravují speciální gastronomické nabídky jako např. oblíbené vánoční,

⁷¹ *Gastronomie*. [online]. [cit. 2014-12-28]. Dostupné z http://www.hotel-slادovna.cz/cs_CZ/leve-menu/gastronomie/

valentýnské, velikonoční, svatomartinské menu apod., významně se zapojují i během konání každoroční Pivní pouti konané v místě, která patří mezi nejvýznamnější a nejnavštěvovanější kulturní akce v regionu. Hosté jsou o událostech pravidelně informováni na www stránkách, Facebook a jiné sociální sítě zatím nepoužívají. Kulinářský cestovní ruch berou jako významnou výzvu a příležitost prosadit se v rámci konkurenčního boje, i když sami přiznávají, že v dané kategorizaci konkurenci v regionu nemají. Hotelové balíčky byly doposud připravovány se stravovacími službami spíše jako základní poskytovaná hotelovou službou a ne přímo pro motiv pobytu, co se možná, když bude poptávka, změní. Jako regionální specialitu by toho doporučili samozřejmě vícero, ale uvedli pštosí medailonky na bylinkách podávané s grilovanou zeleninou, višňovou omáčkou a vařenými bramborami, samozřejmě je tento pokrm i v jídelním lístku označený logem Moravský kras regionální produkt.

Hotel Stará škola ve Sloupě

Hotelová restaurace nabízí pokrmy české i mezinárodní kuchyně. Výjimečnost ale spočívá především ve vyznávání tradičních receptur a využívání kvalitní českých surovin, z kterých jsou připravované nejen regionální speciality. Každý měsíc v restauraci připravují netradiční speciality zejména české a rakouské kuchyně. Vyhlášená je tamní svíčková s domácími žemlovými knedlíky, ale i domácí guláš nebo gröstl (směs restovaných brambor, masa, uzenin, cibule a petrželky) a také spätzle (domácí těstoviny zapečené s ementálem nebo slaninou a špekem).⁷²

Restaurace je uvedena v seznamu MAS Moravský kras jako poskytovatel ubytovacích a stravovacích služeb se značkou Moravský kras regionální produkt. Nabídka pokrmů je spíše regionálního charakteru, protože to vyhledávají zejména i samotní návštěvníci restaurace, jak našinci, tak i cizinci – nejčastěji Holanďané, Rakušáci a Němci. K přípravě pokrmů je využito lokálních surovin i v potaz je brána sezonnost. Certifikace a nabídka regionálních produktů Moravského krasu je pro hotel důležitá i z pohledu lepšího podvědomí místního obyvatelstva a poukazuje na to, že pokrmy jsou připravovány z čerstvých a lokálních surovin. Tento fakt ocení i zahraniční návštěvníci, kde je podle rozhovorů stravování situováno převážně na lokální pokrmy v místě pobytu, jen v České republice je jakýmsi zvykem se zavděčit všem a to téměř

⁷² *Restaurace*. [online]. [cit. 2014-12-29]. Dostupné z <http://www.staraskola.cz/restaurace/>

vždy na úkor kvality nebo s využitím neoriginálních surovin a receptur. Každý měsíc je v hotelu nějaká gastronomická akce zaměřena na českou nebo rakouskou kuchyni a na jejich netradiční speciality a to se zapojuje i do různých pobytových balíčků. Dále se konají např. zvěřinové, dýňové hody, balkánské večírky, country večírky, akce zaměřená hlavně na jídlo tzv. gurmánské hýčkání apod. Tyto akce významně podporují návštěvnost nejen kulinářských turistů, kteří se do hotelu opakovaně vrací, ale i místních lidí. Hosté jsou pravidelně informováni na www stránkách a Facebook profilu hotelu. Z regionálně zaměřených pokrmů doporučují zvěřinovou paštiku s brusinkami a ostatní nabízené zvěřinové pokrmy, samozřejmě taktéž jejich vyhlášenou svíčkovou pečení na smetaně a domácími knedlíky.

Restaurace Barachov v Jedovnicích

Restaurace je orientována na tradiční českou a moravskou kuchyni s příjemným posezením u velkého vnitřního ohniště. Lze si vybrat jak ze stálého jídelního lístku nebo aktuálního denního menu. Součástí restaurace je menší bar, jenž poskytuje možnost konání rodinných oslav, promocií, firemních a soukromých akcí.⁷³

Restaurace je uvedena v seznamu MAS Moravský kras jako poskytovatel stravovacích služeb se značkou Moravský kras regionální produkt. Na jídelním lístku se objevují vzhledem k umístění restaurace pokrmy z ryb jako např. pečený filet z jedovnického kapra a filet z Punkevního pstruha, který se chová nedaleko. Dle rozhovoru provozovatelé se snaží zohledňovat sezonnost v rámci konání různých gastronomických akcí jako např. zvěřinové hody, velikonoce, valentýn, vánoce apod. Návštěvníci restaurace vyhledávají převážně pokrmy české kuchyně a hlavně masité. Návštěvníci jsou informováni na www stránkách a Facebook účtu v dostatečném předstihu před konáním společensko-gastronomických akcí, které lákají zejména místní a obyvatele v regionu. Obecně doporučují z regionální nabídky pokrmů všechny připravovaná jídla z ryb, když je restaurace umístěna přímo na břehu rybníka Olšovec.

Penzion U hraběnky v Petrovicích

Hostům rodinný penzionu nabízí příjemné posezení v restauraci s krbem a výbornou domácí kuchyní. Kromě nabídky ze stálého jídelního lístku rádi připraví dokonce jídlo nebo menu dle vašeho přání. Samozřejmostí jsou denní a víkendové nabídky poledních

⁷³ Úvod. [online]. [cit. 2014-12-29]. Dostupné z <http://www.restaurace-barachov.cz/>

menu. V letních měsících je pro hosty otevřeno posezení na venkovní terase, kde je možnost grilování a pořádání různých venkovních akcí.⁷⁴

Penzion je uveden v seznamu MAS Moravský kras jako poskytovatel ubytovacích a stravovacích služeb se značkou Moravský kras regionální produkt. Na jídelním lístku se objevují pokrmy připravované z lokálních surovin jako např. kozí sýry z farmy Sedlák. Mezi speciality patří jehla šéfkuchaře či hospodářův řízek, jedná se o kuřecí prsa, vepřovou panenku a hovězí svíčkovou na grilu prokládanou bramboráčky, zdobené restovanou slaninou, cibulovými kroužky a hořčicí. Z rozhovoru vyplynulo, že sezonnost hraje v nabídce významnou roli a klientela vyhledává spíše regionální pokrmy, nicméně pokud se koná nějaká akce spojená se zahraniční kuchyní, tak gastroturisté si přijdou v hojném počtu pochutnat i na zahraniční kuchyni. Využití značky Moravský kras regionální produkt penzion začleňuje do úzké rodiny subjektů a v rámci konkurenceschopnosti nemohli odmítnout, když principy a ideje projektu používají již dlouho, teď se tomu dal i formální charakter. Během celého roku nabízí restaurace různé gastronomické akce podobné jako u konkurence – typu vánoční, valentýnské, velikonoční, svatomartinské menu apod., nesmějí chybět zvěřinové hody a nabídka dnů zahraničních kuchyní. Hosté jsou dostatečně informováni pomocí sociální sítě Facebook nebo na www stránkách. Spojení ubytování a stravování je pro penzion jasný doplňující se distribuční kanál a do budoucna vnímají kulinářský cestovní ruch jako jednu z možností poskytování balíčků služeb v cestovním ruchu. Jako regionální pokrm by doporučili všechny pokrmy ze zvěřiny anebo již výše uvedený hosty oblíbený hospodářův řízek.

Tabulka 4: Sumarizace výsledků terénního šetření

Název	Certifikace	České suroviny	Sezonnost	Eventy
Hotel Moravia	ano	ne	ne	ano
Hotel Sladovna	ano	ano	ano	ano
Hotel Stará škola	ano	ano	ano	ano
Restaurace Barachov	ano	ano	ano	ano
Penzion U hraběnky	ano	ano	ano	ano

Zdroj: autor práce, 2014

Z terénního šetření pomocí řízených rozhovorů lze vyvodit, že zkoumané certifikované restaurace se snaží podporovat rozvoj kulinářského cestovního ruchu v regionu.

⁷⁴ *Restaurace*. [online]. [cit. 2014-12-29]. Dostupné z <http://www.hrabenka.cz/restaurace/>

Výjimkou je zatím pouze Hotel Moravia Lasákův mlýn v Boskovicích, který se momentálně transformuje z důvodu nového managementu a vlastníka, do budoucna se chce ale do idejí spojených s používáním lokálních surovin více zapojit. Ostatní restaurace se dále obecně snaží podporovat regionální produkty a zařazovat je pravidelně na stálou nabídku ve formě stálého jídelního lístku, menu anebo pořádat různé populární společensko-gastronomické akce spojené s těmito produkty, nejen kvůli dané certifikaci, ale i z důvodu samotné poptávky po těchto pokrmech, podpory producentů a lepšího podvědomí mezi místními obyvateli. Zatímco projekt MAS Moravský kras, tzv. Moravský kras regionální produkt je vnímán pozitivně a zapojení subjektů je dosti aktivní a transparentní, o HeritageTrails, Stezky dědictví aneb průvodce dobrými restauracemi se to konstatovat nedá. Ze šetření v rozhovorech vyplynulo, že tento projekt není momentálně nikterak aktivní či přínosný a informace uvedené v průvodci nejsou již dlouhodobě aktuální, nějaký významný benefit pro provozovatele a jejich zákazníky tedy nemá. Všechny restaurace se snaží podporovat návštěvnost pořádáním gastronomických a kulturních akcí různého charakteru. Co se týče kulinářského cestovního ruchu, to jsou zejména nabídky speciálních menu během roku jako např. o vánocích, velikonocích, sv. Valentýna, Martina apod. a nesmíme opomenout často konané zvěřinové hody. V době průzkumu se dané střediska připravovaly na vánoční a silvestrovské eventy. O těchto eventech informují zejména pomocí www stránek nebo na sociálních sítích, i z důvodů vysokých nákladů na tištěné propagační materiály. Zařízení, které poskytují i ubytovací služby se budou do budoucna snažit nabídnout z důvodu rostoucího zájmu zákazníků specializované gastronomické pobytové balíčky a tím dále ještě více podporovat kulinářský cestovní ruch jako hlavní motiv účasti návštěvníků v turistickém regionu Moravského krasu a okolí. Sledovaným problémem všech zařízení je určitá unifikace nabízených služeb, všichni nabízejí téměř to stejné pro kulinářské turisty, proto je potřeba se určitým způsobem začít diferenciovat. Gastronomické akce konané během celého roku jsou dosti podobné a vycházejí zejména z kalendáře a ne z ojedinelosti produktu cestovního ruchu. Na druhé straně je však společensky přípustné zohledňovat nabídku regionální produktů obecně všude, kde tady platí pravidlo – čím více tím lépe, to ale nemusí znamenat unifikaci nabízených služeb. Určitým doporučením a návrhem pro oblast kulinářského cestovního ruchu v Moravském krasu a okolí i Boskovicku

