

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

Gastronomie jako součást kulturního dědictví
v cestovním ruchu
Bakalářská práce

Autor: Jaroslava Nováková, DiS.
Studijní obor: Management cestovního ruchu

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

Prohlášení:

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

V Hradci Králové dne 16.8.2018

.....

Jaroslava Nováková, DiS.

Poděkování:

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

Anotace

Bakalářská práce se zabývá analýzou využití gastronomie jako součásti kulturního dědictví v cestovním ruchu. Podává ucelený přehled o historickém vývoji gastronomie a poukazuje na to, jakou roli hraje gastronomie v národní kultuře se zaměřením na kulturní dědictví v cestovním ruchu. Tyto poznatky jsou uvedeny v teoretické části práce. Hlavním cílem je definovat tradiční gastronomii jako součást národní a regionální kultury v Pardubickém a Královéhradeckém kraji z pohledu návštěvníků turistických informačních center. Cílem je především zjistit, jak velký je zájem návštěvníků Turistických informačních center o regionální produkty a gastronomii a jaké je všeobecné povědomí o značce „Czech Specials“ v těchto krajích. Základní metodou je metoda srovnání, tzn. porovnání poznatků získaných studiem odborné literatury a výsledků z dotazníkového šetření. Empirická část se zabývá charakteristikou Pardubického a Královéhradeckého kraje z hlediska cestovního ruchu. Jejím výstupem je kvantitativní dotazníkové šetření mezi zaměstnanci turistických informačních center v Pardubickém a Královéhradeckém kraji, jeho průběh, vyhodnocení, grafické znázornění jednotlivých odpovědí a závěrečná doporučení.

Klíčová slova: gastronomie, kulturní dědictví, regionální produkty, turistické informační centrum

Abstract

Title: Gastronomy as a part of Cultural heritage in Tourism

This bachelor thesis examines the analysis of gastronomy use as a part of Cultural heritage in Tourism. It gives a comprehensive overview about historical development of gastronomy and its position in the national culture with the focus on cultural heritage in tourism. This findings are introduced in the theoretical part of the bachelor thesis. The main aim is to define the traditional gastronomy as a part of local and regional culture in the Pardubice Region and Hradec Králové Region from the visitors point of view of Tourist Information Centres. The purpose is to first of all find out, how much the visitors are interested in local products and gastronomy and what is the general „Czech Specials“ brand awareness in this Regions. The basic methods include the comparison and evaluation of the findings from literature and a questionnaire survey. The empirical part is based on the characteristics of the Pardubice and Hradec Králové Region from the tourism point of view. Questionnaire survey of employees was used to answer research questions. The results are summarized and entered into graphs. At the end there are conclusions and recommendations mentioned.

Key words: gastronomy, cultural heritage, regional products, Tourist information center

Obsah

1	Úvod	1
2	Cíl a metodika zpracování	3
3	Teoretická východiska	5
3.1	Stravování a gastronomie jako součást kultury	5
3.1.1	Gastronomie a náboženství	5
3.1.2	Kulturní zvyklosti a stravování	8
3.2	Gastronomie jako součást kulturního dědictví.....	10
3.2.1	Gastronomie jako součást kulturního dědictví UNESCO	11
3.2.2	Další zástupci gastronomie na seznamu UNESCO	15
3.3	Gastronomie jako součást cestovního ruchu	17
3.3.1	Kulturní turismus	17
3.3.2	Gastroturismus	18
4	Empirická část	20
4.1	Výzkumné otázky a předpoklady.....	20
4.2	Sběr informací a průběh šetření.....	21
4.3	Pardubický kraj z hlediska cestovního ruchu	22
4.4	Královéhradecký kraj z hlediska cestovního ruchu	25
4.5	Speciality české kuchyně.....	27
4.6	Regionální produkty a regionální gastronomie.....	31
4.6.1	Značka Regionální potravina	34
4.6.2	Regionální potraviny Pardubického kraje	35
4.6.3	Regionální potraviny Královéhradeckého kraje.....	37
4.7	TIC a jejich role v propagaci gastronomie	39
4.7.1	Turistická informační centra Pardubického kraje.....	40
4.7.2	Turistická informační centra Královéhradeckého kraje	41

4.8	Czech Specials.....	41
4.8.1	Restaurace „Czech Specials“ v Pardubickém kraji.....	43
4.8.2	Restaurace „Czech Specials“ v Královéhradeckém kraji.....	44
4.9	Výsledky šetření.....	47
4.9.1	Zájem o gastronomii u klientů TIC.....	47
4.9.2	Spokojenost se službami a slabé stránky stravovacích zařízení.....	50
4.9.3	Povědomí o značce Czech Specials	53
4.9.4	Zájem o regionální produkty.....	56
4.9.5	Informovanost zaměstnanců TIC o regionálních produktech.....	59
4.9.6	Gastronomické akce	60
5	Shrnutí výsledků	61
6	Závěry a doporučení.....	66
7	Seznam použitých zdrojů.....	69
8	Přílohy	73

Seznam obrázků

Obr. 1 Pardubický kraj – mapa.	22
Obr. 2. Turistické oblasti Pardubického kraje.	24
Obr. 3. Regiony Královéhradeckého kraje.....	26
Obr. 4 Pivní zeměpis.....	30
Obr. 5 Regionální značky zařazené do ARZ.	32
Obr. 6 Oficiální logo Regionální potravina.	35
Obr. 7 Seznam Regionálních potravin Pardubického kraje za rok 2018.....	37
Obr. 8 Seznam regionálních potravin Královéhradeckého kraje za rok 2018.	39
Obr. 9 Logo certifikovaného TIC.	40
Obr 10. Logo Czech Specials.	43
Obr. 11 Mapa restaruací v KH kraji s certifikací Czech Specials.....	46

Seznam zkratk

A.T. I. C. ČR = Asociace turistických informačních center České republiky

AHR ČR = Asociace hotelů a restaurací České republiky

ARZ = Asociace regionálních značek

AKC ČR = Asociace kuchařů a cukrářů České republiky

KH kraj = Královéhradecký kraj

TIC = turistické informační centrum

1 Úvod

Jídlo a gastronomie jsou provázány s lidským životem a mají dlouholetou tradici, kterou lze ztotožnit s historií lidstva. Jídlo mělo a stále má hluboký náboženský význam a je spojeno s rituály, tradicemi a kulturními zvyklosti. Současně je z velké míry ovlivněno životním stylem dané kultury, sociálními a historickými událostmi. Způsob stravování a to, co je typické pro danou zemi z pohledu gastronomie nám otevírá možnosti poznávat nové kultury napříč světadíly a vypovídá o jednotlivých národech mnohem více než verbální komunikace. Ukazuje nám tradice, význam společenských událostí nebo národní zvyklosti. Z pohledu cestovního ruchu je tedy velmi lákavé poznávat nové země právě prostřednictvím gastronomie a tradičních pokrmů a respektovat ostatní národy v jejich přesvědčení a zvyklostech.

Gastronomie je vedle ubytovacích a dopravních služeb jednou z nejdůležitějších součástí služeb cestovního ruchu. A stále více se dostává do popředí zájmů. Není již pouze uspokojením základním životních potřeb. Lidé se zajímají mnohem více o kvalitní, sezónní produkty od regionálních výrobců, účastní se gastronomických akcí a událostí, farmářských trhů nebo jarmarků, které jsou v hojné míře provázány s tradiční gastronomií, která je součástí kulturního dědictví. Velmi oblíbené jsou pivní festivaly, vinobraní nebo jiné specializované gastronomické slavnosti, jako např. slavnosti brambor, gulášové slavnosti, slavnosti knedlíků apod.

Česká kuchyně je ovlivněna historickými událostmi a je částečně ovlivněna středoevropskou kuchyní – objevují se v ní prvky německé, rakouské, maďarské nebo chorvatské kuchyně, patrný je i vliv Rakouska-Uherska. Národní kuchyně je založena především na zemědělských plodinách, jako jsou obilniny, luštěniny, brambory a zelenina, které jsou součástí regionálních a krajových pokrmů a specialit.

Kulturní dědictví jednotlivých států však nezahrnuje pouze hmotné památky. Patří tam i tradice, zkušenosti, rituály, obřady a tradiční řemesla, které jsou zahrnuta na Reprezentativní seznam nehmotného kulturního dědictví UNESCO - řadí se tam i gastronomické jedinečnosti. Patří mezi ně mj. francouzská

kuchyně, mexická kuchyně, středomořská strava, perníkářství, turecká káva nebo neapolská pizza.

Tato bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a empirickou část. Teoretická část nabízí přehled pojmů a vývoj gastronomie v historických souvislostech. Část práce se zabývá vlivy kultury a náboženství na gastronomii a odpovídá na otázku, jak je gastronomie důležitá pro cestovní ruch a jaké jsou kulturní zvyklosti a stravování vybraných zemí.

V úvodu empirické části jsou uvedeny základní údaje o Pardubickém a Královéhradeckém kraji z hlediska cestovního ruchu – tyto dva kraje jsou předmětem analýzy gastronomie z pohledu pracovníků turistických informačních center. Jsou zde zpracovány přehledy regionálních potravin, přehledy restaurací, které získaly certifikaci Czech Specials v Pardubickém a Královéhradeckém kraji a seznam turistických informačních center, kam byly zaslány dotazníky v rámci šetření a provádění analýzy. V závěru je zpracován průběh a vyhodnocení dotazníkového šetření, grafické znázornění odpovědí z dotazníků a závěry a doporučení na základě zjištěných skutečností.

2 Cíl a metodika zpracování

Cílem práce je zanalyzovat a zhodnotit význam gastronomie jako součást kulturního dědictví v cestovním ruchu. Předmětem tohoto zkoumání a analýzy jsou turistická informační centra v Pardubickém a Královéhradeckém kraji a jejich pohled na tradiční gastronomii a regionální produkty.

Práce je rozdělena na teoretickou a empirickou část. Teoretická část je zpracovaným přehledem informací, získaných z dostupných knižních nebo internetových zdrojů. Zaměřuje se především na seznámení s pojmem gastronomie a její historická východiska, na kterých je postavena i dnešní moderní gastronomie. Je zde uveden ucelený přehled nehmotného kulturního dědictví UNESCO z oblasti gastronomie.

Hlavním zdrojem pro zpracování empirické části práce je výstup z kvantitativního dotazníkového šetření mezi zaměstnanci TIC v Pardubickém a Královéhradeckém kraji, jeho průběh, vyhodnocení a závěrečná doporučení na základě zjištěných a prokázaných skutečností.

Před zpracování teoretické části práce si autorka položila následující otázky, na které hledala odpovědi:

1. Jaký význam má gastronomie v cestovním ruchu?

- tato otázka bude zodpovězena analýzou odborné literatury a z dostupných internetových zdrojů v teoretické části práce

2. Jaký je zájem návštěvníků TIC o gastronomii v Pardubickém a Královéhradeckém kraji?

- odpověď na tuto otázku bude výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázky č. 1,2 a 27 z dotazníku

3. Jak jsou návštěvníci TIC spokojeni s gastronomickými službami v kraji, jaké jsou slabé stránky místních stravovacích zařízení?

- odpověď na tuto otázku bude výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázky č. 3,4 a 5 z dotazníku

4. Jaké je povědomí o značce Czech Specials?

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

5. Zajímají se návštěvníci o regionální produkty?

- odpověď na tuto otázku bude výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázky č. 10,11, 12, 13 a 14 z dotazníku

6. Mají zaměstnanci TIC dostatek informací o regionálních produktech?

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

7. Jaké gastronomické akce jsou v těchto krajích pořádány?

- odpověď na tuto otázku bude výsledkem dotazníkového šetření a analýzou odpovědí na otázky č. 19, 20,21,22 a 23 z dotazníku

3 Teoretická východiska

3.1 Stravování a gastronomie jako součást kultury

Gastronomie má dlouholetou tradici. Její počátky sahají do doby, kdy byl pravěkým člověkem využit k přípravě jídla oheň, u kterého se scházela celá rodina a o jídlo se dělila. Podle Freedmana (2008: s.35), se z tohoto období však nezachovaly žádné záznamy, pouze nádoby na vaření a podávání jídla, pece nebo ohniště.

Silné základy gastronomie byly postaveny v dobách starověkého Řecka a Říma. Jak uvádí Grančaiová (2013: online), v tomto období se dovážely do Evropy nejrůznější suroviny, které obohatily evropský jídelníček, např. koření, kuře, cukrová třtina, rýže nebo meruňky či třeště atd. Jak autorka dále uvádí, překvapivě tu ještě nebyly suroviny, které v současné době s těmito destinacemi spojujeme, jako např. zelené papriky, lilky, brambory, rajčata, pomeranče nebo nejrůznější tvarované těstoviny, které známe dnes, se staly součástí jídelníčku až mnohem později.

Neméně významný vliv zanechala čínská, resp. orientální kultura jídla, která má silné postavení dodnes. Číňané měli a dodnes mají jídlo spojené s rituály – od obstarávání potravy, přes její přípravu, stolování až po konzumaci, která je promyšlená až do posledního detailu, jak uvádí Freedman (2008: s. 100).

Velký zlom nastal v roce 1492, kdy Kryštof Kolumbus objevil Nový svět. Podle Grančaiové (2013:online), byly jídelníčky obohaceny o rajčata, brambory, kakao, vanilku, slunečnici, chilli papriky a kukuřici. Jak autorka dále uvádí, koncem 16. století si získalo popularitu v Evropě podávání kávy a čaje.

3.1.1 Gastronomie a náboženství

Podle Páskové a Zelenky (2012: s.94), lze gastronomii obecně označit jako vědu či umění, které se zabývá přípravou a způsobem podávání jídla a nápojů. Jedná se o soubor činností, které se zabývají nejenom kuchařským uměním, ale současně vztahem mezi přípravou jídel, servírováním a konzumací. Je kladen důraz na výběr surovin, využití správné technologie přípravy pokrmů, použití správného

vybavení, nádobí, přístrojů a v neposlední řadě na stravovací zvyklosti. Gastronomie pochází ze spojení řeckých slov *gaster* – žadulek a *nomos* – znalost, zvyk, pravidlo.

Lidský život je provázaným a opakujícím se koloběhem událostí, slavností, výročí a oslav, které jsou vždy spojeny s gastronomií. Jídlo v minulosti vždycky mělo a dodnes má hluboký náboženský význam, což provázejí rituály, tradice a zvyklosti. Gastronomie se vyvíjela stejně jako lidstvo samo a pro má obrovskou historii, která se prolíná s náboženstvím z různých koutů světa, s kulturou, životním stylem, sociálními nebo historickými souvislostmi.

Všechna světová náboženství předurčují, co mají věřící jíst, co by jíst za žádných okolností neměli, v jakou dobu by jíst neměli vůbec nebo jaké pokrmy se konkrétně vztahují k jednotlivým životním či společenským událostem.

V následujícím textu je uveden přehled hlavních stravovacích návyků pro věřící v nejrozšířenějších náboženstvích světa, kam lze zahrnout křesťanství, judaismus, islám, hinduismus a buddhismus.

Křesťanství

Křesťanství příliš neřeší vyloženě vhodné a nevhodné pokrmy, jak uvádí Víra.cz (2017: on-line). Zásadním z pohledu křesťanské víry jsou půsty, které jsou více či méně striktní – pravosláví dodržují půsty velmi striktně, u protestantů se jedná spíše o doporučení a mohou se ho účastnit dobrovolně. V době půstu je podle Strava a náboženství (2013: on-line) zakázána konzumace masa, sladkého, alkoholu a všeobecně potravin, které představují z určitého pohledu luxus.

Jak uvádí Stojanovičová a kol. (2015: on-line), pro katolíky je nejvýznamnější období půstu 40 dní před Velikonocemi a půst v adventní době – čtyři neděle před Vánoci.

Judaismus

Soubor stravovacích zvyků v židovské kuchyni upravuje podle The orthodox council of kashrut MaHaRa'L (2010: on-line) tzv. „*kashrut neboli košer*“, což

v přeneseném významu označuje slovo vhodný nebo rituálně čistý. V gastronomii se pojem košer vyskytuje vcelku běžně, v judaismu se jedná o vše co je povolené, vhodné nebo správně připravené.

Židovská pravidla jsou vzhledem k historickým událostem velmi složitá. Podle Stojanovičové a kol. (2015:online) jsou pro židovské stravování zásadní tato pravidla:

1. Všechno maso určené ke konzumaci musí pocházet pouze z povolených druhů zvířat (hovězí, skopové, kozí, drůbež a ryby).
2. Zákaz požívání krve.
3. Maso musí být správně připraveno.
4. Mléko a mléčné výrobky nesmí přijít do styku s masem.

Kocourková (2009: s. 557) uvádí, že nejdůležitějším jídlem je oběd – za tradiční je považován izraelský kebab (mleté hovězí a skopové maso) nebo tzv. šuarma (pečené skopové), které je podáváno obvykle s tzv. chumusem (kaše z cizrny).

Islám

Islám je po křesťanství druhým nejvíce rozšířeným náboženstvím světa a je považováno z evropského pohledu za nejvíce kontroverzní jak uvádí Stojanovičová a kol. (2015:online). Stejně jako židé, i muslimové mají zákaz jíst krev a vepřové maso, které je považováno všeobecně za nečisté a uhynulá „nečistá“ zvířata. Je zakázáno jíst masožravé ptáky, oslí maso a co se týká ryb, povoleny jsou pouze ty, které mají ploutve a šupiny. Autorka dále uvádí, že i zde platí zákaz alkoholu. Konzumovat lze jenom maso z povolených druhů zvířat, které byly řádně připraveny a vykřveny, stejně jak je tomu v judaismu. Takto upravené maso je pak dovoleno konzumovat a je tzv. „*Halal*“ neboli zákonné.

V arabských zemích, kde se islám nejčastěji vyskytuje, je podle Kocourkové (2009: s.570) tradičním pokrmem arabský chléb (pita), kaše z cizrny (hummus) nebo kuskus. Jídla jsou více kořeněná, oblíbený je např. i kebab (z jehněčího nebo z drůbežího masa) nebo faláfel (zeleninové karbanátky). Autorka dále zmiňuje

význam pití silné arabské kávy s cukrem, která se pije zásadně po jídle. Nabídka kávy je projevem pohostinnosti a není vhodné ji odmítat.

Hinduismus

Hinduismus je typický zákazem konzumace hovězího masa a dodržováním vegetariánství a je z velké míry ovlivněn kastovním systémem, přičemž každá kasta má svůj specifický systém stravování, jak uvádí Strava a náboženství (2013: on-line). Členové nejvyšší kasty jsou přísní vegetariáni, nekonzumují ani ryby nebo vejce. Podle Kocourkové (2009: s.589) je vlivem víry v převtělování typický odpor k masu.

Buddhismus

Pro buddhismus je typické vegetariánství, ale na druhou stranu ne všichni buddhisté jsou vegetariáni a maso není striktně zakázáno. Jak uvádí Kuntoš (2016: on-line), „*podle theravády Buddha schvaloval jedení vepřového, kuřecího a rybího masa, ale nepovoloval maso člověka, psa, kočky, krávy či slona*“.

Buddhisté se většinou stávají vegetariány na základě osobního přesvědčení, neboť jak uvádí Stojanovičová a kol. (2015: on-line), konzumace masa způsobuje poškození karmy, čímž může věřící skončit v pekle. Buddhismus je silně ovlivněn hinduismem, z čehož pramení i víra v reinkarnaci – tedy převtělení. Obvyklou stravou buddhistů je rýže, zelenina, obilniny a luštěniny.

3.1.2 Kulturní zvyklosti a stravování

Jak uvádí Rusková (2009: s.112), způsob myšlení, postojů a hodnot, historické souvislosti, náboženství, tradice a výchova jsou součástí národní mentality, která se odráží především v oblasti cestovního ruchu. Je nezbytné znát jedinečnosti a odlišnosti jednotlivých mentalit, abychom se jim dokázali v cizím prostředí přizpůsobit a tolerovat je. Rusková dále poukazuje na fakt, že nejvíce odlišností lze spatřovat v oblasti kultury, zvyků, tradic a stravování.

Život a zvyklosti místních obyvatel se nejvíce odrážejí zpravidla na místních tržištích, jednotlivých destinacích, kde lze získat představu o místních tradicích,

původních zvyklostech stravování nebo oblékání, jak uvádí Procházka a kol. (2009: s.161).

