

Projekt zavedení nového produktu zaměřeného na kulinářský cestovní ruch

Bc. Irena Tomšů

Diplomová práce
2014



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky
akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Irena Tomšů**
Osobní číslo: **M12875**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Projekt zavedení nového produktu zaměřeného na
kulinářský cestovní ruch**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- S pomocí dostupné literatury charakterizujte cestovní ruch.
- Charakterizujte oblast kulinářského cestovního ruchu.

II. Praktická část

- Analyzujte současnou nabídku cestovních kanceláří zaměřenou na kulinářský cestovní ruch a srovnajte se zahraničím.
- Pomocí dotazníkového šetření zjistěte potenciál na trhu České republiky v oblasti kulinářského cestovního ruchu.
- Vytvořte projekt zájezdu zaměřený na kulinářský cestovní ruch.

Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. Tourism: principles, practices, philosophies. 9 edt. Hoboken, N.J.: John Wiley, 2009, 624 s. ISBN 9780470084595.
HORNER, Susan a John SWARBROOKE. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada, 2003, 486 s. ISBN 8024702029.
OECD. Food and the tourism experience the OECD-Korea Workshop. Paris: OECD Publishing, 2012, 176 s. ISBN 978-926-4110-595.
PALATKOVÁ, Monika. Management cestovních kancelářů a agentur. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 217s. ISBN 978-80-247-3751-5.
RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: 22. února 2014
Termín odevzdání diplomové práce: 2. května 2014

Ve Zlíně dne 22. února 2014

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vyrobené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 2.5.2014

Klára Tomášová

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tématem diplomové práce je projekt zavedení nového produktu zaměřeného na kulinářský cestovní ruch. Práce je složena ze dvou částí. Teoretická část je věnována problematice cestovního ruchu a kulinářského cestovního ruchu. V úvodu praktické části je krátce poho-vořeno o projektech a institucích podporujících kulinářský cestovní ruch, následuje analýza kulinářských zájezdů nabízených na českém a rakouském trhu. Součástí praktické části je marketingový výzkum. Závěr diplomové práce je věnován návrhu projektu kulinářského zájezdu, jeho kalkulaci a propagaci.

Klíčová slova: cestovní ruch, kulinářský cestovní ruch, zájezd, cestovní kancelář.

ABSTRACT

The topic of the Master thesis is new product introduction project in culinary tourism. The thesis consists of the two parts. The theoretical part is devoted to tourism and culinary tourism. The projects and institutions supporting culinary tourism are briefly commented at the opening of the practical part, followed by analysis of culinary tours offered on the Czech and Austrian market. The practical part includes also the marketing research. The final section is devoted to the culinary tour project proposal, its calculation and promotion.

Keywords: Tourism, Culinary Tourism, Tour, Travel Agency, Marketing Research.

Touto cestou bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce doc. Ing. Zuzaně Tučkové, Ph.D. za její čas, cenné rady a připomínky, které mi pomohly k vypracování této práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	12
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 CESTOVNÍ RUCH	14
1.1 CHARAKTERISTIKA A VYMEZENÍ POJMU CESTOVNÍ RUCH	14
1.2 SYSTÉM CESTOVNÍHO RUCHU	15
1.2.1 Subjekt cestovního ruchu	15
1.2.2 Objekt cestovního ruchu	16
2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU	17
2.1 TYPY CESTOVNÍHO RUCHU PODLE INDROVÉ:.....	17
2.1.1 Převažující motivace účasti na cestovním ruchu	17
2.1.2 Místo realizace	17
2.1.3 Vztah k platební bilanci	18
2.1.4 Délka pobytu	18
2.1.5 Způsob zabezpečení cesty a pobytu	18
2.1.6 Počet účastníků.....	19
2.1.7 Způsob financování	19
2.1.8 Podle věku účastníků.....	19
2.1.9 Podle převažujícího prostředí pobytu.....	19
2.1.10 Další užívaná kritéria v typologii cestovního ruchu	20
2.2 TYPY CESTOVNÍHO RUCHU PODLE SYROVÁTKOVÉ	20
2.2.1 Aktivní cestovní ruch	20
2.2.2 Incentivní CR	21
2.2.3 Venkovský CR	21
2.2.4 Kongresový CR.....	21
2.2.5 Veletržní cestovní ruch	21
2.2.6 Lázeňský cestovní ruch	21
2.2.7 Specifický CR	21
2.3 TYPY CESTOVNÍHO RUCHU PODLE JAKUBÍKOVÉ	22
2.4 TRENDY GLOBÁLNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU (2013/2014).....	22
3 KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH	23
3.1 VYMEZENÍ POJMŮ.....	24
3.2 DEFINICE KULINÁŘSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	25
3.2.1 Čtyři typy turistů vyhledávající kulinařský cestovní ruch	26
3.3 JÍDLO A PITÍ JAKO SOUČÁST CESTOVNÍHO RUCHU	26
3.3.1 Rostoucí zájem o kulinařský cestovní ruch.....	26
3.3.2 Význam kulinařského cestovního ruchu dle WFTA.....	27
3.3.3 Zahraniční výzkumy kulinařského cestovního ruchu	28
3.4 ČLENĚNÍ KULINÁŘSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	28
3.4.1 Podniky veřejného stravování	28
3.4.2 Gastronomické destinace cestovního ruchu	29
3.4.3 Gastronomické akce a události.....	29
3.4.4 Gastronomické provozy a výroby	30
3.4.5 Gastronomická muzea	30
3.4.6 Farmářské trhy	30

3.4.7	Kurzy vaření.....	30
3.5	GASTRONOMIE NA SEZNAMU KULTURNÍHO DĚDICTVÍ UNESCO.....	31
3.5.1	Francouzská gastronomie.....	31
3.5.2	Tradiční mexická kuchyně.....	31
3.5.3	Středomořská kuchyně.....	31
3.5.4	Perníkářské řemeslo v severním Chorvatsku.....	31
3.6	KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE.....	32
3.6.1	Pivovarnictví.....	32
3.6.2	Vinařství.....	32
3.6.3	Tradice.....	33
4	POUŽITÉ ANALYTICKÉ METODY.....	34
4.1	MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	34
4.2	SWOT ANALÝZA.....	34
II	PRAKTICKÁ ČÁST.....	35
5	PROJEKTY A INSTITUCE PODPORUJÍCÍ KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH.....	36
5.1	WORLD FOOD TRAVEL ASSOCIATION – WFTA.....	36
5.2	CERTIFIKACE.....	36
5.2.1	Ochutnejte Českou republiku – Czech Specials.....	36
5.2.2	Stezky dědictví.....	37
5.3	PROJEKTY PODPORUJÍCÍ KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH.....	37
5.3.1	Televize.....	37
5.3.2	Internet.....	39
5.3.3	Rádio.....	39
5.4	FOOD FESTIVALY.....	39
5.4.1	Prague Food Festival.....	39
5.4.2	Moravia Food Festival.....	40
5.4.3	Grand Restaurant Festival.....	40
5.5	NEJVÝZNAMNĚJŠÍ AKCE DLE KRAJŮ.....	42
6	ANALÝZA ZÁJEZDŮ ZAMĚŘENÝCH NA KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH.....	43
6.1	CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE.....	43
6.1.1	Zaměstnanost v cestovním ruchu.....	43
6.1.2	Počet cestovních kanceláří a agentur v ČR.....	43
6.2	ANALÝZA NABÍDKY KULINÁŘSKÝCH ZÁJEZDŮ ČESKÝCH CK A CA.....	44
6.2.1	CK CULINARIA TRAVEL.....	44
6.2.2	CA PIVO A VÍNO.....	45
6.2.3	CK GEOPS.....	46
6.2.4	Srovnání CK GEOPS a CA pivo a víno.....	48
6.3	ANALÝZA NABÍDKY V ZAHRANIČÍ.....	57
6.3.1	Rakouská gastronomie.....	58
6.3.2	Kulinářský CR v Rakousku.....	59
6.3.2.1	Projekty na podporu kulinářského cestovního ruchu v Rakousku.....	59
6.3.3	Nabídka kulinářských zájezdů.....	60

6.4	MARKETINGOVÝ VÝZKUM NA TÉMA KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH	64
6.4.1	Výsledky marketingového výzkumu.....	72
7	POTENCIÁL PRO ROZVOJ KULINÁŘSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU V ČR.....	75
8	PROJEKT NOVÉHO PRODUKTU ZAMĚŘENÉHO NA KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH	78
8.1	PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU	78
8.2	CÍLE PROJEKTU	78
8.3	PŘÍPRAVA A USKUTEČNĚNÍ PROJEKTU	79
8.4	PROGRAM ZÁJEZDU	81
8.5	PROPAGACE NOVÉHO PRODUKTU	83
8.6	EKONOMICKÁ ANALÝZA ZÁJEZDU	84
8.6.1	Kalkulace zájezdu	84
8.6.2	Analýza nákladů cestovní kanceláře na organizaci zájezdu.....	87
8.6.3	Bod zvratu	88
8.7	MODIFIKACE ZÁJEZDU.....	88
8.7.1	Střední školy ve Zlínském kraji	89
8.7.2	Příprava zájezdu	89
8.7.3	Program zájezdu.....	89
8.7.4	Propagace zájezdu	89
8.7.5	Celková kalkulace zájezdu	89
8.7.6	Bod zvratu	90
8.8	SWOT ANALÝZA NAVRHOVANÉHO ZÁJEZDU	91
8.9	ZÁVĚRY PROJEKTU	91
	ZÁVĚR	92
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	93
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	97
	SEZNAM OBRÁZKŮ	98
	SEZNAM TABULEK.....	99
	SEZNAM PŘÍLOH.....	100

ÚVOD

Cestovní ruch má velmi významné postavení ve světové ekonomice. Cestující jsou dnes zkušenější, vzdělanější, mají vyšší příjmy, více volného času a hledají nové zážitky a speciální produkty.

Kulinářský cestovní ruch je jedním z žádaných typů cestovního ruchu. V posledních letech došlo k jeho značnému růstu a stal se významnou oblastí cestovního ruchu. Ve světě se stal kulinářský cestovní ruch fenoménem. V České republice je tato oblast cestovního ruchu ve fázi vývoje.

Jídlo je důležitou součástí života a v poslední době hojně diskutované téma, ať už díky slavným šéfkuchařům, food festivalům a nebo farmářským trhům. Důkazem je i neustále se zvyšující sledovanost kuchařských pořadů, články o jídle v různých časopisech, zvyšující se prodej kuchařských knih a dalších aktivit spojených s jídlem a gastronomií.

Ve své práci se budu zabývat kulinářským cestovním ruchem, protože, kdykoliv, když mám příležitost poznat cizí zemi, chci se seznámit nejen s její kulturou, ale také poznat její kuchyni a způsoby stravování. Díky tomuto poznávání mám možnost danou zemi pochopit z jiného hlediska.

Diplomová práce je rozdělena na dvě části a to na teoretickou a praktickou.

V teoretické části se budu zabývat pojmy cestovní ruch a kulinářský cestovní ruch.

Úvodem praktické části je uvedeno několik projektů a institucí podporujících kulinářský cestovní ruch, poté je provedena analýza kulinářských zájezdů na českém a rakouském trhu. Nabízené zájezdy jsou navzájem porovnávány. Práce pokračuje marketingovým výzkumem a jeho výsledky. Na základě analýz je v závěru praktické části navrhnout kulinářský zájezd, který bude zaměřen na Zlínský kraj, bude zpracována jeho kalkulace, návrhy na propagaci a vypočítán bod zvratu. Zájezd bude představen také v modifikované podobě.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

1.1 Charakteristika a vymezení pojmu cestovní ruch

Cestovní ruch se stal významným globálním fenoménem dnešní doby, o čemž svědčí i fakt, že v roce 2012 byla překonána historická hranice 1 bilionu turistů, kteří v navštívené destinaci přenocují. Díky vzrůstající životní úrovni, novým technologiím a nízkonákladovým aerolinkám se cestovní ruch stává přístupnější většímu počtu lidí. (UNWTO, 2013, s. 3)

Cestovní ruch bychom mohli označit jako průřezové a mnoha oborové odvětví, jelikož ovlivňuje další hospodářská odvětví. Přesná definice této problematiky je poměrně složitá, existuje jich celá řada.

„Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.“ (Horner a Swarbrooke, 2003, s. 53)

Jak uvádí Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 18), za významný mezník v definování cestovního ruchu je považována konference Světové organizace cestovního ruchu, která se konala v kanadském městě Ottawa v roce 2011, jejímž cílem bylo sjednotit názory na definování cestovního ruchu.

Na konferenci v Ottawě bylo přijato několik základních doporučení na definování cestovního ruchu, cestujících a turistů. (Goeldner a Ritchie, 2009, s. 7)

Podle UNWTO je cestovní ruch *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“* (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 18)

Výkladový slovník cestovního ruchu definuje cestovní ruch jako *„komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících na těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní či jiným účelem, i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám, tedy i provozování zařízení se službami pro tyto cestující osoby včetně souhrnu aktivit osob, které služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou*

zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity“ (Zelenka a Pásková, 2012, s. 83)

„Tourism may be defined as the processes, activities, and outcomes arising from the relationships and the interactions among tourists, tourism suppliers, host governments, host communities, and surrounding environments that are involved in the attracting and hosting of visitors.“ (Goeldner, 2009, s. 6)

Světová organizace cestovního ruchu vydala publikaci s názvem UNWTO Tourism Highlights 2013 v níž je uvedeno, že rok 2012 byl z hlediska mezinárodního cestovního ruchu přelomový, jelikož počet mezinárodních turistů pokořil hranici 1 biliónu, přesně 1,035 milionu mezinárodních turistů. V roce 2011 to bylo 995 miliónu turistů.

V roce 2013 vzrostl počet mezinárodních turistů na 1 087 biliónů, což je o 5 % více než v roce 2012. (UNWTO, 2013, s. 3)

Dle předpovědi UNWTO má v roce 2014 vzrůst počet mezinárodních turistů o 4 - 4,5% a do roku 2030 se má počet zvýšit až na 1,8 bilionu mezinárodních turistů. (World Tourism Organization, 2014)

1.2 Systém cestovního ruchu

Subjekt a objekt cestovního ruchu tvoří systém cestovního ruchu.

1.2.1 Subjekt cestovního ruchu

Subjektem CR je účastník CR, který je nositelem poptávky. Účastníkem CR je návštěvník, turista a výletník. (Hesková, 2006, s. 14)

Návštěvník je osoba, která v domácím cestovním ruchu cestuje na dobu kratší než šest měsíců na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště, v zahraničním CR cestuje do jiné země, přičemž jeho pobyt není delší než 1 rok a v cílové zemi nebude vykonávat žádnou výdělečnou činnost. (Hesková, 2006, s. 14)

Turista splňuje kritéria návštěvníka a jeho účast na cestovním ruchu je spojena s minimálně jedním přenocováním. Rozlišujeme turistu na dovolené, který v místě pobývá delší dobu než určený počet nocí nebo dní a krátkodobě pobývajícího turistu, jehož pobyt nepřekračuje stanovený počet nocí nebo dní, ale v daném místě alespoň jednou přenocuje.

Výletníkem nazveme návštěvníka, který cestuje na delší dobu než 24 hodin s tím, že v navštíveném místě přenocuje. (Hesková, 2006, s. 14)

1.2.2 Objekt cestovního ruchu

Objekt CR je nositelem nabídky a tvoří ho cílové místo, podniky a instituce CR.

Cílové místo vyznačuje cestovní cíl účastníka cestovního ruchu poskytující primární a sekundární nabídku. Za primární nabídku je považován přírodní a kulturní potenciál pro CR. Sekundární nabídka označuje infrastrukturu, podniky a zařízení cestovního ruchu. (Hesková, 2006, s. 15)

2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU

V odborné literatuře se cestovní ruch nejčastěji člení na druhy a formy ovšem mezi autory není zcela jednoznačně určena typologie CR. Například to, co Hesková (2006, s. 21) a Pásková a Zelenka (2012, s. 83) považují za formu, Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 19) a Srovátková (2013, s. 10) považují za druh.

V praxi dochází k prolínání těchto dvou hledisek.

Kotíková (2013, s. 20) ve své publikaci poukazuje na to, že v zahraničí, se toto členění nepoužívá. Dokonce i v české literatuře v poslední době od tohoto pojmu upouští, např. Indrová (2009), Kotíková (2013), Jakubíková (2012).

Tyto autorky používají pouze pojem typ cestovního ruchu.

Vzhledem k nejednotnosti rozdělení cestovního ruchu na druhy a formy, a jelikož většina autorů, jejichž publikace jsem studovala, dává přednost právě této typologii, budu se ve své práci přiklánět právě k tomuto členění.

2.1 Typy cestovního ruchu podle Indrové

Cestovní ruch můžeme členit podle převažující motivace účasti na cestovním ruchu, místa realizace, vztahu k platební bilanci, délky pobytu, způsobu zabezpečení cesty a pobytu, podle počtu účastníků, způsobu financování, podle věku účastníků a podle převažujícího prostředí pobytu.

2.1.1 Převažující motivace účasti na cestovním ruchu

Rekreační CR, kulturně poznávací CR, náboženský CR či poutní turistika, CR se vzdělávacími motivy, CR se společenskými motivy jako jsou například návštěvy přátel, příbuzných, zdravotně orientovaný CR, sportovně orientovaný CR – například horská turistika, cykloturistika, vodní a pěší turistika, lovecká turistika, CR orientovaný na poznání přírodního prostředí, CR s dobrodružnými motivy, CR s profesními motivy – obchodní CR, kongresový, CR veletrhů a výstav, incentivní CR. (Indrová, 2009, s. 18 - 22)

2.1.2 Místo realizace

Dle tohoto kritéria je cestovní ruch dělen na domácí, zahraniční, tranzitní a mezinárodní cestovní ruch.

- Domácí CR - domácí účastník CR nepřekročí státní hranice země, ve které má trvalé bydliště.
- Zahraniční CR – účastník CR překročí hranice svého státu. Dále se rozděluje na výjezdový nebo taky pasivní zahraniční CR (outgoing), kdy občan daného státu vycestuje do zahraničí a příjezdový, to znamená aktivní CR (incoming), kdy zahraniční návštěvníci přijíždí do dané země.
- Tranzitní CR – je představován průjezdem zahraničních účastníků CR přes území určitého státu.
- Mezinárodní – zahrnuje veškerý pohyb účastníků CR mezi státy. K tomuto pojmu se ještě řadí dva typy cestovního ruchu a to cestovní ruch světový a cestovní ruch světa. Cestovní ruch světový zahrnuje veškerý příjezdový a výjezdový CR všech států světa. Cestovní ruch světa představuje veškerý domácí a zahraniční CR všech států světa. (Indrová, 2009, s. 22 – 23)

2.1.3 Vztah k platební bilanci

CR je členěn na zahraniční cestovní ruch aktivní a pasivní.

- Zahraniční cestovní ruch aktivní – tento pojem zahrnuje příjezdy zahraničních návštěvníků do určité země, které mají kladný vliv na platební bilanci navštíveného státu.
- Zahraniční cestovní ruch pasivní – zahrnuje výjezdy obyvatel určitého státu do zahraničí mající pasivní vliv na bilanci dané země. (Indrová, 2009, s. 24)

2.1.4 Délka pobytu

Dle délky pobytu je cestovní ruch členěn na krátkodobý a dlouhodobý.

- Krátkodobý – většinou do tří přenocování.
- Dlouhodobý – více jak tři přenocování, ale méně než 6 měsíců v domácím CR a méně než 1 rok v zahraničním CR. (Kotíková, 2013, s. 24)

2.1.5 Způsob zabezpečení cesty a pobytu

Dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu dělíme cestovní ruch na organizovaný a neorganizovaný.

- Organizovaný – účastník cestovního ruchu si zájezd zakoupí prostřednictvím cestovní kanceláře nebo jiného zprostředkovatele.
- Neorganizovaný – účastník cestovního ruchu si veškeré služby zajišťuje sám. (Indrová, 2009, s. 24)

2.1.6 Počet účastníků

Cestovní ruch je členěn na individuální a skupinový.

- Individuální – účastník CR cestuje sám nebo s malou skupinou.
- Skupinový – cesta je zajišťována hromadně ve větší skupině. (Indrová, 2009, s. 25)

2.1.7 Způsob financování

- Komerční – náklady na cestu si účastník hradí sám ze svých prostředků.
- Sociální – část nákladu je hrazena příspěvkem od nějaké organizace či instituce. (Indrová, 2006, s. 25)

2.1.8 Podle věku účastníků

- Cestovní ruch dětí – pobyty dětí do 15 let bez rodičů.
- Cestovní ruch mládeže – cestovní ruch mladých lidí ve věku od 15 do 24 let.
- Cestovní ruch seniorů – cestovní ruch obyvatel tzv. „třetího věku“.
- Cestovní ruch rodin s dětmi.
- Cestovní ruch lidí mezi 40 a 50 rokem, kteří mají již dospělé děti a dostatek volného času a jsou ekonomicky aktivní. (Indrová, 2009, s. 26)

2.1.9 Podle převažujícího prostředí pobytu

- Městský cestovní ruch – účastník CR navštěvuje památky, historická města a další atraktivita, přičemž tento typ cestovního ruchu je organizován na kratší dobu.
- Venkovský – cestovní ruch organizovaný v prostředí venkova. V dnešní době začíná být populární specifická forma venkovského cestovního ruchu a to agroturistika, kdy účastník cestovního ruchu pobývá na farmě nebo statku a obvykle je aktivně zapojován do činností na venkově.
- Lázeňský – zahrnuje dlouhodobější pobyt v lázeňském prostředí za účelem léčby.

- Cestovní ruch ve střediscích CR – např. horská, přímořská střediska apod. (Indrová, 2006, s. 26)

2.1.10 Další užívaná kritéria v typologii cestovního ruchu

- Dle ročního období (zimní, letní, sezónní a mimosezónní cestovní ruch).
- Dle způsobu ubytování (ubytovací zařízení, kempy, chaty, chalupy a ubytování v soukromí).
- Dle použitého dopravního prostředku (silniční individuální, autobusová, železniční, lodní, letecká, kombinovaná, vertikální, městská hromadná). (Indrová, 2009, s. 27)

2.2 Typy cestovního ruchu podle Syrovátkové

Z důvodu neustálého nárůstu volného časového fondu účastníků CR, zájmu o cestování a touze po netradičních zážitcích, vznikají nové typy cestovního ruchu.

2.2.1 Aktivní cestovní ruch

Účastníci cestovního ruchu stále častěji vyhledávají aktivní formu cestovního ruchu například turistiku, z důvodu kompenzace „sedavého“ způsobu života. Do tohoto typu cestovního ruchu řadíme i pěší turistiku, cykloturistiku, zimní cestovní ruch, vodácký CR. (Syravátková, 2013, s. 20)

Pěší turistika patří k velmi oblíbenému druhu aktivního cestovního ruchu. Česká republika se může pyšnit jednou z nejdelší a nejlépe propracovanou sítí značených turistických cest na světě. Na konci roku 2008 bylo v České republice vyznačeno celkem 40 782 km pěších tras. (KČT, ©2011-2014)

Další aktivní formou cestovního ruchu, která v poslední době zaznamenala bouřlivý rozvoj, je cykloturistika. V ČR se neustále budují a značí nové cyklostezky a cyklotrasy a také vznikají tematické trasy jako například vinařské stezky na Jižní Moravě podporující poznávání vína a vinařství.

V ČR existuje celonárodní certifikační systém „Cyklisté vítání“, který prověřuje nabídku ubytovacích, stravovacích a dalších služeb vhodných pro turisty na kolech. Zařízení, které splňuje kritéria certifikace je označeno logem „Cyklisté vítání“.