může být větší zapojení účastníka kulinářského cestovního ruchu do distribučního procesu, čímž je myšlen např. koncept z farmy na stůl. Takový kulinářský turista uvidí celý proces tzv. jídla z blízka až po možnost spolupráce např. se šéfkuchařem ve výrobním středisku. Dát tímto zkrátka možnost zákazníkovi podobně jako u agroturismu participovat na činnostech spojených s přípravou pokrmů, bohužel tu může být problém dopadu legislativního charakteru a ostatních omezení. Dalším možným doporučujícím východiskem může být pořádání v restauracích nejenom gastronomických akcí, které jsou často unifikované, ale i různých kulinárií nebo gastronomických workshopů či jiných školení z oblasti přípravy pokrmů a nápojů, nejlépe zaměřené na regionální charakter, protože toto právě ve zkoumané oblasti chybí. Kulinářský turista tím pozná celý technologický proces, prostředí výrobního střediska a taktéž personál, který se na přípravě pokrmů podílí a to může být daleko větším zážitkem. Heslem by mohlo být známé: co si uvaříš, to si i sníš. Tento návrh rozvoje, respektive doporučení vychází i z momentální mediální všestranné podpory v oblasti gastronomie, aristologie⁷⁵ a obecně přípravy pokrmů, o což mají nyní lidé veliký zájem.

5.5 Sestavení itineráře kulinářského zájezdu

V této části práce bude sestaven produkt cestovního ruchu – návrh itineráře kulinářského zájezdu za poznáním chutí a tradic jihovýchodní Moravy.

Předpokládaný termín zájezdu: 17. 7. – 18. 7. 2015

Cena zájezdu: 1 930 Kč/osoba

Trasologie zájezdu: Letovice – Boskovice – Loštice – Valašské Meziříčí – Horní Bečva – Vlčnov – Vizovice – Uherské Hradiště – Roštín – Boskovice – Letovice

Předpokládaný počet účastníků: 40 osob

Zajištění autobusové dopravy:

Auto-Němec, s.r.o.

Havírenská 969/1, 679 61 LETOVICE

Nástupním místa:

Letovice – Masarykovo nám. (před budovou ZUŠ), odjezd v 7:00 hod

⁷⁵ Aristologie je věda která se zabývá stolováním, pokrmy a potravinami v širokém kulturním, uměleckém, historickém i filosofickém kontextu.

Boskovice – parkoviště U Zlaté růže, odjezd v 7:20 hod

Program kulinařského zájezdu:

První zastávkou je městečko Loštice, které se proslavilo především svojí výrobou tvarůžků. Zde bude na programu návštěva těchto tvarůžků v 10:00 hod, prohlídka potrvá téměř hodinu a bude doprovázena výkladem. Po prohlídce muzea v Lošticích následuje přesun do městečka provoněného perníkem, kterým je Štramberk. Navštívíme rodinnou pekárnu, která se specializuje na výrobu Štramberských uší. Seznámíme se s výrobou těchto sladkostí a tyto výrobky se zde dají i zakoupit. Dalším navštíveným centrem bude Valašské Meziříčí. V těchto dnech se zde pořádá vyhlášený Gulášfest, který je konán pod záštitou CzechSpecials a proto zde bude možnost ochutnat z velké škály tohoto pokrmu – ať už je to klasický hovězí, vepřový, houbový nebo kančí. Na výběr jsou i netypické guláše jako je sójový, králičí, koňský ale i klokaní nebo pštrosí. Akci doprovází bohatý kulturní program a lze se zúčastnit i soutěže o největšího gulášového jedlíka. V pozdních odpoledních hodinách následuje příjezd na ubytování – to bude zajištěno v hotelu Mesit v Horní Bečvě, ta se nachází nedaleko Rožnova pod Radhoštěm a rozprostírá se v malebné Chráněné krajinné oblasti Beskydy. Po ubytování následuje v 19:00 hod večeře formou degustačního menu speciálně sestaveného pro tento zájezd, které se bude skládat z krajových specialit. Součástí je i doprovod valašské cimbálové muziky.

Speciální degustační menu z Valaška:

Předkrm – Škvarkové pagáčky podávané s ovčím sýrem

Polévka – Pravá valašská kyselice

Hlavní chod – Zaječí stehna na švestkové omáčce s bramborovým knedlíkem

Desert – Metyja s povidly sypaná mákem, podávaná s kysanou smetanou

Druhý den ráno je stanoven odjezd z ubytování na 9:00 hod. První zastávkou bude město Vizovice, které je známé především pro výrobu světoznámé pálenky. Nesmíme zapomenout ani na tradiční vizovické pečivo a jeho dílnu zde také navštívíme. V prostorách této dílny se seznámíme s výrobou těsta a sami si tvorbu z tohoto těsta vyzkoušíme. Výrobky z Vizovického pečiva zde lze i zakoupit. Následuje Vlčnov, který je pro všechny bezprostředně spojen s tradiční jízdou králů. My ovšem navštívíme neméně impozantní Muzeum lidových pálenic. Toto muzeum představuje minulost i současnost podomácké výroby ovocných pálenek a jiných destilátů.

Jsou zde vystaveny desítky kompletních destilačních přístrojů a jejich částí. V návaznosti na muzeum pálenek zavítáme do Uherského Hradiště a navštívíme Slovácké muzeum – zde se seznámíme s kulturou blízkou valašské. Toto muzeum nabízí řadu expozicí jako např. památky lidového stavitelství či archeologické a historické výstavy. Poslední zastávkou bude obec Roštín, kde se s touto oblastí rozloučíme u skleničky vína a různých pálenek z dílny Rudolfa Jelínka.

Tabulka 5: Itinerář kulinářského zájezdu

Den	Km	Příjezd	Odjezd	Místo	Poznámka
17.7.			7:00	Letovice	Odjezd z Letovic
	12	7:20	7:30	Boskovice	Odjezd z Boskovic
	44	8:30	10:00	Loštice	Prohlídka muzea tvarůžků
	107	12:15	13:00	Štramberk	Návštěva pekárny Štramberských uší
	25	13:45	16:00	Valašské Meziříčí	Návštěva Gulášfestu
	28	16:30		Horní Bečva	Ubytování v hotelu Mesit
18.7.			9:00	Horní Bečva	Odjezd z hotelu Mesit
	62	10:10	11:15	Vizovice	Muzeum Lidových pálenic
	39	12:45	13:45	Vlčnov	Dílna Vizovického pečiva
	42	15:15	16:15	Uherské Hradiště	Slovácké muzeum
	35	17:00	20:00	Roštín	Návštěva vinného sklípku
	98	22:00	22:10	Boskovice	
	12	22:30		Letovice	

Zdroj: autor práce, 2014

Údaje ke KALKULACI ZÁJEZDU:

sazba dopravce	30,25 Kč/km
taxa za čekání	120 Kč/hod
náklady na parkování	500 Kč

Kalkulace nákladů na dopravu:

náklady za ujeté kilometry	16 068,80 Kč
sazba na km	30,25 Kč
CELKEM km	531,2 km
* počet ujetých km + objížďky 5 %, 504 + 25,2	529,2 km
* přístavné km	2 km
náklady na čekání	1 310 Kč
sazba na hodinu	120 Kč
čekací doba	10 hod 55min
náklady na parkování	500 Kč
náklady na dopravu	17 878,80 Kč
DPH (21 %)	3 754,50 Kč
CELKEM	21 633,30 Kč

Náklady řidič:

stravné	195 Kč
ubytování	650 Kč
CELKEM	845 Kč

Náklady průvodce:

stravné	195 Kč
ubytování	650 Kč
průvodcovské služby	2 000 Kč
CELKEM	2 845 Kč

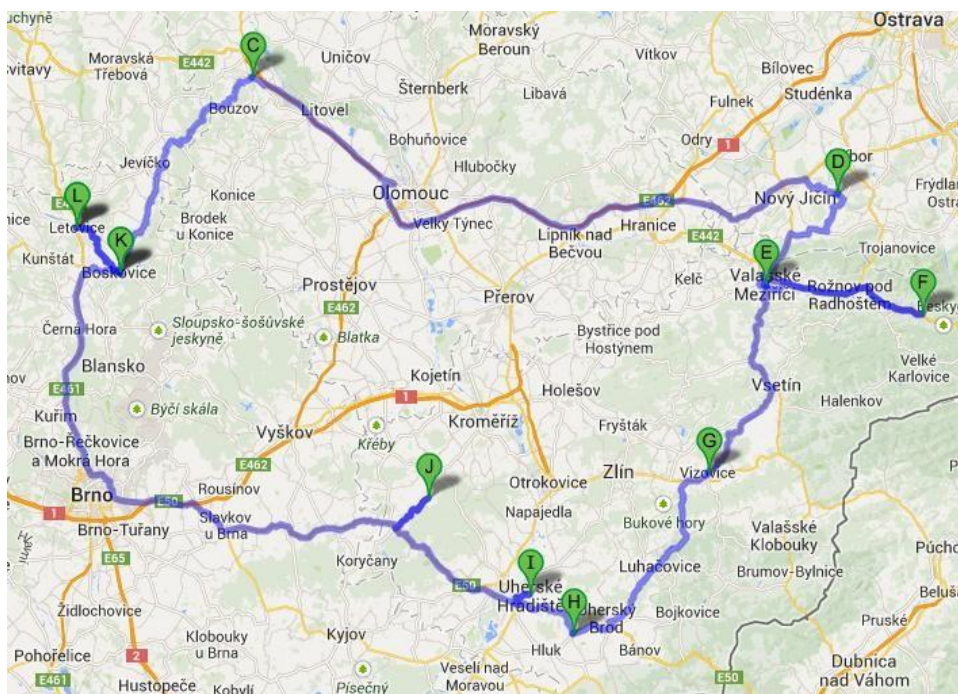
Náklady cestující:

ubytování 40 × 650 Kč	26 000 Kč
Muzeum v Lošticích 40 × 30 Kč	1 200 Kč
Festival Gulášfest 40 × 80 Kč	3 200 Kč
Lidové pálenice Vlčnov 40 × 50 Kč	2 000 Kč
Muzeum v Uherském Hradišti 40 × 50 Kč	2 000 Kč
degustace vín 40 × 50 Kč	2 000 Kč
CELKEM	36 400 Kč