Každá kultura má své zvláštnosti a je nezbytné při návštěvě destinace mimo Českou republiku znát základní pravidla slušného chování a stravování. Radynacestu.cz (2017:online) zdůrazňují, na co si dát v jednotlivých evropských i mimoevropských destinacích pozor, abychom neurazili hostitele. **V Itálii** je například urážkou kuchaře, objednat si parmazán navíc na jakýkoliv pokrm. Cappuccino Italové pijí zásadně ráno a s croissantem, absolutně nepřipustné je objednat si tento lahodný nápoj po obědě. **V Rusku** je neslušné odmítnout panáka vodky – ta se s ničím zásadně nemíchá a každému přípitku předchází proslov, který je druhem společenské konverzace. **V Thajsku** a jiných asijských zemích je nevhodné jíst levou rukou, která je považována za nečistou – je totiž určena k mytí intimních partií, proto se nepřikládá k ústům. K jídlu se využívají hůlky, je však možné požádat o vidličku – nůž je považován za projev agrese.

Stejný zdroj dále uvádí, že ve **Spojených arabských emirátech** se voda nikdy nevytlévá – má se vypít nebo podat sousedovi. I v této zemi platí pravidlo levé ruky, chléb se nikdy nekrájí, ale láme, voda se nesmí srkat, ale hlasitě hltat. **V Japonsku** je projevem spokojenosti mlaskání a hlasité říhnutí na závěr, je však zakázáno u stolu kýchat a smrkat. Podle Kocourkové (2009: s. 662) mají Japonci rádi silný čaj, nejčastější přílohou je rýže nebo nudle. **V Číně** otočení ryby znamená, převrácení rybářovi lodi. Kocourková (2009: s.662) uvádí, že kuchaři jsou v Číně vážení a uznávaní, Číňané příliš nekonzumují mléčné výrobky, mají rádi kořeněná a pestrá jídla. **V Indonésii** je zvykem, že ženy jedí až v okamžiku, kdy muž dojí.

Němci jsou podle Kocourkové (2009: s.660) nároční strávníci, kteří si potrpí na profesionalitu, rychlost a přesnost obsluhujícího personálu. Často bývají hluční a mají rádi odpolední kávu s mlékem a moučnickem. Podobně nároční na vysoký standard a požitekáři jsou i **Švýcaři** nebo **Rakušané**. Stejný zdroj dále uvádí, že známými konzumenty čaje s mlékem jsou **Angličané**, kteří si potrpí na vydatné snídani. Zásadní postavení v oblasti gastronomie mají bezesporu **Francouzi**, kteří si potrpí na estetiku a velký výběr z několika chodů.

Pro **Mongolsko** je typická konzumace masa (nejčastěji skopového) a mouky v jakékoliv podobě, jak uvádí Blundenová (2008: s.224). Maso hojně doplňují o

bylinky a planou zeleninu. Oblíbené je sušené hovězí nebo skopové maso. Mongolským národním nápojem je tzv. kumys – fermentované kobyli či velbloudí mléko.

Za velmi rozmanitou a pestrou zemi z hlediska gastronomie lze považovat **Turecko**, které je podle Yale a kol. (2004: s. 73) považováno za zemi s jednou z nejúžasnějších kuchyní, která využívá čerstvé suroviny a přípravě pokrmů je věnován značný čas. Maso je součástí většiny hlavních jídel. Tradiční je kebab podávaný v arabském chlebu se salátem. V oblibě jsou polévky.

3.2 Gastronomie jako součást kulturního dědictví

Neodmyslitelnou součástí české kultury jsou tradice a zvyky, které se udržují dodnes a tradiční produkty, které jsou dnes již světově známé a uznávané jak uvádí Kocourková (2009: s. 220). Jedním z nejžádanějších a nejznámějších produktů je české pivo – nejznámějšími pivovary jsou Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen, Budvar, Bernard nebo Starobrno. Dlouholetou tradici v českých zemích má víno, které je světově na velmi vysoké úrovni. Tradičním likérem, který pochází z pramene v Karlových Varech je Becherovka. Jak autorka dále uvádí, oblíbeným produktem jsou například Olomoucké tvarůžky nebo Karlovarské oplatky.

Národní gastronomie je již od dob našich předků založena zemědělských plodinách, kterými byly především obilniny, luštěniny, brambory a zelenina. Ryby byly obvykle na jídelníček zařazovány v pátek a maso bylo servírováno většinou pouze ve svátek. Jak uvádí Beranová (2001: s.30), od počátku 19. století se brambory objevovali jako běžná zelenina nebyly však přílohou k masu, ale připravovaly se z nich nejrůznější pokrmy se sýrem, smetanou, dusily se na slaničce a později se z brambor připravovaly knedlíky, nudle, dorty nebo dokonce cukroví. Z doma pěstovaných druhů zeleniny byl velmi oblíbený např. květák, zelí, cibule, mrkev, řepa, tuřín, vodnice, pastináček, okurky, celer nebo petržel. Oblíbené bylo také domácí pěstování bylinek, které byly doplňovány o sběr divokých bylin – jak uvádí Sapík (2012: s.7), jednalo se především o merlík, šťovík a kopřivy.

Českou kuchyni ovlivňovala především v 19. století střeoevropská kuchyně a vývoj historických událostí. Zasahuje zde tedy velmi významně gastronomie ostatních států, především Rakouska-Uherska, Německa, Rakouska, Maďarska, Chorvatska, Srbska, Ukrajiny, Rumunska nebo Itálie. Jak uvádí Sapík (2012: s. 7) typické pokrmy, které přiřazujeme k tradičním pro Českou republiku, jako jsou např. palačinky, knedlík, štrúdl nebo pečínky si právem nárokují i jiné státy, ale přesto máme celou řadu regionálních pokrmů, které je třeba připomínat a lze je považovat za kulturní dědictví našich předků.

3.2.1 Gastronomie jako součást kulturního dědictví UNESCO

UNESCO – Organizace spojených národů pro vzdělání, vědu a kulturu - je označením jedné z 15 mezinárodních odborných organizací, v současné době zahrnuje 195 členských států a dalších 9 přidružených států, jejichž hlavním cílem je mj. šířit vzdělanost a sdílet kulturní bohatství jednotlivých národů, jak uvádí UNESCO.org (2018:online). V roce 1972 vydalo UNESCO Úmluvu o ochraně světového kulturního a přírodního dědictví, ve které jsou členské státy zavázány věnovat zvláštní péči unikátním místům zapsaným na Seznamu světového dědictví. Světovým dědictvím jsou podle stejného zdroje označeny světové kulturní a přírodní památky. V současnosti je na seznamu více než tisíc položek ve 167 zemích světa. Česká republika má na seznamu zapsaných celkem 12 památek a 5 záznamů v oblasti nehmotného kulturního dědictví.

Kulturní dědictví jednotlivých států však nezahrnuje pouze hmotné památky, ale i ústní tradice, zkušenosti, divadelní umění, nejrůznější rituály a slavnostní události, obřady, tradiční řemesla a jejich know-how nebo znalosti týkající se přírody a vesmíru, jak uvádí Kotíková (2013: s.48). Od roku 2001 existuje oficiální Reprezentativní seznam nehmotného kulturního dědictví lidstva. Tento seznam byl v roce 2010 mj. z oblasti gastronomie doplněn o francouzskou kuchyni, mexickou kuchyni, středomořskou stravu a perníkářství v severním Chorvatsku. Naposledy byl podle UNESCO.org (2018:online) oficiální seznam nehmotného kulturního dědictví doplněn z oblasti gastronomie ještě o tureckou kávu a přípravu tradiční neapolské pizzy, která byla po dlouhých letech na seznam zapsána koncem roku 2017.

Francouzská kuchyně

Francouzskou kuchyni lze zařadit na nejvyšší špičku ve světě a patří mezi ty nejčastěji oceňované. Francouzská gastronomie je pojem, který doprovází nejdůležitější životní okamžiky, kterými jsou např. narození dítěte, svatba, narozeniny nebo výročí. Francie je spojována s tzv. *haute* nebo *grande* cuisine, jak uvádí zdroj Francouzská kuchyně (2017: online). Jedná se o pojem, který je synonymem gastronomie na vysoké úrovni, která je podávána v luxusních restauracích a hlavním znakem je precizní, pečlivá a dokonale perfektní úprava a prezentace jídel, čemuž odpovídají i vysoké ceny v gurmánských restauracích a luxusních hotelích. Zakládá si na výběru kvalitních, zejména místních surovin a harmonickém spojení pokrmů a kvalitního vína.

Francouzské menu se skládá z několika chodů, které jsou servírovány v pevně daném pořadí – předkrm, hlavní chod (většinou ryba nebo maso se zeleninou), sýrový chod a dezert, jak dále uvádí Francouzská kuchyně (2017:online). Někdy je před dezertem podáván ještě salát. Jídlo znamená pro Francouze rituál, při kterém stráví i několik hodin, čímž utužují rodinné, společenské i přátelské vztahy.

S Francií jsou spojeny světově nejznámější gastronomické příručky a encyklopedie (nejznámější z nich jsou Larousse nebo Auguste Escoffier, který několik let vedl kuchyně u Moulin Rouge nebo v Hotelu Ritz v Paříži a právem si zasloužil titul „král kuchařů a kuchař králů“), jak uvádí Francouzská kuchyně (2017: online) a samozřejmě všeobecně známý Michelin – průvodce nejlepších a nejluxusnějších restaurací světa s více než stoletou tradicí. Získat tzv. michelinskou hvězdu je pro každou restauraci prestiž nejvyšší úrovně.

Francouzská společnost Michelin (Compagnie Générale des Établissements Michelin), byla založena 28. května 1888 bratry Andrém a Édouardem Michelinovými, jak uvádí Grančaiová (2013:online). Tato společnost figurovala až do roku 2005 na nejvyšším žebříčku světových výrobců pneumatik a mj. se zabývala i vydáváním map a průvodců. Autorka dále uvádí, že první gastronomický průvodce vznikl na začátku 20. století.

Michelinské restaurace (2016:online) uvádí, že hodnocení restaurací probíhá na několika úrovních. Nejdůležitější je udělení tzv. Michelinských

hvězdiček, které získávají restaurace za výjimečnost a kvalitu. Podmínkou pro udělení tohoto ocenění je, aby odborní hodnotitelé přišli do dané restaurace alespoň třikrát nezávisle na sobě a shodli se na daném počtu hvězdiček. Stejným způsobem však může restaurace o přidělené hvězdičky přijít. Jejich udržení je proto mnohdy těžší než je získat. Druhou rovinou hodnocení jsou „příbory“, které symbolizují na úroveň restaurace a její atmosféru. Určitý počet „příborů“ získá každá restaurace, která prošla michelinskou recenzí, na rozdíl od hvězdiček, které jsou prestižní záležitostí. Stupnice hodnocení u „příborů“ je na škále od jedné, která označuje „docela příjemnou restauraci“ do pěti „luxusní restaurace“. Zvláštní kategorií jsou pak červené příbory, které označují „výjimečně příjemnou restauraci“.

Jak dále uvádí *Michelinské restaurace* (2016:online), posledním významným hodnocením je tzv. Bib Gourmand, neboli doporučení Bibenda, panáčka Michelin, které získávají podniky, jejichž menu nepřesahuje cenu 28 £. Stejný zdroj dále poukazuje na možnost získání dalších symbolů, např. mince, která označuje podnik s nabídkou jídel v určité cenové hladině nebo černé a červené symboly, které označují restaurace s ojedinělým výhledem. Symbol hroznů označuje restauraci se zajímavou nabídkou vín.

Kudyznudy.cz (2017:online) uvádí, že vydání *Michelinského gastronomického průvodce* za rok 2017 zahrnuje restaurace ze 44 měst z dvaceti evropských zemí. Mezi nejprestižnější evropské restaurace, které obhájily *Michelinskou hvězdu* v České republice, patří tři pražské restaurace – *La Degustation Bohême Bourgeoise*, *restaurace Alcron* a *restaurace Field*. *Panáčka Michelin* za „výjimečné jídlo za rozumnou cenu“ získala nově *karlínská restaurace s pekárnou Eska*. Tuto cenu v roce 2017 obhájily pražské podniky *Aureole*, *Divinis*, *Na Kopci*, *Maso a Kobliha*, *Sansho* a *SaSaZu*.

La Degustation Bohême Bourgeoise – luxusní restaurace pod vedením spolujitele a šéfkuchaře *Oldřicha Sahajdáka* (absolventa prestižních kuchařských kurzů *C.I.A. - Culinary Institute of America* a mnohaletými profesními zkušenostmi z *Itálie*, *Německa*, *Portugalska* a *Nového Zélandu*), která se specializuje především na *klasickou českou kuchyni* z konce 19. století (*La Degustation*, 2018: on-line).

Alcron – pražská restaurace, která se nachází v hotelu Radisson, jak uvádí Alcron (2018:online). Pod vedením šéfkuchaře Romana Pauluse, získala řadu významných ocenění (např. Maurerův výběr Grand Restaurant, ocenění Americké akademie pro pohostinství v New Yorku „Five Star Diamond Award“ nebo TripAdvisor Travelers’Choice Awards v České republice)

Field restaurant – michelinská restaurace Radka Kašpárka, klade vysoký důraz na sezónní suroviny od místních dodavatelů a českých farmářů, jak uvádí Field (2018:online). Restaurace je postavená na základech tradiční české kuchyně s moderním a osobitým pojetím šéfkuchaře a na výrazných chutích jednotlivých pokrmů.

Středomořská strava

Středomořská strava, patří vedle té francouzské také na Reprezentativní seznam nehmotného kulturního dědictví UNESCO.

Původní návrh na zápis na seznam podaly v roce 2008 čtyři země – Řecko, Itálie, Maroko a Španělsko, v roce 2011 pak k těmto zemím byly přidruženy ještě Chorvatsko, Kypr a Portugalsko (Středomořská strava, 2013:online).

Tato strava je založena především na konzumaci olivového oleje, obilovin, čerstvého a sušeného ovoce a zeleniny a mořských plodů, jak je uvedeno ve stejném zdroji. V omezené míře se pak konzumuje maso a mléčné výrobky, to vše doplněné a provoněné nejrůznějšími druhy koření. Neodmyslitelnou součástí je pak konzumace regionálních vín a čajů, s ohledem na dané náboženství v jednotlivých zemích.

Středomořská strava není podle UNESCO.org (2018:online) pouze o jídle jako takovém, jedná se o soubor znalostí, dovedností, rituálů, symbolů a tradic, které doprovází sklizeň, rybolov, chov zvířat, a následné zpracování těchto komodit, jejich vaření a způsob konzumace. Zdůrazňuje především společenskou funkci stravování, kdy dochází ke komunikaci, stmelování rodiny a vytváření komunit v celém Středomoří. Středomořská strava je synonymem pohostinnosti, rozmanitosti a sounáležitosti příslušných kultur. Hraje důležitou roli při nejrůznějších životních událostech a slavnostech, kdy dochází ke spojení lidí všech

věkových skupin nebo nejrůznějšího sociálního postavení. Celá řada lidových písní a tanců vznikla na kulturních událostech, kde byly zaměřeny především na jídlo – i proto se stala středomořská kuchyně součástí seznamu nehmotného kulturního dědictví UNESCO, jak dále uvádí UNESCO.org (2018:online). Tato kuchyně je založena na střídmosti, jednoduchosti a hlavně sezónnosti místních potravin, které jsou lehce stravitelné a mají nízkou nutriční hodnotu. Důležitou roli v této kultuře hrají ženy, které předávají znalosti a tradiční postupy a dovednosti při přípravě jídel z generace na generaci.

3.2.2 Další zástupci gastronomie na seznamu UNESCO

Reprezentativní seznam nehmotného kulturního dědictví lidstva UNESCO doplňuje podle UNESCO.org (2018:online), kromě francouzské a středomořské kuchyně z oblasti gastronomie ještě například:

Tradiční mexická kuchyně

Dle UNESCO.org (2018) se jedná o obsáhlý kulturní model, který zahrnuje zemědělství, rituály, starodávné dovednosti, techniky, zvyky a tradice, které jsou po staletí předávána od předků jednotlivých generací. Stejně jako ve francouzské nebo středomořské kuchyni, i zde je vyzdvihován především komplexní způsob pěstování, sklizně, přípravy a konzumace jídel. Základ mexické kuchyně tvoří kukuřice, fazole a chilli, dále např. rajčata, tykve, avokádo, kakao a vanilka.

„Mexičan nikdy neřekne, že něco nejde nebo něco neví. Bude na tebe s úsměvem hledět tak dlouho, až zjistí, co bys rád, a to ti slíbí. Mexičan se snaží vždy odpovědět to, co si myslí, že bys chtěl slyšet. To, co tě nejvíc potěší. Je-li to pravda či co bude pak, to je fuk! To je Mexiko!“ Mertlík (2011: s.119)

Perníkářské řemeslo v severním Chorvatsku

Tradice výroby perníku se podle UNESCO.org (2018:online) objevovala již ve středověku v některých evropských kláštorech. Později se z něj stalo řemeslo především na území dnešního severního Chorvatska. Recept je stejný pro všechny perníkáře, to co je dělá unikátní a ojedinělé je jejich specifický způsob zdobení a tvary. Toto řemeslo se předává v chorvatských rodinách z generace na generaci a je jedním z nejznámějších symbolů chorvatské kultury. Dříve bylo toto řemeslo určeno především mužům, v současné době se perníkářství věnují i ženy.

Turecká káva

O zapsání turecké kávy – její kultuře a tradici, na seznam nemotného dědictví lidstva UNESCO, rozhodlo v roce 2013 zasedání Mezivládního výrobu UNESCO, v Baku. Pravá turecká káva je podle Kávovník (2018:online) silná a vydatná a je připravována ve speciálních konvicích, které se nazývají „džezva“ nebo „ibrik“, do které se nejprve nalije voda, následně se nasype čerstvě namletá káva, příp. cukr a tato směs se začne několikrát ohřívat, aby bylo docíleno vydatné kávové pěny. Nápoj je podáván v malých šálcích společně se sklenicí vody a většinou se nabízí v tradičních kavárnách, kde se lidé setkávají ke konverzacím nebo si vychutnávají šálek čerstvé kávy u čtení knih. Tato tradice, jak uvádí stejný zdroj, je symbolem pohostinnosti, přátelství, zábavy a je připravována při nejrůznějších společenských příležitostech a ceremoniálech. Především proto je považována za součást tureckého kulturního dědictví.

Příprava tradiční neapolské pizzy

Zařazení pizzy na seznam světového nemotného kulturního dědictví je pro Itálii velkým vítězstvím. O zápis žádali již od roku 2014 a konečně na konci roku 2017 se zápis povedl, jak uvádí UNESCO.org (2018:online). Umění přípravy pizzy na neapolský způsob má tradici již od 16. století. Spočívá v kulinářském know-how, které souvisí s přípravou pizzy, řadí se sem i gesta, písňe, výrazy obličejů nebo dovednosti manipulace s těstem. Těsto se peče v cihlové troubě, která je vytápěná dřevem a má velmi tenkou kůrku. Těsto se roztáčí ve vzduchu na ruce, čímž dochází k provzdušnění a získá tím typické vlastnosti – na tomto

principu je založeno tradiční umění pizzařů, tzv. „pizzaiuolů“, jak dále uvádí UNESCO.org (2018:online), kteří při přípravě pizzy zapojují do společenského rituálu i hosty restaurace. Nejznámější pizzou je Margherita (obsahuje rajčata, mozzarella, olej a bazalku).

3.3 Gastronomie jako součást cestovního ruchu

Jídlo a gastronomie je neodmyslitelnou součástí každodenního života a současně velmi důležitou složkou cestovního ruchu. Česká kuchyně se může pyšnit velmi bohatou a rozmanitou škálou gastronomických specialit a jedinečností, které jsou bezesporu výhodou i ve spojení s domácím či zahraničním cestovním ruchem. Můžeme tak mluvit o gastronomickém, gurmánském, příp. kulinářském cestovním ruchu.