Do aktivního cestovního ruchu se dále řadí zimní a vodácký cestovní ruch. (Srovátková, 2013, s. 26)

2.2.2 Incentivní CR

Incentivní CR slouží jako nástroj ke zvýšení motivace zaměstnanců, obchodních partnerů, dodavatelů a někdy také zákazníků. Mezi nejčastější formy incentivního CR patří zájezdy pro nejlepší pracovníky, lázeňské a wellness pobyty, soutěže a jiné aktivity. (Srovátková, 2013, s. 29)

2.2.3 Venkovský CR

Venkovský CR znamená vícedenní pobyt na venkově spojen s rekreací a pobytem v přírodě. Do venkovského ruchu řadíme agroturistiku, ekoturistiku a ekoagroturistiku.

2.2.4 Kongresový CR

Cílem účastníků kongresového cestovního ruchu je návštěva kongresů, veletrhů, sympózií, konferencí, seminářů, školení nebo výstav.

2.2.5 Veletržní cestovní ruch

Veletrh bývá většinou tematicky zaměřen a slouží prodejčům k prezentaci a kontraktům.

2.2.6 Lázeňský cestovní ruch

Lázeňský CR je součástí zdravotního cestovního ruchu a představuje léčebné činnosti pod dohledem odborníků.

2.2.7 Specifický CR

Do této oblasti zahrnujeme městský CR, gastronomický (kulinářský) CR, cestovní ruch za uměním, vzdělávací CR, náboženský, pracovní CR, politický CR, cestovní ruch specifických skupin, lovecký a pasivní sportovní CR. (Srovátková, 2013, s. 32 – 43)

2.3 Typy cestovního ruchu podle Jakubíkové

Jakubíková (2012, s. 19 - 20) rozděluje cestovní ruch podle různých klasifikačních hledisek a to například na motivaci účasti na CR, platební bilanci státu, délku pobytu, způsob organizace, počet účastníků, věk účastníků, způsob financování, prostředí, intenzita turistických způsob ubytování, dopravní prostředky a stravování.

2.4 Trendy globálního cestovního ruchu (2013/2014)

V roce 2013 došlo k oživení většiny destinací cestovního ruchu. Počet zahraničních cest se zvýšil o celých 5 % (952 milionů výjezdů). Ve srovnání s rokem 2012 to bylo o 40 milionů výjezdů více.

Taktéž vzrostl počet přenocování a cestovních výdajů (o 989 miliard EUR).

V posledních čtyřech letech došlo ke zvyšování podílu letecké dopravy až na 57 %.

Vývoj ubytovacích služeb ukazuje úbytek podílu ubytování v hotelech, přesto má tento druh ubytování stále dominantní postavení.

Dle prognóz na rok 2014 je očekáván růst evropských výjezdů kolem 4 %. (Czechtourism, ©2005-2013)

3 KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Gastronomie je důležitou součástí rozvoje destinací cestovního ruchu na celém světě. Kuchyně navštívené destinace má velký vliv na celkovou spokojenost s dovolenou. (UNWTO, ©2012, s. 6)

V posledních několika letech došlo ke značnému vzrůstu kulinářského cestovního ruchu, který se stal jedním z nejdynamičtějších a nejkreativnějších segmentů cestovního ruchu. (UNWTO, ©2012, s. 5)

O významu kulinářského cestovního ruchu svědčí i pořádání první Evropské konference kulinářského cestovního ruchu, která se konala 3. - 4. března 2011 ve Vídni. Na realizaci se podílela Katedra cestovního ruchu Vysoké školy polytechnické Jihlava a Institut pro management turismu vídeňské univerzity FH Wien University of Applied Science of WKW. Konference se zúčastnilo více než 100 odborníků, např. Erik Wolf, prezident Mezinárodní asociace kulinářského cestovního ruchu a profesor Michal C. Hall, který je autorem řady publikací zaměřených na kulinářský cestovní ruch. Hlavní témata konference byla: regiony a kulinářský cestovní ruch a produkty kulinářského cestovního ruchu, produkty kulinářského cestovního ruchu a jejich prezentace, kulinářský turista a filosofie kulinářského cestovního ruchu.

Michael Hall z University of Canterbury na Novém Zélandu ve své přednášce poznamenal, že turista zaměřený na kulinářství vnímá tyto zážitky jako velký přínos. Také uvedl, že kulinářství může být ekonomickým přínosem pro venkovské oblasti a že kulinářské produkty mohou zvýšit image regionu.

Na závěr své přednášky uvedl prof. Kevin Field z University of Gloucestershire, že když podporujeme kulinářský cestovní ruch, nemusí být toto úsilí zaměřeno pouze na získání michelinských hvězdiček, často může být mnohem zajímavější obyčejná venkovská místní specialita, kterou bude turista vnímat jako kulinářské kulturní dědictví. „*Willi Bode měl správnou filosofii: Dobrým gastronomickým zážitkem může být: kousek chleba, jablko a kousek sýra. Dokud budeme přesvědčeni, že chleba je dobrý a čerstvý, jablko je zralé a sýr dobře uležený a jsme natolik moudří, že to tak vnímáme, a jestli k tomuto jednoduchému jídlu můžeme přidat sklenku vína, kterou s námi vypijí naši přátelé, pak všechny důležité faktory gastronomie byly uspokojeny.*“ (COT business, květen 2011, s. 26 a 27)

Dnešní cestující chtějí více zážitků, mají vyšší příjmy a více volného času na cestování. (UNWTO, 2012, s. 6)

Požadavky turistů lze splnit prostřednictvím kulinářského cestovního ruchu.

3.1 Vymezení pojmů

Jídlo je důležitou součástí cestovního ruchu. Ubytovací, stravovací služby a doprava tvoří tzv. základní služby cestovního ruchu.

S pojmem kulinářský cestovní ruch se poprvé setkáváme v roce 1998 v článku Lucy Long Culinary Tourism – A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness, který byl použit i v její knize Culinary Tourism, která byla vydána v roce 2004. V této době se začínají objevovat publikace s tématem food tourism, které se zabývají fenoménem jídla v cestovním ruchu. (Kotíková, 2013, s. 38)

Pojmy cestování za jídlem, kulinářský a gastronomický cestovní ruch mají stejný význam a znamenají: cestování do specifických destinací za účelem poznávání jídla. Kulinářský cestovní ruch dělá jídlo atraktivnější. (OECD, 2012, s. 19)

V zahraniční literatuře se používá pojem culinary tourism nebo food tourism, méně gastronomy tourism. V roce 2012 doporučila organizace World Food Travel Association používat širší označení food travel místo původně používaného pojmu culinary tourism. (Kotíková, 2013, s. 37)

V české literatuře se setkáváme s označením kulinářský cestovní ruch nebo gastronomický CR, v některých publikacích se můžeme setkat s méně přesným pojmem gurmánský cestovní ruch. (Pásková a Zelenka, 2012, s. 125)

Jelikož označení food travel neboli cestování za jídlem je nepraktické a v České republice minimálně používané, bude v práci preferován pojem kulinářský cestovní ruch. Označení gastronomický cestovní ruch byl vyloučen, jelikož jde o synonymum pojmu kulinářský cestovní ruch a také proto, že se v zahraniční literatuře častěji setkáváme s pojmem kulinářský cestovní ruch než gastronomický cestovní ruch.

3.2 Definice kulinářského cestovního ruchu

Při definování kulinářského cestovního ruchu je třeba rozlišit turistu, který stravování považuje za součást cestování a turistu, jehož aktivity, chování a dokonce výběr destinace ovlivňuje zájem o jídlo.

„ Kulinářský cestovní ruch představuje takovou formu cestovního ruchu, u které je hlavním motivem gastronomie a kulinářské zážitky. Může se jednat o účast na specializovaných gastronomických akcích nebo o zážitky spojené s konzumací, s přípravou a prezentací jídla, seznámení se s gastronomickými tradicemi v dané destinaci. “ (Kotíková, 2013, s. 39)

Definice World Food Travel Association je: *„ The pursuit and enjoyment of unique and memorable food and drink experience, both far and near. “* (World Food Travel Association, ©2012-2013)

Lucy Long ve své knize Culinary Tourism definuje kulinářský cestovní ruch jako mezinárodní objevitelskou účast na akcích týkajících se jídla, které zahrnují konzumaci, přípravu a prezentaci jídla, kuchyní, tradic stolování a stravovací zvyky. (Kotíková, 2013, s. 39)

Hall a Sharples (2003) definují kulinářský cestovní ruch jako výlet do regionu za rekreaci nebo zábavou, který zahrnuje návštěvu primárních a sekundárních výrobců pokrmů, návštěvu gastronomických festivalů, veletrhů jídla, farmářských trhů, předvádění kuchařského umění, ochutnávky kvalitních produktů nebo jiné aktivity související s jídlem. (UNWTO, 2012, s. 6)

Kulinářský cestovní ruch nelze chápat pouze jako cestování do restaurací a návštěvu různých stravovacích zařízení, tedy jako „gurmetský“ cestovní ruch a taktéž je chybou ho zaměňovat s agroturistikou. (Kotíková, 2013, s. 39)

Kulinářský cestovní ruch je moderní trend, pomocí kterého se kuchaři snaží účastníkům CR přiblížit tradiční národní kuchyni. Kulinářské cesty jsou doprovázeny také zážitkem z místa a atmosféry. (Kotíková, 2013, s. 39 - 40)

Kulinářské cesty se bezpochyby staly jedním z nejrozvinutějších produktů této oblasti.

Pro turisty je hlavní motivací atraktivita produktu a služby, která znamená přidanou hodnotu. (UNWTO, 2012, s. 8)

3.2.1 Čtyři typy turistů vyhledávající kulinařský cestovní ruch

Michael Hall rozlišuje čtyři typy turistů, kteří vyhledávají kulinařské cestování.

- ✓ Gurmán – profesionál - vysoký zájem o kulinářství.
- ✓ Gurmán – amatér – vysoký až střední zájem.
- ✓ „Potravinový“ turista – přiměřený a nízký zájem.
- ✓ Znalec potravin – nízký zájem o kulinářství. (OECD, 2012, s. 53)

3.3 Jídlo a pití jako součást cestovního ruchu

Každý musí jíst a turisté nejsou výjimkou. Studie chování turistů ukázaly, že stravování mimo domov je první nebo druhá aktivita, kterou turista při cestování vykoná. Z tohoto důvodu má jídlo velký potenciál a význam pro ekonomický zisk a rozvoj regionu. (UNWTO, 2012, s. 50)

Jak říká šéfkuchař Ferán Adriá, „Gastronomie je nový Rock and Roll“. Gastronomie už dlouho není jenom o jídle a vaření, v posledních letech se stala módou a rozsáhlým tématem konverzací. Jde o mezinárodní a mezikulturní pohyb, který se stal globálním fenoménem, díky masivnímu mediálnímu zpravodajství. (OECD, 2012, s. 116)

3.3.1 Rostoucí zájem o kulinařský cestovní ruch

V této podkapitole budou popsány důvody rostoucího zájmu o kulinařský cestovní ruch.

- Zájem o nevšední a nezapomenutelné zážitky během cestování.
- Seznámení se s tradicemi a stravovacími zvyky místních obyvatel, s kulturou a historií prostřednictvím jídla.
- Kulinařský cestovní ruch je pokládán za součást kulturního cestovního ruchu.
- Zvýšený zájem o zdravý způsob stravování. Zde se setkáváme se zkratkou F.L.O.S.S., což znamená fresh – čerstvý, local – místní, organic – organický, seasonal – sezonní a sustainable – udržitelný. Tyto pojmy jsou spojovány především s tzv. farmářskými trhy. Stále více lidí se zajímá o zdravé potraviny.
- Zájem o slow food, což je opak rozšířeného rychlého stravování. Slow food znamená „pomalé jídlo“, beze spěchu. Hnutí vzniklo v Itálii a má svou pobočku i v ČR. Jídlu je zde přikládána velká důležitost, je připravováno tradičním způsobem,

stylově, s důrazem na místní suroviny a výrobky, obdobné principy se týkají i konzumace. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 59)

- Jídlu, pití, kvalitě stravy a její přípravě je věnována větší pozornost.

(Kotíková, 2013, s. 40 - 41).

Z výsledků výzkumu Gourmet Magazine Travel Association of America (srpen 2006) vyplývá vzrůstající zájem o kulinářský cestovní ruch. Téměř polovina cestujících hlásících se ke kulinářskému cestovnímu ruchu vyhledává tento typ cestování cíleně. Dále bylo zjištěno, že turisté, kteří vyhledávají tento typ cestovního ruchu, jsou ve věku od 35 do 54 let a téměř polovina z nich má vysokoškolské vzdělání. (Kotíková, 2013, s. 40)

Na základě několika studií bylo zjištěno, že turisté navštěvují destinace, které mají dobrou pověst, co se týká kvalitních místních produktů. (UNWTO, 2012, s. 8)

Zvýšený zájem o způsob stravování je také díky televizním pořadům o vaření a řadě známých kuchařů. V zahraničí získali velkou popularitu Jamie Oliver a Gordon Ramsay. V České republice se díky pořadu Ano, šéfe stal velmi oblíbeným Zdeněk Pohlreich. Dalšími populárními kuchaři jsou Roman Vaněk či Emanuel Ridi.

Velký vliv na stravování má také internet. K hojně navštěvovaným webovým stránkám patří právě ty, které jsou zaměřeny na recepty a spotřebitelské recenze různých stravovacích zařízení. (Kotíková, 2013, s. 42)

3.3.2 Význam kulinářského cestovního ruchu dle WFTA

Význam kulinářského cestovního ruchu shrnula World Food Travel Association do několika bodů:

- ✓ Stravování je nezbytnou službou, to znamená, že každý účastník cestovního ruchu se musí nějak stravovat.
- ✓ Stravování se týká všech etnických skupin.
- ✓ Zájem o kulinářský cestovní ruch zahrnuje všechny věkové skupiny.
- ✓ Stravování se týká obou pohlaví.
- ✓ Zájemci o kulinářský cestovní ruch mají vyšší vzdělání.
- ✓ Účastníci kulinářského cestovního ruchu jsou zařazeni do různých příjmových skupin.

Jídlo a cestovní ruch mají silné vazby a vliv na místní rozvoj a ekonomiku.

3.3.3 Zahraníční výzkumy kulinařského cestovního ruchu

V roce 2006 provedla WFTA výzkum, který ukázal, že jídlo a pití je atraktivní hlavně proto, že tato forma cestování může být prováděna po celý rok a není závislá na počasí.

Závěry z této studie jsou:

- Během tří let (2003 - 2006) se 17 % cestujících alespoň jednou zúčastnilo jedné nebo více kulinařských aktivit.
- 60 % cestujících řeklo, že mají velký zájem o výlety zaměřené na kulinařské aktivity nebo aktivity související s vínem.
- Cestující, kteří mají vážný zájem o kulinařský cestovní ruch, jsou movitější a vzdělanější než turisté, kteří tento typ cestovního ruchu nevyhledávají.
- Top destinace pro kulinařský cestovní ruch jsou Itálie, Mexiko, Francie, Karibik, Německo a Kanada.
- Zájemci o kulinařské cestování požadují také zážitky, které se netýkají jídla. Největší zájem je o nakupování, návštěvy muzeí a uměleckých výstav, hazard, návštěvy koncertů a jiných představení. (Travel Market report, ©2005-2013)

3.4 Členění kulinařského cestovního ruchu

Do kulinařského cestovního ruchu lze zahrnout návštěvy podniků veřejného stravování, gastronomických destinací, gastronomických akcí a událostí, gastronomických provozů, gastronomických muzeí, farmářských trhů a kurzů vaření.

3.4.1 Podniky veřejného stravování

Nejčastějším cílem turistů cestujících za kulinařstvím jsou zařízení veřejného stravování.

Luxusní restaurace, které jsou většinou oceněny michelinskou hvězdou, nabízejí exklusivní služby a patří mezi hojně navštěvované podniky. Dalšími vyhledávanými podniky jsou zařízení umístěná v žebříčku nejlepších restaurací, který každoročně sestavuje britský kulinařský časopis Restaurant Magazine. Tyto restaurace nabízí gastronomii i obsluhu na velmi vysoké úrovni. (Kotíková, 2013, st. 44)

3.4.2 Gastronomické destinace cestovního ruchu

Za destinace kulinařského cestovního ruchu považujeme celé státy, určité regiony, ale i menší lokality. K nejvýznamnějším destinacím kulinařského cestovního ruchu beze sporu patří Mexiko, Francie, Itálie, případně Japonsko a Indie. Některé studie dokazují, že místní jídlo je jedním z faktorů při vytváření image destinace. V České republice je významnou destinací kulinařského cestovního ruchu Jižní Morava, ovšem potenciál pro rozvoj kulinařského cestovního ruchu mají i jiné oblasti. (Kotíková, 2013, s. 45)

3.4.3 Gastronomické akce a události

Gastronomické akce a události, které zvyšují návštěvnost a ovlivňují image destinace, mají podle odhadu největší dopad na cestovní ruch. Mezi gastronomické akce řadíme např. vinobraní a pivní festivaly. Menší akce jsou pořádány za účelem prezentace regionálních gastronomických produktů – košty místních pálenek, dny švestkových nebo borůvkových knedlíků a další.

Mezi největší Food festivaly na světě patří Slow Food Movement's biennial v Turíně, Hokitika's Wild Food Festival na Novém Zélandu, St. Moritz Gourmet Festival ve Švýcarsku, Aspen Food and Wine v Coloradu v USA nebo Festival Gourmet International v Mexiku.

Největší a nejznámější festival v České republice je Prague Food Festival. (Kotíková, 2013, s. 47).

V květnu 2014 se bude konat již 8. ročník Prague Food Festivalu a opět nabídne vynikající pokrmy, představí nejlepší šéfkuchaře a špičkové podniky.

Podle některých restaurátérů a hoteliérů je o gastronomické akce stále větší zájem a také se shodují na tom, že organizace těchto akcí může kladně ovlivnit zisk podniku. Někteří provozovatelé gastronomických zařízení vidí v pořádání akcí potenciál, jak oslovit a přilákat zákazníky a tím zvýšit své tržby. (COT business, březen 2014, s. 35)

Zahraniční výzkumy dokazují, že kulinařské akce mohou mít pozitivní vliv na ekonomiku. Například Charleston Wine and Food Festival v USA generoval v roce 2011 rekordních 7,3 milionu USD, tedy o 2 miliony USD více než v roce 2010. Studie zjistily, že turista ve městě utratil průměrně 764 USD. Více jak 80% turistů cestovali do Charlestonu právě kvůli tomuto festivalu. (UNWTO, 2012, s. 30)

3.4.4 Gastronomické provozy a výroby

Do této oblasti se řadí exkurze v potravinářských provozech, které bývají spojeny s ochutnávkou, prohlídky palíren, čokoládoven, pivovarů, návštěvy malých zemědělských farem s ukázkou výroby sýrů a dalších domácích produktů. V České republice jsou nejčastěji navštěvovány pivovary a vinné sklepy. (Kotíková, 2013, s. 46)

3.4.5 Gastronomická muzea

Gastronomická muzea mohou být úzce specializována, např. Muzeum chleba v Ulmi v Německu nebo obecně zaměřena, jako např. Gastronomické muzeum v Praze. (Kotíková, 2013, s. 46)

3.4.6 Farmářské trhy

Farmářské trhy slaví v posledních letech úspěch. Lidé zde chodí nakupovat, aby podpořili malé zemědělce, ale také kvůli čerstvým a převážně regionálním potravinám.

Farmářské trhy se u nás začaly objevovat v roce 2010 a od té doby jejich počet roste a oblibenost ze strany návštěvníků se neustále zvyšuje. (Kotíková, 2013, s. 47)

Vývoj farmářských trhů v České republice sleduje server vitalia.cz. V roce 2010 bylo v České republice 33 pravidelných týdenních trhů, na konci roku 2011 to bylo 115 a na konci roku 2012 to bylo 90 pravidelných týdenních trhů. Počet trhů konaných v jiném než týdenním rytmu vzrostl z 12 z roku 2010 na 68 z roku 2012. Třetina farmářských trhů se koná v Praze.

K poklesu pravidelných týdenních trhů došlo kvůli podvodníkům, kteří se chtěli na farmářských trzích obohatit. Z tohoto důvodu vznikla Asociace farmářských trhů, která farmářským trhům určuje pravidla. Hlavním posláním asociace je podporovat kvalitní rozvoj farmářských trhů, informovat o jejich principech, radit a vzdělávat členy AFT, podporovat prodej tuzemských potravin apod. (Vitalia.cz, ©2009-2014)

3.4.7 Kurzy vaření

Kurzy vaření mohou být produktem kulinařského cestovního ruchu. Kurzy vaření se staly oblíbené i díky populárním šéfkuchařům, množství vydávaných kuchařek a existenci webových stránek zaměřených na gastronomii. Pokud jde o mimořádně zajímavý kurz, zájemci jsou ochotni cestovat i do zahraničí.

3.5 Gastronomie na seznamu kulturního dědictví UNESCO

Gastronomie je chápána jako součást kulturního dědictví a dokládá to i fakt, že v roce 2010 byla na seznam světového dědictví UNESCO zapsána francouzská kuchyně, mexická kuchyně, středomořská kuchyně a perníkářství v severním Chorvatsku. (Kotíková, 2013, s. 48)

3.5.1 Francouzská gastronomie

Francouzská gastronomie je společenským rituálem, kterým Francouzi slaví důležité okamžiky v životě jako je svatba, narozeniny a další. Důležitou součástí je kvalitní výběr surovin, úroveň stolování a soulad pokrmů s vínem. Jídlo je podáváno v několika chodech v daném pořadí. (Kotíková, 2013, s. 48)

3.5.2 Tradiční mexická kuchyně

V kuchyni Mexičanů se využívají tradice a zvyky předků. Nejčastěji používanými potravinami jsou fazole, chilli a kukuřice, dále pak rajčata, avokádo, kakao a vanilka. Unikátní je samotná příprava jídla a používání mlecích kamenů a kamenných hmoždířů. (Kotíková, 2013, s. 48)

3.5.3 Středomořská kuchyně

Středomořská kuchyně vychází ze znalostí postupů. Skládá se především z olivového oleje, obilovin, ovoce a zeleniny, ryb, mléčných výrobků a masa. Jídlo je doplněno vínem nebo čajem. Stravování v Itálii, Španělsku, Řecku a Maroku představuje společenskou událost, proto je nedílnou součástí místních slavnostních událostí. (Kotíková, 2013, s. 49)

3.5.4 Perníkářské řemeslo v severním Chorvatsku

Na výrobu perníků jsou používány stejné suroviny. Liší se tvarem, barvami, zdobením a motivy. Perníky se pekly u příležitosti svateb, kdy na nich byla napsána jména novomanželů a datum svatby. Je zajímavé, že dříve se tomuto řemeslu věnovali spíše muži. V poslední době je výroba perníků spíše záležitostí žen. Tato tradice se dědí z generace na generaci. (Kotíková, 2013, s. 49)

3.6 Kulinařský cestovní ruch v České republice

Česká republika má potenciál pro rozvoj kulinařského cestovního ruchu díky tradici pivovarnictví a vinařství a také regionálním a tradičním pokrmům. (Kotíková, 2013, s. 50)

3.6.1 Pivovarnictví

Pivo je nejoblíbenější nápoj v České republice a má dlouholetou tradici. V druhé polovině roku 2012 ho mimo domov konzumovalo 83 % Čechů. (COT business, červenec / srpen 2013, s. 22)

Pivní turismus neboli cestování po pivovarech, minipivovarech, festivalech a pivních událostech, zažívá v posledních letech velký rozkvět. Pivovary investují do různých zážitkových prohlídek. Největší zájem je o návštěvu pivovarů Plzeňského prazdroje. (COT business, červenec / srpen 2012, s. 66)

Myšlenka pivního turismu byla převzata z Německa, kde mají s tímto druhem turismu velké zkušenosti. Pivní turismus ovšem není výsadou pouze velkých pivovarů, ale stále častěji se objevují nové rodinné minipivovary.