Náklady na dopravu	21 633,30 Kč
Náklady řidič	845 Kč
Náklady průvodce	2 845 Kč
Náklady cestujících	36 400 Kč
CENA CELKEM	61 723,30 Kč
Náklady na 1 osobu	1 543 Kč
Prodejní cena zájezdu	1 930 Kč
CELKOVÉ VÝNOSY CK ZE ZÁJEZDU	15 476,70 Kč

* marže CK 25 %

Obrázek 5: Mapa kulinářského zájezdu



Zdroj: autor práce, 2014

6 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Rozvoj kulinařského cestovního ruchu nelze opomínat a všechny zainteresované subjekty z něj mohou jednoznačně vytěžít. Zpravidla se dnes nejedná pouze o poskytovatele stravovacích nebo případně i ubytovacích služeb, ale i ostatní jako např. cestovní kanceláře, producenti lokálních produktů, zemědělci a farmáři, samotné destinace a v neposlední řadě konzumenti těchto služeb nejen v podobě kulinařského turistů. Z dotazníkového i terénního šetření vyplynulo několik návrhů rozvoje tohoto specifického cestování a doporučení, které mohou posloužit kompletně pro celou Českou republiku, také i pro blíže zkoumanou oblast Moravského krasu a okolí. Dokonce i některé oblasti, kde je obecně málo rozvinut cestovní ruch lze zatraktivnit právě místní gastronomií a lokálními produkty. V této části jsou uvedeny postřehy, návrhy a doporučení rozvoje kulinařského cestovního ruchu získané dotazníkovým šetřením zacíleným na širokou veřejnost i terénním šetřením ve vybraných střediscích veřejného stravování v Moravském krasu a okolí.

Kulinařský cestovní ruch se nesmí zanedbávat, jelikož pozitivně rozvíjí turistický potenciál ve vybraných územích a lze ho realizovat téměř kdekoli a nemá téměř negativní důsledky až na např. extrémní turismus, který se v České republice prozatím nevyskytuje. Účastníci cestovního ruchu vnímají poskytování stravovacích služeb jako důležitou součást jejich pobytů v destinacích a vyhledávají regionální speciality, které by měli provozovatelé středisek veřejného stravování primárně formovat do nabídky v jídelních lístcích a menu ze surovin v té nejvyšší kvalitě, popř. pravidelně konat gastronomické akce a podobné eventy. Na trhu cestovního ruchu je pouze jediná specializovaná cestovní kancelář zabývající se specifickým kulinařským cestovním ruchem v České republice i zahraničí a to bude brzy nedostačující s ohledem na zvyšující se zájem o tento novodobý fenomén cestování, i když jsou schopny uspořádat obdobné zájezdy i běžné cestovní kanceláře na trhu. Tato problematika je spojená i s častější tvorbou takových produktů a jejich nabídkou v cestovním ruchu a nesmí docházet k unifikaci. Popravdě, pokud otevřeme katalogy cestovních kanceláří, tak se tam kulinařské zájezdy objevují zatím pouze sporadicky, ze zahraničí tj. Itálie a u nás prvotně jižní Morava, ale ostatní regiony mají co nabídnout. Cestování za jídlem je často součástí pouze fakultativních výletů nebo doplňkových aktivit během

dovolených, ale proč nezvolit cestování za jídlem jako hlavní motiv účasti na kulinářském zájezdu. Restaurace se musí diferenciovat a inovovat produkty spojované s cestováním za jídlem, aby nedocházelo k unifikaci, jako tomu je nyní nejen ve zkoumané oblasti Moravského krasu a okolí, kde všechny zkoumané restaurace nabízejí téměř to stejné aktivity. Cestou může být návrh blíže popsany v předchozí kapitole v podobě produktu zapojení účastníka cestovního ruchu přímo do technologického procesu přípravy pokrmů nebo pořádání kulinárií, škol vaření, přípravy nápojů aj. Je žádoucí, aby střediska veřejného stravování vytvářely speciální nabídky vztahující se k českým a moravským tradicím i zvyklostem nebo sezonním surovinám pokud možno v co největší míře a to z důvodů získání nových zákazníků, kteří tyto pokrmy často vyhledávají nebo i to může vést ke zvýšení spokojenosti stálé klientely. Aplikovat tzv. Ethno Food, tento trend se vyznačuje nabídkou pokrmů, které jsou připravované tradičním způsobem s použitím čerstvých surovin od místních dodavatelů. Personál výrobních středisek veřejného stravování – kuchaři, popř. šéfkuchař, kteří pracují v dobrých restauracích, by se měli inspirovat z jídel, které se připravovaly v časech minulých s cílem zpestřovat obvyklou nabídku a spojit jí tak s tradicí. Bez ohledu na zaměření restauračních středisek by se jich mělo co nejvíce zapojit a přizpůsobit svoji nabídku do dlouhodobě aktivních kampaní a projektů podporovaných Ministerstvem pro místní rozvoj a agenturou CzechTourism typu jako je CzechSpecials aneb ochutnejte Českou republiku. Ve zkoumané turistické oblasti Moravského krasu a okolí není takto certifikovaná ani jedna restaurace, což je z kulinářského pohledu nedostatek. Vhodné je podporovat a používat regionální produkty zapojením do nabídky a aktivit provozovatelů restauračních provozů a využít certifikace místních akčních skupin jako např. Moravský kras regionální produkt a vhodně transparentně informovat o tom i případné zákazníky a kulinářské turisty. Vyhybat se méně aktivním a kvalitním projektům jako je HeritageTrails, Stezky dědictví aneb průvodce dobrými restauracemi, kde jsou informace neaktuální nebo nesprávné a taktéž není mnoho restaurací takto certifikovaných. Certifikace je určitou cestou k rozvoji kulinářského cestovního ruchu, ale v řadě konzumentů vzbuzuje i nedůvěru viz některé uvedené projekty a to neznamená certifikovat za každou cenu jenom kvůli pouhému označení. Určitým východiskem může být zřízení jednotného certifikačního úřadu, který by nastavil společná pravidla, standardy a normy

pro všechny stravovací zařízení pro certifikaci nabídky regionálních pokrmů a specialit. Tyto certifikační úřady by mohly zaštitovat např. krajské úřady a jejich odbory cestovního ruchu anebo centrály cestovního ruchu ve spolupráci s profesními organizacemi jak je tomu obdobně např. u Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky v hotelovém průmyslu. Zajisté by se musely sjednotit i organizace poskytující a zastřešující označení regionálními značkami, tak aby se v tom běžný zákazník vyznal a to stejné případný kulinářský turista. Značení by bylo jednotné a v průvodcích by se mohly používat jednoduché piktogramy nebo loga jak to používá např. průvodce Michelin – v toto se lidé běžně a snadno orientují. Certifikační úřad by měl funkci i kontrolního orgánu, je však jasné, že takovýto projekt by stál nemalé finanční prostředky, ale mohla by to být cesta k trvale udržitelnému rozvoji přírodních zdrojů.

ZÁVĚR

Kulinářský cestovní ruch je novodobý fenomén, který je perspektivní pro rozvoj cestovního ruchu v téměř každém regionu. Momentálně zažívá tato specifická oblast veliký rozkvět, jelikož se lidé čím dál více zajímají o to, co sami běžně konzumují a během cestování nevnímají stravování pouze jako doplňkovou službu, ale vyhledávají i přímo zážitky spojené s ochutnáváním lokální gastronomie. Tradiční gastronomie může totiž zvýšit potenciál atraktivit v destinacích. Kulinářský cestovní ruch má velký přínos i do budoucna, protože se předpokládá, že turistů, jejichž hlavním motivem účasti v cestovním ruchu je cestování za jídlem, bude přibývat. Rozvoj kulinářského cestovního ruchu a vnímání širokou veřejností k aktivitám týkajících se cestováním za jídlem u nás i v zahraničí nastínilo dotazníkové šetření, kde dotazování potvrdili stoupající význam cestovního ruchu spojeného s gastronomií i to, že gastronomie hraje pro výběr regionu významnou roli a je důležitým ukazatelem celkové spokojenosti s destinací. V další dílčí části bylo provedeno i terénní šetření formou řízených rozhovorů s provozovateli středisek veřejného stravování, kde i tady vyplynula skutečnost se o tento cestovní ruch dále zajímat.

Cílem této diplomové práce bylo stanovit návrh rozvoje v oblasti novodobějšího světového i domácího fenoménu cestování v podobě kulinářského cestovního ruchu. V práci byla provedena částečná deskripce současného stavu, včetně nástinu dalšího možného vývoje tohoto specifického cestovního ruchu v České republice. Součástí cíle bylo šetření včetně vlastních návrhů a doporučení, které byly zaměřeny nejen na oblast Moravského krasu a okolí. V práci byly popsány základní poznatky, které spojují cestovní ruch a gastronomii, stručná historie problematiky, současný vývoj, zajímavá místa kulinářského cestovního ruchu v České republice i krajové speciality. V praktické části byla provedena analýza pomocí dotazníkového a terénního šetření formou řízených rozhovorů se zaměřením na oblast Moravského krasu a okolí včetně stanovených návrhů rozvoje kulinářského cestovního ruchu a doporučení. Navíc byl navržen produkt cestovního ruchu v podobě kulinářského zájezdu na jihovýchodní Moravu. Hlavní i dílčí cíle práce byly naplněny. Hypotézy výzkumu jsou zhodnoceny po analýze dotazníkového šetření v praktické části této práce.