3.3.1 Kulturní turismus

Existuje celá řada odborných definic, které popisují více či méně přesně pojem kulturní turismus. Autorka uvádí výčet základních definic z několika pramenů:

Hesková (2011: s.22) definuje kulturní turismus jako „*jednu ze základních forem cestovního ruchu, která je spojena s poznáváním historie, kulturního dědictví, kultury, tradic, zvyků a způsobu života rezidentů navštívené destinace.*“ Autorka dále podotýká, že návštěvník musí být ochoten poznat, vidět a dozvědět se něco nového o dané destinaci. Často je kulturní turismus prolínán s dalšími formami cestovního ruchu, např. lázeňským, rekreačním, zdravotním nebo kongresovým cestovním ruchem.

Kulturní turismus podle Vaníčka a Ruxe (2010: s.123) hraje v oblasti cestovního ruchu velmi důležitou a významnou roli v rámci rozvoje jednotlivých regionů v České republice i ve světě. Jak autoři dále uvádějí *„oblast kulturního cestovního ruchu zahrnuje cestovní ruch v městských oblastech, zejména historických, seznámení s jejich architekturou, kulturními památkami a návštěvou zařízení jako jsou muzea, divadla atd. Může zahrnovat i cestovní ruch ve venkovských oblastech, kde se turisté seznamují s kulturními tradicemi domorodých komunit (např. festivaly, rituály apod.), životním stylem lidí v těchto zeměpisných oblastech, historií národů, jejich uměním, náboženstvím a dalšími prvky, které pomáhají utvářet jejich způsob života, jejich hodnoty a životní styl“*.

Zelenka a Pásková (2012: s.161) pak označují kulturní turismus jako takovou formu cestovního ruchu, kde jsou účastníci motivováni poznáváním kultury a kulturního dědictví daného regionu a jejich rezidentů.

3.3.2 Gastroturismus

Kotíková (2013: s.43) charakterizuje gastronomický cestovní ruch jako spojení cestovního ruchu s gastronomií, kulinářskými zážitky, seznámení se s kulturou stolování, s vybranými pokrmy dané destinace nebo s atmosférou, příp. vybavením určitého stravovacího zařízení. Zelenka a Pásková (2012: s.101) uvádí jako typický příklad návštěvu nejrůznějších gastronomických akcí, pivní slavnosti, vinobraní nebo zážitky spojené s konzumací a prezentací jídel, příp. návštěva výroben potravin. Je však důležité podotknout, že se nemusí jednat vždy jen o vysokou gastronomii. Gastronomický cestovní ruch představuje spojení jedinečného zážitku s gastronomií, který je umocněn místem nebo atmosférou dané destinace. Lze sem tedy zahrnout například i běžný nákup u stánku s tradičními pokrmy dané země, který se může stát nezapomenutelným gastronomickým zážitkem.

Do gastronomického cestovního ruchu lze podle Kotíkové (2013, s.43) z různých úhlů pohledu začlenit aktivity spojené s návštěvou různých gastronomických objektů a eventů a můžeme do něj zahrnout následující:

- podniky veřejného stravování (většinou doporučované v turistických průvodních nebo na turistických portálech),
- gastronomické destinace (oblíbené jsou např. Itálie, Japonsko, Indie, Francie nebo Mexiko),
- gastronomické akce a události (např. vinobraní, pivní slavnosti, degustace a košty vín, pálenek, slavnosti chřestu, knedlíků apod.),
- gastronomické provozy (např. návštěvy čokoládoven, pivovarů, vinných sklepů, palíren apod.),
- gastronomická muzea (např. Gastronomické muzeum v Praze, muzeum perníku apod.),
- farmářské trhy (možnost zakoupení produktů od místních producentů a farmářů),
- kurzy vaření.

K současným trendům gastroturismu patří nejrůznější formy zážitkové gastronomie, kdy mají návštěvníci možnost zúčastnit se přípravy jídla nebo jedinečnost konzumovat pokrmy na neobvyklých místech (ve vzduchu, na lodi, pod hladinou moře, ve stylových, historických restauracích apod.). Do popředí stále více vstupuje zájem o organické zemědělství a biopotraviny a jejich zakomponování do moderní gastronomie. Nelze opomenout ani popularitu televizních kulinářských show a foodblogů na sociálních sítích a využívání moderních technologií.

Mezi nejoblíbenější destinace z hlediska kulinářského cestovního ruchu lze podle Skyscanner (2017: online) zařadit především Irsko, Dubai, Francii, Španělsko, Itálii, jižní Koreu, Amsterdam nebo Barbados.

4 Empirická část

4.1 Výzkumné otázky a předpoklady

Hlavním cílem bakalářské práce bylo zanalyzovat a zhodnotit význam regionální gastronomie, jako součást kulturního dědictví v Pardubickém a Královéhradeckém kraji z pohledu zaměstnanců TIC. Zjistit, zda se návštěvníci těchto krajů zajímají o gastronomii a zda jsou zaměstnanci TIC dostatečně informováni o dostupných regionálních produktech ve svém kraji.

Pro dosažení cílů výzkumu byly stanoveny následující výzkumné otázky:

1. Jaký je zájem návštěvníků o gastronomii v Pardubickém a Královéhradeckém kraji?
2. Jak jsou pracovníci TIC spokojeni s gastronomickými službami v kraji, jaké jsou slabé stránky místních stravovacích zařízení?
3. Jaké je povědomí pracovníků TIC a návštěvníků regionu o značce Czech Specials?
4. Zajímají se návštěvníci TIC o regionální produkty?
5. Mají pracovníci TIC dostatek informací o regionálních produktech?
6. Jaké gastronomické akce jsou v těchto krajích pořádány?

V rámci výzkumu byly stanoveny následující hypotézy, jejíž platnost bude ověřena na základě odpovědí respondentů z TIC:

H1 - Předpokládá se, většina návštěvníků TIC v Pardubickém a Královéhradeckém kraji má zájem o gastronomii a regionální produkty

H2 - Předpokládá se, že pracovníci TIC mají dostatek informací o projektu a o značce Czech Specials

H3 - Předpokládá se, že pracovníci TIC v Pardubickém a Královéhradeckém kraji mají dostatek informací o regionálních produktech

4.2 Sběr informací a průběh šetření

Kvalitativní šetření proběhlo prostřednictvím rozeslání dotazníků na pracovníky turistických informačních center Pardubického a Královéhradeckého kraje ve dnech 8. – 29. června 2018. Dotazník byl vyhotoven prostřednictvím nástroje Google Forms, který umožňuje přehledné vytvoření, snadnou distribuci a zpracování dotazníků s okamžitou zpětnou vazbou.

Dotazníky byly rozeslány na 42 TIC Královéhradeckého kraje a na 36 TIC Pardubického kraje. Výzkumu se tedy zúčastnilo celkem **78 turistických informačních center** z obou krajů.

Výzkum byl anonymní, ale dotazník byl zasílán na konkrétní adresy TIC, aby bylo zajištěno maximální pokrytí celého kraje a získání relevantních výsledků pro výzkum. Vzhledem k využití nástroje Google Forms autorka mohla využít konkrétních adresátů, ale v celkovém hodnocení nejsou vidět jednotlivá TIC pro maximální zachování anonymity. Všechny otázky byly povinné.

Celkově bylo v dotazníku 31 otázek, které byly v převážné většině uzavřené s možností výběru pouze 1 odpovědi. Pokud byla respondentům nabídnuta možnost zvolit více odpovědí, vždy to bylo uvedeno zřetelně pod otázkou.

Po prvním rozeslání dotazníků se autorce vrátilo celkem 44 odpovědí, po druhém připomenutí odpovědělo dalších 17 TIC. Celkem tedy autorka obdržela **61 odpovědí**, což představuje **78,2% návratnost dotazníků**. Z celkového počtu odpovědí bylo **35 odpovědí z Královéhradeckého kraje a 26 odpovědí z Pardubického kraje**, což představuje možnost interpretovat relevantní informace vzhledem k počtu TIC v jednotlivých krajích. Seznam oslovených TIC je uveden v příloze této bakalářské práce.

Výsledky odpovědí u jednotlivých výzkumných otázek jsou v závěrečné části práce zpracovány graficky pro lepší přehlednost.

Pro účely zpracování dotazníkového šetření odpovídá 1 respondent jednomu turistickému informačnímu centru (za každé TIC odpovídal tedy pouze 1 zaměstnanec).

4.3 Pardubický kraj z hlediska cestovního ruchu

Česká republika je rozdělena na 14 samosprávných vyšších územně samosprávných celků a jedním z nich je i Pardubický kraj, který vznikl v roce 2000 z Východočeského kraje, jak uvádí David a Soukup (2010: s.6). Pardubický kraj se rozkládá na území o rozloze 4 519 km², nejvyšším vrcholem je Králický Sněžník s výškou 1 424 m n.m.



Obr. 1 Pardubický kraj - mapa.

Zdroj: Regionální potravina (2016: online)

Krajským městem jsou Pardubice – Pardubický kraj s počtem 518 337 obyvatel (k 31. 12. 2017) jak uvádí Český statistický úřad (2018:online) se svojí rozlohou se řadí na 10. největší kraj v republice.

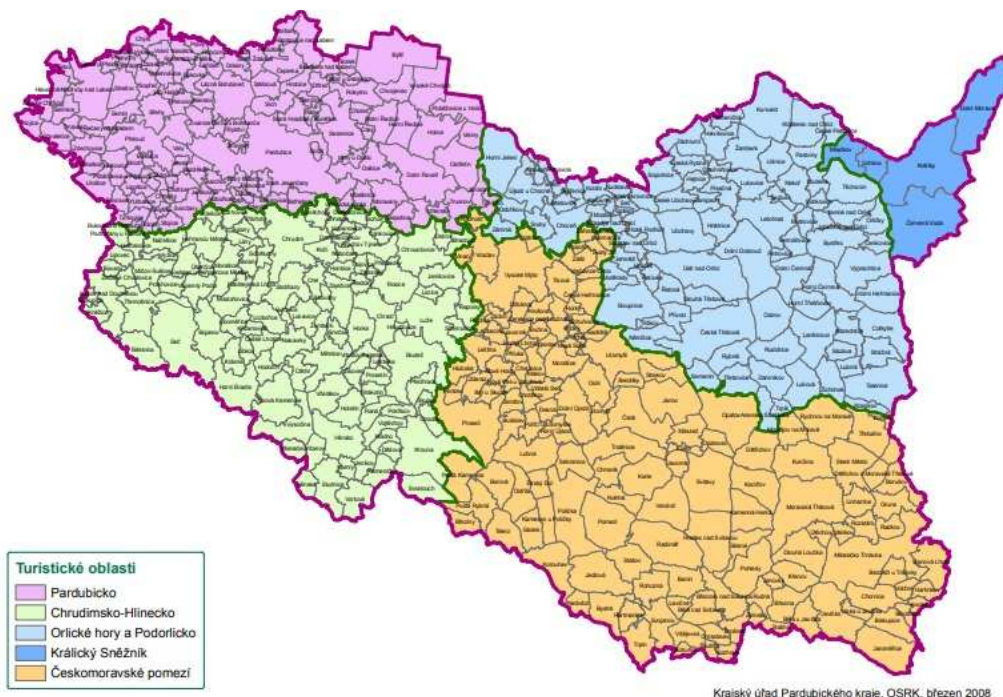
Území je tvořeno čtyřmi okresy – Chrudim, Pardubice, Svitavy a Ústí nad Orlicí. Okresní úřady, které zanikly v roce 2003, byly nahrazeny pro účely státní správy 15 obcemi s rozšířenou působností, jak uvádí David a Soukup (2010: s.6) Kromě čtyř okresních měst to jsou na území pardubického kraje ještě města Česká Třebová, Hlinsko, Holice, Králíky, Lanškroun, Litomyšl, Moravská Třebová, Polička, Přelouč, Vysoké Mýto a Žamberk.

Východní Čechy jsou synonymem krásné přírody s velkolepou historií, tradičním řemeslem a výjimečnou hudbou. Tato oblast nabízí vyžití v celé řadě sportů a bohatý kulturní a společenský život, který je bezesporu zastřešen jedním z nejvýznamnějších hudebních festivalů - Smetanova Litomyšl. Mezi celorepublikově známé sportovní události, které přesahují zájmem i hranice naší republiky je Velká pardubická steeplechase a Zlatá přilba. Jak uvádí Východní Čechy (2018:online), pro tento kraj je symbolický pardubický perník a koně.

Jak dále uvádí portál Východní Čechy (2018:online), Pardubický kraj nabízí přírodní rozmanitosti, kde si každý najde podmínky ke svému oblíbenému sportu. Východočeské Polabí je rovinným krajem s příznivým teplým klimatem, který je ideální pro koupání, vodní sporty, pěší turistiku nebo cykloturistiku. Milovníci horské turistiky a zimních sportů si přijdou na své v unikátní přírodní rezervaci Adršpašsko-teplické skály nebo v oblasti Králického Sněžníku. Celý region je příznivý pro agroturistiku - vyznačuje se především chovem koní. Východní Čechy jsou regionem hradů, zámků, starobylých vojenských pevností a opevnění, městských památkových rezervací a celé řady dalších památek, které jsou spojeny s lidovými a folklórními tradicemi a řemeslnou výrobou.

Pro účely cestovního ruchu je Pardubický kraj rozdělen na následující turistické oblasti, které jsou součástí turistického regionu Východní Čechy (Pardubický kraj, 2011: online):

- Pardubicko
- Chrudimsko–Hlinecko
- Orlické hory a Podorlicko
- Českomoravské pomezí
- Králický Sněžník



Obr. 2. Turistické oblasti Pardubického kraje.

Zdroj: Krajský úřad Pardubického kraje (2011: online)

Regionální gastronomie

Co se týká regionální gastronomie, Pardubický kraj lze částečně začlenit do regionu Polabí, který se rozkládá podle Pospěchové (2013: s. 152) podél toku řeky Labe od Pardubic, směrem k Poděbradům a Nymburku. Tato oblast je bohatá na úrodnou půdu s dostatečným množstvím vody na zavlažování, což umožňuje pěstování obilí. Zatímco většina krajů byla specifická především pěstováním brambor, region Polabí byl vždy bohatý na obilí, resp. produkci mouky. Toto území bylo dle stejné autorky tedy velmi úrodné na produkci **žitného chleba**, pšeničná mouka se využívala na **sladké pečivo** a **knedlíky**. Další regionální pochoutkou byly podle Pospěchové (2013:s. 153) **lívance**, které se připravovaly z těsta z ječné mouky. Polabí je typické pečením **perníků** – tato tradice se dochovala dodnes. Tato oblast nemá natolik specifické regionální pokrmy jako např. regiony jižní Moravy, nicméně typické jsou tzv. **řepánky** – oválné buchtíčky, které se plnily cukrovou řepou nebo **blbouni** – plněné kynuté knedlíky. Mezi polévkami vévodil tradiční hovězí vývar s nočky, **husí kaldoun** nebo **oukrop**.

4.4 Královéhradecký kraj z hlediska cestovního ruchu

Královéhradecký kraj je taktéž jedním ze 14 samosprávných vyšších územně samosprávných celků České republiky. Stejně jako Pardubický kraj, i Královéhradecký kraj vznikl z původního Východočeského kraje, jak uvádí David a Soukup (2009: s. 6). Svojí rozlohou 4 759 km² se Královéhradecký kraj řadí na 9. místo mezi všemi kraji v České republice. Nejvyšším vrcholem kraje i celé České republiky je Sněžka v Krkonoších s výškou 1 602 m n. m.

Krajským městem je Hradec Králové – Královéhradecký kraj dosahoval k 31. 12. 2017 podle statistik Českého statistického úřadu (2018:online) celkového počtu 551 089 obyvatel. Město na soutoku Labe a Orlice je vyhledávaným místem pro kongresovou turistiku. Je považováno za centrum kultury a vzdělanosti a pyšní se bohatou urbanistickou a architektonickou tradicí (Královéhradecký kraj, 2018:online).

Území je rozděleno na pět okresů – Hradec Králové, Jičín, Náchod, Rychnov nad Kněžnou a Trutnov.

Královéhradecký kraj se právem pyšní celou řadou přírodních atraktivit, jak uvádí Královéhradecký kraj (2018:online), patří mezi ně např. Krkonošský národní park s nejvyšší horou České republiky – Sněžkou nebo úžasná pískovcová skalní města. Tento region je bohatý na nepřehledné množství hradů, zámků a ostatních kulturních, architektonických a historických památek. Tato oblast je návštěvníky z České republiky i ze zahraničí navštěvována především díky atraktivitám spojených s pěší turistikou, cykloturistikou, vodáctvím či lyžováním.

Pro účely cestovního ruchu je Královéhradecký kraj rozdělen na následující turistické oblasti (Královéhradecký kraj, 2011:online):

- Český ráj
- Hradecko
- Kladské pomezí a Broumovsko
- Krkonoše
- Orlické hory a Podorlicko
- Podkrkonoší



Obr. 3. Regiony Královéhradeckého kraje.

Zdroj: Gastrospeciality a regionální potraviny Královéhradeckého kraje (2016)

Regionální gastronomie

Podkrkonoší je oblastí gastronomicky rozmanitější než výše zmíněné Polabí. Jak uvádí Pospěchová (2013: s,110) gastronomické speciality, kterými jsou **miletínské modlitbičky**, **lomnické suchary** nebo **hořické suchary** jsou pro oblast, která se rozkládá na území od Hradce Králové směrem k Harrachovu na straně jedné a k Trutnovu na straně druhé, více než známé a typické. K Podkrkonoší neodmyslitelně patří **krkonošské kyselo** – vydatná polévka

z kvasu a sušených hříbků. Region je typický pěstování červeného a bílého zelí, sběhem a sušením bylinek, které se využívali na přípravu čajů nebo bylinkových polévek. Autorka dále uvádí, že v podzimním období hospodyně připravovaly tzv. sirob, který připomíná med a sloužil jako sladilo, k polévání různých druhů sladkých buchtíček, např. **peciválky plněné mákem**. Vyhlášené jsou i **hořické trubičky, křehké růže, boží milosti** nebo **koblihy**.

4.5 Speciality české kuchyně

Česká republika je z geografického hlediska sice malá země, ale z pohledu cestovního ruchu a gastronomie nabízí širokou škálu regionálních specialit především v oblasti Hané, na Valašsku nebo Slovácku, které můžeme zařadit do kulturního dědictví České republiky.

Pro mnoho zahraničních návštěvníků je Česká republika synonymem poctivé, vydatné stravy – typická je svíčková omáčka na smetaně s houskovým knedlíkem, vepřo-knedlo-zelo, pečená kachna se zelím, ovocné knedlíky nebo koprová omáčka, jak uvádí *Typická jídla a speciality české kuchyně* (2018: online). Vepřo-knedlo-zelo se v kuchařských knihách jako tradiční český pokrm, začalo objevovat až začátkem 20. století, jak zmiňuje Beranová (2001, s.26) a bylo oblíbeným jídlem zejména pro muže, kteří prosazovali syté večeře.

Naši předkové však podle *Typická jídla a speciality české kuchyně* (2018: on-line), využívali celou řadu sezónních surovin, ovoce, zeleniny, polních plodin, ryb nebo zvěře a zdaleka se nekonzumovala tato tradiční vydatná jídla. Tyto suroviny byly známkou kvalitní a pestré stravy, která se prolíná do trendů současné moderní gastronomie. Česká gastronomie má bezesporu velmi jedinečné místo ve světové gastronomii a právem ji můžeme považovat za součást našeho národního bohatství.

Polévky

Základem české stravy a neodmyslitelnou součástí každého pokrmu je polévka, bez které nemohl ani za dob našich předků existovat řádný oběd a podle níž se kvalita celého oběda posuzovala, jak uvádí Beranová (2001, s.32). Nejtypičtější je zeleninový či masový vývar s nejrůznějšími typy zavářek. Často se objevují polévky zahuštěné jíškou. Za tradiční polévky české kuchyně lze podle stejné autorky označit hovězí vývar s játrovými knedlíčky, bramborovou polévku s houbami, česnečku – typickou především pro jižní Čechy, kulajdu – která je typická pro oblast Hané, pravou Valašskou kyselici, dršťkovou nebo fazolovou polévku.

V mnoha regionech se dodnes připravují tradiční chlebové polévky, zahuštěné vejcem, mlékem nebo podmáslem, doplněné houbami a kmínem, jak uvádí Sapík (2012, s. 7).