V České republice se staly velmi oblíbené pivní lázně, které nabízejí různé terapie, masáže, koupele v pivu a samozřejmě neustálou konzumaci piva. (COT business, červenec / srpen 2012, s. 72)

Pivovary a pivní akce jsou fenoménem, který významným způsobem ovlivňuje cestovní ruch. (COT business, červenec / srpen 2012, s. 74)

3.6.2 Vinařství

Podle průzkumů pijí víno alespoň tři čtvrtiny dospělých Čechů. Průměrná roční spotřeba na osobu se v roce 2012 poprvé vyhoupla na hranici 20 litrů. (COT business, červenec/srpen 2013 s. 21)

I v cestovním ruchu se musí neustále inovovat a s tím souvisí vytváření nových produktů cestovního ruchu.

S projektem spojení cykloturistiky a poznání vinařských regionů přišla nadace Partnerství a vznikly moravské vinařské stezky. (COT business, červenec / srpen 2013, s. 16)

V roce 2010 byla představena novinka, tzv. Winecaching, což znamená kombinaci vinařské turistiky s geocachingem, který je velmi oblíbený v celé Evropě. (COT business, červenec / srpen 2013, s. 21)

Další novinkou jsou degustační bedýnky. Konzument si objedná degustační bedýnku, která mu bude doručena domů. Teprve až po otevření bedýnky zákazník zjistí, jaké víno a od kterého vinaře ochutnává. Vinaři si bedýnky chválí, jelikož jim přivedly nové zákazníky.

S rozmachem chytrých telefonů vznikla aplikace Víno na dotek, pomocí které si může zákazník zjistit veškeré podrobnosti o víně, které právě ochutnává. (COT business, červenec / srpen 2013, s. 21)

3.6.3 Tradice

Gastronomické produkty jsou nedílnou součástí nejen trhů, jarmarků, hodů, poutí, vinobraní, chmelobraní, dožínek, ale i výlovů rybníků, městských slavností, historických slavností, svátků a podobně. V České republice se v posledních letech staly populárními svatomartinské hody, na kterých je podávána tradiční svatomartinská husa a mladé svatomartinské víno. (Kotíková, 2013, s. 51)

Podle výzkumu agentury CzechTourism se o poznání tradic v navštívené destinaci zajímají až tři pětiny Čechů. Největší zájem je o tradiční řemesla a výrobky (46 procent), lidovou architekturu (45 procent) a místní gastronomii (43 procent). (Czechtourism, ©2005-2013)

4 POUŽITÉ ANALYTICKÉ METODY

V této kapitole budou uvedeny teoretické poznatky marketingového výzkumu a SWOT analýzy, které budou v práci využity.

4.1 Marketingový výzkum

Účelem marketingového výzkumu je umožnit organizaci zhodnotit svoji současnou výkonnosti a identifikovat příležitosti.

Rozlišujeme dva typy marketingového výzkumu

- Kvantitativní – znamená fakta a čísla, statistické údaje.
- Kvalitativní – dojmy, názory a postoje zákazníka. (Horner a Swarbrooke, 2003, s. 420)

4.2 SWOT analýza

SWOT analýza je často využívanou metodou pro identifikace klíčových položek, která hodnotí čtyři oblasti a to silné stránky (strengths), slabé stránky (weaknesses), příležitosti (opportunities) a hrozby (threats). Silné a slabé stránky jsou interní faktory a příležitosti a hrozby jsou externí faktory. SWOT analýza je využívána při vytváření firemní obchodní strategie. (Palátková, 2013, s. 62)

Závěrečné zhodnocení teoretické části:

V teoretické části byly vysvětleny klíčové pojmy, cestovní ruch a kulinářský cestovní ruch. Byl popsán systém CR a také typologie CR. Kulinářský cestovní ruch byl představen jako důležitá součást CR. Dále bylo rozebráno členění kulinářského cestovního ruchu a krátce popsán kulinářský cestovní ruch v České republice. Na závěr jsou vysvětleny použité analytické metody a to marketingový výzkum a SWOT analýza.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 PROJEKTY A INSTITUCE PODPORUJÍCÍ KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH

V současné době se kulinářský cestovní ruch stává velmi oblíbeným a vyhledávaným typem cestovního ruchu. Lidé se více zajímají o kulinářství, o způsoby a možnosti stravování, o regionální pokrmy a další gastronomické produkty. Z tohoto důvodu bude na úvod praktické části uvedeno pár informací o organizaci World Food Travel Association, která se zabývá kulinářským cestovním ruchem, dále bude uvedeno pár informací o certifikátech a projektech, jejichž úkolem je podpora a propagace kulinářství. Projekty budou rozděleny podle toho, v jakých médiích byly publikovány. Na závěr budou představeny nejznámější food festivaly v České republice a nejvýznamnější akce v krajích.

5.1 World Food Travel Association – WFTA

Organizace WFTA byla založena v roce 2003 Erikem Wolfem pod názvem International Culinary Tourism. V roce 2012 byla přejmenována na World Food Travel Association.

Důvodem pro založení byl rozvoj kulinářského cestovního ruchu. WFTA se především zaměřuje na výzkum a vzdělávání, podporuje rozvoje a propagaci kulinářského cestovního ruchu.

Kromě toho existují regionální instituce, které působí v oblasti kulinářského cestovního ruchu např. Ontario Culinary Tourism Alliance nebo Alberta Culinary Tourism Alliance. (Kotíková, 2013, s. 49 - 50)

5.2 Certifikace

V této kapitole budou představeny nejznámější certifikáty, které jsou udělovány českým restauracím na základě určitých kritérií a jejichž hlavním úkolem je propagace kulinářství. Jde o projekty Czech Special a Stezky dědictví.

5.2.1 Ochutnejte Českou republiku – Czech Specials

Projekt Czech Specials funguje od roku 2010 a vznikl z důvodu zachování tradic a národního jídla jako třeba svíčková na smetaně, husí játra s mandlemi nebo dukátové buchtíčky. Za vznikem stojí Asociace hotelů a restaurací ČR, Asociace kuchařů a cukrářů ČR a agentura CzechTourism. Cílem projektu je přilákat turisty do regionů v České republice a před-

stavit kuchařské speciality a tradiční pokrmy. Logem Czech Specials jsou označeny restaurace, které nabízejí typická česká jídla z čerstvých a kvalitních surovin.

Projekt Czech Specials má silnou mediální podporu a to jak u nás, tak v zahraničí. Logo CzechSpecial se začalo dostávat už i do povědomí zahraničních návštěvníků. (COT business, červenec / srpen 2013, s. 2)

5.2.2 Stezky dědictví

Projekt organizace ECEAT – European Centre for Ecology and Tourism propaguje a rozvíjí unikátní kulturní a přírodní dědictví a snaží se obnovit českou gastronomii.

Cílem projektu Stezky dědictví je nabídnout domácím i zahraničním návštěvníkům to nejlepší z regionální gastronomie. Do projektu jsou dle určitých kritérií zařazovány podniky, které nabízí regionální speciality. (Stezky dědictví, ©2010)

5.3 Projekty podporující kulinářský cestovní ruch

Dále bude uvedeno pár informací o projektech podporujících kulinářský cestovní ruch, které budou rozděleny podle médií, ve kterých byly publikovány.

5.3.1 Televize

Nejnámější projekty, které byly představeny na televizních obrazovkách, jsou Toulavá kamera ochutnává Česko a kuchařské televizní pořady Ano, šéfe, MasterChef, Na nože a s Italem v kuchyni.

České kuchařské televizní pořady lákají k obrazovkám miliony lidí a jejich sledovanost neustále roste. V kuchařských pořadech je preferováno vaření z čerstvých a kvalitních surovin.

Toulavá kamera ochutnává Česko

Pořad Toulavá kamera ochutnává Česko, vznikl ve spolupráci agentury Czech Tourism a České televize. Cílem projektu je představení jednotlivých regionů a jejich tradičních pokrmů. V pořadu se dozvíme vše o vzniku pokrmu a rozdílu mezi výrobou dnes a dobou, kdy se pokrm začal vyrábět. (CzechSpecials, ©2009-2014)

Sledovanost pořadu Toulavá kamera ochutnává Česko

První díl pořadu Toulavá kamera ochutnává Česko se vysílal 7. července 2010 a pak každou středu až do 25. srpna 2010. V tomto období bylo vysíláno 8 dílů, které sledovalo průměrně 684 tisíc dospělých diváků, z toho 399 tisíc žen starších 15 - ti let a 285 tisíc dospělých mužů. Divácky nejzajímavějším se stal druhý díl Český ráj a Střední Morava, který sledovalo 723 tisíc dospělých, naopak nejméně sledovaným byl díl pátý Severní Morava a Šumava. Pořad vyhledávají spíše starší diváci s vyšším vzděláním. Z hlediska spokojenosti diváků dostal pořad průměrnou známku 9, což značí velmi vysokou spokojenost.

Dalších sedm dílů odvysílala Česká televize od 22. července 2011 do 2. září 2011, které sledovalo průměrně 619 tisíc dospělých diváků. Divácky nejoblíbenějším se stal díl Zlínský a Moravskoslezský kraj, jehož sledovanost byla 739 tisíc dospělých diváků, nejméně oblíbeným se stal díl Karlovarský kraj a Vysočina, který sledovalo 564 tisíc diváků starších 15 – ti let. Stejně jako předchozí sérii i tuto sledovali především starší lidé s vyšším vzděláním. Z hlediska divácké spokojenosti pořad dostal průměrnou známku 8, 6, což značí špičkovou diváckou spokojenost. (Česká televize, ©1996-2014)

Ano, šéfe!

FTV Prima začala v roce 2011 vysílat pořad Ano, šéfe s populárním šéfkuchařem Zdeňkem Pohlreichem a již od začátku vysílání ukazoval vysokou sledovanost. Ano, šéfe patří mezi nejúspěšnější pořady televize Prima, který pomohl zviditelnit českou gastronomii. 19. listopadu 2012 byla sledovanost mimořádně vysoká a to 1,1 milionu dospělých diváků. Průměrná sledovanost je 765 tisíc diváků. (FTV Prima, ©2014)

MasterChef

Kuchařská show MasterChef se stala celosvětovou legendou, v Británii ji proslavil šéfkuchař Gordon Ramsay. TV Nova pořad uvedla na podzim 2012. Jde o soutěž amatérských kuchařů, kteří na základně určitých kritérií připravují jídla, jež hodnotí odborná porota.

Kluci v akci

Kluci v akci je kuchařská show Filipa Sajlera a Ondřeje Slaniny, kteří divákům ukazují přípravu jídel v podání profesionálních kuchařů. Ondřej Slanina se na Českobudějovickém gastrofestu v roce 2013 stal druhým nejlepším kuchařem České republiky. (Česká televize, ©1996-2014)

Na nože

Kulinářská reality show šéfkuchaře Zdeňka Pohlreicha Na nože byla vysílána v roce 2010. První díl zhlédlo 696 tisíc diváků. V porovnání v pořadem Ano, šéfem nebyla sledovanost kuchařské show příliš veliká. Pořad Na nože je o tom, že porota vybere z řad nadšených amatérských kuchařů ty nejlepší, kteří soutěží o finanční výhru. (Prima-web.com, ©2007-2014)

S Italem v kuchyni

Pořad s Italem v kuchyni s šéfkuchařem Emanuele Ridi, začala vysílat TV Prima v roce 2009. Průměrná sledovanost pořadu je 412 tisíc lidí. (Tyden.cz, ©2006)

K velmi známým a oblíbeným zahraničním kuchařům patří např. Jamie Oliver a Gordon Ramsay.

5.3.2 Internet

Na internetu je propagován projekt Ochutnejte Moravu.

Za projektem Ochutnejte Moravu stojí Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava, která se již delší dobu snaží o rozvoj regionální gastronomie. Lidé mohou posílat tradiční moravské recepty, které jsou umístěny na internetových stránkách www.ochutnejtemoravu.cz.

5.3.3 Rádio

V rádiu je publikován projekt Dobrou chuť, Česko!

Rozhlasový týdeník Dobrou chuť, Česko připravila agentura CzechTourism ve spolupráci s Českým rozhlasem. Cílem je propagace restaurací, kterým byla udělena certifikace CzechSpecials. (CzechSpecials, ©2009-2014)

5.4 Food festivaly

V České republice je pořádáno mnoho food festivalů, z nichž nejznámější jsou Prague Food Festival, Moravia Food Festival a Grand Restaurant Festival.

5.4.1 Prague Food Festival

Prague Food Festival je největší a neznámější tří denní svátek jídla v České republice, který pořádá Pavel Maurer. V květnu se bude konat již 8. ročník, který představí nejlepší šéf-

kuchaře a špičkové podniky z celé České republiky. Letos poprvé se zúčastní i regionální top restaurace z celostátní ankety Maurerův výběr Grand Restaurant 2014. Na festivalu mohou návštěvníci ochutnat menu od šéfkuchařů, kteří byli oceněni michelinskou hvězdou (Oldřich Sahajdák, Roman Paulus) či anketou Grand Restaurant (Petr Fučík, Pavel Sapík).

(Prague Food Festival, ©2014)

Prague Food Festival zaznamenává každoroční zvyšující se návštěvnost. První ročník se pořádal v roce 2007 a navštívili ho 8 000 účastníků, další rok to bylo 12 tisíc, v roce 2009 festival navštívilo 15 tisíc lidí.

V roce 2012 se konal 6. ročník festivalu, který navštívilo 18 358 hostů.

V loňském roce mělo o účast na festivalu zájem přes 18 tisíc návštěvníků, kteří mohli ochutnat speciality 24 nejlepších a nejzajímavějších restaurací, setkat se s vyhlášenými sommeliéry, barmany a producenty nápojů a potravin. Hitem 7. ročníku byla sýrová zmrzlina, velký úspěch slavila i tvarůžková cukrárna nabízející slané moučníky z Olomouckých syrečků. Také se zde objevila Blanka Milfaitová, která vyrábí nejlepší marmeládu na světě. Hosté tohoto ročníku ochutnali 180 kg sýrů Sedlčanský, vypili přibližně 9 300 sklenic piva, 120 litrů citronády, 68 litrů citrónovo – mátového čaje, 548 lahví vína z prestižního moravského vinařství SPIELBERG a zakoupili 1000 ks vítězné citronové marmelády. (Prague Food Festival, ©2014)

5.4.2 Moravia Food Festival

Moravia Food Festival je největší gastronomický festival na Moravě, který se koná v Kroměříži. Na Moravia Food Festival se sejdou nejlepší kuchaři z Jihomoravského, Olomouckého a Zlínského kraje. Cílem je prezentace špičkových podniků, jejichž degustační pokrmy mohou návštěvníci ochutnat.

Letošní 4. ročník se bude konat 23. - 25. května v Kroměříži v areálu hotelu Octárna, kde se bude prezentovat 8 moravských měst a 8 špičkových restaurantů. (Moravia Food Festival, ©2011)

5.4.3 Grand Restaurant Festival

Podstatou Grand Restaurant Festivalu je prezentace kulinářského umění nejlepších a nejzajímavějších restaurací z celostátní ankety Maurerův výběr Grand Restaurant. V průběhu několika dní se ochutnávají pokrmy vybraných restaurací za festivalové ceny ve 30 měs-

tech po celé České republice. Účast hostů na festivalu neustále roste. V roce 2010 se zúčastnilo 15 restaurací, v roce 2014 to bylo 83 nejlepších restaurací. V letošním roce se festivalu zúčastnilo 28 560 hostů a největší zájem byl v Praze. Letošní průměrná návštěvnost na restauraci vzrostla oproti roku 2013 z 303 návštěvníků na restauraci na 341. V roce 2014 byl největší zájem o michelinskou restauraci La Degustation Bohême Bourgeoise, která byla vyprodána během 2 minut od začátku předprodeje.

Na letošním ročníku bylo představeno několik novinek a to Singles Mňam Bus a Tajný Mňam Bus, kterými zájemci cestovali po nejlepších pražských podnicích, avšak do poslední chvíle nevěděli, kam pojedou a ani jaké menu pro ně bude připraveno. Zájem byl taktéž o dvoudenní výlet Mňam Vlakem. (Grand Restaurant Festival, 2014; life.ihned.cz, ©1996-2014)

Průvodce Maurerův výběr Grand Restaurant

Maurerův Výběr Grand Restaurant je v současné době jediný průvodce nejlepšími a nejzajímavějšími restauracemi v České republice.

K nejlepším restauracím podle aktuálního žebříčku patří restaurace Piano Nobile, La Degustation Bohême Bourgeoise, Radisson Blu hotel, Alcron, Bellevue, Kalina, Promenáda, Le Terroir.

Anketu GRAND RESTAURANT založil Pavel Maurer, který od roku 1997 vydává průvodce českých restaurací Maurerův výběr Grand Restaurant. V článku lednového vydání časopisu COT business hovoří o stále výraznějším trendu lokální gastronomie. „*Je to směr, kterým se restaurace ubírají. Ty nejlepší restaurace ve Francii, Itálii nebo v jiných zemích nejsou jen v těch největších městech,*“ řekl Maurer. V rozhovoru vyzdvihuje restauraci Piano Nobile, vítěze ankety Grand Restaurant, která se snaží o maximální využití místních surovin. Hotel Chateau Mcely, který restauraci provozuje, využívá bylinky a další produkty vypěstované na vlastní zahrádce. Dokonce plánuje vlastní výrobu medu a spížirny na sušení šunky. (COT business, leden 2014, s. 75)

Jak uvádí Pavel Maurer, za dobu provozování ankety se úroveň podniků pomalu zlepšuje. Podle jeho slov je právě pomalý vývoj způsoben tím, že Češi nemají k jídlu vztah tak jako třeba Francouzi nebo Italové. (COT business, leden 2014, s. 75)

5.5 Nejvýznamnější akce dle krajů

Po celé České republice je organizováno mnoho gastronomických akcí. V této kapitole budou zmíněny nejzajímavější akce v krajích.

Nejvýznamnější akcí v Královéhradeckém kraji je Vinobraní na Kuksu, na Vysočině je to Festival vína, v Karlovarském kraji Food Festival Karlovy Vary, v Jižních Čechách jsou to Slavnosti piva v Táboře a českobudějovický Gastrofest. Ve východních Čechách je nejvýznamnější gastronomickou akcí gastronomické slavnosti Magdaleny Dobromily Rettigové a v Ústeckém kraji Dočesná v Žatci. V Plzeňském kraji je největší akcí Appetit Festival. Nejvýznamnější gastronomickou akcí v Jihomoravském kraji je Mikulov gourmet festival, ale nesmíme zapomenout na Slavnosti chřestu v Ivančicích, na které se sjíždějí hosté z celé České republiky.

Chut' Jeseníků a Ochutnejte Jeseníky, patří k nejvýznamnějším akcím v Olomouckém kraji, v Moravskoslezském kraji je gastrofestival Jak šmakuje Moravskoslezsko.

Nejnavštěvovanější akcí na východní Moravě jsou Slovácké slavnosti vína v Uherském Hradišti, ale z hlediska jídla a regionálních produktů je nejvýznamnější akcí Karlovarský gastrofestival ve Velkých Karlovicích. (COT business, červenec/srpen 2013, s. 7 - 11)

6 ANALÝZA ZÁJEZDŮ ZAMĚŘENÝCH NA KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Na začátku této kapitoly bude krátce popsána zaměstnanost v cestovním ruchu a počet cestovních kanceláří a agentur v České republice. Poté bude analyzována nabídka kulinařských zájezdů na českém a rakouském trhu. V poslední části bude vyhodnocen marketingový výzkum.

6.1 Cestovní ruch v České republice

Následující tabulka uvádí příjmy a výdaje z cestovního ruchu v České republice.

Tabulka 1 Příjmy a výdaje na cestovní ruch v ČR

	2010	2012
Příjmy z CR	5 377 mil. EUR	5 480 mil. EUR
Výdaje na CR	3 069 mil. EUR	3 345 mil. EUR

(ČSÚ, ©2014)

6.1.1 Zaměstnanost v cestovním ruchu

V roce 2012 zaměstnávalo odvětví CR 231,1 tisíc osob, tj. 4,6 % z celkové zaměstnanosti ČR. V oborech charakteristických pro CR pracovalo 72, 2 % osob, jednalo se především o ubytovací služby, pohostinství, osobní dopravu, cestovní kanceláře, kulturní, sportovní a jiné rekreační služby.

Podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti v ČR je velmi podobný i v Německu, Nizozemí, Finsku. Francie má podíl zaměstnanosti v CR na celkové zaměstnanosti 4,9 % a Slovensko 5,3 %. Nejvyšší hodnoty ukazují Španělsko (11,5 %) a Portugalsko (8,2 %). (ČSÚ, ©2014)

6.1.2 Počet cestovních kanceláří a agentur v ČR

V roce 2012 bylo v České republice 2 130 cestovních kanceláří a agentur, ve kterých pracovalo 12 097 osob. Na konci roku 2012 bylo v ČR 1 501 koncesovaných cestovních kanceláří. Největšími společnostmi podle počtu zaměstnanců jsou Student Agency, Invia, American Express, OC Tours a BCD Travel. (ECTAA, ©2013)

6.2 Analýza nabídky kulinářských zájezdů českých CK a CA

V této kapitole budou popsány kulinářské zájezdy nabízené českými CK a CA.

Na začátku budou krátce popsány tři české cestovní kanceláře, které nabízejí nejvíce kulinářských zájezdů a bude porovnána jejich nabídka, včetně srovnání kulinářských zájezdů organizovaných po České republice.

Dále budou srovnány dva kulinářské zájezdy do oblasti Toskána, které nabízí CK GEOPS a CA Pivo a víno. Tyto dvě organizace byly vybrány právě proto, že nabízejí nejvíce kulinářských zájezdů a jsou konkurenti.

Poté bude provedeno porovnání dvou kulinářských zájezdů CK ČEBUS a CK Geops. Důvodem výběru těchto dvou CK byl, že CK GEOPS nabízí mnoho kulinářských zájezdů, na rozdíl od CK ČEBUS, která nabízí pouze několik zájezdů.

V kapitole bude taktéž uvedeno několik cestovních kanceláří, které nabízejí pouze několik kulinářských zájezdů.

V České republice je pouze jedna cestovní kancelář, která nabízí výhradně kulinářské zájezdy a to cestovní kancelář Culinaria Travel. Další organizací, v jejíž nabídce najdeme převážně kulinářské zájezdy, je CA Pivo a víno. CK Geops má do nabídky zahrnuto mnoho kulinářských zájezdů.

Informace o cestovních kancelářích a cestovní agentuře jsem získala z jejich internetových stránek.

6.2.1 CK CULINARIA TRAVEL

CK Culinaria Travel je první česká cestovní kancelář nabízející zájezdy s poznáváním kulinářských destinací světa. Cestovní kancelář je na trhu od roku 2010 a sídlí v Praze.

- Nabízí pouze zájezdy za kulinářským cestovním ruchem.
- Zájezdy pro dvojice nebo menší skupiny s pestrým programem.
- Exkluzivní produkty s nejvyšší kvalitou, ubytovací, stravovací služby, doprava.
- Ubytování v exkluzivních a netradičních zařízeních lokálního charakteru. Většina zájezdů je organizována s využitím letecké přepravy, u některých je možná vlastní doprava.