V rámci dalšího zkoumání této problematiky či směru jak se dále ubírat – je možností hned několik, kterými by se mohlo v práci dále pokračovat. Jedna z možností je zaměřit se na rozvoj kulinářského cestovního ruchu někde v zahraničí, nebo v jiné např. sousední zemi, kde provést výzkum a následně komparaci s Českou republikou, výsledkem by nemusela být pouze komparace ale to jak se kulinářský cestovní ruch realizuje, aplikuje nebo podporuje ze strany ostatních subjektů, včetně státu. Vhodné by mohlo být i zaměření pouze na region u nás a v zahraničí jako např. komparovat jižní Moravu a rakouský Weinviertel. Dalšímu problému, kterému se dá věnovat, může být uvedená možnost v návrzích týkající se přímého aktivního zapojení kulinářského turisty do přípravy pokrmů nebo nápojů přímo v gastronomických provozech veřejného stravování jako určitá forma zážitku, podobně jako u agroturismu a tím inovovat oblast nabídky gastronomických eventů, balíčků a produktů v kulinářském cestovním ruchu, také hlavně, zdali je to dle legislativy vůbec možné v České republice nyní realizovat a jak by to akceptovali restauratéři a jaký by byl zájem o tyto služby. Poslední oblast dalšího zkoumání se může týkat postupu při založení certifikačního úřadu středisek veřejného stravování a stanovení jeho kompetencí pro přehlednější a transparentnější nabídku gastronomických služeb, kontrolu v České republice a lepší informovanost jejich návštěvníků, respektive kulinářských turistů.

Tato práce může posloužit jako informační materiál pro odbornou či laickou veřejnost, díky němuž čitatelé získají informace týkající se kulinářského cestovního ruchu, respektive cestování za jídlem na území České republiky, s bližším zaměřením na oblast Moravského krasu a okolí. Zainteresované subjekty jako např. potenciální zájemci o tento cestovní ruch, provozovatelé cestovních kanceláří, středisek veřejného stravování, poskytovatelů ubytovacích služeb či z jiných oblastí mohou načerpat inspiraci z návrhů a doporučení.

Závěrem lze konstatovat, že je nutné podporovat kulinářský cestovního ruchu a jeho rozvoj v České republice jako určitý motivátor ke zvyšování cestovního ruchu obecně a zvyšování počtu turistů, protože i naše země má významný potenciál díky lokální gastronomii v regionech a nabízeným specialitám. Poskytované stravovací služby musí být vždy hlavně tradiční, kvalitní a na úrovni, jelikož bez spokojeného zákazníka není obchod v sektoru služeb, do kterého cestovní ruch řadíme.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

GHANI, N. Kolik řečí umíš, tolikrát se napiješ... *HOREKA: hospitality business news*, 2014, č. 87. ISSN 1802-1646.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

ORSÁKOVÁ, Š. a E. OBŮRKOVÁ. *Ochutnejte Českou republiku*. 1. vyd. Brno: B4U Publishing, 2010, 160 s. ISBN 978-80-87222-12-6.

PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní turismus*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014, 256 s. ISBN 978-80-247-4862-7.

PETRO, J. *Nová slova v angličtině III. Q-Z*. 1. vyd. Jindřichův Hradec: HALLOENGLISH.CZ, 2014, 115 s. ISBN 978-80-87951-04-0.

POSPĚCHOVÁ, P. *Regionální kuchařka: Všechny chutě Čech, Moravy a Slezska*. 1. vyd. Praha: Smart Press, 2013, 280 s. 978-80-87049-65-5.

RETTIGOVÁ, M. D. *Domácí kuchařka*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1986, 558 s. Bez ISBN.

STŘÍBRNÁ, M. *Podmínky rozvoje cestovního ruchu v chráněných krajinných oblastech a národních parcích*. 1. vyd. Praha: Euroconsultants, 2008, 79 s. Bez ISBN.

VAŠÁK, J. *Regionální pokrmy z Čech, Moravy a Slezska od A (Adamov) do Ž (Žďár)*. 1. vyd. Praha: Fortuna Libri, 2001, 207 s. ISBN 80-727-7074-8.

ZELENKA, J. a M. PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Linde, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

ALLEN, G. a K. ALBALA. *The Business of Food: Encyclopedia of the Food and Drink Industries*. Westport, Conn.: Greenwood Press, 2007, 439 p. ISBN 978-0-313-33725-3.

LONG, L. *Culinary Tourism*. Lexington: University Press of Kentucky, 2004, 306 p. ISBN 08-131-2292-9.

Seznam použitých internetových zdrojů

Evropa. [online]. © 2014 [cit. 2014-11-18]. Dostupné z: http://www.gastronomickacesta.cz/?page_id=10

Gastronomie. [online]. [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: <http://www.beskydyportal.cz/cz/gastronomie?&page=2>

Gastronomie. [online]. © 2011 [cit. 2014-12-28]. Dostupné z http://www.hotel-sladovna.cz/cs_CZ/leve-menu/gastronomie/

Hanácká kuchyně není jen o tvarůžkách. [online]. © 2010 – 2014 [cit. 2014-12-12]. Dostupné z: <http://www.vseovareni.cz/magazin/hanacka-kuchyne-neni-jen-tvaruzcich/>

Jídlo z blízka. [online]. [cit. 2014-12-30]. Dostupné z <http://www.bio-info.cz/zijte-bio/stezky-dedictvi-vam-pomohou-najit-jidlo-z-blizka>

Jihočeský kraj. [online]. [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.kamsi.info/Jihocesky-kraj/>

Karlovarský kraj. [online]. [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.kamsi.info/Karlovarsky-kraj/>

KODEDA, M. *Hostince*. [online]. © 1999 – 2014 [cit. 2014-11-17]. Dostupné z <http://www.pivovary.info/view.php?cislocclanku=2009110001>

Královéhradecký kraj. [online]. [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.kamsi.info/Kralovehradecky-kraj/>

Mapa oblasti. [online]. © 2007 – 2014 [cit. 2014-12-16]. Dostupné z <http://www.turistika.cz/moravsky-kras-a-okoli>

Moravský kras a okolí – turistická oblast. [online]. © 2012 – 2014 [cit. 2014-12-20]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihomoravsky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/jizni-morava-turisticky-region/moravsky-kras-a-okoli/>

MÜLLEROVÁ, E. *Na svatbě Elišky Přemyslovny se jedly magické pokrmy*. [online] © 2014 [cit. 2014-11-18]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zena/zdravi/223274-na-svatbe-elisky-premyslovny-se-jedly-magicke-pokrmy.html>

Muzeum čokolády a marcipánu Tábor. [online]. [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://www.cokomuzeum.cz/o-muzeu>

Muzeum másla. [online]. © 2009 [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://www.maslovice.cz/web/cs/muzeum-masla>

Muzeum Olomouckých tvarůžků A. W. [online]. [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://tvaruzky.cz/Muzeum.aspx>

Muzeum perníku. [online]. © 2004 – 2014 [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://www.pernikova-chaloupka.cz/tema/tema.phtml?id=1524>

Muzeum vinařství, zahradnictví a životního prostředí. [online]. © 2010 – 2014 [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://www.nzm.cz/valtice/>

Nejezte blbě! [online]. [cit. 2014-12-13]. Dostupné z <http://www.grandrestaurant.cz/nejezte-blbe>

O jižní Moravě. [online]. © 2013 [cit. 2014-12-14]. Dostupné z: <http://www.jizni-morava.cz/?tpl=20>

O projektu. [online]. [cit. 2014-12-10]. Dostupné z <http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/>

O projektu. [online]. © 2010 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z <http://www.stezky-dedictvi.cz/stezky-dedictvi-projekt/>

O projektu. [online]. © 2012 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z <http://ochutnejtemoravu.eu/o-projektu/>

O publikaci. [online]. [cit. 2014-12-14]. Dostupné z <http://www.grandrestaurant.cz/o-publikaci>

O značce. [online]. [cit. 2014-12-30]. © 2010 – 2014 Dostupné z <http://www.regionalni-znacky.cz/moravsky-kras/cs/o-znacce/>

Plzeňský kraj. [online]. [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.kamsi.info/Plzensky-kraj/>

Pod pokličkou - Slovácká kuchyně. [online]. © 1996 – 2014 [cit. 2014-12-18]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1092592063-pod-poklickou/408236100092006/titulky>

Praha. [online]. © 2014 [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.apetitonline.cz/3-100007-praha/>

Představení projektu. [online]. © 2014 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: <http://www.czechspecials.cz/about-us/>

Restaurace. [online]. © 2001 [cit. 2014-12-29]. Dostupné z <http://www.staraskola.cz/restaurace/>

Restaurace. [online]. [cit. 2014-12-29]. Dostupné z <http://www.hrabenka.cz/restaurace/>

Restaurace. [online]. © 2014 [cit. 2014-12-28]. Dostupné z <http://www.hotelmoravia.cz/restaurace/>

Salima. [online]. © 2011-2014 [cit. 2014-12-16]. Dostupné z: <http://www.bvv.cz/salima/>

SOUČEK, J. *Krajová jídla patří do naší kuchyně.* [online]. © 2002 – 2014 [cit. 2014-11-12]. Dostupné z: <http://www.cot.cz/zobrazcl.php?id=6732>

TRUNDOVÁ, J. *Inspirace.* [online]. © 2012 [cit. 2014-12-02]. Dostupné z: <http://www.zajidlem.cz/tag/inspirace/>

Úvod. [online]. [cit. 2014-12-23]. Dostupné z: <http://www.gurman.cz/>

Úvod. [online]. [cit. 2014-12-29]. © 2014 Dostupné z <http://www.restaurace-barachov.cz/>

Vítejte na stránkách Muzea gastronomie. [online]. [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: <http://www.muzeumgastronomie.cz/>

Výrobky a produkty. [online]. © 2008 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: <http://www.mas-moravsky-kras.cz/karsticum-/vyrobky-a-produkty/>

Seznam použitých ostatních zdrojů

Facebook-stránka: Jan Tajovský. In: *Facebook* [online]. © 2014 [cit. 2014-12-23]. Dostupné z <https://www.facebook.com/groups/214461768679873/>

MIKROREGION OSTROŽSKO. *OSTROŽSKO – katalog turistických zajímavostí*. Mikroregion Ostrožsko, © 2012.