Hlavní jídlo

Hlavním jídlům dominuje maso – především vepřové, hovězí a drůbeží. Za tradiční pokrm lze považovat smažený řízek, knedlo vepřo zelo nebo mletou sekanou, jak uvádí toprecepty.cz (2018:online). Jižním Čechám s dlouhou tradicí rybníkářství pak dominuje příprava sladkovodních ryb na nejrůznější způsoby – oblíbenými rybami jsou například kapr, pstruh, candát nebo štika. Neodmyslitelnou součástí hlavního chodu v České republice jsou omáčky, většinou s jíškovým nebo bešamelovým základem, zahuštěné smetanou. Typickými omáčkami jsou například svíčková, rajská, koprová, houbová, papriková a další.

Co se týká příloh, hojně používané jsou **brambory** – typické pro Vysočinu, kde jsou regionální specialitou, podávanou na mnoho způsobů, jak uvádí Sapík (2012, s.7). Z hlediska cestovního ruchu jsou velmi oblíbené bramborové hody pořádané ve Skanzenu na Veselém kopci na Chrudimsku, v Novém městě na Moravě nebo v Bystřici nad Pernštejnem. Neméně navštěvované a oblíbené jsou bramborákové hody a slavnosti, které jsou pořádány prakticky v každém regionu. Úlehlová-Tilschová (2000), zmiňuje např. lepenici, kočičí tanec nebo míchánky (šťouchané brambory se zelím) nebo tradiční kucmouch, kucmouch nebo šklubánky (bramborová kaše s moukou). Stejná autorka se zmiňuje i o oblíbenému

bramboráku – pod lidovými názvy jako bandorek, cmunda, halapač nebo strouhanec.

Nejvíce typický a tradiční je však **knedlík**, který je považován za českou specialitu a v kuchařských knihách lze nalézt nespočetné množství receptů na knedlíky houskové, bramborové, krupicové, apod., jak uvádí toprecepty.cz (2018: online). Často jsou servírovány s tepelně upraveným zelím, kapustou nebo špenátem a pečeným masem. Velmi oblíbenou variantou na českém stole jsou knedlíky plněné masem nebo ovocem. Úlehlová-Tilschová (2000) se zmiňuje o knedlicích ze syrových brambor, tzv. chlupaté knedlíky, chlupaté buchty, bosáky, pukáče nebo čičánky. Z vařených brambor se pak připravovaly šulánky, šlejšky, pobožný buchty nebo bramborové kočičky. Podle Beranové (2001, s. 33), se knedlíky z kynutého těsta objevily v 17. století a říkalo se jim buchty. Buchty pečené, tak jak je známe dnes, existovaly až na počátku 19. století. Dnešní podobu ovocným knedlíkům dala M. D. Rettigová, která je doporučovala sypat tvarohem nebo perníkem smíchaným s cukrem.

Specifika české gastronomie doplňují ještě **sladká jídla**, která jsou oblíbená jako hlavní chod, což není v evropské kuchyni příliš běžné, jak uvádí toprecepty.cz (2018:online). Na jídelních lístcích českých restaurací se tak můžeme setkat s tradiční žemlovkou, kynutými buchtíčkami s vanilkovým šodó, jinde nechybí nudle nebo bramborové šišky s mákem nebo již zmíněné kynuté či tvarohové ovocné knedlíky, které jsou chloubou a regionální specialitou například v Jeseníkách či Krkonoších.

Nápoje

Pokud zmíníme kulturní dědictví ve spojení s cestovním ruchem a gastronomií, nelze opomenout český nápoj s dlouholetou tradicí a tím je pivo, které se právem řadí k nejlepším na celém světě.

Vaření piva má v Čechách a na Moravě silnou tradici, která sahá až do raného středověku. Jak uvádí Stupka a Eliášek (2014, s. 14), tzv. „právo várečné“, které udělovali středověcí panovníci občanům zakládaných měst, patří mezi nejstarší dochované úřední dokumenty.

„České pivo má ve světě dobrou pověst – navzdory tomu, že 97% produkce představují světlé spodně kvašené ležáky. Na druhou stranu, dříve, když se pivo vařilo v každé větší hospodě, tomu nebylo jinak. A mimochodem, stoupající počet míst, kde se vaří pivo, prozrazuje, že stav ze začátku 20. století, kdy v Čechách, ve Slezsku a na Moravě existovalo téměř 400 malých i velkých pivovarů, se zvolna vrací. Před rokem 1989 reprezentoval malé pivovary jen pražský minipivovar U Fleků, na přelomu tisíciletí jich bylo pár desítek, v současnosti byste jich napočítali přibližně 250 a další přibývají každý měsíc.“ (Obůrková, Plch 2016, s. 4)



Obr. 4 Pivní zeměpis

Zdroj: Stupka, Eliášek (2014)

Pivní popularita České republiky je využívá ve velké míře i v cestovním ruchu – nabídka cestovních kanceláří plní pobyty v pivních lázních, populární jsou pivní stezky, návštěvy regionálních pivovarů, muzeí nebo s oblibou pořádané pivní slavnosti a festivaly.

Stupka a Eliášek (2014, s.16) zmiňují, že tak, jako je zvykem k ušlechtilým vínům přikusovat kvalitní sýry, stejně tak k českému pivu patří regionální speciality a tradiční pokrmy, mezi které patří především **utopenec, tvarohová rozhuda, šmytec, česnekový sýr, topinka nebo Olomoucké tvarůžky**.

„Gastronomie v Čechách je na výrazném vzestupu. To můžu říct s potěšením a naprosto upřímně. Stolování v českých restauracích je v současnosti skvělým zážitkem, srovnatelným se zážitky z ostatních evropských zemí – a v mnoha ohledech dokonce lepším.“ James, D. (2018, s.5)

4.6 Regionální produkty a regionální gastronomie

Každý kraj, resp. každý region v České republice disponuje specifickými, jedinečnými a charakteristickými produkty z té či dané oblasti a vytváří tím neopakovatelné kulturní a přírodní bohatství. Může se jednat o řemeslné výrobky, zemědělské nebo potravinářské produkty, které jsou specifické procesem zpracování, tradiční výrobou nebo jedinečným uměním jednotlivých řemeslníků. Souhrn těchto produktů tvoří kulturní dědictví České republiky, které je třeba prostřednictvím cestovního ruchu nabízet a zvyšovat informovanost o jejich existenci jak mezi tuzemskými, tak mezi zahraniční návštěvníky jednotlivých krajů České republiky.

V současné době je stále více diskutovaná otázka ekologického zemědělství a bio produktů. Jak uvádí Straub (2012, s. 49), vzhledem ke stoupající poptávce po bio produktech jsou domácí producenti nuceni některé produkty dovážet, aby uspokojili domácí poptávku. Sortiment bio produktů je neustále rozšiřován – např. o produkty typu kakao, káva nebo čaje, které se taktéž dostávají na světový trh.

Uspokojování poptávky tedy začíná zastírat původní smysl bio produktů, které mají být synonymem pro sezónnost, čerstvost a originální původ.

Za účelem zviditelnění konkrétních regionů a zajímavých produktů byly vytvořeny tzv. Regionální značky, které jsou sdruženy v Asociaci regionálních značek (ARZ). Jak uvádí Asociace regionálních značek (2018: online), značky, které jsou v ARZ, mají totožný vizuální styl propagačních materiálů (obr. 4) a stejná pravidla pro jejich získání. Předpokladem pro udělení značky je ekologická šetrnost a regionální jedinečnost, která může spočívat např. v tradiční výrobě daného produktu, zpracováním místních surovin, které jsou specifické a jedinečné pro daný region nebo ojedinělými vlastnostmi. Smyslem označování produktů regionálními značkami je především zdůraznění specifik jednotlivých regionů České republiky a zvýšení povědomí o tradičních a místních produktech.



Obr. 5 Regionální značky zařazené do ARZ.
Zdroj: Asociace regionálních značek (2018: online)

Česká republika je zemí, která se vyznačuje vysokým podílem zemědělské produkce a lze ji proto dle hlavních pěstovaných plodin podle Vašákové a Skokanové-Němcové (2012, s.240) rozdělit na následující oblasti:

Řepařská oblast

Jedná se oblast typickou pro pěstování potravinářské pšenice, sladovnického ječmene, cukrové řepy a raných brambor. Rozkládá se v oblasti Polabí, kolem dolního toku řeky Ohře, na Opavsku a v Hornomoravském úvalu.

Bramborářská oblast

Představuje největší část území České republiky. Je typická pěstováním brambor, řepky, ovesa, žita a lnu. Je zde významný podíl luk a pastvin pro chov skotu.

Horská oblast

Je charakteristická především venkovním chovem skotu a ovcí, nemá moc příznivé podmínky pro pěstování plodin, v menším měřítku se v těchto oblastech pěstuje oves nebo píce.

Kukuřičná oblast

Představuje nejlepší podmínky pro zemědělskou produkci, především pro pěstování kukuřice, cukrové řepy, teplomilné zeleniny, ovoce a vinné révy. Za kukuřičnou oblast lze označit jihovýchodní Moravu.

Příměstská oblast

Za příměstskou oblast lze označit okolí velkých měst, kde dochází k největší spotřebě. Je příznivou oblastí pro pěstování zeleniny, ovoce, květin, chov skotu, prasat a drůbeže.

Z výše uvedeného výčtu je patrné, že Česká republika nabízí v jednotlivých regionech lepší či horší podmínky pro lokální zemědělskou, resp. potravinářskou produkci. Regionální potraviny jsou vždy lokálního charakteru na základě podmínek, které daný region poskytuje. Regionálním produktům a potravinám, je zapotřebí věnovat zvýšenou pozornost i v oblasti cestovního ruchu, který může přispět ke zvýšení odbytu těchto produktů a informovanosti návštěvníků daného regionu o tradičních výrobcích. Na propagaci regionálních produktů se mj. mohou podílet turistická informační centra.

4.6.1 Značka Regionální potravina

Označení Regionální potravina je ocenění potravin regionálního původu, které podporuje malé a střední výrobce z jednotlivých regionů. Regionální produkty označeny touto značkou (obr. 5), jsou podle Regionální potravina (2018:online), propagovány jak na regionální tak na celostátní úrovni. Jedná se o projekt Ministerstva zemědělství, které podporuje tradiční regionální výrobce a současně zaručuje spotřebitelům výběr kvalitní potraviny, které mají záruku místního původu, výborné chuti a tradice jak uvádí Ministerstvo zemědělství (2011:online).

Ministerstvo zemědělství k projektu dále uvádí, že *„součástí projektu je informační kampaň, jejímž cílem je seznámit spotřebitele s regionálními potravinami z jednotlivých krajů České republiky. Kampaně zastřešuje značka Regionální potravina, kterou mohou umístit na své výrobky producenti a prodejci vítězných výrobků. Značku Regionální potravina mohou výrobci používat k označení oceněného výrobku po dobu čtyř let“* Regionální potravina (2018: online).

Soutěž o značku Regionální potravina je zastřešena Ministerstvem zemědělství ve spolupráci s Agrární komorou ČR a zástupců Potravinářské komory ČR jednotlivých krajů. Ministerstvo zemědělství (2011:online), dále zmiňuje, jaké jsou požadavky na potraviny zařazené do soutěže o značku Regionální potravina a jaká pozitiva toto ocenění přináší pro konečného spotřebitele:

- Potraviny jsou vyráběny v místních podmínkách pod neustálým dohledem kontrolní inspekce, čímž je vytvořen tlak na výrobce udržovat kvalitu potravinových produktů nepřetržitě na vysoké úrovni,
- tyto potraviny jsou mnohem čerstvější díky krátkým distribučním cestám – mají tak lepší chuť a vyšší nutriční vlastnosti,
- prosperující zemědělci, výrobci, zpracovatelé i prodejci představují podporu zaměstnanosti v daném regionu a rozšíření počtu pracovních míst.



Obr. 6 Oficiální logo Regionální potravina.
Zdroj: Regionální potravina (2018: online)

4.6.2 Regionální potraviny Pardubického kraje

Pardubický kraj je úrodnou oblastí s kvalitní zemědělskou půdou a velmi příznivým podnebím. Mezi nejúrodnější oblast patří nížina podél řeky Labe – Polabí, kde se pěstují převážně obiloviny, řepa, kukuřice, brambory a řepka olejka. Podhorské oblasti jsou bohaté na pěstování ovsa, brambor a lnu. Z živočišné výroby vyniká chov skotu, jak uvádí Regionální potravina (2018:online).

Na seznamu regionálních potravin Pardubického kraje je v současné době **41 držitelů platné značky „ Regionální potravina“**. Jak dále uvádí zdroj Regionální potravina (2018:online), v roce 2018 přibylo na seznam dalších 9 nových produktů, kterými jsou:



BRISKET

Vítězná kategorie
Výrobce
Rok vyhlášení

Masné výrobky tepelně opracované
CHOVSERVIS a.s.
2018



PEČENÉ VEPŘOVÉ KOLENO

Vítězná kategorie
Výrobce
Rok vyhlášení

Masné výrobky trvanlivé
TORO VM a.s.
2018



BIO ZRAJÍCÍ KOZÍ SÝR POLOTVRDÝ

Vítězná kategorie
Výrobce
Rok vyhlášení

Sýry (včetně tvarohu)
Ranč Bělečko Agro s.r.o.
2018



KEFÍR (2018)

Vítězná kategorie
Výrobce
Rok vyhlášení

Mléčné výrobky
Jana Svatošová – Mléčná farma
Jehnědí
2018



KVASOVÝ CHLÉB ŽITNÝ S POHANKOU

Vítězná kategorie
Výrobce
Rok vyhlášení

Pekařské výrobky
Mgr. Tomáš Kroulík – Naše Dobrá
pekárna
2018



JESSY KAKAOVÁ ROLÁDA S NÁPLNÍ ZE ŠLEHANÉ SMETANY – KAKAOVÁ

Vítězná kategorie
Výrobce
Rok vyhlášení

Cukrářské výrobky
KONIPRO s.r.o.
2018



ŠALVĚJOVÝ SIRUP

Vítězná kategorie **Alkoholické a nealkoholické nápoje**
Výrobce **Mgr. Helena Bilerová, Ph.D.**
Rok vyhlášení **2018**



KUNĚTICKÝ BORŮVKOVÝ NANUK

Vítězná kategorie **Ovoce a zelenina**
Výrobce **Mgr. Monika Pavlišová – Zmrzlina**
Rok vyhlášení **Kunětice 2018**



PAMPELIŠKOVÁ KÁVOVINA – DANDELION ROOT®

Vítězná kategorie **Ostatní**
Výrobce **Jana Kolrusová – Fit, zdraví, výživa**
Rok vyhlášení **2018**

Obr. 7 Seznam Regionálních potravin Pardubického kraje za rok 2018.
Zdroj: Regionální potravina (2018: online)

4.6.3 Regionální potraviny Královéhradeckého kraje

Podobně jako v Pardubickém kraji, i Královéhradecký kraj je, co se týká zemědělství, soustředěn především do oblastí Polabské nížiny. Vyznačuje se pěstování pšenice, cukrové řepy a kukuřice. Jak uvádí Regionální potravina (2018:online), podhorské oblasti jsou zemědělsky spíše nepříznivé – pěstuje se zde oves, brambory a len, louky a svahy hor jsou předurčeny pro chov skotu a ovcí.

Seznam regionálních potravin Královéhradeckého kraje obsahuje podle zdroje Regionální potravina (2018:online), **47 držitelů platné značky „Regionální potravina**, z toho 9 produktů přibýlo v roce 2018. Jedná se aktuálně o následující potraviny:



ZAUZENÁ PAŠTIKA S BRUSINKOU

Vítězná kategorie **Masné výrobky tepelně opracované**
Výrobce **Jindřich Uhlíř – ŘEZNICTVÍ A UZENÁŘSTVÍ**
Rok vyhlášení **2018**



HOVĚZÍ SUŠENÉ MASO CHILLI

Vítězná kategorie **Masné výrobky trvanlivé**
Výrobce **Ondřej Plas – MASO HERE**
Rok vyhlášení **2018**



PŘÍRODNÍ SÝR BALKÁNSKÉHO TYPU

Vítězná kategorie **Sýry (včetně tvarohu)**
Výrobce **František Kejklíček – Farma Kejklíček**
Rok vyhlášení **2018**



SMETÁNKOVÝ MLS – VANILKOVÁ PŘÍCHUŤ

Vítězná kategorie **Mléčné výrobky**
Výrobce **Jiří Pácha – Farma pod Lipou**
Rok vyhlášení **2018**



CHLÉB PŠENIČNO ŽITNÝ

Vítězná kategorie **Pekařské výrobky**
Výrobce **Martin Křížek – Pekařství**
Rok vyhlášení **2018**



KREMROLE

Vítězná kategorie **Cukrářské výrobky**
Výrobce **Josef Rýdl, s.r.o.**
Rok vyhlášení **2018**



ZELNÁ ŠŤÁVA Z DOBROVODSKÉHO KYSANÉHO ZELÍ BÍLÁ

Vítězná kategorie	Alkoholické a nealkoholické nápoje
Výrobce	Zemědělské družstvo Podchlumí
Rok vyhlášení	Dobrá Voda 2018



ZELNÝ SALÁT S KŘENEM A PAPRIKOU

Vítězná kategorie	Ovoce a zelenina
Výrobce	David Smetana – Smetanův statek
Rok vyhlášení	2018



KARAMELOVÁ POCHOUTKA

Vítězná kategorie	Ostatní
Výrobce	Petr Sokol – Farma SOKOL
Rok vyhlášení	2018

Obr. 8 Seznam regionálních potravin Královéhradeckého kraje za rok 2018.
Zdroj: Regionální potravina (2018: online)

4.7 TIC a jejich role v propagaci gastronomie

Turistické informační centrum je podle A.T.I.C. ČR (2017:online), účelové zařízení, které je veřejně přístupné a viditelně označené. Jeho hlavním cílem je poskytování objektivních a ověřených informací o turistických cílech a službách v cestovním ruchu návštěvníkům a rezidentům.

V roce 2012 byla vytvořena Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky, za účelem sjednotit popisy činností certifikovaných turistických informačních center (TIC) a označit minimální požadavky, které by měly jednotlivé třídy splňovat. Jak dále uvádí A.T.I.C. ČR (2017:online), tato jednotná klasifikace TIC byla vytvořena Asociací turistických informačních center České republiky (A.T.I.C. ČR) ve spolupráci s Českou centrálou cestovního ruchu Czech Tourism a s podporou Ministerstva pro místní rozvoj ČR (MMR). Turistická informační centra v České republice jsou podle této klasifikace zařazeny podle

rozsahu nabízených a poskytovaných služeb do příslušné třídy označené A, B nebo C.

Vzhledem k požadavkům, které jsou kladeny na Turistická informační centra, především v oblasti poskytování informací, je TIC ideálním zprostředkovatelem informací o regionální gastronomii návštěvníkům. Je tedy nezbytné, aby pracovníci TIC získávali maximum informací, týkajících se regionálních produktů a regionální gastronomie a mohli tak tyto informace dále distribuovat a šířit nejenom prostřednictvím tištěných brožur a materiálů, ale dodatečným poskytováním cenných informací, které mohou pomoci rozvoji regionu v oblasti zvýšení návštěvnosti a žádanosti lokální produkce od místních výrobců a zemědělců.



Obr. 9 Logo certifikovaného TIC.

Zdroj: Asociace turistických informačních center ČR (2017)

4.7.1 Turistická informační centra Pardubického kraje

Pro účely zpracování bakalářské práce, autorka oslovila turistická informační centra v Pardubickém a Královéhradeckém kraji. Níže je uveden přehled všech **TIC v Pardubickém kraji**. Pro získání většího vzorku respondentů jsou uvedena i TIC, která nejsou certifikována v rámci A.T.I.C. ČR.

V Pardubickém kraji je celkem 32 TIC podle A.T.I.C. ČR (2018:online) a celkem 36 TIC podle Regionálního informačního systému, který spravuje Ministerstvo pro místní rozvoj (2016:online). Autorka tedy pro dotazníkové

šetření využila širší databáze s počtem **36 turistických informačních center**, kam byly ve dnech 8. – 29. června 2018 odeslány dotazníky prostřednictvím nástroje Google Forms. Přehled těchto konkrétních turistických informačních center je součástí Přílohy bakalářské práce.