- Kvalifikovaní průvodci na cestách.
- CK sestaví klientům zájezd na míru přesně podle přání zákazníka. Spolupracuje s renomovanými vinaři, šéfkuchaři, restauracemi dalšími specialisty.
- CK se zaměřuje na pořádání zájezdů do Itálie, po České republice, do Francie, Řecka, Španělska, Rakouska, Portugalska, Jižní Ameriky, Mexika, USA, Maroka, Indie, Číny, Thajska a Turecka.
- 1075 fanoušků na facebooku, pravidelné aktuality, novinky, články. (Culinaria Travel, ©2012)

Jelikož bude práce zaměřena na evropský trh, zájezdy do mimoevropských zemí nebudou analyzovány.

CK Culinaria Travel nabízí exkluzivní zájezdy spíše movitějším klientům, jelikož jsou poměrně finančně nákladné. CK Culinaria Travel se ovšem zaměřuje na to nejlepší, co může nabídnout, jako například vaření s michelinskými kuchaři, lov lanýžů, jejichž cena může být až 15 000 Kč za 100g a hned po kaviáru patří k druhé nejdražší pochoutce, ubytování v luxusních hotelech, návštěvy předních výrobců tradičních pokrmů a nápojů, návštěvy nejlepších restaurací světa a dalších atraktivit.

V porovnání s cenami zájezdů CA pivo a víno a CK Geops jsou zájezdy CK Culinaria Travel dvakrát dražší a většinou s využitím letecké přepravy. CK Culinaria Travel nemá s výjimkou zájezdů po České republice konkurenci. Zaměřuje se na trochu jinou cílovou skupinu než CA pivo a víno a CK GEOPS. (Culinaria Travel, ©2012)

6.2.2 CA PIVO A VÍNO

CA Pivo a víno vznikla v roce 2012 se sídlem v Brně a nabízí převážně kulinářské zájezdy, ale i zájezdy, které s kulinářstvím nesouvisí.

- CA spolupracuje s nejlepšími provozovateli ubytování, stravování a dalších služeb.
- CA nabízí zájezdy za pivem, ubytování v pivovarech, pivní lázně, zájezdy za vínem, ubytování ve sklípcích, vinné lázně, cyklistické zájezdy, romantické pobytové balíčky, gastronomické zájezdy, pobytové balíčky s

wellness, eurovíkendy, zájezdy pro seniory nad 55 let, pobyty na Jižní Moravě, zájezdy pro kolektivy, last minutové zájezdy.

- 1766 fanoušků na facebooku, každodenní aktualizace, přidávání novinek. (Pivo a víno.cz, 2014)

6.2.3 CK GEOPS

CK GEOPS je na trhu již 24 let a sídlí v Praze. CK má v nabídce mnoho kulinářských, ale i jinak zaměřených zájezdů.

- CK poskytuje ubytovací, stravovací služby, dopravu a další služby.
- Ocenění AČCKA za Katalog roku 2013 v kategorii poznávací zájezdy – 3. místo.
- Udělen certifikát CA Invia.cz za rok 2011 v kategorii Volba klientů.
- Široká nabídka poznávacích zájezdů, zájezdů do termálních lázní a wellness, zájezdy na evropské slavnosti, zájezdy s turistikou a cykloturistikou, pobyty u moře s výlety, eurovíkendů, dalekých cest, zájezdů za vínem a gastronomií, za uměním a architekturou, zájezdy do národních parků a zahrad, last minutové zájezdy.
- 263 fanoušků na facebooku, minimální využívání tohoto média. (CK GEOPS, ©2008-2014)

Jelikož tyto tři organizace nabízí nejvíce kulinářských zájezdů, v následující tabulce budou porovnány počty kulinářských zájezdů dle zemí a také, zda se jedná o kulinářský zájezd nebo o doplňkový kulinářský zájezd. Kulinářský znamená, že primární motivace je poznávání kulinářských specialit dané země. Doplňkovým se rozumí poznávací zájezd, který doplňuje poznávání jídla a nápojů dané země (např. exkurze v pivovaru a ochutnávka piva, návštěva vinného sklepa s ochutnávkou).

Analýza byla zaměřena na kulinářské zájezdy organizované pouze v rámci Evropy, tudíž do následující tabulky nebyly zahrnuty kulinářské zájezdy mimo Evropu.

Tabulka 2 Srovnání počtu zájezdů CK Culinaria Travel, CA Pivo a víno a CK Geops

	Culinaria Travel			CA Pivo a víno			CK GEOPS			celkový počet zájezdů
	celkový počet zájezdů	kulinářský	doplňkový	počet zájezdů	kulinářský	doplňkový	počet zájezdů	kulinářský	doplňkový	
Itálie	21	21		20	20		16	5	11	57
Česká republika	9	5	4	18	18		3	1	2	30
Francie	2	2		31	31		18	9	9	51
Portugalsko	1	1		7	7		1		1	9
Řecko	1	1								1
Španělsko	19	19		5		5	3	0	3	27
Německo				13	13		5	3	2	18
Rakousko				22	21	1	11	6	5	33
Maďarsko				29	8	21	12	4	8	41
Bulharsko				1	1					1
Švýcarsko				4	3	1	1	1		5
Belgie				2	1	1				2
Irsko				1	0	1				1
Slovensko				3	3		1	1		4
Nizozemí				4	4					4
Chorvatsko				1	1					1
Bělorusko				1		1				1
Velká Británie				1	1					1
Celkem	53	49	4	163	132	31	71	30	41	287

(Vlastní zpracování)

CK Culinaria Travel, CA Pivo a víno a CK GEOPS nabízí celkem 289 zájezdů, z toho 211 kulinářských a 78 doplňkových.

CK Culinaria Travel pořádá 55 kulinářských zájezdů, CA Pivo a víno 163 kulinářských zájezdů a CK Geops 71 zájezdů.

Nejvíce zájezdů se pořádá do Itálie a následně do Francie, což je pochopitelné, jelikož Itálie a Francie jsou kulinářské velmoci s vyhlášenou gastronomií. Do Itálie se většinou cestuje za ochutnáváním sýrů, šunky, olivového oleje, pizzy, čokolády, vín a tradičních pokrmů a nápojů. Objevuje se i nabídka kurzů vaření. Všechny zájezdy mají většinou podobné zaměření, liší se kvalitou a pestrostí nabídky.

V nabídce chybí ochutnávky rybích specialit a mořských plodů, těstovin, mozarely, tiramisu a dalších specialit. Itálie má ze své bohaté gastronomie co nabídnout, program zájezdů by mohly být pestřejší. Francie mají podobnou nabídku kulinářských specialit jako Itálie. Výjimkou je lov a ochutnávání lanžůů. Je překvapující, že CK Culinaria Travel nabízí

pouze dva zájezdy do Francie, která má bezesporu velký potenciál pro kulinářský cestovní ruch. CK Culinaria Travel by měla nabídku kulinářských zájezdů rozšířit.

Dále je nabízeno 41 zájezdů do Maďarska, 33 do Rakouska, 32 po České republice a 27 do Španělska.

Zájezdy do Maďarska jsou většinou spojeny s návštěvou termálních lázní, ochutnávkou vín, návštěvou festivalu klobás nebo husích hodů. Také zde by se dalo využít dalších food festivalů a kulinářských specialit, které Maďarsko nabízí, jako třeba guláš.

Do Rakouska se většinou jezdí za vínem a různými festivaly jídla, do Německa na největší festival piva Oktoberfest.

Překvapující je velmi omezená nabídka kulinářských zájezdů do Švýcarska a Řecka. CK a CA nabízejí pouze 5 zájezdů do Švýcarska, přesto, že tato země má velmi širokou a bohatou nabídku tradičních specialit, jako sýry, raclette, vína, nejmodernější výrobu sladkostí Ricola. Švýcarsko se stalo předním výrobcem čokolády na světě. Z uvedených informací vyplývá, že české cestovní kanceláře by mohly do nabídky zařadit více kulinářských zájezdů do Švýcarska. Podobná situace je i se zájezdy do Řecka. Zájezd nabízí pouze CK Culinaria Travel.

Nabídka kulinářských zájezdů není dostatečně pestrá. Každá země má mnohem více tradičních pokrmů a nápojů, jejichž poznávání lze do nabídky zařadit. V zahraničí je také pořádáno mnoho festivalů jídla, ať už všeobecně zaměřené na veškeré druhy jídla nebo tematické (např. jablečné slavnosti, makové slavnosti, vinobraní). Tyto kulinářské akce by se daly taktéž do nabídky zájezdů zařadit. Taktéž by se mohly organizovat zájezdy na různé zahraniční food festivaly, jako např. World Food Moscow, festival lanýžů v Itálii a mnoho dalších.

Do nabídky lze zařadit kulinářské zájezdy i do jiných zemí, například do Irska nebo za vyhlášenými víny do Moldávie. Cestovní kanceláře by mohly nabídku kulinářských zájezdů rozšířit o Slovensko, které má taktéž co nabídnout, ať už z gastronomie nebo přírodních a kulturních památek.

6.2.4 Srovnání CK GEOPS a CA pivo a víno

CK Culinaria Travel se zaměřuje na nabídku nejkvalitnějších služeb a na jinou cílovou skupinu než CK Geops a CA Pivo a víno, dá se říct, že CK Culinaria Travel nemá na českém trhu většího konkurenta.

CA pivo a víno a CK Geops nabízí podobné zájezdy. Některé zájezdy jsou dokonce totožné.

- ✓ CK Geops působí na trhu již 24 let, zatím co CA pivo a víno teprve 2 roky.
- ✓ CK Geops sídlí v Praze, CA Pivo a víno v Brně.
- ✓ CA Pivo a víno častěji využívá sociální sítě k prezentaci zájezdů.
- ✓ CK Geops má mnohem širší nabídku všech zájezdů než CA pivo a víno.
- ✓ CK si může sama vytvářet své vlastní zájezdy, CA může prodávat pouze jednotlivé služby, což je její velká nevýhoda.
- ✓ CA Pivo a víno má v nabídce dvakrát více kulinářských zájezdů než CK GEOPS.
- ✓ CA Víno a pivo má v nabídce kulinářské zájezdy do více zemí než CK GEOPS. CA nabízí kulinářské zájezdy do Bulharska, Belgie, Irska, Nizozemí, Chorvatska, Běloruska a Velké Británie.
- ✓ Obě organizace nabízí největší počet zájezdů do Francie a Itálie. Programy zájezdů do Francie a Itálie jsou většinou podobné.
- ✓ CA nabízí 18 zájezdů po České republice, CK pouze 3 zájezdy.
- ✓ CA i CK nemají v nabídce zájezd do Řecka.
- ✓ CK Geops má v nabídce pouze 3 zájezdy po ČR

Tabulka 3 Srovnání zájezdů po České republice CK Culinaria Travel, CA Pivo a víno a CK

GEOPS

	Název balíčku	Stučný program	Počet dnů	Cena *	Doprava	Termíny	Poznámka
C K C u l i n a r i a T r a v e l	Cesta za chutí Jižní Moravy	vinařství, degustace, Znojmo, Mikulov, Valtice	3	6 400 Kč	vlastní /mikrobus	není uveden	odjezd z Prahy
	Cesta za chutí Jižní Moravy (Mikulovsko)	vinařství, degustace, Mikulov, Valtice,	2	od 4 500 Kč	vlastní/ mikrobus	není uveden	odjezd z Prahy
	Cesta za chutí Jižní Moravy (Znojemsko)	víno, vinné sklepy, Znojmo	2	od 4 650 Kč	vlastní / mikrobus	není uveden	odjezd z Prahy
	Kde se pivo pilo a mlsný jazýček potěšil	Pražské pivnice, pivovary a gurmánské 8 chodové menu	1	od 1420 Kč	pěšky	není uveden	cena se liší dle počtu zájemců
	Chutě resortu Svatá Kateřina	kulinářský wellness víkend,	4	od 5 980 Kč	vlastní	není uveden	resort na Vysočině
	Gastronomická zážitek Bellevue hotel Karlov	degustační menu,	2, 3	od 2 950 Kč	vlastní	není uveden	Benešov
	Kulinářský zážitek v Chateau Mcely	degustační menu	4	od 8 000Kč	vlastní	není uveden	35 minut autem od Prahy
	Kurzy vaření italské kuchyně	vaření italských pokrmů a degustace vín	1	od 3 250 Kč	vlastní	dle výběru kurzu	Praha
C A P i v o A V í n o	Pravá moravská zabijačka a termály	Lednice, zabijačkové speciality, svatomartinské slavnosti, termály	2	2 790 Kč	autobus	8.11.- 9.11.2014	odjezd z Prahy
	Prohlídka pivovaru Magistr s degustací	exkurze, ochutnávka	1	250 Kč	vlastní	14.1.- 31.12.2014	Brno
	Výprava za Radegastovým pokladem	exkurze, ochutnávka	1	710 Kč	vlastní	1.1.2013 - 22.12.2014	Nošovice
	Za tajemstvím zámeckého pivovaru	exkurze, degustace, točení piva	1	845 Kč	vlastní	1.1.2012 - 22.12.2014	Ostrava
	Výlov rybníka Rožmberk s rybím rautem a prohlídkou pivovaru Regent	rybí raut, ochutnávka piva,	3	3 350 Kč	autobus	24.10.- 26.10.2014	Třeboň
	Krajem Moravskoslezských Beskyd	pivovar Radegast, destilérka R.Jelínek, degustace	4	3 490 Kč	autobus	26.6.- 29.6.2014	Beskydy
	Pochod slováckými vinohrady	víno, vinné sklepy	1	260 Kč	autobus	4.10.2014	Jižní Morava
	Mutěnické chodníčky	víno, vinné sklepy, pochod	1	260 Kč	autobus	11.10.2014	Jižní Morava
	Kultura a památky vinařské oblasti Jižní Moravy	víno, termály v Rakousku, Mikulov, Strážnice	2	1 750 Kč	autobus	1.11.- 2.11.2014	Jižní Morava
	Zámky a sklepy Jižní Moravy	Vranov nad Dyjí, ochutnávka vín	2	1 790 Kč	autobus	4.10.- 5.10.2014	odjezd z Prahy
	Jižní Morava	Valtice, vinný sklep, ochutnávka	2	2 320 Kč	autobus	4.10.- 5.10.2014	odjezd z Plzně a Prahy
C K G E O P S	Pravá moravská zabijačka a termální lázně	Lednice, zabijačkové speciality, svatomartinské slavnosti, termály Maďarsko	2	od 2790 Kč	autobus	8.11.- 9.11.2014 a 22.11.- 23.11.2014	odjezd z Prahy
	Jižní Morava a Podvíví	Znojmo, Retz, ochutnávky vín, vinařské muzeum,	7	6 390 Kč	autobus	6.7.- 12.7.2014	odjezd z Prahy
	Krásy Moravy a termály Rakouska a Maďarska	Mikulov, Retz, vinné sklepy, termály v Maďarsku	3	3 590 Kč	autobus	8.5.- 10.5.2014	

(Vlastní zpracování z webových stránek)

Tyto organizace byly vybrány proto, jelikož mají ve své nabídce nejvíce kulinářských zájezdů.

Zájezdy jsou 1 - 7 denní, ovšem převažují 1 - 2 denní zájezdy. Ve většině případů jsou cestující přepravováni autobusem nebo pomocí vlastních dopravních prostředků.

CK Culinaria Travel nabízí především zájezdy na Jižní Moravu, což je pochopitelné, jelikož se v této oblasti nachází 96% vinic celé České republiky. Podobné zájezdy na Jižní Moravu nabízí i CA Pivo a víno. Cena zájezdů na Jižní Moravu, které nabízí CK Culinaria Travel je dvakrát vyšší, jelikož program těchto zájezdů je mnohem pestřejší a ubytování je naplánováno v hotelech. CA Pivo a víno nabízí zájezdy na Jižní Moravu s ubytováním v penzionu.

CA Pivo a víno má v nabídce většinou zájezdy za vínem, tři zájezdy jsou spojeny s exkurzí v pivovarech a ochutnávkou piva.

CA Pivo a víno i CK Geops má v nabídce stejný zájezd, jehož programem je moravská zabijačka.

CK Geops nabízí zájezdy s ochutnávkou vín většinou spojené s návštěvou termálních lázní v Rakousku nebo Maďarsku.

Závěry, které plynou z této analýzy, jsou takové, že nabídka kulinářských zájezdů je nedostačující a pro zákazníka není lákavá. Nejčastějším programem kulinářských zájezdů jsou ochutnávky vína, které je hned po pivu považováno za tradiční nápoj. Nabídka zájezdů cestovních kanceláří a agentury je příliš jednostranná.

Jediný zájezd, který mě svým pestrým programem zaujal, nabízí CA Pivo a víno a to Krajem Moravskoslezských Beskyd. Během čtyřdenního zájezdu cestující navštíví Luhačovice, destilérku R. Jelínek, Vizovice, skanzen v Rožnově pod Radhoštěm, vrchol Radhošť, technické muzeum Tatra v Kopřivnici, město Štramberk, pivovar Radegast v Nošovicích, vrchol Soláň, Velké Karlovice, Beskydy.

Cestovní kanceláře by měly nabízet více takových zájezdů po České republice, která má co nabídnout a má potenciál pro rozvoj kulinářského cestovního ruchu.

Turista hledá zážitky, je vzdělanější, hledá speciální produkty a také má zájem o zdravý životní styl. Mnozí se také zajímají o tradice, tradiční pokrmy, nápoje a gastronomii.

Jelikož je na českém trhu nabízeno nejvíce kulinářských zájezdů do Itálie, v následující tabulce bude porovnán vybraný zájezd do Itálie nabízený CK Geops a CA Pivo a víno.

Tyto dvě organizace byly vybrány proto, že na trhu nabízí nejvíce zájezdů za kulinařským cestovním ruchem, jsou to konkurenti a nabízí přibližně stejný počet zájezdů do Itálie.

Tabulka 4 Srovnání zájezdu CA Pivo a víno a CK Geops

	CA Pivo a víno	CK GEOPS
Název zájezdu	Toskánsko - víno, delikatesy a historie	Gurmánské Toskánsko a oblast Chianti
Počet dnů	6	6
Doprava	autobusová	autobusová
Ubytování	hotel***	hotel
Stravování	snídaně	3x snídaně, 2x večeře
Cena	7 590 Kč	7 990 Kč
Cena zahrnuje	dopravu autobusem, ubytování, pobytovou taxu, degustaci vín, večeři, školu vína, služby průvodce, pojištění CK	dopravu autobusem, ubytování, 3x snídaně, 2x večeře, služby průvodce, pojištění CK
Cena nezahrnuje	vstupné do muzeí a historických objektů, fakultativní program, cestovní pojištění	komplexní pojištění, ochutnávky a veškeré vstupné (70€)
Program		
1.den	odjezd z Brna v odpoledních hodinách	odjezd ve 20 hodin z Prahy, další nástupní místa Plzeň, Hradec Králové, Pardubice a za 400 Kč Brno.
2.den	návštěva měst San Gimignano (UNESCO), Volterra a jejich památek	návštěva měst San Gimignano (UNESCO), toskánské produkty, ochutnávka místních sýrů a vína Vernaccia s výkladem
3.den	města Colle di Val D'Elsa, Monteriggioni, Siena, kulinařské speciality Toskánska, degustace vín,	města Radda in Chianti, hrad Neketo, ochutnávka vín, výklad o olivovém oleji, Brolio, ochutnávka vín
4.den	návštěva měst PISA, Casole D'Elsa, ochutnávka vín Chianti	toskánský trh, město Castellina in Chianti, exkurze do vinného statku v Chianti s ochutnávkou a výkladem, ochutnávka místních specialit a tradičních pokrmů
5.den	návštěva Florencie	Monteriggioni, Siena, ochutnávky toskánských produktů
6.den	příjezd do ČR v ranních hodinách	návrat do Prahy dopoledne
Vínařské oblasti	Toskánsko	Chianti
Víno	8 druhů Chianti, jediné bílé toskánské víno Vernaccia, dezertní víno Vin Santo s toskánskými Cantucini	Vernaccia, Chianti DOCG, Santo
Významá města	San Gimignano (UNESCO), Volterra, Colle di Val D'Elsa, Monteriggioni, Siena, Pisa, Casole D'Elsa	San Gimignano (UNESCO), Radda in Chianti, Castellina in Chianti, Monteriggioni, Siena
Termín	23.9.2014 - 26.9.2014 (út-pá)	26.8.-31.8.2014
Odkaz	http://www.pivoavino.cz/dovolena/142442/24344650	http://www.geops.cz/zajezdy/italie/toskansko/gurmanske-toskansko-a-oblast-chianti-2014/

(Vlastní zpracování)

Výsledky analýzy:

Nejvíce nabízených zájezdů do Itálie, je právě do oblasti Toskánska.

CK Culinaria Travel nabízí 3 zájezdy do oblasti Toskánska z celkových 21 zájezdů do Itálie.

CK GEOPS má v nabídce 4 zájezdy do oblasti Toskánska z celkových 16 zájezdů do Itálie a CA Pivo a víno 7 zájezdů do této oblasti z 20 zájezdů.

Pro analýzu byly vybrány 6 denní zájezdy do oblasti Toskánska v Itálii, které nabízí CK GEOPS a CA Pivo a víno.

Zájezdy jsou pořádány s využitím autobusové přepravy. Autobus CA Pivo a víno odjíždí z Brna v odpoledních hodinách, kdežto autobus CK Geops odjíždí z Prahy s možností dalších nástupů v Plzni, Hradci Králové a za příplatek i v Brně. CK Geops má výhodu ve více nástupních místech. Oba zájezdy jsou s nočním přejezdem. Výhodou autobusové přepravy je nižší cena. Např. CK Culinaria Travel nabízí 3 denní letecký zájezd do oblasti Toskánska za cca 13 000 Kč.

Cena zájezdů je přibližně stejná, odpovídá nabízenému programu. Oba zájezdy nemají do ceny zahrnuto cestovní pojištění (cca 200Kč), vstupné a u zájezdu CK Geops i ochutnávky.

Program zájezdů je velmi podobný, většinou zahrnuje návštěvy významných měst, ochutnávky místních produktů a vín. CK Geops turistům dopřeje výklad o olivovém oleji s ochutnávkou. CA Pivo a víno věnuje jeden den návštěvě krásného města Florencie, jež je nazýváno kolébkou renesance. Zájezd CK Geops zahrnuje bohatší ochutnávku vín a místních produktů, což je zajímavější, jelikož hlavní motivací cesty je poznávání italské gastronomie.

CA Pivo a víno organizuje zájezd na konci října a CK Geops na konci září. Termín v září je přijatelnější kvůli počasí a návštěvnosti Itálie. Kulinářské zájezdy by se měly organizovat spíše v jarních nebo podzimních měsících.

Z analýzy vyplynulo, že tato oblast je velmi oblíbená pro pořádání kulinářských zájezdů. Toskánsko má potenciál pro kulinářský cestovní ruch. Analyzované zájezdy mají velmi podobný program i celkovou organizaci zájezdu.

Na českém trhu jsou k dispozici i další CK a CA, které nabízejí kulinářské zájezdy, ovšem v menším rozsahu.

CK ČEBUS nabízí 12 zájezdů za vínem, program většiny těchto zájezdů je podobný zájezdům CK, které byly popsány v předchozí kapitole.

Odlišné od ostatních jsou:

Vinařská Malta a Gozo – letecký zájezd, cena 23 760 Kč, návštěva měst a vinařství s degustací, návštěva typické rybí restaurace a taverny, 7 dní.

Sardinie – okružní cesta po vinařských oblastech ostrova kontrastů – 9 dnů, autobus, cena 18 860 Kč, exkurze do vinařství s degustací, návštěva památek, degustace vín a exkurze. (Cestovní kancelář ČEBUS, ©2010)

CK EXTREME SPORT

Cestovní kancelář Extreme sport nabízí kulinářské zájezdy do Srbska a do Švýcarska.