ŠAFRÁNEK, P. *Analýza kulinařského cestovního ruchu v ČR (výsledky průzkumu)*, 2014. [online]. Dostupné z <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>.

SEZNAM ZKRATEK

ECEAT – European Centre for Ecology and Tourism

HORECA – HOtels, REstaurants, CAfé

ITCA – International Culinary Tourism Association

MAS – Místní akční skupina

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

Seznam obrázků

Obrázek 1: Ukázka veřejného stravování v Indii.....	40
Obrázek 2: Mapa oblasti moravského krasu a okolí	45
Obrázek 3: Označení restaurací HeritageTrails	50
Obrázek 4: Označení restaurací Moravský kras regionální produkt	50
Obrázek 5: Mapa kulinářského zájezdu	63

Seznam tabulek

Tabulka 1: Atraktivní destinace z pohledu kulinářského cestovního ruchu	38
Tabulka 2: Volba turistického regionu kvůli gastronomii v české republice	41
Tabulka 3: Význam gastronomie v rozhodovacím procesu k navštívení regionu	43
Tabulka 4: Sumarizace výsledků terénního šetření.....	57
Tabulka 5: Itinerář kulinářského zájezdu	61

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazníkové šetření	I
Příloha B – Vyhodnocení dotazníkového šetření v grafech	VI
Příloha C – Dotazníkové šetření pro provozovatele	XXI

PŘÍLOHY

Příloha A – Dotazníkové šetření

Analýza kulinařského cestovního ruchu v ČR

Milí respondenti,

dovoluji si Vás prosím požádat o vyplnění dotazníku, který se týká KULINÁŘSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU v České republice a údaje poslouží k vypracování diplomové práce. Cílem uvedeného kvantitativního výzkumu - dotazníkového šetření je zjistit, zda má široká veřejnost v České republice v podvědomí kulinařský cestovní ruch a zda gastronomii považuje za důležitou součást cestovního ruchu či samotného motivu účasti.

Předem Vám děkuji!

Bc. Petr Šafránek, DiS.

student UJAK – navazujícího magisterského oboru Management cestovního ruchu

1. Jste:

- žena
- muž

2. Váš věk:

- do 28 let
- 29 – 40 let
- 41 – 55 let
- nad 55 let

3. Dosažené vzdělání:

- základní
- středoškolské bez maturity
- středoškolské s maturitou
- vyšší odborné
- vysokoškolské

4. V jakém kraji bydlíte?

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královéhradecký kraj
- Pardubický kraj

- Vysočina
- Jihomoravský kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Zlínský kraj

5. Co Vás nejlépe vystihuje?

- regionální gastronomie
- světová gastronomie

6. Slyšeli jste někdy o kulinářském cestovním ruchu?

- ANO
- NEVÍM
- NE

7. Je podle Vás kulinářský cestovní ruch součástí:

- kulturně-historického cestovního ruchu
- zážitkového cestovního ruchu
- rekreačního cestovního ruchu
- městského cestovního ruchu
- venkovského cestovního ruchu
- specifického cestovního ruchu (pseudoforma)

8. Navštívili jste někdy destinaci kvůli lokální gastronomii?

- ANO
- NE

9. Která destinace je pro Vás z tohoto pohledu přitažlivá:

- Itálie
- Francie
- Řecko
- Mexiko
- Španělsko
- Indie
- Japonsko
- Egypt
- Velká Británie
- USA
- Česká republika
- Vlastní odpověď:

10. Naopak kterou destinaci byste rozhodně nenavštívili?

- Vlastní odpověď:

11. Vyberte, který turistický region byste z nabídky navštívili kvůli gastronomii v České republice?

- Praha a okolí
- Jižní Čechy
- Šumava
- Plzeňsko
- Západočeské lázně
- Český ráj
- Krkonoše
- Vysočina
- Brno a okolí
- Moravský kras
- Lednicko-valtický areál, Podyjí, Slovácko
- Haná
- Jeseníky
- Beskydy

12. Jsou poskytované stravovací služby během pobytu pro Vás důležité a rozhodujícím faktorem celkové spokojenosti?

- ANO
- NE

13. Vyhledáváte lokální speciality během pobytu?

- ANO
- NE

14. Zúčastnili jste se někdy specializovaného kulinářského zájezdu?

- ANO
- NE

15. Navštívili jste někdy gastronomický veletrh, festival, akci nebo event v České republice?

- ANO
- NE

16. Zaregistrovali jste kampaně na podporu české gastronomie?

- ANO
- NEVÍM
- NE

17. Které kampaně, eventy nebo projekty znáte?

- CzechSpecials
- Regionální potravina

- Stezky dědictví - Heritage Trails
- Grand Restaurant Festival
- Slow Food
- Farmářské trhy
- Vinobraní
- GASTROfest
- Vlastní odpověď:

18. Zdájí se Vám kampaně, které propagují českou gastronomii dostatečně kvalitní?

- ANO
- NEVÍM
- NE

19. Navštívili jste někdy středisko veřejného stravování, které bylo nějakým způsobem certifikováno?

- ANO
- NEVÍM
- NE

20. Navštívili jste někdy středisko veřejného stravování, které bylo uvedeno v nějakém průvodci?

- ANO
- NEVÍM
- NE

21. Navštívili jste někdy středisko veřejného stravování, které bylo nějakým způsobem propagováno v televizním vysílání?

- ANO
- NEVÍM
- NE

22. Jaký význam má gastronomie ve Vašem rozhodovacím procesu k navštívení nějakého regionu?

- malý
- velký
- žádný

23. Kolik jste ochotni utratit za tradiční pokrm (hlavní chod), jaká je cenová hladina?

- do 100,- CZK
- 100,- CZK až 300,- CZK
- 301,- CZK až 500,- CZK
- nezáleží mi na ceně

24. Který pokrm považujete za tradiční českou specialitu?

- Svičková na smetaně
- Pečená husa/kachna se zelím
- Smažený kapr
- Plněné ovocné knedlíky
- Smažený vepřový řízek
- Moravský vrabec
- Vlastní odpověď:

25. Kterou specialitu byste doporučili z Vašeho regionu?

- Vlastní odpověď:

26. A co nápoj?

- pivo
- víno
- pálenka
- likér
- Vlastní odpověď:

27. Který region je z Vašeho pohledu ve vztahu ke kulinářskému cestovnímu ruchu nejpopulárnější v České republice?

- Jižní Morava
- Praha a okolí
- Brno a okolí
- Jižní Čechy
- Krkonoše
- Jeseníky
- Beskydy
- Český ráj
- Vlastní odpověď:

28. Navštívili jste někdy Moravský kras nebo jeho okolí?

- ANO
- NE

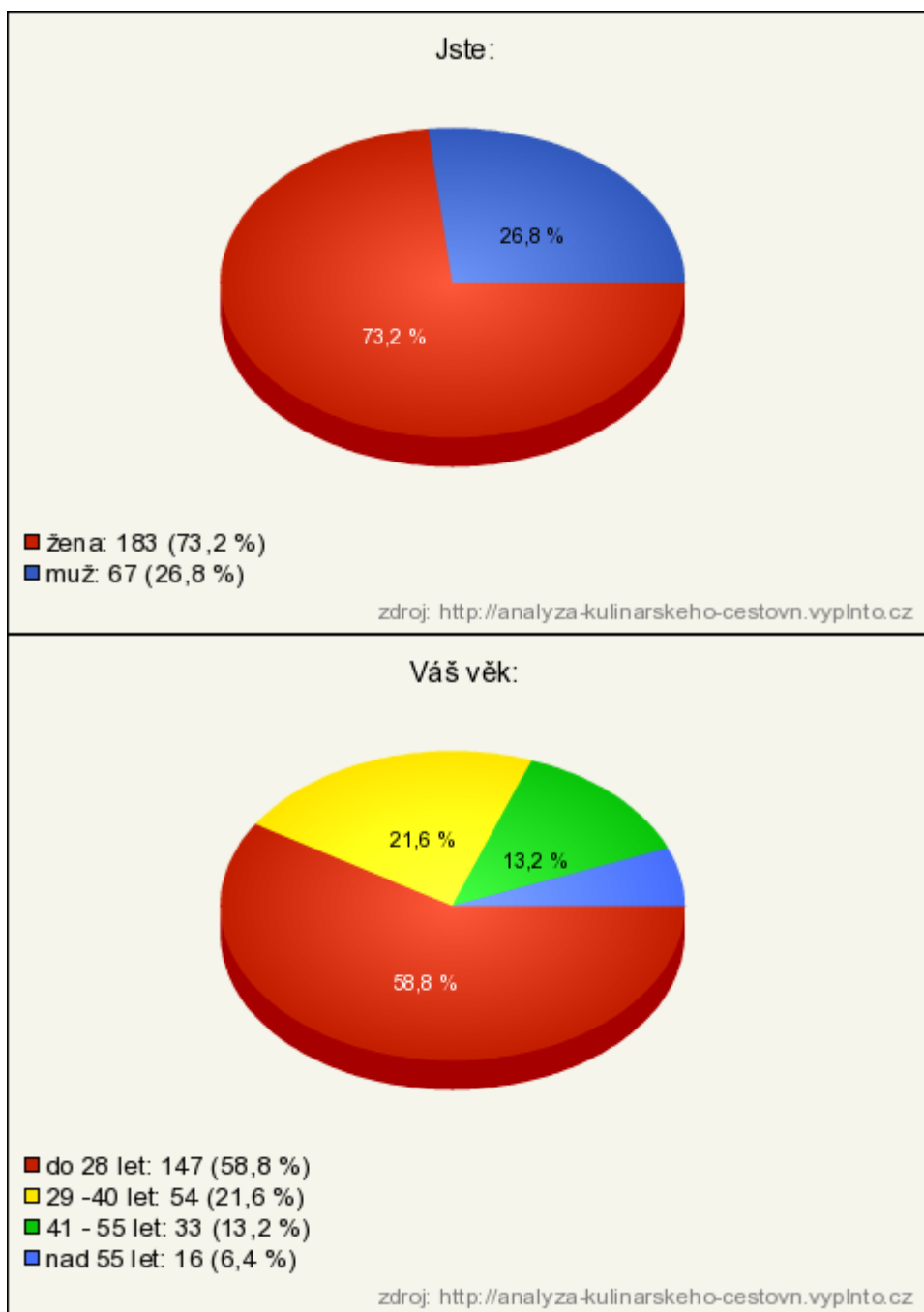
29. Ochutnali jste regionální produkty nebo pokrmy z oblastí Moravského krasu a okolí?