4.7.2 Turistická informační centra Královéhradeckého kraje

V Královéhradeckém kraji je celkem 31 TIC podle A.T.I.C. ČR a celkem 42 TIC podle Regionálního informačního systému, který spravuje Ministerstvo pro místní rozvoj (2016:online) – zde je patrný větší podíl malých informačních center v rámci turistických oblastí v Kladském pomezí, v Krkonoších a Podkrkonoší, která jsou v malých obcích a nejsou certifikována. Autorka tedy pro dotazníkové šetření využila širší databáze s počtem **42 turistických informačních center**, kam byly ve dnech 8. – 29. června 2018 odeslány dotazníky prostřednictvím nástroje Google Forms. Přehled těchto konkrétních turistických informačních center je součástí Přílohy bakalářské práce.

4.8 Czech Specials

Představení a propagací tradiční české kuchyně a regionálních specialit se zabývá projekt Czech Specials. Jedná se o společný partnerský projekt agentury CzechTourism, Asociace kuchařů a cukrářů ČR a Asociace hotelů a restaurací. Jak uvádí Czech Specials (2014:online), hlavním cílem tohoto projektu je propagovat českou kuchyni a podporovat restaurace, které nabízejí regionální recepty, což zvyšuje jejich návštěvnost. Stejný zdroj dále uvádí, že česká regionální kuchyně je plná originálních, sezónních a regionálních receptů, obsahující rozmanité a sezónní suroviny. Označení restauračního zařízení certifikační značkou Czech Specials (obr. 6), by měla zajistit návštěvníkům a turistům záruku nabídky kvalitních služeb a servírování tradičních českých pokrmů v odpovídající kvalitě.

Restaurace, která chce zažádat, nebo již vlastní certifikát Czech Specials, musí podle Czech Specials (2014:online), splňovat následující podmínky a požadavky:

1. Profesní způsobilost

- provozovatel musí vlastnit příslušná povolení k provozování restauračního zařízení a splňovat všechny hygienické předpisy a předpisy ohledně bezpečnosti práce

2. Transparentnost nabídky a poctivost v prodeji

- restaurace musí mít jídelní lístek v minimálně dvou jazykových mutacích s jasným vyznačením cen, obsluha musí být schopna zákazníka informovat o jakémkoliv pokrmu, který je na jídelním lístku nabízen
- cena uvedená na jídelním a nápojovém lístku je konečná, bez žádných přírůžek (např. couvert apod.)
- host při placení obdrží účtenku s jasným vyznačením množství a ceny

3. Čistota a dobrý stav vybavení restaurace

- restaurace musí působit na první pohled čistým a udržovaným dojmem, toalety musí být čisté, bez poškození a pravidelně udržované, v restauraci musí být zajištěno dostatečné odvětrání pachů z kuchyně

4. Obsluha a její přístup k hostům

- obsluhující personál musí mít čisté pracovní-společenské oblečení, musí být schopni doporučit hostovi pokrm a být informován o projektu Czech Specials

5. Kritéria české kuchyně

- provozovatel je v rámci certifikace Czech Specials zavázán spolupracovat na projektu a nabízet české pokrmy schválené jako Czech Specials.

6. Marketing

- pokrmy, které získaly značku Czech Specials musí být takto označeny i na jídelním lístku, případně na zvláštní kartě s logem projektu
- provozovna je zavázána viditelně umístit přidělený znak Czech Specials nejlépe na vchodových dveřích
- v rámci projektu získávají certifikované restaurace mediální podporu na domácí i zahraniční půdě

7. Ostatní

- certifikace je udělena na tři roky, za poplatek 3 000 Kč (členové AHR ČR a AKC ČR, po uplynutí tohoto období je možné provést obnovení certifikace na další tříleté období nebo musí být znak z provozovny odstraněn



Obr 10. Logo Czech Specials.

Zdroj: Czech Specials (2014)

4.8.1 Restaurace „Czech Specials“ v Pardubickém kraji

V Pardubickém kraji se nacházejí dle portálu Czech Specials (2014:online) následující restaurace:

1. Potrefená husa – Pardubice
2. Restaurace Na Staré Rybárně – Pardubice
3. Hotel Aplaus Restaurant Bohém – Litomyšl
4. Hotel Zlatá Hvězda – Litomyšl
5. Restaurace Karlov – Litomyšl
6. Restaurace U Kolji – Litomyšl
7. Restaurace Pivovar Faltur – Česká Třebová
8. Opatovská hospoda – Opatov
9. Restaurace U Zběhlíka – Čistá
10. Pivovárek Na Kopečku – Svitavy
11. Restaurace, penzion Havírna – Letovice
12. Restaurace Podbělka – Dolní Morava

13. Hospoda u sv. Huberta – Hlinsko v Čechách

14. Na Vejmětku – Veselý kopec

15. Penzion a restaurace Bílek – Chotěboř

Pardubický kraj má turistický portál zpracován na adrese www.vychodni-cechy.info, kde si každý návštěvník může najít přehledné informace o regionu, významných osobnostech, které pocházejí z Pardubického kraje, podrobné informace o zajímavých turistických cílech a mnoho dalšího. Informace o regionálních produktech, či restauracích označených logem Czech Specials však chybí a na rozdíl od Královéhradeckého kraje zde autorka spatřuje jisté nedostatky především v oblasti poskytování malého objemu gastronomických informací pro veřejnost a návštěvníky kraje.

4.8.2 Restaurace „Czech Specials“ v Královéhradeckém kraji

V Královéhradeckém kraji jsou restaurace Czech Specials velmi dobře propagovány na turistickém portále Královéhradeckého kraje www.hkregion.cz. Zde je návštěvníkům podán přehled o regionálních potravinách, tradičních receptech i řemeslných produktech. Je zde k dispozici vyvěšena brožura ke stažení s názvem „Gastrospeciality a regionální potraviny Královéhradeckého kraje“, kde se může každý turista či návštěvník kraje dozvědět o certifikovaných restauracích Czech Specials s velmi přehledně zpracovanou mapkou. Celá brožura je doplněna grafickou ukázkou krajových specialit a receptů, jsou zde přestaveni lokální producenti a regionální produkty. Tuto brožuru autorka považuje za velmi povedenou pro potřeby návštěvníků KH kraje. Značka Czech Specials je v tomto kraji viditelně propagována.

Publikace Gastrospeciality a regionální potraviny Královéhradeckého kraje (2016, s. 35) uvádí seznam restaurací, které nesou označení Czech Specials v Královéhradeckém kraji:

1. Restaurace Švejk – Meziměstí
2. Hotel Veba – Broumov
3. Hotel Manor House – Broumov

4. Restaurace U dělové koule 1866 – Jičín
5. Kulinářská restaurace Kovárna – Bukvice
6. Restaurace Localis – Hradec Králové
7. Country Saloon – Chlumeck nad Cidlinou
8. Bar restaurant Atlanta – Hradec Králové
9. Restaurace Černý kůň – Hradec Králové
10. Hotel Pod Zvičinou – Bílá Třemešná
11. Penzion Na Faře – Dubenec
12. Motel a restaurace Charlie – Kovač
13. Penzion Za vodou – Dvůr Králové nad Labem
14. Penzion Na Kopečku – Horní Brusnice
15. Restaurace Baroque – Kuks
16. Restaurace a hotel U Kapra – Lázně Bělohrad
17. Penzion Javorský mlýn – Dolní Javoří
18. Hotel Královský Dvůr – Hořice
19. Hotel Jelínek – Špindlerův Mlýn
20. Horský hotel Friesovy boudy – Strážné
21. Hotel Hořec – Pec pod Sněžkou
22. Richtrovy boudy – Pec pod Sněžkou
23. Hotel Panorama – Rychnov nad Kněžnou
24. Hostinec U Hubálků – Kostelec nad Orlicí
25. Penzion U Zvonu – Rychnov nad Kněžnou
26. Hotel Studánka – Rychnov nad Kněžnou
27. Penzion Rampušák – Rokytnice v Orlických horách
28. Penzion a restaurace Kozí chlívěk – Deštné v Orlických horách
29. Wellness hotel Rajská zahrada – Nové Město nad Metují
30. Bartoňova útulna Peklo – Peklo u Nového Města nad Metují
31. Restaurace u Bulánka – Batňovice
32. Hotel U Beránka – Náchod



Obr. 11 Mapa restaurací v KH kraji s certifikací Czech Specials.

Zdroj: Gastrospeciality a regionální potraviny Královéhradeckého kraje (2016)

4.9 Výsledky šetření

Jak je uvedeno v úvodní kapitole empirické části, celkem dotazník vyplnilo **61 TIC z Královéhradeckého a Pardubického kraje**. Pro účely dotazníkového šetření představovalo 1 turistické informační centrum 1 respondenta – nejednalo se tedy o soubor odpovědí z jednoho TIC.

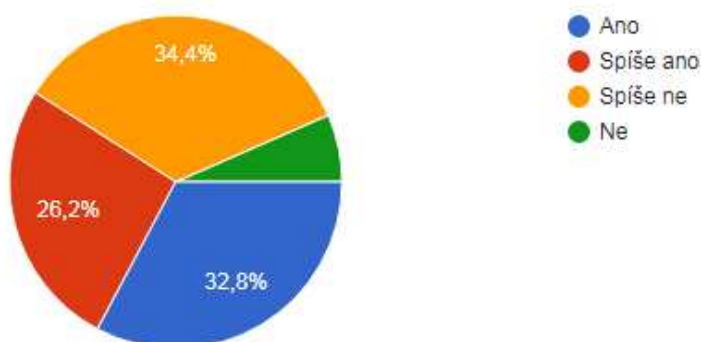
85% respondentů tvořily ženy (což představuje 52 respondentů), zbylých 15% odpovědí zasílali muži (9 respondentů). Na šetření se z 57% (tj. 35 respondentů) podíleli řadoví zaměstnanci TIC, 23% (tj. 14 respondentů) tvořili vedoucí TIC, zbývající podíl vyplňovali brigádníci TIC se znalostí problematiky. Přes 50% respondentů (tj. 32 odpovědí), pracuje v TIC v rozmezí 1 – 4 roky, 31% (19 respondentů) naopak více než 10 let. Nadpoloviční většina (téměř 64%) zaměstnanců TIC má vzdělání v oboru cestovní ruch – jedná se o 39 odpovědí z celkového počtu dotazníků.

Výsledky odpovědí na jednotlivé výzkumné otázky jsou rozvedeny v následujících podkapitolách.

4.9.1 Zájem o gastronomii u klientů TIC

1. Zajímají se návštěvníci Vašeho informačního centra o gastronomii?

61 odpovědí



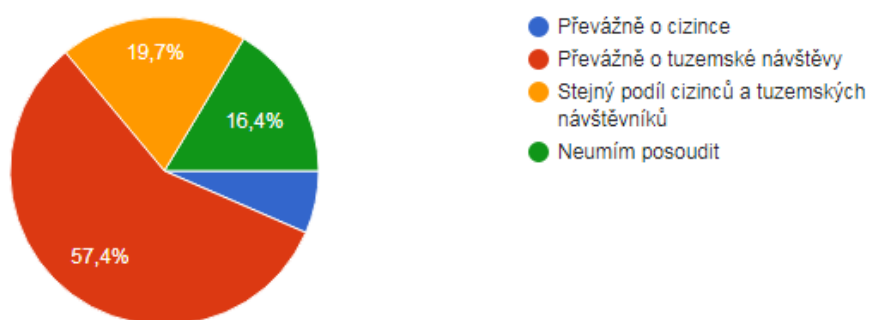
Graf 1 Zajímají se návštěvníci Vašeho informačního centra o gastronomii?

Zdroj: Vlastní šetření

Z výše uvedeného grafu je patrné, že se více než polovina TIC 60,6% (celkem 36 odpovědí) uvedla, že se návštěvníci zajímají o gastronomii a to zcela nebo spíše ano. Nezájem o gastronomii uvedly celkem 4 TIC, odpověď spíše ne pak zvolilo 21 dotazovaných TIC.

2. Pokud se návštěvníci o gastronomii zajímají, o jaké návštěvníky konkrétně se jedná?

61 odpovědí



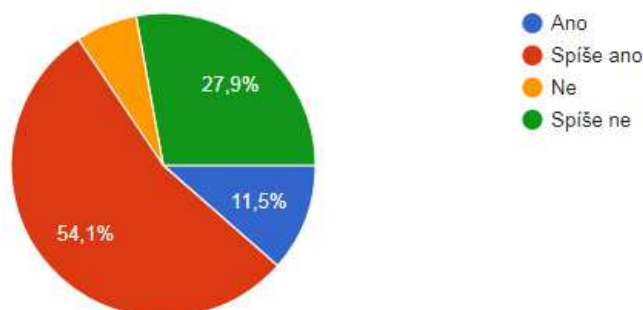
Graf 2 Pokud se návštěvníci o gastronomii zajímají, o jaké návštěvníky se jedná?

Zdroj: Vlastní šetření

Z šetření u otázky číslo 2. vyplynulo, že návštěvníci, kteří se o gastronomii zajímají, jsou převážně z České republiky – tuto odpověď zvolilo celkem 35 TIC. Podíl cizinců je v tomto případě minoritní, což může být dáno lokalitou Pardubického a Královéhradeckého kraje a návštěvou především tuzemských turistů.

27. Považujete kraj, ve kterém sídlí Vaše TIC dostatečně atraktivní z pohledu gastronomie?

61 odpovědí



Graf 3 Považujete kraj, ve kterém sídlí Vaše TIC dostatečně atraktivní z pohledu gastronomie?

Zdroj: Vlastní šetření

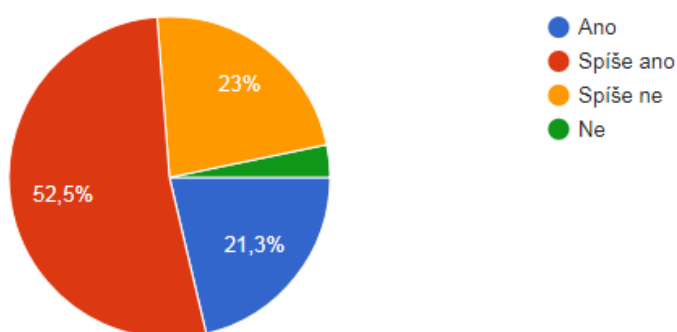
Většina zaměstnanců TIC považuje kraj, ve kterém působí za dostatečně atraktivní, spíše ano odpovědělo 54,1 % respondentů (33 TIC), ano pak dalších 11,5 % (7 TIC) respondentů.

Průzkum ukázal, že většina zaměstnanců TIC považuje východočeský region – resp. Královéhradecký a Pardubický kraj za gastronomicky atraktivní. Svůj názor prostřednictvím dotazníku takto vyjádřilo 65,6% (40 TIC) respondentů (pokud uvažujeme odpověď „ano“ a „spíše ano“. Z toho vyplývá i skutečnost, že klienti, kteří TIC navštíví, se skutečně na gastronomii dotazují a zajímají se o ní – takto odpovědělo celkem 59% respondentů (36 TIC), což lze považovat za nadpoloviční většinu všech odpovědí. Zajímavým zjištěním je, že 6,6% respondentů (celkem 4 TIC) označily kraj, ve kterém sídlí jejich TIC za gastronomicky neatraktivní a 17 TIC (27,9 %) označilo odpověď „spíše neatraktivní“. V těchto případech se jednalo o turistické oblasti Českomoravské pomezí (Svitavsko), Králický Sněžník, Český ráj a překvapivě Krkonoše střed.

4.9.2 Spokojenost se službami a slabé stránky stravovacích zařízení

3. Jste spokojeni s úrovní gastronomických služeb poskytovaných ve Vašem kraji? (úroveň restaurací, čistota prostředí, kvalita nabízeného jídla)

61 odpovědí

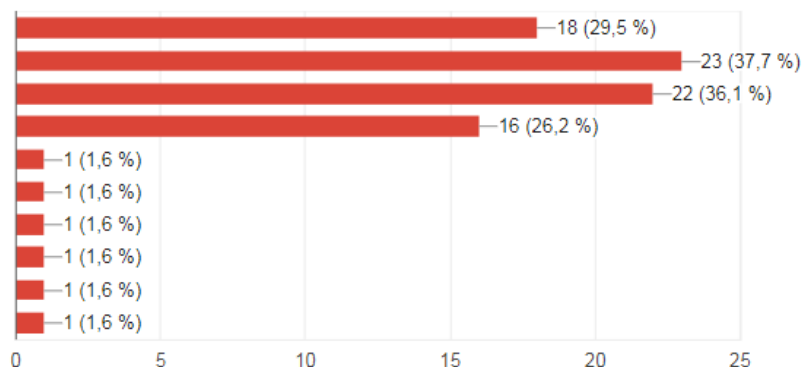


Graf 4 Jste spokojeni s úrovní gastronomických služeb poskytovaných ve Vašem kraji?
Zdroj: Vlastní šetření

Dotazníkové šetření ukázalo na skutečnost, že velká většina respondentů je spokojena s úrovní gastronomických služeb, které jsou poskytovány v rámci těchto dvou krajů. Kladně odpovědělo celkem 73,8% respondentů (45 TIC), což je pro Pardubický a Královéhradecký kraj velmi příznivý ukazatel, který svědčí o stoupající úrovni nabízených gastronomických služeb v kraji. 14 z dotazovaných TIC je s úrovní gastronomických služeb spíše nespokojeno, 2 TIC (3,3%) označila dokonce odpověď ne, čili úplnou nespokojenost. Jedná se o regiony Králický Sněžník, Hradecko-Bydžovsko, Kladské pomezí, Chrudimsko-Hlinecko, Krkonoševýchod a Českomoravské pomezí. Nespokojenost s úrovní gastronomických služeb spočívá především v cenové úrovni restaurací, kdy zaměstnanci TIC shledávají restaurační zařízení v kraji za zbytečně předražená nebo neodpovídající kvalitě nabízených jídel a v nedostačující úrovni obsluhujícího personálu, který se vyskytuje poměrně často.

4. V čem spatřujete slabé stránky restauračních zařízení ve Vašem regionu?

61 odpovědí



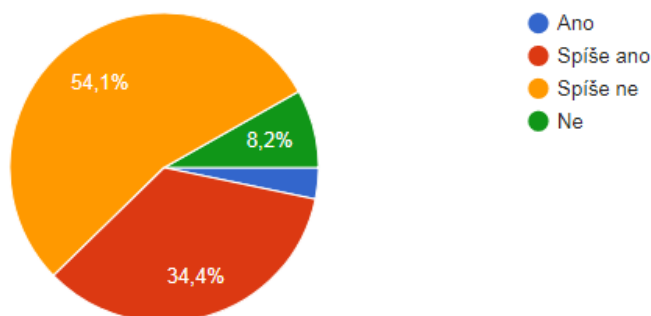
Graf 5 V čem spatřujete slabé stránky restauračních zařízení ve Vašem regionu?

Zdroj: Vlastní šetření

Průzkum vypovídá o tom, že 23 respondentů shledává slabé stránky v cenové úrovni restauračních zařízení (tzn., že restaurace jsou předražené), 22 respondentů odpovědělo, že slabou stránkou je obsluhující personál, který mnohdy není kvalifikovaný, příjemný nebo dostatečně informovaný. 18 respondentů pak uvedlo, že nejsou spokojeni s kvalitou nabízeného jídla, 16 TIC pak uvádí, že dle jejich názoru nejsou restaurační zařízení v jejich kraji dostatečně prezentována na webových stránkách, inzerátech apod. Nepatrné množství respondentů pak spatřovalo negativa v absenci kvalitních stravovacích zařízení, nedostatku restaurací v regionu nebo krátká otevírací doba.

5. Považujete nabídku regionálních / krajevých specialit v restauračních zařízeních ve Vašem kraji za dostačující?

61 odpovědí



Graf 6 Považujete nabídku regionálních specialit ve Vašem kraji za dostačující?