- 1 zájezd do Srbska – Gurmánské putování Srbskem a turistikou
- 2 zájezdy do Švýcarska – Ochutnávka Švýcarska aneb gurmánské Švýcarsko a Ochutnávka Švýcarska s lázněmi a turistikou aneb Gurmán (Extrem sport, ©2012)

CK DATOUR

CK Datour nabízí 5 kulinářských zájezdů do Rakouska.

- Perličky kraje Waldviertel a makové slavnosti 2014 – 2 denní zájezd, autobusová doprava, 2 990 Kč.
- Vinařské údolí Wachau a vinobraní v Retzu 2014 – 2 denní zájezd autobusem, 2 690 Kč.
- Sýrový festival v Kaprunu a Bad Gastein - 2 denní zájezd, autobusová doprava, 2 990 Kč.
- Cibulové slavnosti Rakouska, termální lázně, víno – 2 denní zájezd autobusem, 2 990 Kč.
- Festival knedlíků a Innsbruck 2014 – 2 denní zájezd autobusem, 2 990 Kč. (Cestovní kancelář Datour, b.r.)

CK IC TOUR

IC Tour svými klientům mimo jiné nabízí 2 zájezdy za kulinářským cestovním ruchem.

- Cesta za vínem po Furlansku – Itálie, 5 dní, vlastní doprava, cena 11 749 Kč, návštěva vinařství s ochutnávkou, seminář o důležitosti výběru správného degustačního poháru, prohlídka výroby šunky s ochutnávkou, návštěva pizzerie a ochutnávka pravé italské pizzy.
- Poznávací zájezd za gastronomií Maďarska – Maďarsko, 4 dny, vlastní doprava, cena 8 480 Kč, vaření gulášové polévky pod vedením profesionálů, degustace vín se sýrem, vaření plněných zelných listů pod vedením. (IC Tour, b.r.)

CK FLORIA

CK Floria nabízí 2 zájezdy za kulinářským CR.

- Na Oravě dobře...na Salaši ještě líp – 2 denní, návštěva Oravského hradu, plavba po Oravě, návštěva salaše s typickou výrobou sýrových specialit, seznámení s výrobou, návštěva Terchové. Cena 2 250 Kč, termín od 31. 5. do 1. 6. 2014.
- Putování za vínem – město Hardegg, Retz, vinobraní, posezení ve vinném sklepě, Znojmo, cena 1750 Kč, 2 dny, termín od 27. 9. do 28. 9. 2014. (CK Floria Vodňany, ©2004-2014)

Další CK, které mají ve své nabídce pouze několik zájezdů za kulinářským cestovním ruchem, jsou CK KAMZA, CK Kolumbus, CK AXIA, CK Poznani, CK Quicktour, CK Trip, CKCK REGIO, CK CONTI a další.

V další tabulce bude porovnán zájezd CK Geops, která má ve svém portfoliu 71 zájezdů za kulinářským cestovním ruchem a CK ČEBUS, která má do svého portfolia zařazeno pouze 12 zájezdů s touto tematikou.

Tabulka 5 Srovnání zájezd CK ČEBUS a CK GEOPS

	CK ČEBUS	CK GEOPS
Název zájezdu	Města a vína Toskánska	Gurmánské Toskánsko a oblast Chianti
Počet dnů	5	6
Doprava	autobusová	autobusová
Ubytování	hotel	hotel
Stravování	3x snídaně	3x snídaně, 2x večeře
Cena	8 960 Kč	7 990 Kč
Cena zahrnuje	dopravu, ubytování, 3x návštěvu vinařství včetně degustace, průvodce, pojištění CK proti úpadku	dopravu autobusem, ubytování, 3x snídaně, 2x večeře, služby průvodce, pojištění CK
Cena nezahrnuje	cestovní pojištění, vstupy do památkových objektů	komplexní pojištění, ochutnávky a veškeré vstupné (70 €)
Program		
1.den	odjez z ČR brzy ráno, večer příjezd do Toskánska, prohlídka města Monteriggioni	odjezd ve 20 hodin z Prahy, další nástupní místa Plzeň, Hradec Králové, Pardubice a za 400 Kč Brno.
2.den	pohoří Chianti, degustace vín Chianti, návštěva města Voltery	návštěva měst San Gimignano (UNESCO), toskánské produkty, ochutnávka místních sýrů a vína Vernaccia s výkladem
3.den	prohlídka města Montalcino, degustace vína, vyhlídková cesta údolím Val d'Orcia do Pienzy, město Montepulciano, exkurze v rodinném vinařství a degustace	města Radda in Chianti, hrad Neketo, ochutnávka vín, výklad o olivovém oleji, Brolio
4.den	návštěva kláštera Monte Oliveto Maggiore, města Siena, odjezd do ČR	toskánský trh, město Castellina in Chianti, exkurze do vinného statku v Chianti s ochutnávkou a výkladem, ochutnávka místních specialit a tradičních pokrmů
5.den	dopoledne příjezd do ČR	Monteriggioni, Siena, ochutnávky toskánských produktů
6.den		návrat do Prahy dopoledne
Vinařské oblasti	Toskánsko, Chianti	Chianti
Víno	Chianti Classico, Nobile di Montepulciano (jedno ze "čtyř velkých vín Itálie")	Vernaccia, Chianti DOCG, Santo
Významá města	Monteriggioni, Volterra, Montalcino, Pienza (UNESCO), Montepulciano, Siena	San Gimignano (UNESCO), Radda in Chianti, Castellina in Chianti, Monteriggioni, Siena
Termín	17.9. - 21.9.2014	26.8.-31.8.2014
Odkaz	http://www.cebus.cz/poznavaci-zajezdy/vina-toskanska/	http://www.geops.cz/zajezdy/italie/toskansko/gurman-ske-toskansko-a-oblast-chianti-2014/

(Vlastní zpracování)

Oba zájezdy jsou organizovány do slavné vinařské oblasti Toskánska. CK ČEBUS nabízí 5 denní autobusový zájezd do této oblasti, CK GEOPS 6 denní autobusový zájezd.

Ubytování je zvoleno v hotelech, jejich certifikace není uvedena.

Zájezd CK ČEBUS je o cca 1 000 Kč dražší. Bohužel nebyl nalezen důvod tohoto rozdílu. Zájezd CK GEOP je o 1 den delší a přesto je levnější.

Kvůli časově náročné přepravě je celodenní program zájezdu CK ČEBUS naplánován pouze na 3 dny a program CK GEOPS pouze na 4 dny.

Program 1. dne zájezdu CK ČEBUS je celodenní cesta, odjezd je naplánován již 4. den večer, návrat do ČR následující den v dopoledních hodinách. Zájezd CK GEOPS je sice 6 denní, ovšem odjezd z Prahy je naplánován až na 20 hodinu, tudíž s nočním přejezdem do Itálie. Celodenní program začíná až 2. den a z Itálie se bude odjíždět již 4. den ve večerních hodinách. Návrat do ČR následující den v dopoledních hodinách.

Program zájezdů je podobný, návštěvy významných měst a vinařských oblastí s ochutnávkou vín. CK GEOPS má do programu navíc zahrnuty ochutnávky místních produktů, kdežto zájezd CK ČEBUS je zaměřen pouze na víno.

Termín zájezdu CK ČEBUS je v září, CK GEOPS v srpnu.

Z analýzy vyplynulo, že zájezdy do této oblasti organizované CK, která má ve své nabídce mnoho kulinářských zájezdů a CK, která má pouze omezený počet těchto zájezdů, jsou víceméně podobné. Překvapující je cena zájezdů. Výběr zájezdu také záleží na nočním a denním přejezdu. Každý turista není ochoten podstoupit nevýhody nočních přejezdů.

Z analýzy zájezdů CK GEOPS, CA Pivo a víno a CK ČEBUS vyplynulo, že nabídka zájezdů do Itálie je velmi podobná, ať už se to týká programu, dopravy, délky zájezdu, ubytování a stravování. Zájemce o kulinářské cestování nemá mnoho na výběr. Dnešní účastník cestovního ruchu je náročnější, vzdělanější, požaduje kvalitnější služby a zážitky. Bylo by vhodné nabídku zájezdů oživit nebo zpestřit něčím mimořádným, např. účast na slavnostech vína, které jsou v Toskánsku velmi oblíbené.

6.3 Analýza nabídky v zahraničí

Pro srovnání nabídky kulinářských zájezdů bylo vybráno Rakousko, jelikož jde o přibližně stejně velkou zemi jako Česká republika a je naším sousedem s přibližně stejným počtem obyvatel.

V této kapitole bude nejprve uvedeno několik informací o rakouské gastronomii, kulinářském cestovním ruchu v Rakousku a o projektech podporujících kulinářský cestovní ruch.

Dále bude provedena analýza kulinářských zájezdů, které nabízí rakouské cestovní kanceláře. Ve stručnosti budou popsány tři rakouské cestovní kanceláře nabízející nejvíce kulinářských zájezdů. Poté bude srovnán kulinářský zájezd nabízený českou a rakouskou cestovní kancelář.

Tabulka 6 Srovnání Rakouska a České republiky

	ČR	Rakousko
Rozloha	78 867 km ²	83 871 km ²
Počet obyvatel	10 516 125 – 1. 1. 2013	8 451 860 - 1. 1. 2013
Příjmy z CR	2012 - 5 480 mil EUR	2012 - 14 706 mil EUR
Výdaje na CR	2012- 3 345 mil EUR	2012 - 7 825 mi. EUR
počet CK a CA	2012- 2 130	2012 - 2 625

(ČSÚ, ©2014; EUROSTAT, ©2014)

6.3.1 Rakouská gastronomie

V rakouské gastronomii najdeme stopy maďarské, české, slovenské, polské, řecké, italské, srbské a německé kuchyně.

Mnoho starých receptů rakouské kuchyně bylo znovuobjeveno a vráceno mezi kulinářské speciality (OECD, 2012, s. 137). Stejná situace je i v České republice, kde je snaha, hlavně ze strany Pražského kulinářského institutu a jeho zakladatele šéfkuchaře Romana Vaňka, o obnovu staré české gastronomie.

Rakouská kuchyně je bohatá na mastné a masité pokrmy. Mezi velmi oblíbené pokrmy Rakušanů patří klobásky, párky, různé druhy masa (obzvláště zvěřina). Nejvíce rakouskou kuchyni proslavil Sacher Torte (Sachrův dort). Oblíbené jsou štrúdlly, palačinky a z nealkoholických nápojů bylinná limonáda Almdudler. (Dovolena.eu, ©2002-2014)

Rakousko je světový lídr v produkci certifikovaných organických potravin. Mnoho restaurací staví svoje podnikání na používání sezónních a regionálních produktů a připravují unikátní místní speciality. (OECD, 2012, s. 137)

6.3.2 Kulinářský CR v Rakousku

Kulinářský cestovní ruch se začal celosvětově rozvíjet až v posledních deseti letech. Rakousko patří mezi země, které se již delší dobu snaží tento typ cestovního ruchu systematicky rozvíjet. Kulinářský cestovní ruch v Rakousku je podporován místními, regionálními i státními orgány a organizacemi, které spolu vzájemně komunikují a spolupracují.

6.3.2.1 Projekty na podporu kulinářského cestovního ruchu v Rakousku

Genuss region Österreich

Iniciativa Genuss region Österreich existuje od roku 2005. V posledních letech se ukazuje, že je projekt úspěšně rozvíjen.

Hlavní náplní je zviditelnění regionálních produktů a specialit. V hlavní roli jsou obyvatelé, kteří informují o kulinářských specialitách jednotlivých regionů.

V současné době je v Rakousku 116 kulinářských oblastí, které se rozprostírají od Neziiderského jezera až k Bodamskému. Tyto charakteristické a rozmanité regiony neznamenaají jen požitek, ale také identitu a sounáležitost.

(GENUSS REGION ÖSTERREICH, ©2014)

Kulinarik Österreich

Cílem projektu je zlepšit postavení rakouské gastronomie.

Kulinarisches Erbe Österreich

Cílem projektu je zachování rakouského zemědělství a autentické kulinářské rozmanitosti a kultury jídla, zachování tradiční výroby pokrmů a nápojů. Také podporuje typickou regionální gastronomii, obchod s potravinami a potravinářský průmysl a rozvoj rakouského kulinářství a gastronomie. (Kuratorium Kulinarisches Erbe Österreich, ©2014)

Kulinářské akce v Rakousku

Rakouské kulinářské festivaly zahrnují prezentaci nových produktů, inovace v přípravě jídla, ukazují vazby mezi regionální gastronomií a představují se zde restaurace, slavní kuchaři a sezónní pokrmy. Tento způsob se může stát základem pro regionální rozvoj. (OECD, 2012, s. 29)

Uvádím pouze několik z mnoha kulinářských akcí, které se v Rakousku celoročně pořádají.

- ✓ Apfelmot und Schnaps im Schloß – kulinářská akce, při které se degustují nejen jablečné mošty a šťávy, ale i nejlepší brandy a likéry.
- ✓ Zwiebelfest Laa an der Thaya – cibulový festival, kterého se účastní tisíce návštěvníků.
- ✓ Marktag de Genuss Region Paznauner Almkäse – kulinářské speciality této oblasti.
- ✓ Kastanienfest – festival kaštanů – nabídka specialit z kaštanů, jako třeba kaštanová čokoláda, kaštanová rýže, kaštanové palačinky a další produkty. (GENUSS REGION ÖSTERREICH, ©2014)

6.3.3 Nabídka kulinářských zájezdů

V Rakousku není mnoho cestovních kanceláří zabývajících se kulinářskými zájezdy. Rakušané se spíše zaměřují za rozvoj kulinářského cestovního ruchu ve své zemi. Důkazem jsou různé projekty a iniciativy na podporu tohoto druhu cestování, festivaly, oslavy a další akce, které jsou v Rakousku pořádány po celý rok.

Na začátku analýzy bude uveden počet kulinářských zájezdů jednotlivých organizací, poté budou krátce popsány tři CK, které nabízí nejvíce kulinářských zájezdů a na závěr budou porovnány kulinářské zájezdy do Itálie nabízené na českém a rakouském trhu.

Tabulka 7 Počet kulinářských zájezdů rakouských CK

Organizace	Francie	Itálie	Turecko	Slovinško	Chorvatsko	Rakousko	Španělsko	Celkem
Kulinarische-reisen	2		1					3
Reisebüro Idealtours		1		1				2
Reisebüro ORBIS		2			1	7		10
Italissimo		15						15
Steirisches Raiffeisen Reisebüro					1			1
Extra-Tours OG		1						1
AOC Genusscréateure	7	2			0	2	1	11
ZWITTNIG Reisebüro					1			1
Celkem	9	21	1	1	3	9		44

(Vlastní zpracování)

Nejvíce kulinářských zájezdů se pořádá do Itálie, ovšem jen díky cestovní kanceláři Itallissimo, která se zabývá propagací Itálie v Rakousku. Dále je nabízeno 9 zájezdů do Francie, 9 zájezdů v rámci Rakouska, 4 zájezdy do Chorvatska a jeden zájezd do Turecka a Slovinska. Nejvíce zájezdů nabízí CK Itallissimo a AOC Genusscréateure a cestovní kancelář Orbis, které budou následně popsány.

CK ITALISIMO

Italissimo.at vytvořili milovníci Itálie, kteří zde nabízí kurzy vaření, kurzy italštiny, zmiňují se o italské kultuře a umění, možnostech cestování a dalších zajímavostech o Itálii.

Cestovní kancelář Italissimo nabízí 15 kulinářských zájezdů do Itálie. Nejvíce zájezdů je pořádáno do oblasti Toskánska a Umbrie.

Kulinářské zájezdy do Itálie jsou organizovány na 4 – 9 dnů, cena se pohybuje od € 930 do € 1490. Program většinou zahrnuje návštěvy vinařství spojené s ochutnávkami nejrůznějších druhů vín, olivového oleje, balsamického octu, sýrů, mořských plodů a ryb, mozarrelly, lanýžů, oblíbeného nápoje limoncella a dalších místních pokrmů. Do programu zájezdů jsou zahrnuty i různé kurzy vaření, při kterých si účastníci vyzkouší přípravu italských pokrmů. (Italissimo, ©2014)

AOC GENUSSCREATEURE

AOC GENUSSCRÉATEURE nabízí zájezdy za vínem a kulinářské zájezdy do Francie, Itálie, Španělska a Rakouska. Dále má ve své nabídce jednodenní výlety do restaurací oceněných Michelinskou hvězdou. Zákazník si může vybrat, zda navštíví Michelinskou restauraci v Paříži, Hamburгу, Berlíně nebo Bruselu.

Nabízeny jsou také incentivní a skupinové zájezdy. Jeden incentivní zájezd je zaměřen a ochutnávání vín a specialit italské oblasti Piemont.

Nejvíce kulinářských zájezdů je nabízeno do Francie a to do oblasti Bordeaux, Burgundsko, Champagne, Languedoc. Všechny zájezdy do Francie jsou 4 denní, program většinou zahrnuje ochutnávky vín, exkurze ve vinařstích, ochutnávky místních specialit, lanýžů, návštěvu Michelinské restaurace a další aktivity. Cena těchto kulinářských zájezdů se pohybuje od € 960 do € 1 120.

Zájezdy do Itálie jsou pořádány do oblasti Piemont a Toskánska. Oba zájezdy jsou čtyřdenní, program je velmi podobný a zahrnuje ochutnávky vín, lanýžů a místních kulinářských specialit. Cena zájezdů je od € 960 do € 1270.

Do Španělska je nabízen pouze jeden zájezd do oblasti Rioja. Program zahrnuje ochutnávky vín, tapas, návštěvy vinařství a restaurace oceněné Michelinskou hvězdou. Cena čtyřdenního zájezdu je € 990.

Zájezdy do Rakouska jsou organizovány do oblasti Burgenlandska a Štýrska. Čtyřdenní zájezd zahrnuje návštěvy vinařství, ochutnávky vín a tradičních pokrmů, návštěvu výroby

oleje z dýňových semínek. Cena obou zájezdů je € 790. (AOC GENUSSCREATOURE, ©2014)

Cestovní kancelář Orbis

Cestovní kancelář Orbis byla založena již v roce 1928. Její nabídka obsahuje jednodenní a vícedenní autobusové zájezdy, cesty po celém světě, zájezdy za hudbou a kulturou, například na představení do státní opery v Mnichově, zájezdy pro skupiny, letecké a adventní zájezdy.

Kulinářské zájezdy:

Pouze jeden zájezd v rámci Rakouska je organizován na 3 dny. Ostatní jsou jednodenní.

Třídenní autobusový zájezd Wachau zur Marillenblute zahrnuje návštěvu vinařství s ochutnávkou vín a degustaci specialit z meruněk.

Ostatní zájezdy jsou jednodenní, jejichž cena se pohybuje od € 59 do € 115. Program těchto zájezdů zahrnuje návštěvu největší udrny ryb, ochutnávkou ryb, brunch se všemi specialitami Rakouska, podávání místních specialit a specialit z chřestu, návštěvu Gailtalského festivalu špeku, kde může účastník ochutnat kulinářské speciality, slaninu a domácí chleba, návštěvu vinařství spojenou s ochutnávkou vín a ochutnávkou rostlinných olejů.

Další dva jednodenní zájezdy jsou pořádány do Itálie na Festival šunky v San Daniele a Festival šunky v Sauris. Cena obou autobusových zájezdů je € 45, a zahrnuje návštěvy festivalů, kde mohou účastníci ochutnat sušenou šunku, sýry, vína, a exkurzi ve výrobně sušené šunky.

Poslední kulinářský třídenní zájezd je pořádán do Chorvatska, jehož hlavním cílem je návštěva festivalu kaštanů, kde se podávají speciality z kaštanů a medové víno. Cena autobusového zájezdu do Chorvatska je € 199. (Reisebüro Orbis Busreisen, ©2014)

Tabulka 8 Srovnání zájezdu české a rakouské CK

	Zájezd české CK	Zájezd rakouské CK
Název	Vína a půvaby Piemontu	Vinařská cesta Piemont
Počet dní	4 dny	4 dny
Doprava	letecky, vlastní doprava	individuální
Ubytování	4* hotely,	4* hotel
Cena	31 900 Kč při letecké přepravě, vlastní doprava cena 26.900 Kč	cena za osobu ve dvoulůžkovém pokoji € 960, příplatek € 240 za jednolůžkový pokoj
Cena zahrnuje	3x ubytování, 2x brunch, 2x večeře, návštěva vinařství s ochutnávkami, lov na lanýže s ochutnávkou, cestovní pojištění, videozáznam ze zájezdu, dárek od CK, informační materiály	3x ubytování, snídaně, 2x oběd, jedna večeře, 8 degustací vín, návštěva trhu s lanýží, prohlídka Turína, transfery a výlety dle programu, průvodce
Cena nezahrnuje	dodatečná konzumace a nákup vína	příjezd a odjezd, cestovní pojištění
Program		
1.den	Barbaresco a Barolo - přilet do Milána, transfer do Piemontu, odpoledně návštěva vinných sklepů v městě Barbaresco s ochutnávkou vín. Večeře v restauraci oceněné michelinskou hvězdou.	příjezd do Turína, přejezd do města Alba, ochutnávka slavných vín, večeře
2.den	Lov na lanýže, poté ochutnávka lanýžů s místním chlebem, uzeninami a sýry a dalšími místními specialitami, gurmánské menu z lanýžů.	Den v Barolo, degustace vína, obec Serralunga d'Alba, oběd, odpoledne ochutnávka tradičního vína
3.den	Přesun do Monferrata, návštěva vinných sklepů s ochutnávkou vín a místních pokrmů v hradních sklepích, poté přesun do Portofina.	Barbera a Barbaresco, návštěvy trhu s lanýží, ochutnávky tradičních pokrmů a v červnu lanýžů, degustace vín na vinici Albino Rocca
4.den	odjezd	prohlídka města Turín, návrat
Vína	Barbaresco, Barolo, Barbera, Moscato	Barolo, Oddero
Města	Barbaresco, Barolo, Portofino	Turín, Barbaresco, Alba, La Morra, Barbera
Min. počet	není uvedeno	min. 12 osob, max. 15
Odkaz	http://www.culinariatravel.cz/cs/evropa/italie/vina-a-puvaby-piemontu-ochutnate-s-lavna-vina-barolo-zucastnite-se-lovu-ne-lanyze-a-ochutnate-lanyzove-speciality-a-zazitky-v-portofinu-12.html	http://www.italissimo.at/1402-0-Genussreise-Piemont-Weinreise-Italien-Feinschmeckerreise.html

(Vlastní zpracování)

Pro srovnání zájezdů nabízených českou a rakouskou CK jsem si vybrala zájezd CK Culinaria Travel, jelikož je to jediná česká cestovní kancelář zaměřená na organizaci kulinářských zájezdů a zároveň nabízí nejvíce kulinářských zájezdů do Itálie a zájezd nabízený CK Italissimo, která se zaměřuje na Itálii a nabízí nejvíce kulinářských zájezdů.

Itálii byla zvolena proto, jelikož právě do této země je nabízeno nejvíce kulinářských zájezdů a to jak na českém, tak na rakouském trhu.

Oba čtyřdenní zájezdy jsou pořádány do italské oblasti Piemont. CK Culinaria Travel nabízí kromě možnosti vlastní přepravy i leteckou přepravu, z Rakouska je možné se dopravit pouze individuálně, jelikož Itálie je soused a cesta do cílové oblasti není tak časově náročná jako cesta z České republiky. Účastníci obou zájezdů jsou ubytováni ve 4* hotelích.

Cena obou zájezdů s využití vlastní dopravy je téměř stejná, program je také velmi podobný, zaměřený především na víno a lanýže.

Z analýzy vyplynulo, že ať je zájezd pořádán českou nebo rakouskou cestovní kanceláří, je téměř stejný.