- ANO
- NE

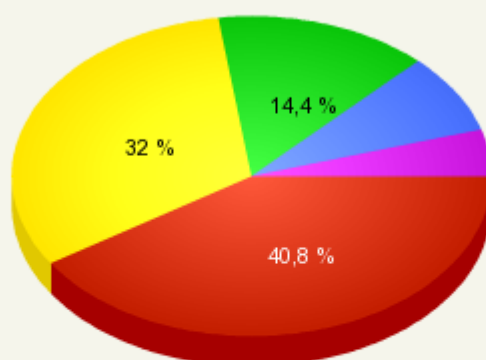
30. Co to bylo?

- nevzpomínám si
- nenavštívil jsem MK
- Vlastní odpověď:

Příloha B – Vyhodnocení dotazníkového šetření v grafech



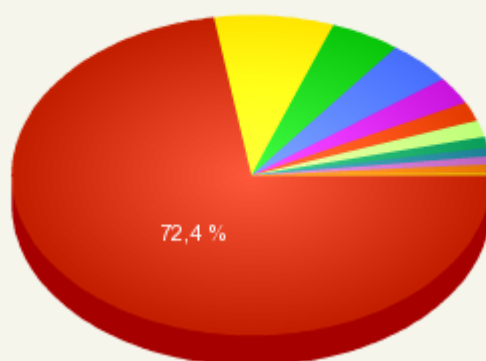
Dosažené vzdělání:



- vysokoškolské: 102 (40,8 %)
- středoškolské s maturitou: 80 (32 %)
- základní: 36 (14,4 %)
- vyšší odborné: 20 (8 %)
- středoškolské bez maturity: 12 (4,8 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

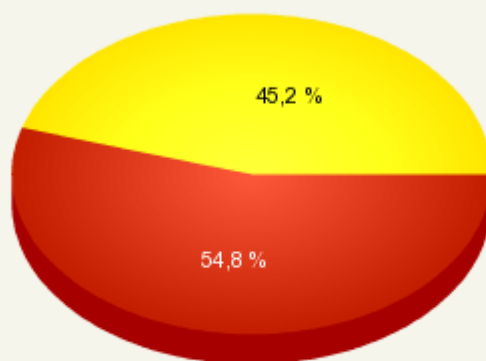
V jakém kraji bydlíte?



- Jihomoravský kraj: 181 (72,4 %)
- Hlavní město Praha: 20 (8 %)
- Olomoucký kraj: 12 (4,8 %)
- Středočeský kraj: 11 (4,4 %)
- Pardubický kraj: 7 (2,8 %)
- Vysočina: 5 (2 %)
- Ústecký kraj: 4 (1,6 %)
- Karlovarský kraj: 3 (1,2 %)
- Zlínský kraj: 2 (0,8 %)
- Liberecký kraj: 2 (0,8 %)
- Plzeňský kraj: 2 (0,8 %)
- Moravskoslezský kraj: 1 (0,4 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

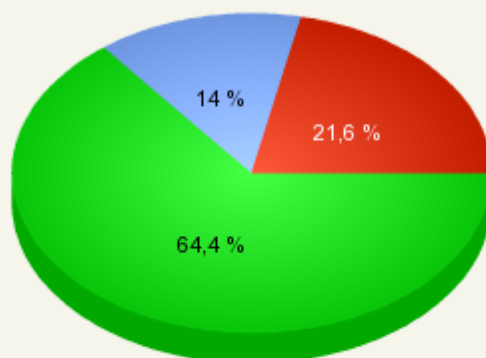
Co Vás nejlépe vystihuje?



- regionální gastronomie: 137 (54,8 %)
- světová gastronomie: 113 (45,2 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

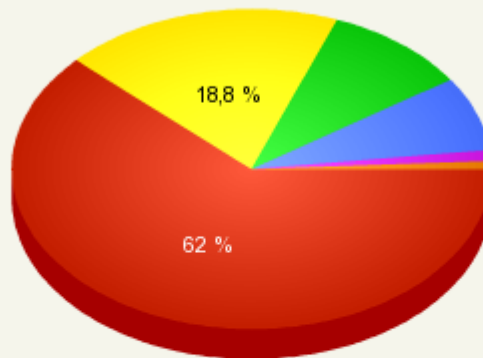
Slyšeli jste někdy o kulinářském cestovním ruchu?



- ano: 161 (64,4 %)
- nevím: 35 (14 %)
- ne: 54 (21,6 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

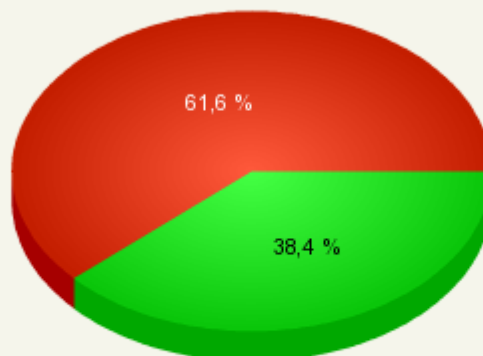
Je podle Vás kulinářský cestovní ruch součástí:



- zážitkového cestovního ruchu: 155 (62 %)
- specifického cestovního ruchu (pseudoforma): 47 (18,8 %)
- kulturně-historického cestovního ruchu: 24 (9,6 %)
- rekreačního cestovního ruchu: 19 (7,6 %)
- venkovského cestovního ruchu: 3 (1,2 %)
- městského cestovního ruchu: 2 (0,8 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

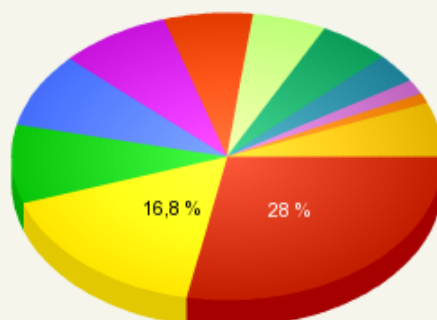
Navštívili jste někdy destinaci kvůli lokální gastronomii?



- ano: 96 (38,4 %)
- ne: 154 (61,6 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

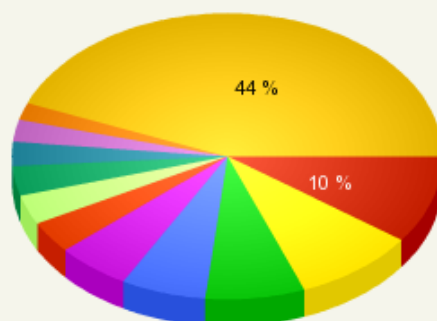
Která destinace je pro Vás z tohoto pohledu přitažlivá:



- Itálie: 70 (28 %)
- Francie: 42 (16,8 %)
- Česká republika: 22 (8,8 %)
- Japonsko: 21 (8,4 %)
- Řecko: 21 (8,4 %)
- Indie: 17 (6,8 %)
- Mexiko: 14 (5,6 %)
- Španělsko: 13 (5,2 %)
- USA: 8 (3,2 %)
- Velká Británie: 4 (1,6 %)
- Egypt: 3 (1,2 %)
- Ostatní odpovědi: 15 (6 %)

zdroj: <http://analiza-kulinarskeho-cestovn.vypinto.cz>

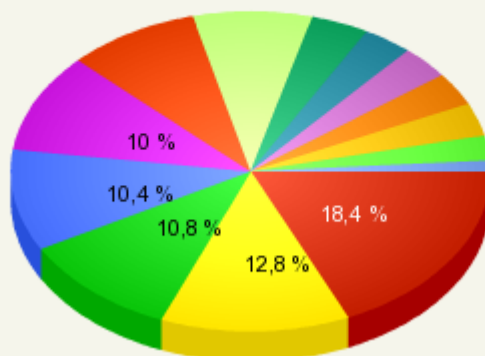
Naopak kterou destinaci byste rozhodně nenavštívili?



- Egypt: 25 (10 %)
- Indie: 23 (9,2 %)
- USA: 19 (7,6 %)
- Rusko: 16 (6,4 %)
- Čína: 14 (5,6 %)
- Afrika: 9 (3,6 %)
- Japonsko: 8 (3,2 %)
- Polsko: 8 (3,2 %)
- ukrajina: 7 (2,8 %)
- Somálsko: 6 (2,4 %)
- Irák: 5 (2 %)
- Ostatní odpovědi: 110 (44 %)

zdroj: <http://analiza-kulinarskeho-cestovn.vypinto.cz>

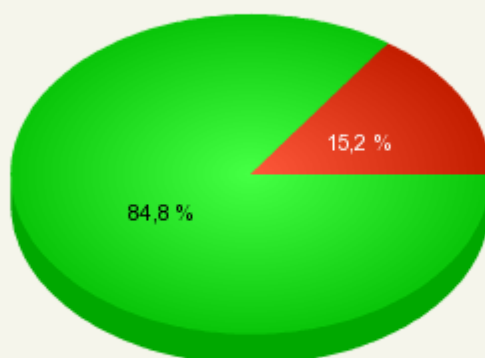
Vyberte, který turistický region byste z nabídky navštívili kvůli gastronomii v České republice?