Zdroj: Vlastní šetření

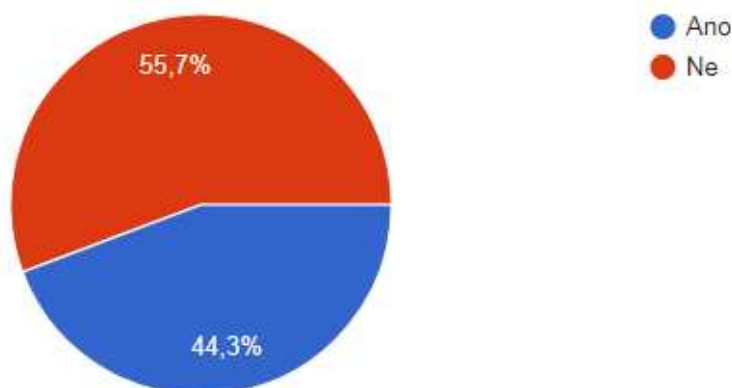
Z otázky č. 5 vyplývá, že více než polovina respondentů (celkem 33 TIC) si myslí, že nabídka regionálních nebo krajevých specialit je spíše nedostatečná, 5 dotazovaných TIC spatřuje nabídku regionálních specialit dokonce za nedostačující.

Co se týká celkové spokojenosti s gastronomickými službami v Pardubickém a Královéhradeckém kraji, dotazníkové šetření ukázalo, že většina respondentů z uvedených dvou krajů je s úrovní poskytovaných služeb spokojená. Přesto spatřují jistá negativa a slabé stránky především v předraženosti restaurací a v nedostatečné úrovni obsluhujícího personálu. Na pomyslném třetím žebříčku se pak vyskytla celková kvalita a úroveň nabízeného jídla, které postrádá dostatečně širokou nabídku regionálních gastronomických specialit.

4.9.3 Povědomí o značce Czech Specials

6. Znáte označení "Czech Specials"?

61 odpovědí



Graf 7 Znáte označení „Czech Specials“?

Zdroj: Vlastní šetření

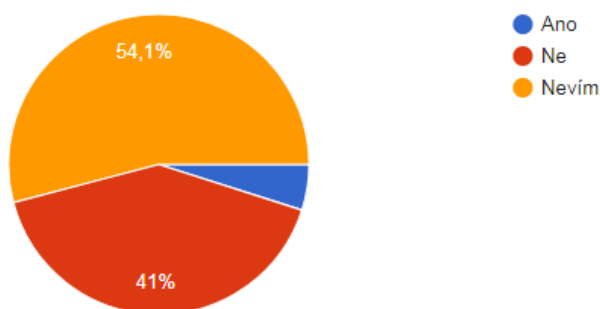
Z odpovědí na tuto otázku vyplývá, že překvapivě téměř 56% (34 odpovědí) zaměstnanců nezná označení Czech Specials, což je u TIC poměrně znepokojující.

Pokud se zaměříme na konkrétní rozdělení, pak z podílu TIC, které **neznají** toto označení, je (v absolutních hodnotách vzhledem k poměru TIC z Pardubického a Královéhradeckého kraje) v Královéhradeckém kraji více než 51 % TIC, které neznají označení Czech Specials. Jedná se konkrétně o 18 TIC. V Pardubickém kraji, je to pak více než 62% zaměstnanců TIC, kteří nemají o této značce povědomí a neznají ji. Je nutno přihlédnout k reálnému počtu restaurací v jednotlivých krajích. V Pardubickém kraji se totiž nachází 15 restaurací s touto certifikací, zatímco Královéhradecký kraj má na seznamu celkem 32 s označením Czech Specials. Tyto fakta lze shrnout jako poměrně zásadní a alarmující vzhledem k tomu, že projekt Czech Specials, který je pod záštitou Czech Tourism, by měl zajistit vyšší návštěvnost restaurací nabízející kvalitní regionální speciality, ale zaměstnanci

TIC, kteří by mohli tuto návštěvnost podpořit a jsou v přímém kontaktu s návštěvníky regionu o něm ani nevědí nebo nejsou dostatečně informováni.

7. Je ve Vašem městě nějaká restaurace s označením "Czech Specials"?

61 odpovědí



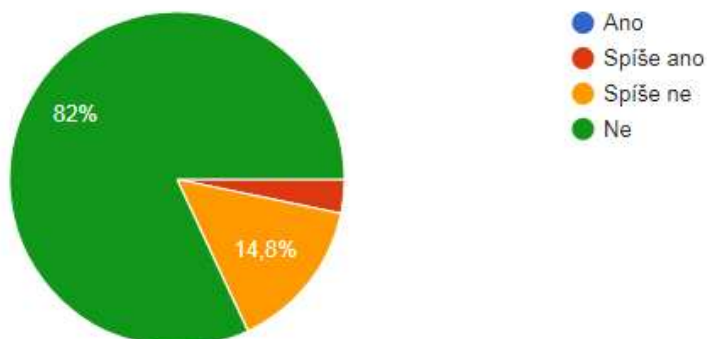
Graf 8 Je ve Vašem městě nějaká restaurace s označením "Czech Specials" ?

Zdroj: Vlastní šetření

Z šetření vyplynulo, že přestože někteří zaměstnanci TIC mají povědomí o značce Czech Specials, nemají už povědomí o tom, zda se v jejich městě nějaká taková restaurace nachází, přestože v Pardubickém kraji je na oficiálním seznamu 15 restaurací, v Královéhradeckém kraji pak dalších 32 restaurací! Z dotazníkového šetření vyplynulo, že 33 dotazovaných TIC vůbec o takové restauraci neví.

8. Zajímají se návštěvníci Vašeho TIC o Czech Specials?

61 odpovědí



Graf 9 Zajímají se návštěvníci TIC o Czech Specials ?

Zdroj: Vlastní šetření

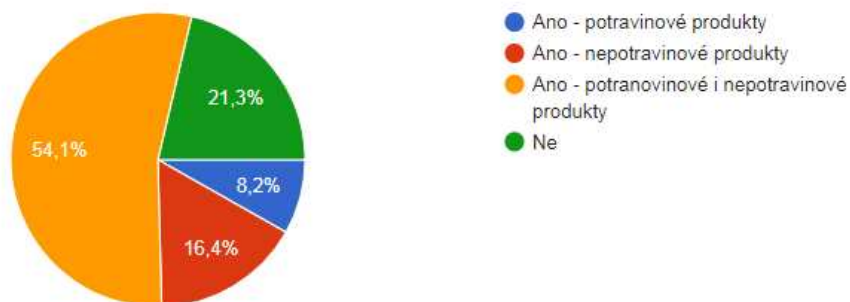
Výsledky dotazování ukázaly, že návštěvníci TIC se o značku Czech Specials téměř vůbec nezajímají – pokud bereme negativní odpovědi, pak se jednalo o celkem 59 TIC, kteří potvrzují, že návštěvníci se neinformují na restaurace v kraji, které nesou označení Czech Specials. 2 TIC z celkového počtu respondentů označili, že se návštěvníci o značku zajímají.

Výzkumná otázka, která měla ukázat, jaké je povědomí o značce „Czech Specials“ ve dvou zmiňovaných regionech ukázala, že ačkoliv je projekt Czech Specials zaměřený na regionální gastronomii s cílem zvýšit povědomí o tradičních pokrmech, zaměstnanci TIC toto označení neznají a nejsou o něm dostatečně informováni. Dokonce nejsou schopni ani doporučit návštěvníkům restauraci ve svém regionu, která toto označení nese.

4.9.4 Zájem o regionální produkty

10. Máte v nabídce Vašeho TIC regionální produkty?

61 odpovědí



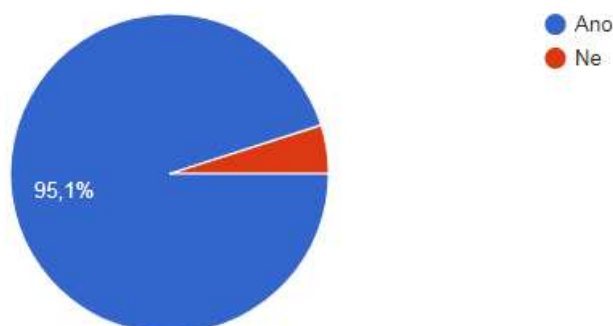
Graf 10 Máte v nabídce TIC regionální produkty ?

Zdroj: Vlastní šetření

Dotazníkové šetření ukázalo, že přes 54% dotázaných (33 TIC) nabízí v TIC regionální produkty a to potravinového i nepotravinového charakteru. Dalších 16,4% (10 TIC) nabízejí nepotravinové produkty, 8,2% (5 respondentů) TIC mají v nabídce pouze regionální potraviny. 13 TIC pak regionální produkty vůbec nenabízejí, což může být ovlivněno menšími TIC, které nemají prostor ani kapacitu na to regionální produkty nabízet a tato nabídka je soustředěna do větších měst s vyšší návštěvností.

11. Poskytujete návštěvníkům informace o regionálních produktech?

61 odpovědí



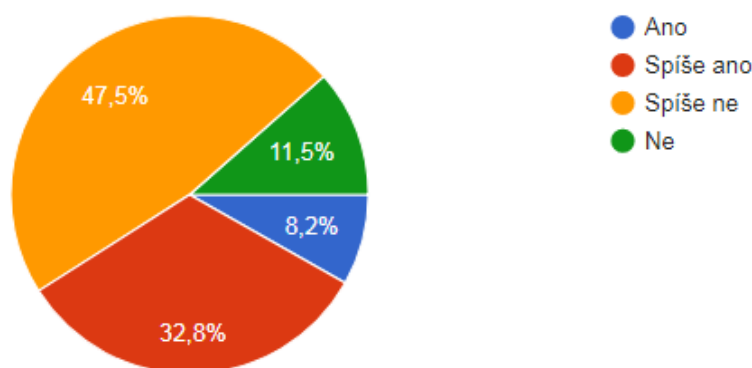
Graf 11 Poskytujete návštěvníkům informace o regionálních produktech ?

Zdroj: Vlastní šetření

Z této otázky jasně a velmi zřetelně vyplynulo, že více než 95% TIC (tj. 58 respondentů) v Pardubickém a Královéhradeckém kraji poskytuje návštěvníkům nějakým způsobem informace o regionálních produktech. Z odpovědí na otázku č. 12 je patrné, že 83% TIC (tj. 51 TIC), informuje své klienty o regionálních produktech ústní formou, dále prostřednictvím tištěných materiálů, např. brožury, letáky o regionálních produktech, třetí nejčastější odpovědí pak byla možnost sdělení přes webové stránky TIC nebo sociální sítě. Informace o regionálních produktech neposkytují z celkového počtu dotazovaných pouze 3 TIC, což může být opět ovlivněno lokalitou a oblastí ve které se TIC nachází.

13. Zajímají se Vaši klienti o regionální potraviny?

61 odpovědí



Graf 12 Zajímají se klienti o regionální potraviny?

Zdroj: Vlastní šetření

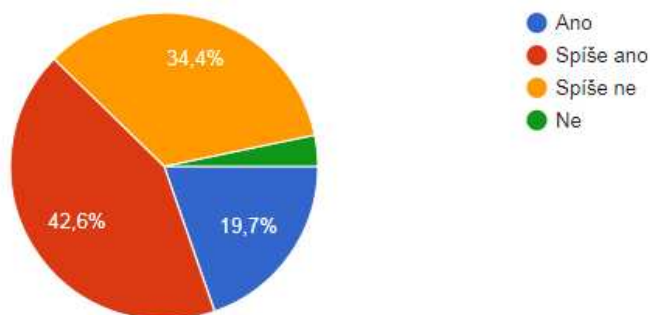
Z šetření vyplynulo, že u 41 % TIC se klienti o regionální potraviny zajímají zcela nebo alespoň částečně (to představuje 25 TIC), u 59 % TIC (tj. 36 TIC) se pak klienti o regionální potraviny spíše nezajímají nebo se nezajímají vůbec. Otázka 14. pak specifikuje, o jaké konkrétní potraviny se návštěvníci zajímají: většinou je to med, džemy, pivo, sirupy, lázeňské oplatky, medovina nebo perník. Tyto jmenované produkty odpovídají tradičním regionálním specialitám těchto dvou krajů.

Z odpovědí na tyto otázky ohledně regionálních potravin vyplývá, že TIC poskytují návštěvníkům informace o regionálních produktech a více než polovina dotazovaných TIC regionální produkty nabízí ať už potravinového nebo nepotravinového původu. V těchto dvou krajích není patrný nějaký větší zájem o regionální potraviny, což může souviset s nižší návštěvností cizinců v těchto krajích – tuzemští návštěvníci si pak raději regionální produkty koupí u lokálního dodavatele, na trzích nebo jarmarcích než v prostorách TIC.

4.9.5 Informovanost zaměstnanců TIC o regionálních produktech

16. Domníváte se, že jako zaměstnanec TIC máte dostatek informací o místní/regionální gastronomii?

61 odpovědí



Graf 13 Domníváte se, že máte dostatek informací o regionální gastronomii?

Zdroj: Vlastní šetření

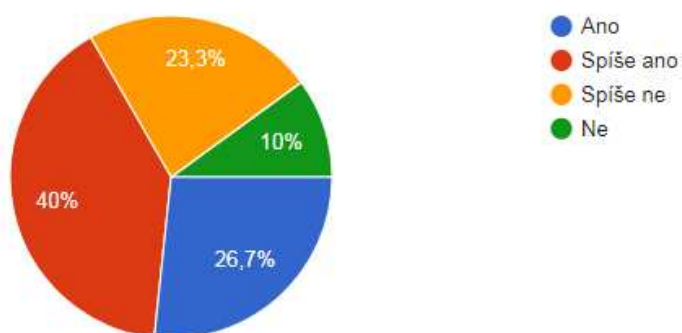
Z analýzy odpovědí na otázku informovanosti zaměstnanců TIC vyplynulo, že nadpoloviční většina respondentů (62,3%, tj. 38 TIC) je toho názoru, že mají dostatečné nebo téměř dostačující informace o regionální gastronomii, přesto by uvítali tištěné materiály s regionálními produkty nebo specializovaná školení či workshopy s lokálními producenty, aby se dozvěděli více informací, jak vyplývá z odpovědí na otázku č. 17. Pokud se však zaměříme na TIC, která nemají podle svých odpovědí dostatek informací o regionální gastronomii, pak takto odpovědělo celkem 23 TIC – 9 TIC z Královéhradeckého kraje, 14 TIC z Pardubického kraje. V absolutních hodnotách vzhledem k celkovému počtu TIC z jednotlivých krajů je pak zřejmé, že 26 % TIC z Královéhradeckého kraje nemají nebo spíše nemají dostatek informací o regionální gastronomii. V Pardubickém kraji, to pak v přepočtu znamená, že 14 TIC z celkových 26 TIC nemá dostatek informací o regionální gastronomii, což představuje 54 %. V tomto případě se tedy nabízí prostor ke zvýšení informovanosti zaměstnanců TIC o regionálních produktech a gastronomii.

4.9.6 Gastronomické akce

Výsledky dotazníkového šetření ukázaly, že více než 85 % TIC (52 TIC) se podílí na organizaci a pořádání kulturních a gastronomických akcí v Pardubickém a Královéhradeckém kraji a to především tím, že je sami pořádají nebo se na nich nějakým způsobem marketingově podílejí. Z odpovědí na otázku č. 21 vyplývá, že nejčastěji jsou ve městech pořádány jarmarky (odpovědělo tak 37 respondentů), dále specializované gastronomické a kulinářské festivaly (31 odpovědí), třetí nejčastější odpovědí bylo pořádání farmářských trhů (odpovědělo tak 31 respondentů), 21 TIC se pak podílí na pořádání pivních slavností, 20 TIC na vinobraní a podobných vinařských akcích.

22. Považujete množství těchto gastronomických událostí ve Vašem regionu za dostatečné?

60 odpovědí



Graf 14 Považujete množství těchto gastronomických událostí za dostatečné?

Zdroj: Vlastní šetření

Šetření ukázalo, že pro 66,7% respondentů (tj. 40 TIC) je množství gastronomických událostí v Pardubickém nebo Královéhradeckém regionu zcela nebo více méně postačující. Opět se zde objevuje vliv menších TIC, která se na organizacích nepodílejí a tyto aktivity jsou soustředěny do větších měst krajů.

5 Shrnutí výsledků

Královéhradecký a Pardubický kraj patří mezi úrodné kraje, které vždy patřily mezi nejbohatší regiony republiky s množstvím úrodné půdy s dostatkem vody. Z gastronomického pohledu sice tyto dva kraje nejsou natolik pestré jako například jižní Morava a Slezsko, ale přesto mají dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu a jsou postaveny na mnoha kulturních tradicích.

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, zda se návštěvníci těchto dvou krajů zajímají o gastronomii a zda jsou pracovníci TIC dostatečně informováni o dostupných regionálních produktech ve svém kraji tak, aby mohli zajistit odpovídající informovanost všech klientů a návštěvníků. Současně byla bakalářská práce zaměřena na projekt Czech Specials a jeho povědomí o tomto označení mezi zaměstnanci TIC.

U **výzkumné otázky č. 1** ohledně zjištění zájmů návštěvníků v kraji o gastronomii, autorka vycházela z dotazníkového šetření, z analýzy odpovědí u otázek č. 1,2, a 27. Průzkum ukázal, že většina zaměstnanců TIC považuje Královéhradecký a Pardubický kraj za gastronomicky vcelku atraktivní. Svůj názor prostřednictvím dotazníku takto vyjádřilo 65,6% (40 TIC) respondentů (pokud uvažujeme odpověď „ano“ a „spíše ano“. Z toho vyplývá i skutečnost, že klienti, kteří TIC navštíví, se skutečně na gastronomii dotazují a zajímají se o ni – takto odpovědělo celkem 59% respondentů (36 TIC), což lze považovat za nadpoloviční většinu všech odpovědí. Zajímavým zjištěním je, že 6,6% respondentů (celkem 4 TIC) označily kraj, ve kterém sídlí jejich TIC za gastronomicky neatraktivní a 17 TIC (27,9 %) označilo odpověď „spíše neatraktivní“.

Výzkumná otázka č. 2, zda jsou návštěvníci spokojeni s gastronomickými službami v kraji, je zodpovězena analýzou odpovědí z dotazníku č. 3,4 a 5.

Co se týká celkové spokojenosti s gastronomickými službami v Pardubickém a Královéhradeckém kraji, dotazníkové šetření ukázalo na skutečnost, že velká většina respondentů je spokojena s úrovní gastronomických služeb, které jsou poskytovány v rámci těchto dvou krajů. Kladně odpovědělo celkem 73,8% respondentů (45 TIC), což je pro Pardubický a Královéhradecký kraj

velmi příznivý ukazatel, který svědčí o stoupající úrovni nabízených gastronomických služeb v kraji. 14 z dotazovaných TIC je s úrovní gastronomických služeb spíše nespokojeno, 2 TIC (3,3%) označila dokonce odpověď ne, čili úplnou nespokojenost. Nespokojenost s úrovní gastronomických služeb pramení především z cenové úrovně restaurací, kdy zaměstnanci TIC shledávají restaurační zařízení v kraji za zbytečně předražená nebo neodpovídající kvalitě nabízených jídel a regionálních produktů a v nedostačující kvalitaci obsluhujícího personálu.

Výzkumná otázka č. 3 byla zaměřena na informovanost a celkové povědomí o značce Czech Specials. Zde byla provedena jednak analýza odborné literatury, resp. dostupných online zdrojů. Výsledkem je zpracovaný přehled o projektu a seznam restaurací z Pardubického a Královéhradeckého kraje, které prošli certifikací Czech Specials. Následně byly využity odpovědi z dotazníků č. 6,7 a 8. Průzkum ukázal překvapivá fakta. V Královéhradeckém kraji je více než 51 % TIC, které neznají označení Czech Specials. Jedná se konkrétně o 18 TIC. V Pardubickém kraji, je to pak více než 62% TIC, kteří nemají o této značce povědomí a neznají ji. Ačkoliv je projekt Czech Specials zaměřený na regionální gastronomii s cílem zvýšit povědomí o tradičních pokrmech, někteří zaměstnanci TIC, kteří o ní povědomí mají, již ale neumí označit téměř žádnou restauraci v daném regionu s tímto označením, přestože v Pardubickém kraji je na oficiálním seznamu 15 restaurací, v Královéhradeckém kraji pak dalších 32 restaurací.