Z celkové analýzy jsem zjistila, že Rakousko se zaměřuje spíše na rozvoj kulinářského cestovního ruchu ve své zemi. Počet kulinářských zájezdů je velmi omezený. Při hledání rakouských zájezdů jsem zjistila, že mnohem více zájezdů za kulinářským cestovním ruchem pořádají německé cestovní kanceláře.

6.4 Marketingový výzkum na téma kulinářský cestovní ruch

Marketingový výzkum byl proveden formou dotazníkového šetření, jehož úkolem bylo zjistit zájem turistů o kulinářský cestovní ruch a potenciál pro jeho rozvoj.

Výzkum probíhal od 25. 3. do 7. 4. 2014, výběr respondentů byl náhodný.

Na dotazník odpovědělo 82 respondentů, z toho 60 žen a 22 mužů.

Respondenti byli zařazeni do několika věkových kategorií. 26 respondentů bylo ve věkové kategorii do 25 let, 41 respondentů mezi 26. a 35. rokem věku, 9 respondentů bylo ve věkové kategorii od 36 do 45 let a 6 respondentů patřilo do skupiny nad 45 let.

52 respondentů jsou zaměstnaní, 13 studenti, 6 OSVČ a 11 jiného povolání.

Polovina respondentů má vysokoškolské vzdělání, 33 respondentů středoškolské a 8 s výuční listem.

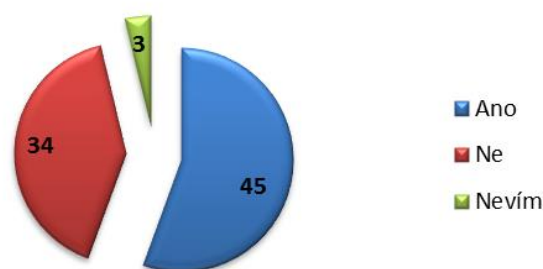
Dotazníky byl získán pomocí internetového šetření. Osloveno bylo 120 respondentů. Úspěšnost vrácených odpovědí je 68,33 %.

Na internetových stránkách vyplnto.cz je k dispozici pět dotazníků týkající se kulinářského CR. Tři dotazníky byly provedeny v roce 2012 a dva v roce 2013.

Výsledky mého dotazníku budu porovnávat s výzkumy z roku 2013. Dotazníky, které byly provedeny v roce 2012, nebudu brát v potaz, jelikož cestovní ruch je velmi rychle rozvíjející se oblastí, tudíž dotazníky z roku 2012 nejsou aktuální.

Dotazník Kulinářský cestovní ruch je složen z 13 otázek. Cílem bylo zjistit povědomí české populace o kulinářském cestovním ruchu, zjistit jejich zájem o tuto tematiku a potenciál rozvoje kulinářského cestovního ruchu v České republice.

Otázka č. 1: Setkali jste se již někdy s pojmem kulinářský cestovní ruch?



Obrázek 1 Setkání respondentů s kulinářským cestovním ruchem

Prvním otázkou jsem si chtěla ověřit povědomí respondentů o kulinářském cestovním ruchu.

Na otázku odpovědělo všech 82 respondentů.

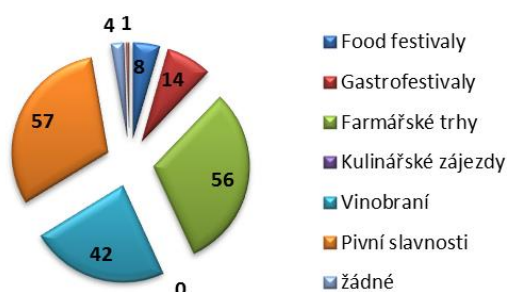
45 respondentů, to znamená více jak polovina dotázaných, se s tímto pojmem již setkala. Ovšem 34 (41,46 %) respondentů se s pojmem kulinářský cestovní ruch ještě nesetkalo, což je poměrně vysoké číslo. 3 respondenti odpověděli nevím.

Na podobnou otázku odpovídali i respondenti dotazníkového šetření umístěného na vyplnto.cz. 62 % respondentů se již s pojmem kulinářský cestovní ruch setkala, 20% respondentů si není jisto a 18% se s pojmem kulinářský cestovní ruch ještě nesetkalo.

85 % respondentů druhého dotazníku ví, co znamená pojem kulinářský cestovní ruch, 15% neví.

Z odpovědí vyplynulo, že více jak polovina se s tímto pojem již setkala. Myslím si, že nevědomí o kulinářském cestovním ruchu je způsobeno tím, že jde o poměrně mladou a zatím málo rozvinutou oblast cestovního ruchu. To, že je kulinářský cestovní ruch perspektivní oblastí dokazuje i mnoho projektů na podporu tohoto typu cestovního ruchu.

Otázka č. 2: Kterou z uvedených akcí zaměřených na kulinářský cestovní ruch jste již navštívili?



Obrázek 2 Návštěvnost kulinářských akcí

Na tuto otázku mohl respondent zvolit více odpovědí.

Nejvíce respondentů navštívilo pivní slavnosti. 56 respondentů navštívilo farmářské trhy. Jelikož se farmářské trhy stávají stále oblíbenější a účast na těchto akcích neustále narůstá, výsledek nebyl překvapením. Pivní slavnosti jsou hojně navštěvované proto, že pivo má v Česku tradici a je považováno za národní nápoj. V posledních letech vznikly a neustále vznikají nové minipivovary, které se snaží přilákat své zákazníky, například na odpočinek v pivních lázních.

42 respondentů navštívilo vinobraní. Stejně jako pivo i víno je v Česku velmi oblíbeným nápojem, proto jsou vinobraní a akce spojené s vínem hojně navštěvované. 14 respondentů navštívilo gastrofestivaly a 8 food festivaly. 4 respondenti nenavštívili žádnou z uvedených akcí, 1 respondent navštívil whiskey trail. Žádný respondent se nezúčastnil kulinářského zájezdu.

Výsledky výzkumů provedených na portálu vyplnto.cz ukazují, že 95 % respondentů se ještě nezúčastnilo kulinářského zájezdu. Druhý výzkum ukazuje podobný počet respondentů, kteří se ještě nezúčastnili kulinářského zájezdu. Mnohem větší počet respondentů a to

46% se již někdy zúčastnilo gastronomického veletrhu či festivalu. Potenciál pro rozvoj kulinářského CR v Česku je pořádání veletrhů a festivalů zaměřených na jídlo

Z výsledků plyne, že akce zaměřené na kulinářský cestovní ruch jsou v České republice ve fázi vývoje. Nezáměr o kulinářské zájezdy může souviset s nedostatečnou nabídkou.

35 % respondentů odpovídajících na dotazník umístěný na vyplnto.cz považuje nabídku kulinářských zájezdů českých cestovních kancelářích za nedostatečnou, 61% to nedokázalo posoudit.

Otázka č. 3: Se kterými projekty zaměřenými na kulinářský cestovní ruch jste se již setkali?



Obrázek 3 Znalost projektů zaměřených na kulinářský cestovní ruch

Respondenti mohli při vyplňování dotazníku zvolit více odpovědí.

Touto otázkou jsem chtěla zjistit, jaké je povědomí respondentů o projektech podporujících kulinářský cestovní ruch.

Nejvíce respondentů se setkala s televizními pořady Ano, šéfe, Masterchef, S Italem v kuchyni. Tato odpověď se dala očekávat, jelikož televizi sledujeme všichni a jak již bylo uvedeno, sledovanost pořadu Ano, šéfe, byla mimořádně vysoká. 54 respondentů označilo farmářské trhy, což je taktéž pochopitelné, jelikož v České republice je organizováno stále více trhů zaměřených na prodávání čerstvých a kvalitních produktů přímo od jejich výrobců. 14 respondentů se setkala s gastrofestivity v rámci celé České republiky a 13 s projektem České televize Toulavá kamera ochutnává Česko.

7 respondentů se setkala s Prague Food Festivalem, 5 respondentů s Grand Restaurant Festivalem, s projektem Czech Specials a festivalem Moravia Food Festival.

4 respondenti se setkali s projektem Ochutnejte Česko a 3 s projektem Dobrou chuť, Česko. Dokonce 1 respondent se nesetkal ani s jedním projektem. Překvapivé bylo, že ani jeden respondent se ještě nesetkal s projektem Stezky dědictví a Česko všemi smysly.

Výsledky dotazníků umístěných na vyplnto.cz ukazují, že 36% respondentů se setkala s projekty na podporu české kuchyně, nejčastěji s projektem Česko na talíři, Toulavá kamera ochutnává Česko, Regionální potravina, gastrofestivaly a Czech specials. Další otázka byla zaměřena na návštěvnost restaurací označených logem Czech Special - 90% respondentů ještě nezavítalo do žádné certifikované restaurace.

Z výsledků plyne velmi nízké povědomí o projektech podporujících kulinařský cestovní ruch. Neznalost projektů může být způsobena tím, že jsou tyto projekty na trhu poměrně nové nebo tím, že nejsou dostatečně propagované.

Otázka č. 4: Která oblast kulinařského cestovního ruchu by Vás nejvíce zajímala?



Obrázek 4 Zájem o různé oblasti kulinařského cestovního ruchu

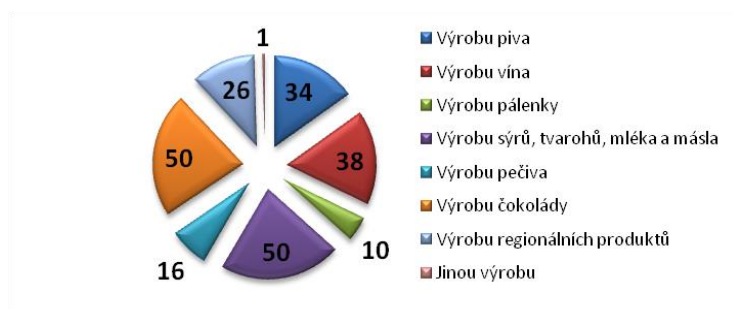
U této otázky, mohl respondent zvolit více odpovědí.

Touto otázkou mělo být zjištěno, o jakou oblast v rámci kulinařského CR by měli respondenti největší zájem.

Nejvíce respondentů by zajímalo vinařství, hned následuje výroba a ochutnávka regionálních pokrmů (38 odpovědí) a degustační menu v restauracích (32 odpovědí). 28 respondentů by mělo zájem o tradiční výrobu na farmách a 25 o návštěvu food festivalů, gastrofestivalů a farmářských trhů. Nejmenší zájem ze strany respondentů byl o výrobu a ochutnávku mléčných produktů (10 odpovědí) a lihovarnictví (7 odpovědí).

Z výzkumu je zřejmé, že respondenti by měli největší zájem o vinařství a o poznání regionální gastronomie.

Otázka č. 5: Jakou výrobu byste v rámci kulinářského cestovního ruchu rádi navštívili?



Obrázek 5 Zájem respondentů o návštěvu výroben

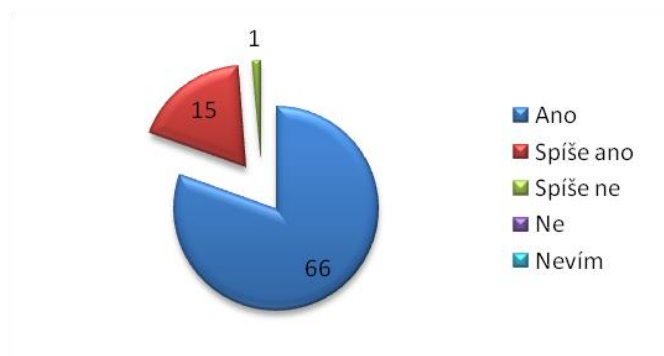
Na tuto otázku mohli respondenti zvolit více odpovědí.

Touto otázkou mělo být zjištěno, jaký druh výroby by respondenty nejvíce zajímal.

Největší zájem respondentů byl o výrobu sýrů, tvarohů a mléka (50 odpovědí) a výrobu čokolády (50 odpovědí). Poměrně velký zájem byl o výrobu vína (38 odpovědí) a výrobu piva (34 odpovědí). 26 respondentů by zajímala výroba regionálních produktů. Nejmenší zájem byl o výrobu pečiva (16 odpovědí) a výrobu pálenky (10 odpovědí). 1 respondent by měl zájem o výrobu olivového oleje.

Z odpovědí jasně plyne, že respondenti by chtěli poznat, jak se vyrábí sýry, tvarohy, mléko a čokoláda.

Otázka č. 6: Měli byste zájem ochutnat v navštíveném regionu místní gastronomické produkty?



Obrázek 6 Zájem respondentů o ochutnávky produktů

U této otázky byla možná pouze jedna odpověď.

Položením této otázky mělo být zjištěno, jak velký je zájem respondentů o místní gastronomické produkty.

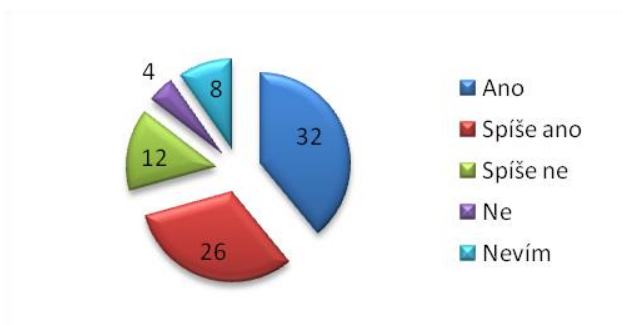
Šedesát šest respondentů (80,49%) by mělo zájem o ochutnávání regionálních produktů, odpověděli ano. 15 respondentů odpovědělo spíše ano. Spíše ne odpověděl pouze jeden respondent.

Z odpovědí plyne velký zájem o místní a regionální gastronomii. 81 respondentů z 82 by chtěli v rámci dovolené ochutnat lokální produkty. Myslím, si, že je zde velký potenciál pro rozvoj kulinářského cestovního ruchu a výsledky potvrzují fakt, že stále více Čechů se zajímá o gastronomii, především o regionální a tradiční produkty.

V dotazníku umístěném na vyplnto.cz byla respondentů položena otázka, zda při cestování upřednostňují tradiční místní speciality, nebo se stravují obvyklým způsobem. 46% respondentů odpovědělo jak kdy, 36% respondentů bylo pro místní speciality a 17% pro obvyklý způsob.

V dalším dotazníku bylo odpovídáno na otázku, zda respondenti považují stravování a poznávání kulinářských specialit během své dovolené za důležité. 56% respondentů odpovědělo ano, 36% určitě ano. To znamená, že 92% respondentů považuje poznávání kulinářských specialit během dovolené za důležité. Z čehož opět vyplývá, jak velký je zájem o kulinářské cestování.

Otázka č. 7: Měli byste zájem o zájezd zaměřený na kulinářský cestovní ruch?



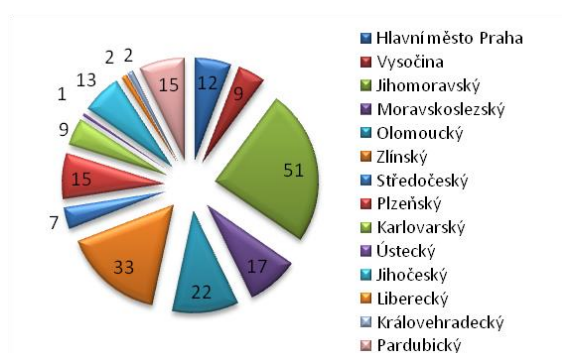
Obrázek 7 Zájem respondentů o zájezd

Touto otázkou měl být ověřen zájem respondentů o zájezd zaměřený na poznávání kulinářských produktů.

58 (70%) respondentů by mělo zájem o zájezd zaměřený na kulinářský cestovní ruch, 32 odpovědělo ano a 26 spíše ano. O zájezd by nemělo zájem 16 respondentů, 12 odpovědělo spíše ne a 4 odpověděli ne. 8 respondentů odpovědělo nevím. Z výsledků je zřetelný velký zájem o zájezd zaměřený na kulinářský cestovní ruch.

Rozvoji kulinářských zájezdů chybí zajímavější nabídka a také úroveň stravovacích služeb některých zařízení.

Otázka č. 8: Jaký kraj v České republice byste pro tento zájezd preferovali?



Obrázek 8 Výběr jednotlivých krajů v ČR

Respondenti mohli zvolit více odpovědí.

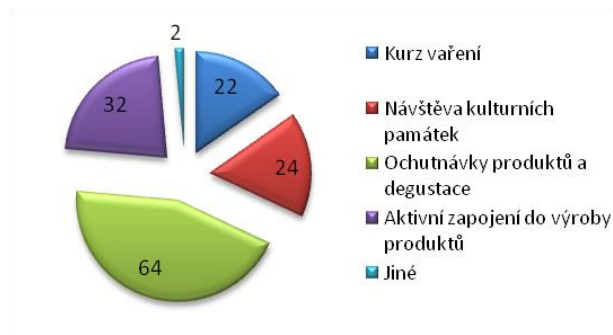
Otázka byla do dotazníku zahrnuta, proto, aby bylo zjištěno, jaký kraj pro poznávání kulinářského cestovního ruchu by respondenty nejvíce zajímal.

Nejvíce respondentů by chtělo v rámci toho zájezdu navštívit a poznat Jihomoravský kraj (51 odpovědí). Dalším regionem, který by chtěli respondenti v rámci kulinářského cestovního ruchu poznat, je Zlínský kraj (33 odpovědí). 22 respondentů by zajímal Olomoucký kraj, 17 respondentů Moravskoslezský, 15 odpovědí bylo Pardubický a Plzeňský kraj. O kulinářský zájezd do Prahy mělo zájem pouze 12 respondentů. Nejmenší zájem byl o Vysočinu, Karlovarský, Středočeský kraj, Liberecký a Královehradecký kraj. Pouze 1 respondent byl chtěl poznávat kulinářský cestovní ruch v Ústeckém kraji.

Největší zájem o Jihomoravský kraj je pochopitelný, jelikož právě zde se koná nejvíce akcí spojených s kulinářským cestovním ruchem, ve většině případů jde o cestování za vínem. Překvapil mě poměrně velký zájem o Zlínský a Olomoucký kraj.

Z výzkumu vyplývá, že největší zájem v rámci kulinařského cestovního ruchu o Jihomoravský kraj, následuje Zlínský a Olomoucký. Většina respondentů pocházela ze Zlínského kraje. Z toho posuzují, že obyvatelé Zlínského kraje by chtěli oblast, ve které žijí poznat i z jiného úhlu a to prostřednictvím kulinařských cest.

Otázka č. 9: Měli byste v rámci zájezdu zájem o doplňkové služby? Pokud vyberte jaké.



Obrázek 9 Zájem respondentů o doplňkové služby

Na otázku mohlo být odpovězeno více možnostmi.

64 respondentů by mělo zájem o ochutnávky produktů a degustace. Dále by respondenti měli zájem o aktivní zapojení do výroby produktů (32 odpovědí), návštěvu kulturních památek (22 odpovědí) a kurz vaření v rámci zájezdu (22 odpovědí). Další navrhovanou doplňkovou službou byl nákup knih (1 odpověď) a 1 respondent by neměl zájem o žádnou z uvedených doplňkových služeb.

Z odpovědí je zřejmý velký zájem o ochutnávky produktů a také poměrně velký zájem o účast na výrobě produktů.

6.4.1 Výsledky marketingového výzkumu

Na marketingový výzkum pomocí dotazníkového šetření odpovědělo 82 náhodně vybraných respondentů. Cílem výzkumu bylo zjistit zájem respondentů o kulinařský cestovní ruch a také možný potenciál pro organizaci kulinařských zájezdů.

Z první otázky vyplývá, že je třeba se zaměřit na propagaci kulinařského cestovního ruchu.

Nejčastěji respondenti navštěvují farmářské trhy a pivní slavnosti. Zaměřila bych se tedy i na zlepšení ostatních akcí týkajících se této problematiky.

Z průzkumu taktéž vyplývá, že lidé jsou málo informovaní o projektech zaměřených na kulinářský cestovní ruch. Myslím, že časem dojde ke zlepšení, jelikož jde o poměrně nové odvětví cestovního ruchu.

Jelikož by respondenty nejvíce zajímalo vinařství a ochutnávky regionálních pokrmů, výroba čokolády a výroba sýrů, tvarohů, mléka a másla, zaměřila bych se právě na tyto oblasti. Zájezd bych koncipovala tak, aby účastníci cestovního ruchu poznávali tyto oblasti a zároveň ochutnávali produkty, jelikož převážná většina respondentů má o ochutnávky zájem.

Myslím si, že v České republice chybí širší nabídka kulinářských zájezdů. Podle výzkumu by respondenti měli o tento druh zájezdu zájem.

Zájezd bych směřovala spíše na Jižní Moravu a Zlínský a Olomoucký kraj, jelikož by respondenty zajímaly právě tyto kraje.

Z výzkumu vyplývá, že ČR má potenciál pro rozvoj kulinářského cestovního ruchu, hlavně v oblasti bohatého kulturního dědictví, tradic, tradičním pokrmů a nákupů a hlavně cestování za regionálními pochutinami. Z výsledků je také zřejmý zájem o tento druh cestování. Lidé se více začínají zajímat o gastronomii, důkazem toho je sledovanost kuchařských pořadů, nesčetně mnoho článků v novinách, časopisech a dalších médiích. V posledních letech došlo k i nárůstu zájmu u kurzy vaření. Pražský kulinářský institut pořádá 3-4 kurzy vaření za týden. Přesto, že kurzy nejsou nejlevnější záležitostí, je o ně velký zájem.

Agentura Czechourism i další organizace podporující cestovní ruch se snaží kulinářský cestovní ruch hojně podporovat, o čemž svědčí i řada jejich projektů.

Pro srovnání uvádím výsledky výzkumů z roku 2013 umístěných na vyslnto.cz.

Z výsledků vyplývá, že 65% dotázaných se zajímá o gastronomii, úroveň gastronomických služeb ovlivní celkovou spokojenost s dovolenou u 89 % respondentů.

V dotazníku Gastronomický/kulinářský cestovní ruch 84% respondentů uvedlo, že se zajímají o gastronomii.

Z toho vyplývá velký zájem o gastronomii a kulinářský cestovní ruch.

Výsledky dotazníků z roku 2012, které jsou k dispozici na internetových stránkách vypln-to.cz ukazují, že 435 respondentů z 687 navštívilo turistický region převážně kvůli místní gastronomii. Jelikož jde o 2 roky staré výsledky, myslím si, že se toto číslo stále zvyšuje, protože stále více lidí se zajímá o gastronomii a tento zájem je motivuje k cestování.

373 respondentů z 687, tedy 54 % hodnotí propagaci českých a regionálních specialit průměrně, tudíž je třeba propagaci zlepšovat.

7 POTENCIÁL PRO ROZVOJ KULINÁŘSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU V ČR

Význam kulinářského cestovního ruchu celosvětově roste. V České republice je tato oblast cestovního ruchu ve fázi vývoje. Důkazem toho, že jde o perspektivní odvětví je i vznik projektů, jejichž cílem je podpora kulinářského cestovního ruchu.

Česká republika má velký potenciál pro rozvoj tohoto typu cestovního ruchu. V rámci celé republiky je pořádáno mnoho food festivalů, farmářských trhů, pivních slavností, vinobraní, exkurzí do potravinářských výroben a dalších akcí, které mohou být lákadlem pro turistu zajímajícího se o kulinářský cestovní ruch.

V kapitole 5 byly popsány certifikáty udělovány českým restauracím a projekty a akce, které mají přispět k rozvoji kulinářského cestovního ruchu. Současný trh je zaměřen na národní nápoje a to na pivo a víno, které jsou spojovány s cestováním po Česku.

Potenciál pro rozvoj kulinářského cestovního ruchu je i v pořádání kurzů vaření. Mnoho lidí je ochotno cestovat za kurzy i do větších vzdáleností.