- Lednicko-valtický areál, Podyjí, Slovácko: 46 (18,4 %)
- Beskydy: 32 (12,8 %)
- Haná: 27 (10,8 %)
- Praha a okolí: 26 (10,4 %)
- Jižní Čechy: 25 (10 %)
- Krkonoše: 22 (8,8 %)
- Šumava: 20 (8 %)
- Moravský kras: 10 (4 %)
- Západočeské lázně: 8 (3,2 %)
- Vysočina: 8 (3,2 %)
- Český ráj: 8 (3,2 %)
- Brno a okolí: 8 (3,2 %)
- Jeseníky: 6 (2,4 %)
- Plzeňsko: 4 (1,6 %)

zdroj: <http://analiza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

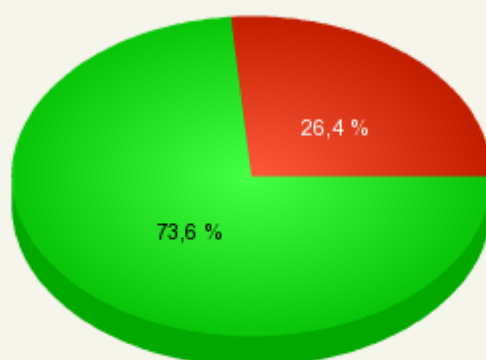
Jsou poskytované stravovací služby během pobytu pro Vás důležité a rozhodujícím faktorem celkové spokojenosti?



- ano: 212 (84,8 %)
- ne: 38 (15,2 %)

zdroj: <http://analiza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

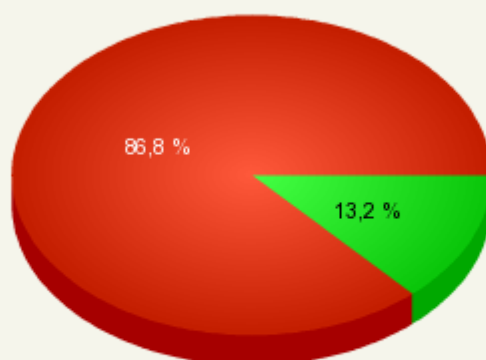
Vyhledáváte lokální speciality během pobytu?



■ ano: 184 (73,6 %)
■ ne: 66 (26,4 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

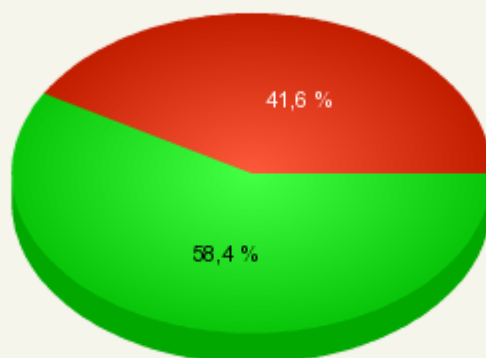
Zúčastnili jste se někdy specializovaného kulinářského zájezdu?



■ ano: 33 (13,2 %)
■ ne: 217 (86,8 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

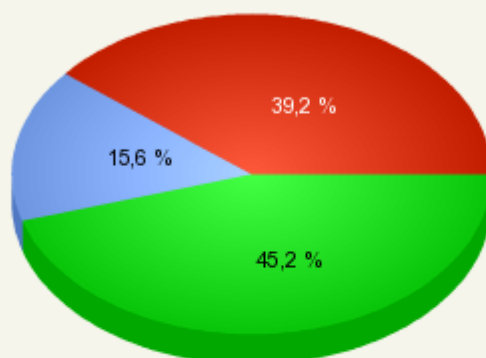
Navštívili jste někdy gastronomický veletrh, festival, akci nebo event v České republice?



■ ano: 146 (58,4 %)
■ ne: 104 (41,6 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

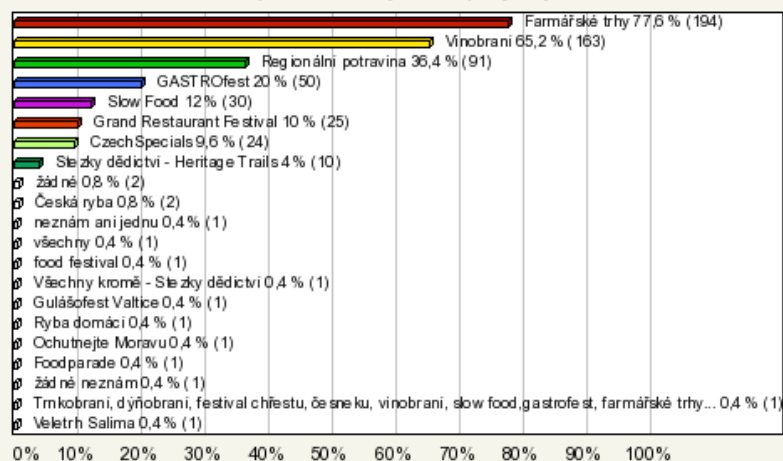
Zaregistrovali jste kampaně na podporu české gastronomie?



■ ano: 113 (45,2 %)
■ nevím: 39 (15,6 %)
■ ne: 98 (39,2 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

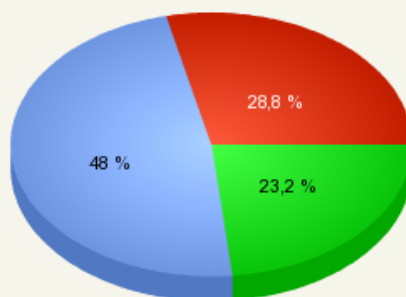
Které kampaně, eventy nebo projekty znáte?



- Farmářské trhy: 194 (77,6 %)
- Vinobraní: 163 (65,2 %)
- Regionální potravina: 91 (36,4 %)
- GASTROfest: 50 (20 %)
- Slow Food: 30 (12 %)
- Grand Restaurant Festival: 25 (10 %)
- Czech Specials: 24 (9,6 %)
- Stezky dědictví - Heritage Trails: 10 (4 %)
- žádné: 2 (0,8 %)
- Česká ryba: 2 (0,8 %)
- neznám ani jednu: 1 (0,4 %)
- všechny: 1 (0,4 %)
- food festival: 1 (0,4 %)
- Všechny kromě - Stezky dědictví: 1 (0,4 %)
- Gulášofest Valtice: 1 (0,4 %)
- Ryba domácí: 1 (0,4 %)
- Ochutnejte Moravu: 1 (0,4 %)
- Foodparade: 1 (0,4 %)
- žádné neznám: 1 (0,4 %)
- Trnkobraní, dýňobraní, festival chřestu, česneku, vinobraní, slow food, gastrofest, farmářské trhy...: 1 (0,4 %)
- Veletrh Salima: 1 (0,4 %)

zdroj: <http://analiza-kulinarskeho-cestovni.vypint.o.cz>

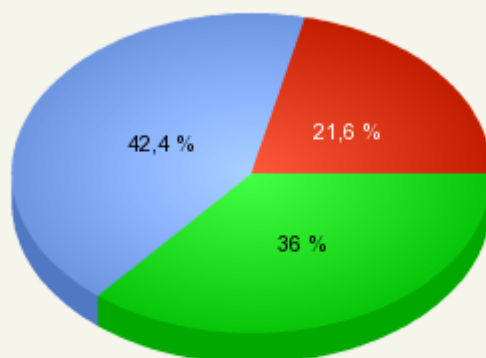
Zdají se Vám kampaně, které propagují českou gastronomii dostatečně kvalitní?



- ano: 58 (23,2 %)
- nevím: 120 (48 %)
- ne: 72 (28,8 %)

zdroj: <http://analiza-kulinarskeho-cestovni.vypint.o.cz>

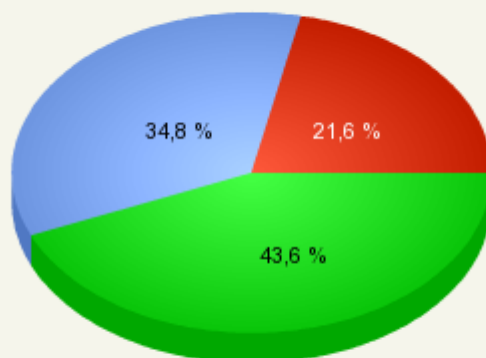
Navštívili jste někdy středisko veřejného stravování, které bylo nějakým způsobem certifikováno?



■ ano: 90 (36 %)
■ nevím: 106 (42,4 %)
■ ne: 54 (21,6 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

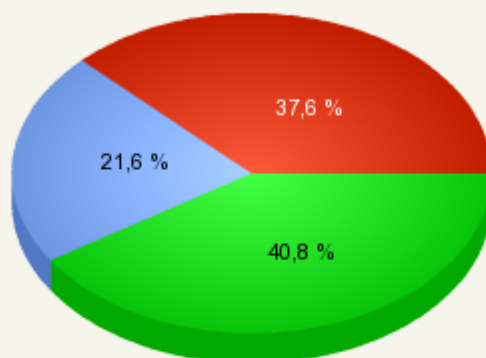
Navštívili jste někdy středisko veřejného stravování, které bylo uvedeno v nějakém průvodci?



■ ano: 109 (43,6 %)
■ nevím: 87 (34,8 %)
■ ne: 54 (21,6 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

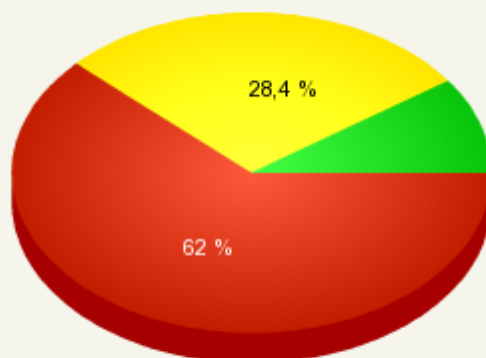
Navštívili jste někdy středisko veřejného stravování, které bylo nějakým způsobem propagováno v televizním vysílání?



■ ano: 102 (40,8 %)
■ nevím: 54 (21,6 %)
■ ne: 94 (37,6 %)

zdroj: <http://analiza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

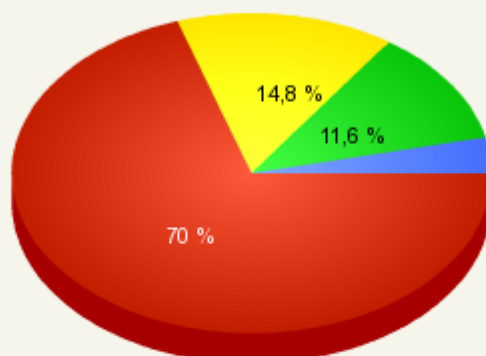
Jaký význam má gastronomie ve Vašem rozhodovacím procesu k navštívení nějakého regionu?