Výzkumná otázka 4. byla zaměřena na regionální produkty. I v této části autorka provedla analýzu odborné literatury a zdrojů. V bakalářské práci je uveden ucelený přehled o regionálních produktech se zaměřením na regionální potraviny Královéhradeckého a Pardubického kraje. Následně jsou k odpovědi využity otázky č. 10,11,12,13 a 14. Z šetření vyplynulo, že u 41 % TIC se klienti o regionální potraviny zajímají zcela nebo alespoň částečně (to představuje 25 TIC), u 59 % TIC (tj. 36 TIC) se pak klienti o regionální potraviny spíše nezajímají nebo se nezajímají vůbec. Z odpovědí na tyto otázky ohledně regionálních potravin vyplývá, že TIC poskytují návštěvníkům informace o regionálních produktech a

více než polovina dotazovaných TIC regionální produkty nabízí ať už potravinového nebo nepotravinového původu. V těchto dvou krajích není patrný nějaký větší zájem o regionální potraviny, což může souviset s nižší návštěvností cizinců v těchto krajích – tuzemští návštěvníci si pak raději regionální produkty koupí u lokálního dodavatele než v prostorách TIC. I zde se tedy nabízí prostor o zvýšení informovanosti a to především u Pardubického kraje, který nemá zpracovanou informační brožuru o regionální gastronomii, na rozdíl od Královéhradeckého kraje, který disponuje informačními materiály s fotografiemi regionálních produktů a specialit a je detailně zpracovaný.

Cílem **výzkumné otázky č. 5** bylo zjistit, zda jsou zaměstnanci TIC o regionálních produktech dostatečně informováni a mohou tak poskytnout návštěvníkům potřebné informace. V tomto případě byla provedena analýza odpovědí z dotazníku na otázky č. 16 a 17.

Šetření ukázalo, že nadpoloviční většina respondentů (62,3%, tj. 38 TIC) je toho názoru, že mají dostatečné nebo téměř dostačující informace o regionální gastronomii, přesto by uvítali tištěné materiály s regionálními produkty nebo specializovaná školení či workshopy s lokálními producenty, aby se dozvěděli více informací, jak vyplývá z odpovědí na otázku č. 17. U odpovědí, které zmiňují, že nemají dostatek informací lze výsledky shrnout následovně: o regionální gastronomii nemá dostatečný přehled celkem 23 TIC – 9 TIC z Královéhradeckého kraje, 14 TIC z Pardubického kraje. V absolutních hodnotách vzhledem k celkovému počtu TIC z jednotlivých krajů je pak zřejmé, že 26 % TIC z Královéhradeckého kraje nemají nebo spíše nemají dostatek informací o regionální gastronomii. V Pardubickém kraji, to pak v přepočtu znamená, že 14 TIC z celkových 26 TIC nemá dostatek informací o regionální gastronomii, což představuje 54 %. V tomto případě se tedy nabízí prostor ke zvýšení informovanosti zaměstnanců TIC o regionálních produktech a gastronomii.

Výzkumná otázka č. 6 měla za cíl zjistit, zda se TIC podílejí na organizaci gastronomicky zaměřených akcí a v příp. že ano, zda využívají regionální dodavatele k zajištění cateringu v rámci těchto akcí. K odpovědi na tuto otázku byly využity odpovědi z dotazníku č. 19 – 23. Výsledky dotazníkového šetření ukázaly, že více než 85% TIC, čili 52 TIC se podílí na organizaci a pořádání kulturních a gastronomických akcí v Pardubickém a Královéhradeckém kraji a to především tím, že je sami pořádají nebo se na nich nějakým způsobem marketingově podílejí. Z odpovědí na otázku č. 21 vyplývá, že nejčastěji jsou ve městech pořádány jarmarky (odpovědělo tak 37 respondentů), dále specializované gastronomické a kulinářské festivaly (31 odpovědí), třetí nejčastější odpovědí bylo pořádání farmářských trhů (odpovědělo tak 31 respondentů), 21 TIC se pak podílí na pořádání pivních slavností, 20 TIC na vinobraní a podobných vinařských akcích.

Šetření ukázalo, že pro 66,7% respondentů (tj. 40 TIC) je množství gastronomických událostí v Pardubickém nebo Královéhradeckém regionu zcela nebo více méně postačující. Opět se zde objevuje vliv menších TIC, která se na organizacích nepodílejí a tyto aktivity jsou soustředěny do větších měst krajů.

Cílem dotazníkového šetření bylo dále vyvrátit nebo potvrdit hypotézy, které ohledně dostatečné propagaci a povědomí o projektu Czech Specials a hypotézu ohledně informovanosti zaměstnanců TIC o regionálních produktech.

Na základě šetření lze **potvrdit hypotézu č. 1.**, která předpokládala, že se návštěvníci TIC Pardubického a Královéhradeckého kraje zajímají o gastronomii. Jedná se celkem o 61% TIC, kteří uvedli, že se návštěvníci o gastronomii zajímají, což představuje 36 odpovědí. O regionální produkty se zajímá přibližně polovina návštěvníků, což může být způsobeno lokalitou, která není cíleně navštěvovaná pro regionální gastronomii.

Na základě dotazníkového šetření lze **vyvrátit hypotézu č. 2.**, která předpokládala, že projekt Czech Specials je v Královéhradeckém a Pardubickém kraji dostatečně známý a propagovaný a zaměstnanci TIC ho znají. Šetření ukázalo, že někteří zaměstnanci TIC mají sice o této certifikaci povědomí, ale ne nějak zásadní, dokonce nejsou schopni sdělit, zda se v jejich okolí nějaká taková

certifikace nachází. Průzkum ukázal, že ačkoliv tento projekt vznikl ve spolupráci s Czech Tourism, zaměstnanci TIC ji příliš neznají. Jedná se dokonce o 62% TIC z Pardubického kraje a 51% TIC z Královéhradeckého kraje, kteří tuto značku vůbec neznají. Zde je patrný velký prostor zviditelnit tuto značku mezi zaměstnanci TIC, neboť projekt Czech Specials se zdá být přínosným pro zachování kulturního dědictví a tradičních gastronomických specialit.

Dále lze na základě šetření **potvrdit hypotézu č. 2**, která předpokládala, že zaměstnanci TIC mají dostatečné množství informací ohledně regionálních produktů se zaměřením na regionální gastronomické speciality. Výzkum ukázal, že 62,3% respondentů (38 TIC) je spokojeno s dostatečným množstvím informací, které mají k dispozici, což je na jednu stranu určitě pozitivní, na druhou stranu lze konstatovat, že i v této oblasti se nabízí významný prostor na zlepšení a následnou lepší propagaci kraje především v oblasti Pardubického kraje, kdy bylo výzkumem zjištěno, že 54% zaměstnanců TIC ze všech v Pardubickém kraji považují informovanost o regionální gastronomii za spíše nedostatečnou.

6 Závěry a doporučení

Národní mentalita a kultura každé země pramení z historických souvislostí, ale velký podíl má i náboženství, zvyky, tradice a v neposlední řadě výchova. Poznávat nové kultury je neodmyslitelnou součástí cílů návštěvníka nových destinací a je nezbytné, abychom se dokázali v cizím prostředí přizpůsobovat těmto zvyklostem nebo je minimálně tolerovat. Poznat život místních obyvatel se odráží mj. v kultuře stravování. Z gastronomického pohledu lze místní mentalitu poznat obzvláště dobře například na místních tržičkách a udělat si tak představu o tom, jaký ten či onen národ ve své podstatě je. Každá kultura má své zvláštnosti a v oblasti cestovního ruchu je třeba se s těmito odlišnými postoji dobře seznámit ještě před uskutečněním cesty, aby nedošlo k urážce hostitele nebo zneuctění či nerespektování místní kultury, zvyklostí a etikety.

Česká republika je malou zemí z geografického hlediska, ale z pohledu cestovního ruchu a gastronomie nabízí širokou škálu regionálních specialit především v oblasti Hané, na Valašsku nebo Slovácku, které můžeme zařadit do kulturního dědictví České republiky.

Pro účely dotazníkového šetření byly pro účel zpracování této bakalářské práce vybrány dva kraje – Pardubický a Královéhradecký. Tyto kraje nejsou sice z gastronomického hlediska z pohledu regionálních potravin tak jedinečné a výjimečné jako například Jihomoravský kraj, ale přesto mohou tyto kraje mnohé nabídnout a je s nimi spjata např. jméno výborné české kuchařky a autorky kuchařek – M.D. Rettigové. Česká buditelka a spisovatelka je spjata s východočeským regionem především kolem roku 1834, kdy společně se svým manželem pobývala v Přelouči, Ústí nad Orlicí, Rychnově nad Kněžnou a v Litomyšli. Litomyšl pořádá dodnes každoročně Gastronomické slavnosti M.D. Rettigové, kde mohou návštěvníci ochutnat celou řadu regionálních specialit a pochoutek z místních restaurací.

Pardubický a Královéhradecký kraj je krajem, který nabízí vhodné podmínky k zemědělské produkci, především díky rozmanitosti krajiny. Jsou zde jak vodní plochy a toky, tak atraktivní skalní města a chráněná území. Region Východní

Čechy leží v oblasti centrálního železničního uzlu, je proto velmi dosažitelný a lehce přístupný. Tyto podmínky jsou příznivé pro rozvoj cestovního ruchu a je třeba se zaměřit na informovanost návštěvníků tohoto krásného kraje o regionálních a sezónních potravinách, které jsou jim nabízeny. V posledních deseti letech je zde patrný trend nárůstu ubytovacích kapacit a zvyšující se podíl náročnější klientely, který může přilákat větší počet turistů i ze zahraničí – v současné době tyto dva kraje zaznamenávají stabilní zájem zahraničních účastníků z Polska, Německa a Nizozemska a to především díky snadné dosažitelnosti (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2016:online).

Tato bakalářská práce byla zaměřena především na regionální gastronomii a produkty Pardubického a Královéhradeckého kraje s cílem zjistit, v jaké míře se návštěvníci TIC o regionální speciality zajímají, dále zda mají zaměstnanci TIC dostatek informací o regionálních produktech a v neposlední řadě zjistit jak jsou zaměstnanci TIC informováni o projektu Czech Specials.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že téměř 73% zaměstnanců TIC shledává úroveň gastronomických služeb za uspokojující, což představovalo 45 odpovědí z celkového počtu respondentů. Tento ukazatel lze hodnotit jako velmi příznivý, neboť vypovídá o stoupající úrovni nabízených gastronomických služeb v kraji. Co se týká nespokojenosti s gastronomickými službami, zde lze podotknout, že většinou zaměstnanci TIC shledávají negativa v cenové úrovni, která neodpovídá kvalitě nabízených služeb a v personálu, který ovlivňuje návštěvnost restaurace a příp. i celého kraje. Zde se nabízí možnost zvýšit povědomí o regionálních produktech například formou zlepšení propagace regionálních specialit prostřednictvím zaměstnanců TIC, kteří by měli být dostatečně proškoleni a informováni o regionálních specialitách a lokálních produktech, aby tak zvýšili povědomí a následný odbyt regionálních produktů

Zásadním zjištěním z dotazníkového šetření je problematika Czech Specials. A zaměřit pozornost Czech Tourism na zvýšení informovanosti zaměstnanců TIC o označení Czech Specials a tím využívat benefity, které tento projekt nabízí a zvyšovat tím povědomí o krajových specialitách.

V Královéhradeckém kraji je totiž více než 51 % TIC, které neznají označení Czech Specials. Jedná se konkrétně o 18 TIC. V Pardubickém kraji, je to pak více než 62% TIC, kteří nemají o této značce povědomí a neznají ji. Ačkoliv je projekt Czech Specials zaměřený na regionální gastronomii s cílem zvýšit povědomí o tradičních pokrmech, někteří zaměstnanci TIC, kteří o ní povědomí mají, již ale neumí označit téměř žádnou restauraci v daném regionu s tímto označením, přestože v Pardubickém kraji je na oficiálním seznamu 15 restaurací, v Královéhradeckém kraji pak dalších 32 restaurací. Je tedy třeba tohoto projektu, který je zaměřen na regionální produkty dále podporovat a využívat jeho výhod.

7 Seznam použitých zdrojů

- [1] ALCRON [online]. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.alcron.cz/>
- [2] ASOCIACE REGIONÁLNÍCH ZNAČEK. *Regionální produkty*. © 2010-2018 [cit. 2018-06-20]. Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/>
- [3] ASOCIACE TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER ČR. *Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky*. [online]. 2017 [cit. 2018-05-20]. Dostupné z: http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty
- [4] A.T.I.C. ČESKÉ REPUBLIKY. *Pardubický kraj*. [online]. 2018 [cit. 2018-06-25]. Dostupné z: <http://www.aticcr.cz/pardubicky-kraj/os-1009/p1=2303>.
- [5] BERANOVÁ, M. *Tradiční české kuchařky: jak se vařilo před M.D. Rettigovou*. Praha: Libri, 2001. ISBN 80-7277-075-6.
- [6] BLUNDEN, Jane. *Mongolsko: [turistický průvodce]*. Brno: Jota, 2009. Livingstone - průvodci. ISBN 978-80-7217-640-3.
- [7] CK MUNDO. *Francouzská kuchyně*. [online]. Hradec Králové, 2017 [cit. 2018-02-09]. Dostupné z: <http://www.mundo.cz/francie/kuchyne>
- [8] CZECH SPECIALS. *Představení projektu*. [online]. 2014 [cit. 2018-06-30]. Dostupné z: <http://www.czechspecials.cz/o-nas>
- [9] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Krajská správa ČSÚ v Hradci Králové*. [online]. 2018. [cit. 2018-05-14]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xh/kralovehradecky-kraj-mel-k-31-12-2017-celkem-551-089-obyvatel>
- [10] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Krajská správa ČSÚ v Pardubicích*. [online]. 2018 [cit. 2018-05-14]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xs>
- [11] DAVID, P. a SOUKUP, V. *Velká turistická encyklopedie PARDUBICKÝ KRAJ*. Praha: Knižní klub, 2010. ISBN 978-80-242-2972-0.

- [12] DAVID, Petr a Vladimír SOUKUP. *Velká turistická encyklopedie KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ*. Praha: Knižní klub, 2009. ISBN 978-80-242-2454-1.
- [13] FIELD [online]. 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.fieldrestaurant.cz/cz/>
- [14] FREEDMAN, Paul H., *Jídlo: dějiny chuti*. Praha: Mladá fronta, 2008. ISBN 978-80-204-1847-0.
- [15] GRANČAIOVÁ, Z. (2013). Vaření je umění! [online], [cit. 2018-12-01], dostupné z <https://www.varenijeumeni.cz/gastronomie/historie-gastronomie/>
- [16] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
- [17] CHORVATSKO.CZ. *Středomořská strava*. [online]. 2013 [cit. 2018-02-19]. Dostupné z https://www.chorvatsko.cz/aktual/140213_stredomorska-strava-na-seznamu-svetoveho-nehmotneho-kulturniho-dedictvi-unesco.html
- [18] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [19] JAMES, Dominic. *Kulinářské cesty po České republice*. Praha: Sand dune. 2018. ISBN 978-80-906245-3-5.
- [20] KÁVOVNÍK. *Jak na pravou tureckou kávu*. [online]. © 2007 – 2018 [cit. 2018-02-23]. Dostupné z: <https://www.kavovnik.cz/clanky/jak-na-pravou-tureckou-kavu/>
- [21] KOCOURKOVÁ, Jarmila. *Etiketa na cesty, aneb, Jiný kraj, jiný mrav*. Velké Bílovice: TeMi CZ, 2009. ISBN 978-80-87156-39-1.
- [22] KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
- [23] KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ. *Poloha*. [online]. 2011 [cit. 2018-06-17]. Dostupné z: <http://kralovehradecky.jex.cz/panelleft/poloha>
- [24] KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ. *Top atraktivita*. [online]. 2018 [cit. 2018-05-12]. Dostupné z: <http://www.hkregion.cz/cs/top-atraktivita.html#dr view style=full;skat=;r=0>

- [25] KUDYZNUDY.CZ. *Tři pražské restaurace podruhé obhájily hvězdičku* [online]. 2017 [cit. 2018-02-18]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/Dve-prazske-restaurace-podruhe-obhajily-hvezdicku.aspx>
- [26] KUNTOŠ, Vít. *Buddhismus a jídlo* [online]. 24.11.2016 [cit. 2018-06-21]. Dostupné z: <https://www.buddhaweb.cz/buddhismus-a-jidlo/>
- [27] LA DEGUSTATION [online]. 2018 [cit. 2018-05-19]. Dostupné z: <http://www.ladegustation.cz/cz/o-nas>
- [28] MERTLÍK, V. *Zápisník hladového muže: za nejlepší gastronomií a zážitky po celém světě*. Praha: Ikar, 2011. ISBN 978-80-249-1504-3.
- [29] MICHELINSKÉ RESTAURACE. Co jsou to Michelinské restaurace. [online]. 2016 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.michelinskerestaurace.cz/co-jsou-michelinske-restaurace/>
- [30] MUZEUM GASTRONOMIE (2018). *O gastronomii*. [online], [cit. 2018-11-01], dostupné z <http://www.muzeumgastronomie.cz/cs/o-gastronomii>
- [31] OBŮRKOVÁ, Eva a Milan PLCH. *Kam za pivem v Čechách a na Moravě*. 2. vydání. Brno: CPress, 2016. ISBN 978-80-264-1137-6.
- [32] PARDUBICKÝ KRAJ. *O kraji*. [online]. c2011 [cit. 2018-06-29]. Dostupné z: <https://www.pardubickykraj.cz/uvodni-strana>
- [33] PROCHÁZKA, Vladimír, Martin DEJDAR a Pavlína SANTINI. *Cestovatelský lexikon, aneb, Návod jak používat zeměkouli*. Praha: Mladá fronta, 2007. ISBN 978-80-204-1443-4.
- [34] RADYNACESTU.CZ. *10 pravidel etikety stolování ve světě*. [online]. 2017 [cit. 2018-07-02]. Dostupné z: <https://www.radynacestu.cz/magazin/etiketa-stolovani-ve-svete/>
- [35] REGIONÁLNÍ POTRAVINA. *O kraji*. [online]. 2018 [cit. 2018-07-01]. Dostupné z: <https://www.regionalnipotravina.cz/ocenene-regionalni-potraviny/pardubicky-kraj/o-kraji-pbk/>
- [36] RUSKOVÁ, Dagmar. *Přehled evropských dějin kultury a umění*. 4. vyd. Hradec Králové, 2009. ISBN 978-80-7435-027-6.
- [37] SAPÍK, J. *Česko na talíři*. Praha: Ikar, 2012. ISBN 978-80-249-1967-6.
- [38] SKYSCANNER. *Top Food Tourism Destinations* [online]. 2017 [cit. 2018-06-14]. Dostupné z: <https://www.skyscanner.ca/tips-and-inspiration/the-top-food-tourism-destinations>
- [39] SPOLEČNOST PRO VÝŽIVU. *Jak ovlivňují jednotlivá náboženství stravovací návyky*. [online]. 2013 [cit. 2018-07-05]. Dostupné z: <http://www.vyzivaspol.cz/jak-ovlivnuji-jednotliva-nabozenstvi-stravovaci-navyky/>

- [40] STRAUB, Eva-Maria. *Die Herkunft von Lebensmitteln im Tourismus Bio- und regionale Produkte als Erfolgsfaktor für Leistungsträger im Tourismus*. Hamburg: Diplomica-Verl, 2012. ISBN 9783842883086.
- [41] STUPKA, Petr a ELIÁŠEK, Jan. *Česká kuchyně: tradice, zvyklosti, oblíbená jídla, recepty*. Český Krumlov:MCU, 2014. ISBN 978-80-7339-264-2.
- [42] THE ORTHODOX COUNCIL OF KASHRUT *MaHaRa'L. Co je to košer?* [online]. 2010 [cit. 2018-07-05]. Dostupné z: <http://www.omkosher.com/cz/koser-pravidla>
- [43] TOPRECEPTY.CZ. *Typická jídla a speciality české kuchyně*. [online]. 2018 [cit. 2018-04-10]. Dostupné z: <https://www.toprecepty.cz/clanky/334-typicka-jidla-a-speciality-ceske-kuchyne/>
- [44] UNESCO.org. *Intangible cultural heritage*. [online]. 2018 [cit. 2018-02-21]. Dostupné z: <https://ich.unesco.org/en/lists>
- [45] ÚLEHLOVÁ-TILSCHOVÁ, Marie. *Staročeská kuchařka*. Praha: Ikar, 2000. ISBN 80-7202-484-1.
- [46] VANÍČEK, Jiří, RUX, Jaromír. *Aktuální problémy cestovního ruchu*. Sborník mezinárodní konference. Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2010.
- [47] VAŠÁKOVÁ, J. a SKOKAN-NĚMCOVÁ Z. *Jezte česky: rok v naší kuchyni*. Praha: Smart Press, 2012. ISBN 978-80-87049-51-8.
- [48] VÍRA.CZ. *Vhodné jídlo z hlediska katolické církve*. [online]. 2017 [cit. 2018-07-07]. Dostupné z: <http://www.vira.cz/Otazky/Vhodne-jidlo-z-hlediska-katolicke-cirkve.html>
- [49] VÝCHODNÍ ČECHY. *Představení regionu*. [online]. 2018 [cit. 2018-06-30]. Dostupné z: <https://www.vychodni-cechy.info/predstaveni-regionu/>
- [50] WIKISOFIA. *Strava a náboženství*. [online]. 2013 [cit. 2018-07-07]. Dostupné z: https://wikisofia.cz/wiki/Strava_a_nabozenstvi
- [51] YALE, Pat, Verity CAMPBELL a Richard PLUNKETT. *Turecko*. Praha: Svojtka & Co., 2004. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 80-7237-873-2.
- [52] ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde, 2012, ISBN 978-80-7201-880-2.