Velkou atraktivitou i potenciálem je tradiční výroba potravin a ochutnávky nejrůznějších produktů. Lidé mají stále větší zájem o tradice a tradiční pokrmy z tohoto důvodu by bylo vhodné se na tuto oblast ČR zaměřit.

Česká republika také nabízí mnoho přírodních a kulturních atraktivit a památek, jejichž poznávání je možné spojit s kulinářstvím.

V České republice je neustále rozšiřována síť cyklostezek, tudíž je možné spojit poznávání kulinářských atraktivit s putováním na kolech.

Úroveň stravovacích zařízení v České republice není nejlepší, ale dochází k neustálému zlepšování i díky pořadu Ano šéfe.

Obrovský potenciál se skrývá v regionálním kulinářském cestovním ruchu. Zájem o místní gastronomické produkty potvrzuje i dotazníkové šetření uvedené v kapitole 6.4. V rámci krajů je pořádáno mnoho kulinářských akcí zaměřených na podporu regionální gastronomie. Rozvoj kulinářského CR v rámci regionů by také přispěl ke zvýšení návštěvnosti, zlepšení ekonomické situace a zlepšení image regionu. V rámci regionů lze spojit poznávání kulinářství s poznáváním místních tradic a kultury.

Závěry z analytické části:

Z analýz nabídky kulinářských zájezdů a z marketingového výzkumu bylo zjištěno následující:

- Z analýzy kulinářských zájezdů nabízených na českém trhu bylo zjištěno, že je zde nabízeno velmi málo zájezdů zaměřených na kulinářský cestovní ruch. Pouze jedna CK se specializuje jen na tyto zájezdy. Ostatní CK a CA mají do nabídky mimo jiné zařazeno i několik kulinářských zájezdů.
- Nejvíce kulinářských zájezdů je pořádáno do Itálie a Francie. Nejméně zájezdů je organizováno do Řecka a Švýcarska. České CK a CA by mohly do nabídky zařadit kulinářské zájezdy do těchto zemí. Všechny kulinářské zájezdy nabízené na českém trhu, mají většinou podobný program, nejčastěji jde o zájezdy za vínem a pivem.
- Analyzována byla také nabídka kulinářských zájezdů po České republice. Nejvíce kulinářských zájezdů mají do svého portfolia zařazeny CK Culinaria Travel, CK GEOPS a CA Pivo a víno. Zájezdů není mnoho a většinou jsou orientované na Jižní Moravu a na poznávání vína.
- Dále byly srovnány zájezdy CK GEOPS A CA Pivo a víno do oblasti Toskánska. Bylo zjištěno, že oba zájezdy mají velmi podobný program, dopravu i cenu.
- Srovnáním kulinářského zájezdu CK Geops a CK ČEBUS bylo zjištěno, že zájezd obou organizací je velmi podobný, kromě ceny zájezdu. Tyto dvě CK byly vybrány právě proto, aby byly srovnány zájezdy CK, která má ve své nabídce mnoho kulinářských zájezdů a CK, která má pouze několik málo zájezdů.
- Nabídka kulinářských zájezdů v ČR byla porovnána s nabídkou kulinářských zájezdů rakouských cestovních kanceláří. Rakousko se zaměřuje na rozvoj kulinářského cestovního ruchu spíše ve své zemi, nabízí pouze několik málo kulinářských zájezdů.
- Nejvíce kulinářských zájezdů je stejně jako v ČR nabízeno do Itálie. Srovnáním zájezdů CK Culinara Travel a CK Italissimo bylo zjištěno, že zájezdy jsou velmi podobné, ať už cenou, dopravou nebo programem.
- Z výsledků dotazníku vyplynulo, že nejvíce navštěvovanými akcemi jsou pivní festivaly a farmářské trhy. Málo navštěvované jsou gastro festivaly a food festivaly, což je zřejmě způsobeno tím, že je tato oblast nová a propagace není dostatečná.

Do doby, než jsem se začala o tento typ cestovního ruchu zajímat, jsem se s některými projekty a akcemi nesetkala.

- Respondenty by nejvíce zajímalo vinařství, ochutnávka místních pokrmů, výroba sýrů, mléka a másla a čokolády. Celých 80 % respondentů by mělo zájem o ochutnávky regionálních produktů.
- O kulinářský zájezd by mělo zájem 70% respondentů, nejčastěji na Jižní Moravu, poté do Zlínského a Olomouckého kraje. Tento výsledek jasně dokazuje velký zájem o kulinářské cestování a zájezdy.
- Jako doplňkové služby by respondenti zvolili ochutnávky a degustace a také by si chtěl sami vyzkoušet výrobu nějakého produktu.
- Z analytické části vyplývá nedostatečná a nezajímavá nabídka kulinářských zájezdů, velký potenciál rozvoje kulinářského cestovního ruchu a zájem turistů o tento druh cestování. Na základě těchto údajů vytvořím zájezd, který na českém trhu není nabízen. Z dotazníků je zřejmé, že by byl o tento zájezd velký zájem.

8 PROJEKT NOVÉHO PRODUKTU ZAMĚŘENÉHO NA KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Navrhovaný projekt zájezdu bude tematicky zaměřen na kulinářský cestovní ruch.

Při návrhu projektu kulinářského zájezdu bude vycházeno z analýz kulinářských zájezdů nabízených na českém trhu a z dotazníkového šetření.

Analýza nabídky cestovních kanceláří ukázala, z jakých kulinářských zájezdů si může účastník CR vybrat. Nabídka byla vyhodnocena jako nedostatečná.

Marketingový výzkum dokázal zájem turistů o tento typ cestování a vyplynuly preference a požadavky respondentů na kulinářský zájezd.

Získané údaje využiji při návrhu projektu.

8.1 Představení projektu

Marketingový výzkum uvedený v kapitole 6.4 a dotazníky umístěné na vyplnito.cz, o kterých se zmiňuji v kapitole 6.4.1., dokazuje stále větší zájem o kulinářství.

Na základě dotazníkového šetření zpracovaného v kapitole 6.4 vytvořím projekt zájezdu za kulinářským cestovním ruchem, jelikož 70% respondentů by o takový zájezd mělo zájem. Z analýzy cestovních kanceláří provedené v kapitole 6.2 vyplynulo, že se po Česku pořádá minimální počet podobně zaměřených zájezdů. Tyto zájezdy jsou zaměřeny především na Jižní Moravu.

Respondenty, kteří odpovídali na otázky marketingového výzkumu, by nejvíce zajímala Jižní Morava a v zápětí Zlínský kraj. Jelikož na Jižní Moravu je již několik zájezdů pořádáno, zaměřila bych se na Zlínský kraj. Tento kraj má zájemcům o kulinářský cestovní ruch co nabídnout a má potenciál pro rozvoj tohoto typu CR.

Zájezd bude omezen na menší skupinu lidí z důvodu návštěvy malých lokálních výrobců a vyroben a také z důvodu větší flexibility. Zájezd lze lépe přizpůsobit potřebám a přáním turistů. Na základě analýz, dotazníkového šetření a vlastního úsudku budu vytvářet projekt zájezdu, který bude podrobně popsán v následujících podkapitolách.

8.2 Cíle projektu

Cílem projektu je sestavení jedinečného a originálního kulinářského zájezdu, který bude nabízen českými cestovními kancelářemi.

Vytvořením zájezdu bude podporován kulinářský cestovní ruch ve Zlínském kraji, který má turistům co nabídnout. Díky zájezdům organizovaným v rámci Zlínského kraje by se zlepšila návštěvnost, ekonomická situace a image kraje. Centrála cestovního ruchu Východní Moravy se také snaží nalézt cestu k tomuto typu cestovního ruchu.

8.3 Příprava a uskutečnění projektu

V této kapitole bude popsáno místo, kde bude zájezd realizován, délka zájezdu, doprava, ubytování a stravování. Dále budou popsány cílové skupiny.

✓ Místo realizace

Kulinářský zájezd se bude realizovat v rámci Zlínského kraje, jelikož v dotazníkovém šetření byla tato oblast zvolena jako druhá nejzajímavější pro organizování těchto zájezdů. Zlínský kraj nabízí mnoho chutí, tradic, přírodního bohatství a zajímavé akce.

Zájezd bude zaměřen na poznávání místních produktů a pokrmů, piva a vína v městech Vizovice, Rožnov pod Radhoštěm, Hrachovci a Kroměříži.

✓ Délka zájezdu

Zájezd bude trvat 3 dny, jelikož bude mít bohatý program a časově náročné přejezdy mezi městy a také proto, že české cestovní kanceláře nabízí pouze jednodenní a dvoudenní, výjimečně třídní kulinářské zájezdy, proto byl zvolen právě třídní zájezd.

✓ Doprava

Cestující budou dopravováni minibusem. Tento druh dopravy byl zvolen proto, jelikož zájezd bude uskutečněn pro menší skupinu osob.

✓ Ubytování

Zájezd zahrnuje 2 přenocování.

Pro ubytování byly zvoleny hotely, jelikož dle výzkumu uvedeného v kapitole 3.3.1 mají o kulinářský cestovní ruch zájem vzdělanější lidé a vyššími příjmy a žádající kvalitnější služby.

Součástí ubytování v hotelech je i snídaně.

První den budou turisté ubytováni v hotelu HORAL **** v Rožnově pod Radhoštěm. Hotel jsem vybrala na základě vlastní, velmi pozitivní zkušenosti a také proto, že hotel Horál

patří k nejlépe hodnoceným hotelům v Rožnově pod Radhoštěm. Hotel také nabízí kvalitní gastronomické služby, včetně krajových specialit.

Další den budou turisté ubytováni v hotelu Černý orel **** V Kroměříži, který nabízí kvalitní ubytovací a gastronomické služby a nachází se v centru města v blízkosti Kroměřížského zámku a zahrad a také v blízkosti hotelu Octárna, kde se pořádá Moravia Food Festival. Hotel byl zvolen na základě pozitivních referencí a dostupnosti. Součástí hotelu je i restaurace nesoucí logo Czech Specials a vlastní pivovar s možností exkurze. Také tyto přednosti byly při výběru vhodného ubytování rozhodující.

✓ **Stravování**

Stravovací zařízení byly vybrány na základě nabídky tradičních pokrmů a certifikátu Czech Specials. Cílem stravování v rámci zájezdu je podpora tradičních pokrmů, místních specialit a certifikace Czech Specials, která je pro mnohé stále neznámá.

Součástí ubytování v hotelech je snídaně formou bufetu.

První oběd bude probíhat ve Valašském šenku ve Vizovicích. Šenk je stylově zařízen a nabízí typická valašská jídla. Na základě těchto skutečností bylo vybráno právě toto stravovací zařízení.

Večeře bude podávána v restauraci hotelu Horal v Rožnově pod Radhoštěm, která nabízí mnoho krajových specialit, ale i domácí a zahraniční kuchyni.

Stravovací zařízení, ve kterém bude druhý den probíhat oběd, je Koliba Kordulka v Rožnově pod Radhoštěm. Restaurace Kordulka je zařízena ve valašském stylu a nabízí vynikající tradiční speciality. V roce 2010 zvítězila v anketě TOP 10 restauracím hospůdek a kolib Valašska, kterou pořádala Centrála cestovního ruchu Východní Moravy.

Večeře bude podávána v restauraci Černý orel v Kroměříži, která je nositelem certifikátu Czech Specials a mimo jiné nabízí i tradiční českou kuchyni.

Během třetího dne bude stravování probíhat v rámci food festivalu, kde si mohou návštěvníci vybrat z široké nabídky prezentovaných pokrmů.

✓ **Specifikace cílové skupiny**

Zájezd bude zaměřen na dvě cílové skupiny:

1. Mladé bezdětné páry se zájmem o cestování a gastronomii, s vyšším vzděláním a vyššími příjmy.

2. Starší páry, které již mají odrostlé děti, se zájmem o cestování a gastronomii, vyšší vzdělání, vyšší příjmy.

Zájezd nebude cílen na rodiny s dětmi, jelikož program nelze tomuto segmentu přizpůsobit.

Jelikož se o kulinářské zájezdy zajímají spíše vzdělanější lidé, bude cíleno právě na tuto skupinu. V rámci zájezdu budou poskytovány kvalitní služby, které souvisí s vyšší cenou, proto bude zájezd zaměřován na osoby s vyššími příjmy a se zájmem o gastronomii.

Jelikož je do programu zájezdu zahrnuto poznávání několika gastronomických provozů, lze zájezd modifikovat a nabídnout středním školám zaměřeným na gastronomické obory a služby působícím ve Zlínském kraji.

8.4 Program zájezdu

Program zájezdu bude vycházet z provedených analýz a z marketingového výzkumu. Respondenti zvolili jako nejatraktivnější ochutnávky regionálních pokrmů, čokolády a mléčných produktů. Program bude sestaven na základě těchto preferencí. Do programu budou zahrnuty i návštěvy kulturních památek, jelikož mnoho respondentů by mělo o tuto formu doplňkových služeb zájem.

Poslední den účastníci navštíví Moravia Food Festival, který jsem zvolila proto, že jde o největší food festival na Moravě a mnoho lidí se s ním nesetkalo. Moravia Food Festival byl do programu zařazen z důvodu propagace a podpory této formy CR.

Zájezd bude organizován pro menší skupiny, program lze přizpůsobit.

Během delších přejezdů mezi městy mohou účastníci sledovat pořad Toulavá kamera ochutnává Česko.

Zájezd bude nazván Cesta za chutí Zlínského kraje a bude uskutečněn od čtvrtku 22. května do soboty 24. května 2014.

Podrobný program je uveden v příloze P VI.

1. den

- V 8:00 odjezd ze Zlína. Nástupní místo bude parkoviště pod Velkým kinem. Po domluvě je možné nastoupit i v jiných městech.
- V 8:30 příjezd do areálu firmy Jelínek. Přesun do výrobní společnosti Carletti, kde bude od 9:00 do 10:00 probíhat exkurze s názvem Čokoládové putování.
- Přesun do firmy R. Jelínek. Exkurze v Distillery Landu od 10:30 do 12:00 hodin.
- Přesun do Valašského šenku – oběd 12:15 – 13:30.
- Přejezd do Rožnova pod Radhoštěm. V 14:30 příjezd do Rožnova.
- 14:45 – 17:00 prohlídka Valašského muzea v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm.
- Přesun do hotelu, ubytování, večere v hotelu a individuální program.

2. den

- 8:00 - 9:00 snídaně v hotelu.
- 9:30 - 10:30 - návštěva BIO minimlékárny v Rožnově p. R. – známka Pravé valašské.
- 11:00 – 12: 00 exkurze v rožnovském pivovaru s ochutnávkou.
- 12:30 – 14:00 oběd – Koliba Kordulka Rožnov p. R.– Czech Specials.
- Přejezd do Hrachovce, 14:30 – 15:30 Hrachovec – exkurze Cyrilovo pekařství – ruční výroba frgálů.
- 16:00 odjezd z Hrachovce.
- 17: 00 příjezd do Kroměříže, ubytování, večere v restauraci Černý orel – Czech Specials, individuální program.

3. den

- 8:00 – 9:00 snídaně v hotelu.
- 9:30- 11: 00 prohlídka zámku a zahrad v Kroměříži s názvem VIA UNESCO.
- 11:00 – 19:00 - Moravia Food Festival.
- 15:00 – 16:00 prohlídka arcibiskupských sklepů s ochutnávkou.
- 20:00 návrat do Zlína.

8.5 Propagace nového produktu

Je nezbytné nejen zájezd dobře navrhnout, ale také dobře propagovat, tedy nalézt způsob, komunikační kanál, jak se informace o zájezdu dostane k zákazníkovi.

Produkt bude nabídnut cestovní kanceláří ČEBUS, jelikož má v portfoliu podobné zájezdy. V případě zájmu bude zájezd nabídnut i dalším zájemcům.

Reklama na internetu a na sociálních sítích

Internet je nejvhodnější médium pro propagaci, jelikož má tato forma reklamy největší zásah a také je to vhodný komunikační kanál pro naši cílovou skupinu.

CK bude zájezd propagovat na svých webových stránkách a na sociálních sítích.

Direct mail

CK by pomocí direct mailingu upozornila na nový, zajímavý produkt.

Reklama v novinách a časopisech

Tištěná reklama by mohla být realizována v deníku Mladá Fronta Dnes, který je nejčtenějším seriózním deníkem v České republice. Náklady na inzerci jsou finančně velmi náročné, cena inzerce za 1/3 je 290 000 Kč. Tuto formu reklamy bych zvolila až poté, co bude zájezd dostatečně rentabilní.

Vhodnější a méně nákladnější tisk pro propagaci navrhovaného zájezdu je časopis Appetit, který čtou ženy i muži od 20 do 45 let, moderní a vzdělaní se zájmem o gastronomii a jde o nejčtenější časopis o vaření s cenou nad 30 Kč. Cena inzerce za ½ strany je **110 000 Kč**.

POS / POP materiály

Cestovní kancelář bude zájezd propagovat pomocí prospektů, které budou rozdávány návštěvníkům CK a letáků, které budou umístěny ve vitrině CK.

Návrh letáku je uveden v příloze P. VII.

Public relations

Zájezd by byl propagován také pomocí PR článků, kterou budou rozeslány do různých médií.

8.6 Ekonomická analýza zájezdu

Dalším krokem, díky kterému bude vytvořena cena zájezdu, je jeho kalkulace.

Do kalkulace budou zahrnuty veškeré náklady za služby poskytnuté během zájezdu a to doprava, ubytování, stravování, náklady na vstupy, služby průvodce a náklady cestovní kanceláře.

8.6.1 Kalkulace zájezdu

Kalkulace zahrnuje náklady na dopravu, ubytování, stravování a vstupy, pojištění CK proti úpadku, marži CK a náklady na průvodce.

✓ Náklady na dopravu

Do kalkulace bude zahrnuta doprava mikrobusem, která bude realizována prostřednictvím dopravy Tomáš Janouš, se sídlem ve Zlíně.

Do kalkulace nebudou započítány náklady na řidiče – ubytování a stravování.

Tabulka 9 Počet kilometrů

Den	Trasa	Počet km
1. den	Zlín - Vizovice	15 km
	přejezdy ve Vizovicích	3 km
	Vizovice - Rožnov pod Radhoštěm	46 km
2. den	přejezdy v Rožnově p. R.	10 km
	Rožnov p. R. - Hrachovec	13 km
	Hrachovec - Kroměříž	60 km
3. den	Kroměříž – Zlín	35 km
	Celkem	182 km

(Vlastní zpracování)

Během tří denního zájezdu bude ujet 182 km, přesný rozpis ukazuje tabulka 9. Kapacita mikrobuse je 16 osob + řidič. Jedno místo v mikrobuse je určeno pro průvodce. Sazba přepravce je 18 Kč/km. Celkové náklady na dopravu mikrobusem budou 3 276 Kč + 2 000 Kč čekací doba pro řidiče. Pokud bude zájezd plně obsazen, to znamená 15 klientů, cena dopravy na jednu osobu bude **351, 70 Kč**.

✓ Náklady na ubytování

Podle aktuálních ceníků uvedených na internetových stránkách hotelů jsou ceny ubytování následující:

Hotel Horal ***** - cena za dvoulůžkový pokoj – 1 350 Kč / 2 osoby, tzn. **675 Kč / osobu.**

Hotel Černý orel ***** - cena za dvoulůžkový pokoj – 1 580 Kč / 2 osoby, tzn. **790 Kč / osobu.**

Celkové náklady na ubytování během tří denního zájezd budou **1 465 Kč / osobu.**

✓ Náklady na stravování

Do celkové kalkulace bude zahrnuto i stravování během zájezdu. Snídaně jsou zahrnuty v ceně ubytování.

- Oběd Valašský šenk Vizovice - 250 Kč.

- Večeře v restauraci hotelu Horal – 300 Kč.

- Oběd v restauraci Kordulka – 280 Kč.

- Večeře v restauraci Černý orel – 300 Kč.

Celkové náklady na stravování během zájezdu činí 1 130 Kč / osobu. Do cen nejsou započítány nápoje. Stravování během třetího dne je částečně zahrnuto v ceně vstupného na food festival. Cena je 370 Kč, v níž je započítáno 10 jídelních poukazů v hodnotě 250 Kč.

✓ Náklady na vstupy a exkurze

V programu zájezdu jsou zahrnuty následující vstupy a exkurze:

- Exkurze v čokoládovně – Čokoládové putování – 100 Kč / osobu.

- Exkurze ve výrobě R. Jelínek – rozšířená exkurze – 130 Kč / osobu.

- Návštěva Valašského muzea v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm – 200 Kč / osobu.

- Exkurze v minimlékárně – 30 Kč / osobu.

- Exkurze v pivovaru – 70 Kč / osobu.

- Exkurze ve výrobě frgálů – 50 Kč / osobu.

- Prohlídka zámku a zahrad v Kroměříži – trasa VIA UNESCO – 180 Kč / osobu.

- Vstupné na Moravia Food Festival – 370 Kč, v ceně je zahrnuto 10 jídelních poukazů – denárů v hodnotě 250 Kč. Prohlídka arcibiskupských sklepů je pro návštěvníky festivalu zdarma.

Celkové náklady na vstupné a exkurze jsou **1 130 Kč / osobu**.

✓ **Pojištění**

Produkt zájezdu bude nabízen cestovní kanceláři, která musí do kalkulace zařadit i pojištění náproti úpadku. Náklad na toto pojištění činí 150 Kč / osobu.

✓ **Náklady na průvodce**

Mzda průvodce činí 130 Kč na hodinu – celková mzda za 3 dny je 3 900 Kč.

Tabulka 10 Celková kalkulace zájezdu

Termín zájezdu: 22. 5. - 24. 5. 2014		
Počet dní / nocí 3 dny / 2 noci		
Počet osob: 15		
Nákladová položka	Cena za osobu	Celková cena za 15 osob
Doprava mikrobusem	351,70 Kč	5 275,50 Kč
Ubytování hotel Horal	675,00 Kč	10 125,00 Kč
Ubytování hotel Černý orel	790,00 Kč	11 850,00 Kč
Oběd Valašský šenk	250,00 Kč	3 750,00 Kč
Večeře hotel Horal	300,00 Kč	4 500,00 Kč
Oběd koliba Kordulka	280,00 Kč	4 200,00 Kč
Večeře restaurace Černý orel	300,00 Kč	4 500,00 Kč
Exkurze v čokoládovně	100,00 Kč	1 500,00 Kč
Exkurze R. Jelínek	130,00 Kč	1 950,00 Kč
Vstupné Valašské muzeum	200,00 Kč	3 000,00 Kč
Exkurze v minimlékárně	30,00 Kč	450,00 Kč
Exkurze v pivovaru	70,00 Kč	1 050,00 Kč
Exkurze Cyrilovo pekařství	50,00 Kč	750,00 Kč
Vstupné zámek v Kroměříži	180,00 Kč	2 700,00 Kč
Vstupné Moravia Food Festival	370,00 Kč	5 550,00 Kč
Služby průvodce	260,00 Kč	3 900,00 Kč
Pojištění CK proti úpadku	150,00 Kč	2 250,00 Kč
Celkové náklady	4 486,70 Kč	67 300,50 Kč
Marže 15% bez DPH	673 Kč	10 095 Kč
DPH 21%	141,33 Kč	2 119,95 Kč
Marže s DPH	814,30 Kč	12 214,5 Kč
Celková cena	5 301 Kč	79 515 Kč

(Vlastní zpracování)

Marže 15% byla zvolena na základě informací z internetu, jelikož žádná cestovní kancelář nebyla ochotna tuto informaci poskytnout.

Celková cena zájezdu na osobu by byla 5 301 Kč. Kalkulace nezahrnuje ubytovací a stravovací služby pro řidiče a průvodce. Dále cena nezahrnuje stravování mimo program a veškeré nápoje v navštívených restauracích.