■ malý: 155 (62 %)
■ velký: 71 (28,4 %)
■ žádný: 24 (9,6 %)

zdroj: <http://analiza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

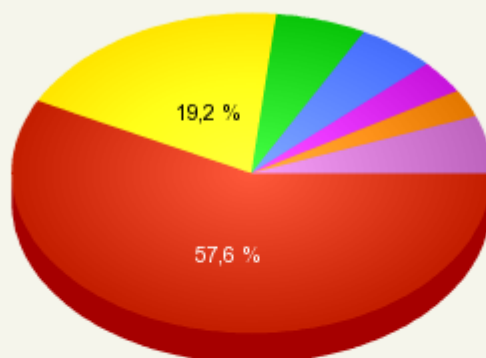
Kolik jste ochotni utratit za tradiční pokrm (hlavní chod), jaká je cenová hladina?



- 100,-CZK až 300,-CZK: 175 (70 %)
- 301,-CZK až 500,-CZK: 37 (14,8 %)
- nezáleží mi na ceně: 29 (11,6 %)
- do 100,-CZK: 9 (3,6 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

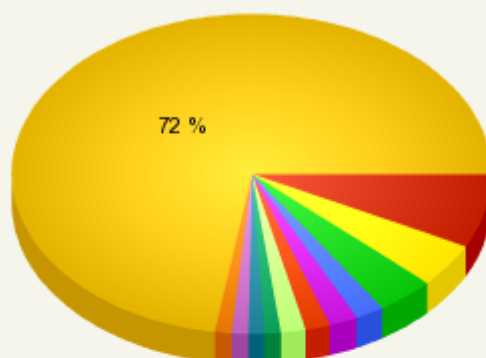
Který pokrm považujete za tradiční českou specialitu?



- Svíčková na smetaně: 144 (57,6 %)
- Pečená husa/kachna se zelím: 48 (19,2 %)
- Moravský vrabec: 15 (6 %)
- Plněné ovocné knedlíky: 13 (5,2 %)
- Smažený vepřový řízek: 8 (3,2 %)
- Smažený kapr: 7 (2,8 %)
- Ostatní odpovědi: 15 (6 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

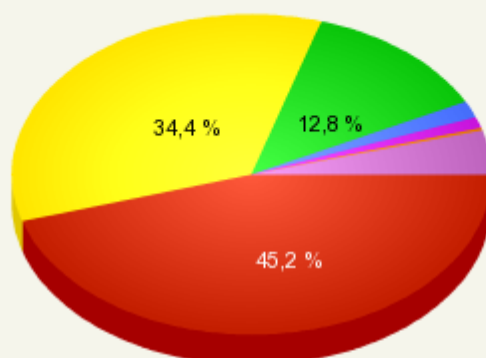
Kterou specialitu byste doporučili z Vašeho regionu?



- Nevim : 19 (7,6 %)
- moravský vrabec: 11 (4,4 %)
- Svíčková na smetaně: 10 (4 %)
- Tvarůžky: 5 (2 %)
- Svíčková : 5 (2 %)
- Punkevní pstruh: 4 (1,6 %)
- svíčkovou: 4 (1,6 %)
- pivo: 3 (1,2 %)
- Pečená husa: 3 (1,2 %)
- zabijačkové speciality: 3 (1,2 %)
- zabijačka: 3 (1,2 %)
- Ostatní odpovědi: 180 (72 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

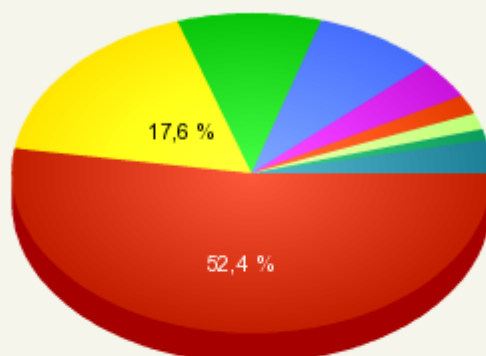
A co nápoj?



- pivo: 113 (45,2 %)
- víno: 86 (34,4 %)
- pálenka: 32 (12,8 %)
- likér: 4 (1,6 %)
- Slivovice: 3 (1,2 %)
- sekt: 1 (0,4 %)
- Ostatní odpovědi: 11 (4 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

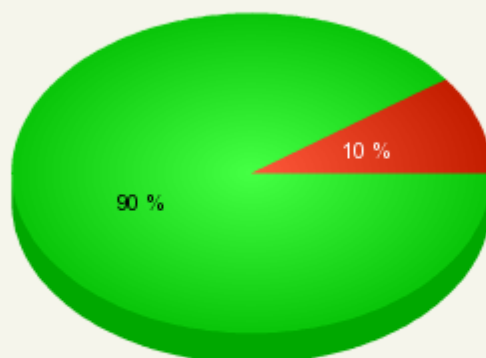
Který region je z Vašeho pohledu ve vztahu ke kulinařskému cestovnímu ruchu nejpoblárnější v České republice?



- Jižní Morava: 131 (52,4 %)
- Praha a okolí: 44 (17,6 %)
- Jižní Čechy: 24 (9,6 %)
- Beskydy: 21 (8,4 %)
- Krkonoše: 10 (4 %)
- Brno a okolí: 5 (2 %)
- nevím: 4 (1,6 %)
- Český ráj: 3 (1,2 %)
- Ostatní odpovědi: 8 (3 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

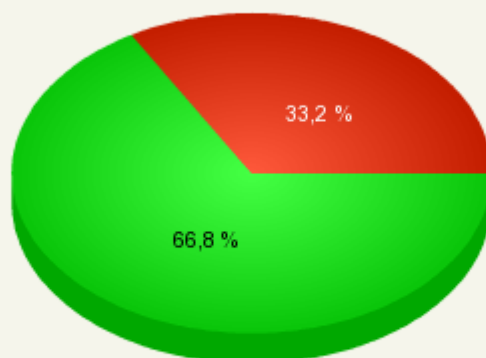
Navštívili jste někdy Moravský kras nebo jeho okolí?



- ano: 225 (90 %)
- ne: 25 (10 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

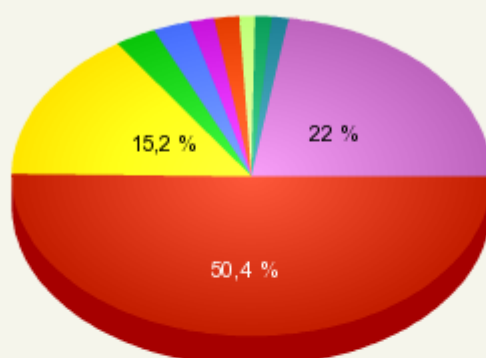
Ochutnali jste regionální produkty nebo pokrmy z oblasti Moravského krasu a okolí?



■ ano: 167 (66,8 %)
■ ne: 83 (33,2 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

Co to bylo?



■ nevzpomínám si: 126 (50,4 %)
■ nenavštívil jsem MK: 38 (15,2 %)
■ Punkevní pstruh: 7 (2,8 %)
■ kozí sýr: 6 (2,4 %)
■ sýr: 4 (1,6 %)
■ víno: 4 (1,6 %)
■ Pstruh: 3 (1,2 %)
■ nic: 3 (1,2 %)
■ neochutnala jsem: 3 (1,2 %)
■ Ostatní odpovědi: 56 (22 %)

zdroj: <http://analyza-kulinarskeho-cestovn.vyplnto.cz>

Příloha C – Dotazníkové šetření pro provozovatele

Šetření KULINÁŘSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU v České republice

(zaměřeno na Moravský kras a okolí, Region Boskovicko)

Milí provozovatelé středisek veřejného stravování v regionu,

dovoluji si Vás tímto prosím oslovit k získání dat sloužícím na vypracování diplomové práce s tématem: „Kulinářský cestovní ruch v České republice“. Práce se zabývá nejen obecnou analýzou, ale také kvalitativním výzkumem se zaměřením na gastronomii ve spojitosti s cestovním ruchem v oblasti Moravského krasu a okolí i Regionu Boskovicko. Žádám Vás tedy o vyplnění krátkého dotazníku, na základě kterého bude následovat terénní šetření. V žádném případě se nebude jednat o recenzi či nějakou komparaci Vaší restaurace s jinou, ale pouze o analýzu aktuálního stavu nabídky v uvedených regionech. Získané informace nebudou volně přístupné, k nahlédnutí budou pouze v univerzitní knihovně v Praze. K těmto účelům jsem vyhledal Vaše středisko v těchto podporujících subjektech: HeritageTrails (Stezky dědictví aneb průvodce dobrými restauracemi) nebo MAS Moravský kras.

Předem velice děkuji a jsem s pozdravem

Bc. Petr Šafránek, DiS.

student UJAK – navazujícího magisterského oboru Management cestovního ruchu

Seznam otázek pro provozovatele:

- 1) *Nabízíte spíše pokrmy světové gastronomie nebo lokálního zaměření?*
- 2) *Co Vaši hosté vyhledávají častěji (viz otázka 1)?*
- 3) *Přizpůsobujete nabídku sezonním surovinám?*
- 4) *Využíváte k přípravě pokrmů převážně české suroviny?*
- 5) *Je Vaše restaurace certifikovaná v nějakém projektu a co Vám to přináší?*
- 6) *Připravujete během roku nějaké speciální gastronomické nabídky, popř. gurmánské balíčky služeb pro Vaše hosty?*
- 7) *Jak informujete hosty o těchto připravovaných akcích?*
- 8) *Který regionální pokrm byste doporučili z Vaší stálé nabídky na jídelním lístku?*

Název restaurace:

Jméno a funkce respondenta:

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Petr Šafránek

Obor: Management cestovního ruchu

Forma studia: kombinované studium

Název práce: Kulinářský cestovní ruch v České republice

Rok: 2015

Počet stran textu bez příloh: 61

Celkový počet stran příloh: 21

Počet titulů českých použitých zdrojů: 11

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 2

Počet internetových zdrojů: 38

Počet ostatních zdrojů: 3

Vedoucí práce: Ing. et Mgr. Daniel Toth, PhD. et PhD.