8 Přílohy

Příloha č. 1 Seznam TIC Pardubického kraje

Příloha č. 2 Seznam TIC Královéhradeckého kraje

Příloha č. 3 Dotazník

Příloha č. 2 Oscanované zadání práce

Příloha č. 1

Tabulka 1 Seznam turistických informačních center Pardubického kraje.

	Název	Město	Okres	Turistická oblast	E-mail
1	Městská knihovna a informační centrum Březová nad Svitavou	Březová nad Svitavou	Svitavy	Českomoravské Pomezí	knihovna@brezova.cz
2	Turistické informační centrum Bystré	Bystré	Svitavy	Českomoravské Pomezí	infocentrum@bystre.cz
3	Informační centrum města Choceň	Choceň	Ústí nad Orlicí	Orlické hory a Podorlicko	ic@chocen-mesto.cz
4	Turistické informační centrum Chrudim	Chrudim	Chrudim	Chrudimsko-Hlinecko	info@chrudim-city.cz
5	Turistické informační centrum Česká Třebová	Česká Třebová	Česká Třebová	Orlické hory a Podorlicko	info@ceska-trebova.cz
6	Turistické informační centrum Dolní Morava	Dolní Morava	Ústí nad Orlicí	Králický Sněžník	resort@dolnimorava.cz
7	Turistické informační centrum Heřmanův Městec	Heřmanův Městec	Chrudim	Chrudimsko-Hlinecko	infocentrum@mesto-hm.cz
8	Turistické informační centrum Hlinsko	Hlinsko	Chrudim	Chrudimsko-Hlinecko	ic@hlinsko.cz
9	Turistické informační centrum	Holice	Holice	Pardubicko	kd@holice.cz
10	Informační centrum Jablonné nad Orlicí	Jablonné nad Orlicí	Jablonné nad Orlicí	Orlické hory a Podorlicko	infojab@orlicko.cz
11	Turistické informační centrum	Jevíčko	Jevíčko	Českomoravské Pomezí	Infojevicko@seznam.cz
12	Informační centrum při Městském muzeu Králíky	Králíky	Ústí nad Orlicí	Králický Sněžník	info@muzeumkraliky.cz
13	Infocentrum Lanškroun	Lanškroun	Ústí nad Orlicí	Orlické hory a Podorlicko	info.lanskroun@seznam.cz
14	Městsko-lázeňské informační centrum Lázně Bohdaneč, o.p.s.	Lázně Bohdaneč	Pardubice	Pardubicko	infocentrum@lazne.bohdanec.cz
15	Kulturní centrum Letohrad	Letohrad	Ústí nad Orlicí	Orlické hory a Podorlicko	info@letohrad.eu
16	Informační centrum Lichkov	Lichkov	Ústí nad Orlicí	Králický Sněžník	info@lichkov.cz
17	Informační centrum Litomyšl	Litomyšl	Svitavy	Českomoravské Pomezí	ic@litomysl.cz

18	Turistické informační centrum Luže	Luže	Chrudim	Chrudimsko-Hlinecko	tic@luze.cz
19	Turistické informační centrum	Moravská Třebová	Svitavy	Českomoravské Pomezí	icentrum@mtrebova.cz
20	Turistické informační centrum Nasavrky	Nasavrky	Chrudim	Chrudimsko-Hlinecko	ic-nasavrky@ckmacek.cz
21	Turistické informační centrum Pardubice	Pardubice	Pardubice	Pardubicko	region@ipardubice.cz
22	Turistické informační centrum Pastviny	Pastviny	Ústí nad Orlicí	Orlické hory a Podorlicko	atc@pastviny.cz
23	Informační centrum Polička	Polička	Svitavy	Českomoravské Pomezí	info@ic.policka.org
24	Centrum občanských a turistických služeb Poříčí u Litomyšle	Poříčí u Litomyšle	Svitavy	Českomoravské Pomezí	info.porici@tiscali.cz
25	Turistické informační centrum Maštale	Proseč	Chrudim	Českomoravské Pomezí	mastale@mastale.cz
26	Kulturní a informační centrum města Přelouče	Přelouč	Pardubice	Pardubicko	kic@ksmp.cz
27	Turistické informační centrum Seč	Seč	Chrudim	Chrudimsko-Hlinecko	info@mestosec.cz
28	Infocentrum Slatiňany	Slatiňany	Chrudim	Chrudimsko-Hlinecko	infocentrum@slatinany.cz
29	Městské informační centrum Svítavy	Svitavy	Svitavy	Českomoravské Pomezí	info@svitavy.cz
30	Turistické informační centrum Svojanov	Svojanov	Svitavy	Českomoravské Pomezí	mestyssvojanov@seznam.cz
31	Informační centrum města Třemošnice	Třemošnice	Chrudim	Chrudimsko-Hlinecko	ic@tremosnice.cz , knihovna@tremosnice.cz
32	Turistické informační centrum města Ú.n.Orlicí	Ústí nad Orlicí	Ústí nad Orlicí	Orlické hory a Podorlicko	ic@muuo.cz
33	Turistické informační centrum Vysoké Mýto	Vysoké Mýto	Ústí nad Orlicí	Českomoravské Pomezí	infocentrum@vysoke-myto.cz
34	Místní infocentrum "íčko" Zdechovice	Zdechovice	Pardubice	Pardubicko	obec@zdechovice.cz
35	Turistické informační středisko Žamberk	Žamberk	Ústí nad Orlicí	Orlické hory a Podorlicko	info@zamberk.eu
36	Turistické informační centrum Žampach	Žampach	Ústí nad Orlicí	Orlické hory a Podorlicko	info@uspza.cz

Zdroj: vlastní zpracování podle Regionální informační servis (2016: online)

Příloha č. 2

Tabulka 2 Seznam turistických informačních center Královéhradeckého kraje.

	Název	Město	Okres	Turistická oblast	E-mail
1	Turistické informační centrum Adršpach	Adršpach	Náchod	Kladské pomezí	info@skalyadrspach.cz
2	Informační centrum Broumovska	Broumov	Náchod	Kladské pomezí	info@broumov.net
3	TIC Chlumeck nad Cidlinou	Chlumeck nad Cidlinou	Hradec Králové	Hradecko a Bydžovsko - Chlumecko	knihovna@chlumecnc.cz
4	Turistické informační centrum Černý Důl	Černý Důl	Trutnov	Krkonoše - východ	infocentrum@cernydul.cz
5	Cestovní a informační centrum Červený Kostelec	Červený Kostelec	Náchod	Kladské pomezí	info@cervenokostelecko.cz
6	Regionální informační centrum	Česká Skalice	Náchod	Kladské pomezí	infocentrum@ceskaskalice.cz
7	Turistické informační centrum	Deštné v Orlických horách	Rychnov nad Kněžnou	Orlické hory a Podorlicko	info@destne.info
8	Informační centrum	Dobruška	Rychnov nad Kněžnou	Orlické hory a Podorlicko	ic@mestodobruska.cz
9	Městské informační centrum Dvůr Králové nad Labem	Dvůr Králové nad Labem	Trutnov	Podzvičinsko	info@mudk.cz
10	Turistické centrum Český ráj	Holín	Jičín	Český ráj	mPCR@seznam.cz
11	Informační centrum Veselý výlet Horní Maršov	Horní Maršov	Trutnov	Krkonoše - východ	info@veselyvylet.cz
12	Městské informační centrum Hořice	Hořice	Jičín	Podkrkonoší	infocentrum@horice.org
13	Informační centrum Hostinné "Panství obrů"	Hostinné	Trutnov	Krkonoše - střed	infocentrum@muhostinne.cz
14	Turistické informační centrum Hradec Králové	Hradec Králové	Hradec Králové	Hradecko a Bydžovsko - Chlumecko	icko2@ic-hk.cz
15	Informační centrum Hronov	Hronov	Hronov	Kladské pomezí	info@kulturahronov.cz
16	Informační centrum a cestovní agentura	Janské Lázně	Trutnov	Krkonoše - východ	info@janskelazne.cz

17	Informační centrum Jaroměř	Jaroměř	Náchod	Kladské pomezí	info@jaromer-josefov.cz
18	Městské informační centrum Jičín	Jičín	Jičín	Český ráj	mic@jicin.org
19	Regionální turistické a informační centrum, o.p.s.	Kostelec nad Orlicí	Rychnov nad Kněžnou	Orlické hory a Podorlicko	rtic@kostelecno.cz
20	Turistické informační centrum Kuks	Kuks	Trutnov	Podzvičinsko	info@revitalizacekuks.cz
21	Venkovské infocentrum mikroregionu	Lánov	Trutnov	Krkonoše - východ	infocentrum@lanov.cz
22	Městské informační centrum CK Hoška - tour	Lázně Bělohrad	Jičín	Podzvičinsko	hoska-tour@hoska-tour.cz
23	Informační centrum Malá Úpa	Malá Úpa	Trutnov	Kronoše - východ	info@malaupa.cz
24	Městské informační centrum	Náchod	Náchod	Kladské pomezí	infocentrum@mestonachod.cz
25	Informační středisko - sezónní	Nová Paka	Jičín	Podzvičinsko	klenotnice@muzeum.cz
26	Městské informační centrum Nové Město nad Metují	Nové Město nad Metují	Náchod	Kladské pomezí	info@muzeum-nmmn.cz
27	Informační centrum Nový Hrádek	Nový Hrádek	Náchod	Kladské pomezí	uradmestyse@novy-hradek.cz
28	Informační centrum Opočno	Opočno	Rychnov nad Kněžnou	Orlické hory a Podorlicko	infocentrum@opocno.cz
29	Turistické informační centrum Orlické Záhoří	Orlické Záhoří	Rychnov nad Kněžnou	Orlické hory a Podorlicko	tic@orlickezahori.eu
30	Informační centrum Pec pod Sněžkou	Pec pod Sněžkou	Trutnov	Kronoše - východ	icpec@knap.cz
31	Turistické informační centrum	Police nad Metují	Náchod	Kladské pomezí	infocentrum@policko.cz
32	Městské informační a kulturní středisko	Rokytnice v Orlických horách	Rychnov nad Kněžnou	Orlické hory a Podorlicko	info-service@rokytnice.cz
33	Městské informační centrum	Rychnov nad Kněžnou	Rychnov nad Kněžnou	Orlické hory a Podorlicko	mic@kulturark.cz
34	Městské informační centrum	Sobotka	Jičín	Český ráj	mic@sobotka.cz
35	Turistické informační centrum	Svoboda nad Úpou	Trutnov	Krkonoše - východ	info.marsov@seznam.cz
36	Informační středisko KRNAP	Špindlerův Mlýn	Trutnov	Krkonoše - střed	icspindl@knap.cz

37	Turistické informační centrum Teplíce nad Metují	Teplíce nad Metují	Náchod	Kladské pomezí	info@teplickeskalys.com
38	Turistické informační centrum	Trutnov	Trutnov	Kronoše - východ	info@icrutnov.cz
39	Turistické informační centrum - Třebechovické muzeum betlémů	Třebechovice pod Orebem	Hradec Králové	Hradecko a Bydžovsko - Chlumecko	info@betlem.cz
40	Turistické informační centrum	Úpice	Trutnov	Kladské pomezí	info@icupice.cz
41	Informační centrum Vrchlabí	Vrchlabí	Trutnov	Krkonoše - střed	hic@krap.cz
42	Informační centrum Žacléř	Žacléř	Trutnov	Krkonoše - východ	muzeum@zacler.cz

Zdroj: vlastní zpracování podle Regionální informační servis (2016: online)

DOTAZNÍK PRO PRACOVNÍKY TIC

Vážený zaměstnanci turistických informačních center, jmenuji se Jaroslava Nováková a jsem studentkou 3. ročníku Univerzity Hradec Králové, oboru Management cestovního ruchu. Ráda bych Vás tímto požádala o vyplnění krátkého dotazníku, který bude součástí mé bakalářské práce na téma „Gastronomie jako součást kulturního dědictví v cestovním ruchu“ se zaměřením na Pardubický a Královéhradecký kraj.

Z uvedené nabídky odpovědí, prosím, vyberte vždy pouze jednu, pokud není uvedeno jinak. Dotazník je anonymní, není v mém zájmu zjišťovat Vaše osobní údaje.

Předem děkuji za ochotu a čas, který jste věnovali vyplnění toho dotazníku.

1. Zajímají se návštěvníci Vašeho informačního centra o gastronomii?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

2. Pokud se návštěvníci o gastronomii zajímají, o jaké návštěvníky konkrétně se jedná?

- Převážně o cizince
- Převážně o tuzemské návštěvy
- Stejný podíl cizinců i tuzemských návštěv
- Neumím posoudit

3. Jste spokojení s úrovní gastronomických služeb poskytovaných ve Vašem kraji? (úroveň restaurací, čistota prostředí, kvalita nabízeného jídla)

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

4. V čem spatřujete slabé stránky restauračních zařízení ve Vašem regionu? (Zde můžete označit 1 i více odpovědí)

- V celkové kvalitě nabízeného jídla
- V cenové úrovni restauračních zařízení
- V úrovni obsluhujícího personálu v restauracích (profesionalita, odborná úroveň)
- Nedostatečná prezentace restaurace v rámci regionu (webové stránky, letáky, reklama)
- Jiné

5. Považujete nabídku regionálních/krajových specialit v restauračních zařízeních ve Vašem kraji za dostačující?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

6. Znáte označení „Czech Specials“ ?

- Ano
- Ne

7. Je ve Vašem městě nějaká restaurace s označením „Czech Specials“ ?

- Ano
- Ne
- Nevím

8. Zajímají se návštěvníci Vašeho TIC o Czech Specials?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

9. Jaký typ klientů se o „Czech Specials“ převážně zajímá?

- Turisté z ČR
- Zahraniční turisté
- Nevím

10. Máte v nabídce Vašeho TIC regionální produkty?

- Ano – potravinové produkty
- Ano – nepotravinové produkty
- Ano potravinové i nepotravinové produkty
- Ne

11. Poskytujete návštěvníkům informace o regionálních produktech?

- Ano
- Ne

12. Jakým způsobem poskytujete návštěvníkům informace o regionálních produktech?

- Osobně
- Prostřednictvím tištěných materiálů (letáky, brožury apod.)
- Na webových stránkách a sociálních sítích
- Jiné

13. Zajímají se Vaši klienti o regionální potraviny?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

14. O jaké nejvíce?

.....

15. Jaký regionální produkt byste doporučil(a) návštěvníkovi Vašeho města?

.....

16. Domníváte se, že jako zaměstnanec TIC máte dostatek informací o místní/regionální gastronomii?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

17. Jaký zdroj byste uvítali k rozšíření Vašich znalostí o místní/regionální gastronomii?

- Knižní publikace
- Tištěné materiály (brožury, letáky, apod.)
- Školení, workshopy a semináře s regionálními dodavateli
- Newslettery prostřednictvím e-mailu
- Jiný

18. Nabízíte cizojazyčné materiály o místní/regionální gastronomii?

- Ano
- Ne

19. Podílíte se jako TIC na pořádání kulturních akcí ve Vašem městě?

- Ano
- Ne
- Nevím

20. Jakým způsobem se podílíte na organizaci gastronomických akcí?

(Zde můžete označit 1 i více odpovědí)

- Sami je pořádáme
- Zajišťujeme marketingovou podporu (např. reklamy, inzerce apod.)
- Nevím, nemohu ze své pracovní pozice posoudit
- Jiné

21. Jaké typy gastronomických akcí jsou ve Vašem městě pořádány?

(Zde můžete označit 1 i více odpovědí)

- Pivní festivaly
- Vinobraní, ochutnávky vína
- Specializované gastronomické a kulinářské slavnosti (Food festivaly, Gulášové slavnosti, Slavnosti knedlíků, Slavnosti brambor apod.)
- Farmářské trhy
- Jarmarky
- Jiné, prosím uveďte konkrétně jaké

.....

22. Považujete množství těchto gastronomických událostí ve Vašem regionu za dostatečné?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

23. Při zajišťování cateringu/občerstvení v rámci kulturních akcí ve Vašem městě využíváte regionální dodavatele?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- Nevím, nemohu ze své pracovní pozice posoudit

24. V jakém kraji se nachází Vaše TIC?

- Pardubický kraj
- Královéhradecký kraj

25. Do jaké turistické oblasti spadá Vaše TIC?

- Pardubicko
- Chrudimsko-Hlinecko
- Orlické hory a Podorlicko
- Českomoravské pomezí (Svitavsko)
- Králický Sněžník
- Český ráj
- Hradecko a Bydžovsko-Chlumecko
- Kladské pomezí
- Krkonoše – střed
- Krkonoše – východ
- Podkrkonoší
- Podzvičínsko

26. Žijete v tomto regionu?

- Ano
- Ne

27. Považujete kraj, ve kterém sídlí Vaše TIC za dostatečně atraktivní z pohledu gastronomie?

- Ano
- Spíše ano
- Ne
- Spíše ne

28. Jaké je Vaše pohlaví?

- Žena
- Muž

29. Máte vzdělání z oblasti cestovního ruchu?

- Ano
- Ne

30. Jaká je Vaše pracovní pozice?

- Vedoucí
- Řadový zaměstnanec
- Brigádník
- Stážista/praktikant
- Jiné

31. Jaká je délka Vaší praxe v turistickém informačním centru?

- 1 - 4 roky
- 5 – 9 let
- 10 let a více

Příloha č. 4

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Akademický rok: 2017/2018

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

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Nováková Jaroslava DiS.	V Peklovcích 814, Vysoké Mýto - Litomyšlské Předměstí	I14633

TÉMA ČESKY:

Gastronomie jako součást kulturního dědictví v cestovním ruchu

TÉMA ANGLICKY:

Gastronomy as a part of cultural heritage in tourism

VEDOUCÍ PRÁCE:

Mgr. Michal Trousil, Ph.D. - KRCCR

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Cíl práce:

Analýza využití gastronomie (jako součásti kulturního dědictví) v cestovním ruchu.

Osnova:

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

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

KOTIKOVÁ, Halina. Nové Trandy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
ZELENKA, J., PÁSKOVA, M. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde, 2012, ISBN 978-80-7201-880-2.
ORSÁHOVÁ, Štěpánka., OBŮRKOVÁ, Eva. Ochutnejte Českou republiku. 1. vyd. Brno : B4u Publishing, 2010. ISBN 978-80-87222-12-6
STUPKA, Petr a Jan ELIÁŠEK. Česká kuchyně: tradice, zvyklosti, oblíbená jídla, recepty. Český Krumlov: MCU, 2014. ISBN 978-80-7339-264-2.

Další dle studentem provedené rešerše

Podpis studenta:

Michal

Datum:

11.10.2017

Podpis vedoucího práce:

Michal

Datum:

11.10.2017