8.6.2 Analýza nákladů cestovní kanceláře na organizaci zájezdu

Náklady uvedené v předcházející kapitole souvisejí s utvářením ceny zájezdu a klient si tyto náklady hradí sám.

Cestovní kanceláři, která bude produkt nabízet, vznikají náklady na tvorbu, propagaci a organizaci zájezdu.

Tyto náklady budou vynaloženy, i když se zájezd nebude realizovat.

✓ Mzda pracovníka cestovní kanceláře

Zaměstnanec CK, který bude zájezd organizovat, se bude starat o organizaci zájezdu, vytvoření prospektu a plakátu, informování zákazníků o novém produktu a vytvoření a rozeslání PR článků.

Průměrná mzda pracovníka CK je 22 000 Kč. Údaje o mzdě byly zjištěny z internetových stránek. Z průměrné mzdy jsem vypočítala průměrnou hodinovou mzdu 122 Kč/hodinu.

Na vytvoření zájezdu, jeho organizaci a propagaci bude zaměstnanec CK pracovat 63 hodin, což znamená, že náklady na mzdu pracovníka při přípravě navrhovaného zájezdu budou **7 686 Kč**.

✓ Náklady na reklamu

CK využije možnost reklamy v časopise *Apetit* - cena za ½ stranu je **110 000 Kč**.

✓ Náklady na tisk propagačním materiálů

Náklady na tisk zahrnují:

- 3000 ks prospektů v hodnotě 25 900 Kč.
- 500 ks A4 letáků v hodnotě 4 420 Kč.

Celkové náklady na tisk budou **30 320 Kč**.

Tabulka 11 Celkové náklady cestovní kanceláře na zájezd

Náklad	Kč
Mzda pracovníka	7 686 Kč
Reklama v tisku	110 000 Kč
Tisk propagačním materiálů	30 320 Kč
Celkové náklady	148 006 Kč

(Vlastní zpracování)

Celkové náklady na zájezd, které vzniknou cestovní kanceláři, jsou **148 006 Kč**.

8.6.3 Bod zvratu

Výpočtem bodu zvratu zjistíme, jaký minimální počet klientů se musí zájezdu zúčastnit, aby byly pokryty fixní náklady a zájezd byl rentabilní.

Fixní náklady jsou takové, které vzniknou cestovní kanceláři, aniž by se zájezd uskutečnil.

V případě navrhovaného zájezdu jsou fixní náklady cestovní kanceláře **148 006 Kč**.

Marže CK je 814,30 Kč / osobu.

Bod zvratu = fixní náklady / (cena zájezdu – variabilní náklady)

Bod zvratu = 148 006 / 814,30 = 181,76 = **182 osob**

Z výsledku zjistíme, že se zájezdu musí zúčastnit minimálně 183 osob, aby byly pokryty fixní náklady.

Jakmile se zájezdu zúčastní více jak 182 osob, bude rentabilní.

Reklama v tisku je finančně nákladná položka. Pokud CK nebude chtít tuto formu propagace využít, fixní náklady cestovní kanceláře budou pokryty mnohem dříve.

8.7 Modifikace zájezdu

Jelikož je do programu navrhovaného zájezdu zahrnuto mnoho exkurzí v různých provozech, bylo by možné upravit zájezd tak, aby mohl být nabídnut středním školám zaměřeným na gastronomické obory a služby.

8.7.1 Střední školy ve Zlínském kraji

Ve Zlínském kraji působí 69 středních škol. Zájezd bude především nabízen středním školám zaměřeným na gastronomii, služby, hotelnictví, potravinářství a zemědělství. V případě zájmu jiných středních škol, je možné zájezd uskutečnit i pro jejich potřeby.

8.7.2 Příprava zájezdu

Zájezd bude mít stejný program, ale bude zkrácen pouze na dva dny, jelikož vstupenka na food festival je poměrně nákladná a program festivalu není zaměřen na střední školy.

Žáci se budou dopravovat pomocí MHD a ubytování budou v chatkách v areálu Camping Rožnov. Stravování bude probíhat operativně během cesty.

8.7.3 Program zájezdu

Program dvoudenního zájezdu bude velmi podobný programu navrhovaného zájezdu.

1. den

- V 7:15 odjezd vlakem ze Zlína do Vizovic, exkurze v čokoládovně a ve firmě R. Jelínek.
- V 11:45 odjezd z Vizovic do Rožnova pod Radhoštěm. Návštěva Muzea v přírodě a přesun na ubytování.

2. den

- Exkurze v BIO minimlékárně a v rožnovském pivovaru. Poté přejezd do Hrachovce, kde bude probíhat exkurze v Cyrilově pekárně. Po prohlídce bude následovat návrat do Zlína.

8.7.4 Propagace zájezdu

O zájezdu budou střední školy informovány prostřednictvím letáku, který bude rozesílat emailem pracovník CK. Jeho mzda nebude do kalkulace zahrnuta.

8.7.5 Celková kalkulace zájezdu

Do kalkulace budou zahrnuty náklady na dopravu, ubytování, exkurze a prohlídky, služby průvodce, pojištění CK proti úpadku a marže CK. Do kalkulace není zahrnuto stravování.

Tabulka 12 Kalkulace modifikovaného zájezdu

Termín zájezdu: 16. 6. - 17. 6. 2014		
Počet dní / nocí 2 dny / 1 noc		
Počet osob: 20		
Nákladová položka	Cena* za osobu	Celková cena* za 20 osob
Doprava MDH	219 Kč	4 380 Kč
Ubytování CAMPING Rožnov	165 Kč	3 300 Kč
Exkurze v čokoládovně	60 Kč	1 200 Kč
Exkurze R. Jelínek	100 Kč	2 000 Kč
Vstupné Valašské muzeum	150 Kč	3 000 Kč
Exkurze v minimlékárně	20 Kč	400Kč
Exkurze v pivovaru	30 Kč	600 Kč
Exkurze Cyrilovo pekařství	30 Kč	600 Kč
Služby průvodce	117 Kč	2 340 Kč
Pojištění CK proti úpadku	150 Kč	3 000 Kč
Celkové náklady	1 041 Kč	20 820 Kč
Marže 15% bez DPH	156,20	3 123 Kč
DPH 21%	32,80	655,80 Kč
Marže s DPH	189	3 778,80 Kč
Celková cena	1 230 Kč	24 598,80 Kč

(Vlastní zpracování)

* ceny jsou zaokrouhleny na jedno desetinné místo

Cena modifikovaného dvoudenního zájezdu pro střední školy bude **1 230 Kč** / osobu.

8.7.6 Bod zvratu

Výpočtem bodu zvratu zbude zjištěn minimální počet žáků, kteří se musí zájezdu zúčastnit, aby nebyl ztrátový.

Bod zvratu = FN / cena zájezdu na osobu – VN na osobu

Bod zvratu = 2340 / 1230 – 924 = 7,65 = **8 žáků**

Fixní náklady jsou takové, které se při různém počtu účastníků nemění. Variabilní náklady se mění.

Zájezd kalkulovaný pro 20 osob má bod zvratu 8, tzn., že se zájezdu musí zúčastnit minimálně 8 žáků, aby nebyl ztrátový. Pokud se zájezdu zúčastní více jak 8 žáků, CK se vyplatí zájezd uskutečnit.

8.8 SWOT ANALÝZA NAVRHOVANÉHO ZÁJEZDU

Silné stránky

- Unikátnost a jedinečnost zájezdu.
- Možnost modifikace.
- Pestrý program.
- Atraktivní produkt.

Slabé stránky

- Vysoká cena zájezdu.
- Propagace produktu.

Příležitosti

- Nový produkt.
- Stále rostoucí zájem o tuto oblast CR.

Hrozby

- Nezájem o produkt.
- Nedostatečný průzkum kulinářského CR.
- Ekonomická situace.

8.9 Závěry projektu

Kulinářský cestovní ruch je v České republice mladou, teprve rozvíjející se oblastí cestovního ruchu. Bohužel jsem nenašla žádná oficiální data týkající se tohoto tématu. Tuto skutečnost jsem ověřovala u organizace CzechTourism i u Českého statistického úřadu.

Na základě analýz byl sestaven projekt kulinářského zájezdu. Zájezd byl podroben ekonomické analýze a byl stanoven bod zvratu, který určil, kolik osob se zájezdu musí zúčastnit, aby byl rentabilní. Zájezd se skládá z mnoha exkurzí a lze ho využít i pro jiné cílové skupiny, lze ho modifikovat. Zájezd byl přizpůsoben žákům středních škol zaměřených na hotelnictví, gastronomii a další podobné obory. Zájezd pro žáky je mnohem levnější, jelikož bylo využito nejlevnějšího ubytování a dopravy prostřednictvím MHD.

ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo navrhnout kulinářského zájezdu.

Na začátku byla prostudována literatura týkající problematiky cestovního ruchu a kulinářského cestovního ruchu a byla vytvořena teoretická část práce.

Na úvod praktické části byla představena organizace zabývající se kulinářským cestovním ruchem a také důležité projekty, jejichž cílem je podpora a propagace kulinářského cestovního ruchu v České republice.

Poté následovala analýza nabídky kulinářských zájezdů. Nejprve byla analyzována nabídka kulinářských zájezdů v České republice a poté v Rakousku.

Bylo zjištěno, že v Česku je organizováno poměrně hodně kulinářských zájezdů, ale většinou do stejných destinací s podobným, někdy dokonce stejným programem. Nabídka je omezená, nezajímavá a málo pestrá, většina směřovaná na Jižní Moravu.

Porovnáním zájezdů do Itálie nabízených různými cestovními kancelářemi bylo zjištěno, že program, doprava, ubytování i stravování jsou velmi podobné.

Po důkladném prozkoumání kulinářských zájezdů nabízených rakouskými organizacemi bylo zjištěno, že rakouský turista má také velmi omezený výběr. Rakousko nabízí ještě méně kulinářských zájezdů než Česká republika. Ovšem na rozdíl od naší země, Rakušané organizují mnoho akcí a projektů podporující kulinářský cestovní ruch ve své zemi.

Po analýze byl proveden marketingový výzkum, z něhož vyplynulo mnoho zajímavých informací. Byla prověřena znalost respondentů o kulinářském cestovním ruchu a také jejich zájem o tuto problematiku. Také byl zjištěn potenciál pro rozvoj kulinářského cestovního ruchu v Česku.

Na základě těchto informací byl vytvořen projekt zájezdu, který je na českém trhu unikátní a jediný. Byla vytvořena jeho celková kalkulace a cena. Jelikož program zájezdu obsahuje mnoho zajímavých exkurzí, byla vytvořena modifikace zájezdu, který bude nabídnut středním školám.

Jelikož by bylo reálné zájezd zorganizovat, považují cíl práce za splněný.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Tištěné zdroje

COT business, květen 2011. Praha: C.O.T. media. ISSN 1212-4281.

COT business, červenec / srpen 2012. Praha: C.O.T. media. ISSN 1212-4281.

COT business, červenec / srpen 2013. Praha: C.O.T. media. ISSN 1212-4281

COT business, leden 2014. Praha: C.O.T. media. ISSN 1212-4281.

COT business, březen 2014. Praha: C.O.T. media. ISSN 1212-4281.

GOELDNER, Charles R a J RITCHIE, 2009. *Tourism: principles, practices, philosophies*. 9 ed. Hoboken, N.J.: John Wiley. ISBN 9780470084595.

HESKOVÁ, Marie, 2006. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna. ISBN 80-7168-948-3.

HORNER, Susan a John SWARBROOKE, 2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing. ISBN 8024702029.

INDROVÁ, Jarmila, 2009. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1569-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4209-0.

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

OECD, 2012. *Food and the Tourism Experience: The OECD-Korea Workshop*. Paris: OECD Publishing. ISBN 978-926-4110-595

PALATKOVÁ, Monika, 2013. *Management cestovních kanceláří a agentur*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3751-5.

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

SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava, 2013. *Specifické formy cestovního ruchu*. Liberec: Technická univerzita v Liberci. ISBN 978-80-7372-927-1.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Elektronické zdroje

AOC Genusscréateure [online], 2014. *AOC-Genuss.at* [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://aoc-genuss.at/index.php>

Cestovní kancelář Čebus Brno [online], ©2010. *Cestovní kancelář Čebus Brno* [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.cebus.cz/>

Cestovní kancelář Datour [online], b.r. *Cestovní kancelář Datour* [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.datour.cz/>

CK Floria Vodňany [online], ©2004-2014. *CK Floria* [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.ckfloria.cz/>.

CK GEOPS [online], ©2008-2014. *Cestovní kancelář Geops* [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.geops.cz/>

Culinaria Travel [online], ©2012. *Culinaria Travel* [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.culiniatravel.cz/>

CzechSpecials [online], ©2009-2014. *Toulavá kamera ochutnává Česko*. Czechtourism. [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.czechspecials.cz/>

Czechtourism [online], ©2005-2013, Trendy globálního cestovního ruchu 2013 a 2014. [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/statistiky/aktualni-informace/trendy-globalniho-cestovniho-ruchu-2013-a-2014/>

Česká televize [online], ©1996-2014. Česká televize. [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/>.

ČSÚ [online], ©2014. *Český statistický úřad*. [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>.

Dovolena.eu [online], ©2002-2014. *Dovolena-last minute-dovolena.eu* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.dovolena.eu/>.

ECTAA [online], ©2013. *ECTAA* [cit. 2014-04-16]. Dostupné z: <http://www.ectaa.org/>

EUROSTAT [online], 2014. *Eurostat* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>.

- Extra-Tours Reisen [online], ©2007. *Extra-Tours OG* [cit. 2014-04-29]. Dostupné z: <http://www.extra-tours.at/>
- Extrem sport [online], ©2012. *Extrem sport* [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://www.extrem-sport.cz/>.
- FTV Prima [online], ©2014. *Ano, šéfe! Je to úspěch.* FTV Prima [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/ano-sefe-je-to-uspech>.
- Genuss region Österreich [online], ©2014. *Genuss region Österreich* [cit. 2014-04-21]. Dostupné z: <http://www.genuss-region.at/>.
- IC Tour [online], b.r. *IC TOUR* [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.ictour.cz/>
- ITALISSIMO [online], ©2014. *Italissimo.at* [cit. 2014-04-27]. Dostupné z: <http://www.italissimo.at/1-0-italissimoat-Reisen-Kulinarik-Sprache-und-Italienische-Lebensart.html>.
- KČT. *Turistické značení KČT* [online], ©2011-2014. Klub českých turistů. [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/turisticke-znaceni-kct>.
- Kulinarische Reisen [online], ©2014. *Kulinarische Reisen* [cit. 2014-04-27]. Dostupné z: <http://kulinarische-reisen.at/>.
- Kuratorium Kulinarisches Erbe Österreich [online], ©2014. *Kulinarisches Erbe Österreich* [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.kulinarisches-erbe.at/startseite.html>
- Life.ihned.cz. [online], ©1996-2014. *Grand Restaurant Festival nabízí tajný výlet i gastronomické speciality z luxusních podniků* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://life.ihned.cz/c1-61568040-grant-restaurant-restaurant-gastronomie>.
- Moravia Food Festival [online], ©2011. *Moravia Food Festival Kroměříž.* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.festivaljidla.cz/>
- Pivo a víno.cz [online], ©2014. *Pivo a víno* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.pivoavino.cz/>.
- Prague Food Festival [online], ©2014. *Prague Food Festival* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.praguefoodfestival.cz/>.
- Prima - web.com [online], ©2007-2014. *Kulinářskou reality show Na nože sledovalo téměř 700 000 lidí* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://prima-web.com/2010/09/kulinarskou-reality-show-na-noze-sledovalo-temer-700-000-lidi>

- Raiffeisen Reisebüro [online], 2012. *Steirisches Raiffeisen Reisebüro GesmbH* [cit. 2014-04-29]. Dostupné z: <http://www.raiffeisenreisebuero.at/index.php>
- Reisebüro Ideal Tours [online], ©2014. *Reisebüro Ideal Tours* [cit. 2014-04-27]. Dostupné z: <http://www.idealtours.at/>.
- Reisebüro Orbis busreisen [online], ©2014. *Orbisreisen.at* [cit. 2014-04-27]. Dostupné z: <http://www.orbisreisen.com/index.php>
- Stezky dědictví [online], ©2010. *Heritage trails* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.stezky-dedictvi.cz/>.
- Travel Market Report [online], ©2005-2014. *The Culinary Market* [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.travelmarketreport.com/articles/Food-Tourism-Plenty-on-the-Plate-for-Travel-Sellers>.
- Týden.cz [online], ©2006. *Ital v kuchyni letí vzhůru* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/media/televize/ital-v-kuchyni-leti-vzhuru_143258.html#.U1vIqmeKDIV
- UNWTO [online], ©2013. UNWTO Tourism Highlights [cit. 2014-04-23]. Dostupné z: http://dtx tq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_1r_0.pdf
- UNWTO [online], ©2012. *Global Report on Food Tourism* [cit. 2014-04-23]. Dostupné z: http://dtx tq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/food_tourism_ok.pdf
- Vitalia.cz [online], ©2009 – 2014. *Farmářské trhy* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.vitalia.cz/farmarske-trhy/>
- Vyplnto.cz [online], ©2008-2014. [cit. 2014-04-30]. Dostupné z: <http://www.vyplnto.cz/>
- World Food Travel Association [online], ©2012-2013. *What is food tourism?* [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/>
- Zwittnig-Reisebüro-Busreisen [online], b.r. *Zwittnig* [cit. 2014-04-29]. Dostupné z: <http://www.zwittnig-bus.at/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AFT	Asociace farmářských trhů
CA	Cestovní agentura
CK	Cestovní kancelář
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ECEAT	European Centre for Ecological and Agricultural Tourism
FN	Fixní náklady
OECD	The Organisation for Economic Co-operation and Development
p. R.	Pod Radhoštěm
UNWTO	World Tourism Organization.
VN	Variabilní náklady
WFTA	World Food Travel Association

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Setkání respondentů s kulinářským cestovním	65
Obrázek 2 Návštěvnost kulinářských akcí	66
Obrázek 3 Znalost projektu zaměřených na kulinářský cestovní ruch	67
Obrázek 4 Zájem o různé oblasti kulinářského cestovního ruchu	68
Obrázek 5 Zájem respondentů o návštěvu výroben	69
Obrázek 6 Zájem respondentů o ochutnávky produktů	69
Obrázek 7 Zájem respondentů o zájezd	70
Obrázek 8 Výběr jednotlivých krajů v ČR	71
Obrázek 9 Zájem respondentů o doplňkové služby	72

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Příjmy a výdaje na cestovní ruch v ČR	43
Tabulka 2: Srovnání počtu zájezdů CK Culinaria Travel, CA Pivo a víno a CK Geops	47
Tabulka 3 Srovnání zájezdů po České republice CK Culinaria Travel, CA Pivo a víno a CK GEOPS	50
Tabulka 4 Srovnání zájezdu CA Pivo a víno a CK Geops	52
Tabulka 5 Srovnání zájezd CK ČEBUS a CK GEOPS	56
Tabulka 6 Srovnání Rakouska a České republiky	58
Tabulka 7 Počet kulinářských zájezdů rakouských CK.....	60
Tabulka 8 Srovnání zájezdu české a rakouské CK	63
Tabulka 9 Počet kilometrů.....	84
Tabulka 10 Celková kalkulace zájezdu	86
Tabulka 11 Celkové náklady cestovní kanceláře na zájezd.....	88
Tabulka 12 Kalkulace modifikovaného zájezdu.....	90

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA PI: ZÁJEZDY CK CULINARIA TRAVEL

PŘÍLOHA PII: ZÁJEZDY CA PIVO A VÍNO

PŘÍLOHA PIII: ZÁJEZDY CK GEOPS

PŘÍLOHA PIV: KULINÁŘSKÉ ZÁJEZDY NABÍZENÉ V RAKOUSKU

PŘÍLOHA PV: DOTAZNÍK

PŘÍLOHA VI: PROGRAM ZÁJEZDU

PŘÍLOHA VII: NÁVRH PROPAGAČNÍHO LETÁKU

PŘÍLOHA P I: ZÁJEZDY CK CULINARIA TRAVEL

CK CULINARIA TRAVEL

CK nabízí netradiční zážitky v rámci 67 zájezdů do vybraných destinací: Itálie, Česká republika, Francie, Portugalsko, Řecko, Španělsko, Jižní Amerika, Mexiko, USA, Maroko, Čína, Indie, Thajsko.

- **Zájezdy do Itálie:**

- Nejvíce zájezdů je nabízeno do Itálie a to 21.
- Zájezdy jsou organizovány na 3-8 dnů, doprava je buď letecká, nebo vlastní.
- Průměrná cena tří denního zájezdu s využitím letecké přepravy bude cca 25 000 Kč. Pokud si klient zvolí vlastní dopravu, průměrná cena třídenního zájezdu bude 16 000 Kč.
- Cena osmi denního kulinářského zájezdu do Itálie s využitím letecké přepravy bude 44 900 Kč.
- Za čtyřdenní zájezd turista zaplatí 31 900 Kč v případě využití možnosti letecké přepravy, v případě vlastní dopravy bude cena zájezdu 26 900 Kč.

- **Zájezdy po České republice:**

- CK má v nabídce 11 zájezdů za kulinářským cestovním ruchem po České republice.
- Zájezdy jsou nejčastěji zaměřeny na Jižní Moravu, kde klient navštívuje vinné sklepy, vinice, degustuje víno a poznává kulturní památky této destinace. Dále jsou do nabídky zařazeny pobyty spojené s podáváním degustačních menu ve vyhlášených restauracích, kurzy vaření a plavba lodí s ochutnávkou vín.
- Jednodenní až čtyřdenní zájezdy.
- Průměrná cena jednodenního zájezdu je 1700 Kč, dvoudenního 3 800 Kč, třídenního 5 500 Kč a čtyřdenního 7 000 Kč. Ceny jsou orientační, jelikož cena zájezdu nezahrnuje všechny možné aktivity.

- **Zájezdy do Francie:**

- 2 zájezdy do Francie
- Sedmidenní zájezdy provedou turisty historickými městy, typickými trhy, seznámí se s výrobou vína a olivového oleje, které samozřejmě i ochutnají a taktéž je do programu zařazena ochutnávka šampaňského, typické šunky a sýrů. Návštěvníci

poznají i výrobu hořčice v Dijonu a budou mít možnost vaření s renomovaným šéfkuchařem.

- Průměrná cena zájezdu je 38 000 Kč, ovšem v ceně nejsou zahrnuty všechny služby.

- **Zájezdy do Portugalska**

- CK nabízí jeden zájezd.
- Program zahrnuje návštěvu vinařství, ochutnávku vín a tradičních pokrmů, které přichystá špičkový lisabonský šéfkuchař.
- Cena sedmidenního leteckého zájezdu je od 20 500 Kč za osobu, cena ovšem nezahrnuje stravování a nápoje, vstupní a pronájem vozu.

- **Zájezdy do Řecka:**

- 1 zájezd
- Program: podávání místních specialit, ochutnávka vín, návštěva výroby olivového oleje a vína, škola vaření a návštěva tradičních obchodů-
- 6 dnů, letecky, cena od 29 812 Kč, v ceně nejsou zahrnuty všechny služby.

- **Zájezdy do Španělska:**

- 19 zájezdů
- Podobný program všech zájezdů.
- Návštěvy historických měst, výroby sýrů, šunky a olivového oleje, produktů z medu a včelího vosku, farem, vinařství, ochutnávky vín a tradičních pokrmů, kurzy vaření, ukázky tradiční výroby sýrů a chleba, návštěva výrobců tradičních řemeslných výrobků, ochutnávky tapas , typického mandlového marcipánu, cideru.
- 2 – 8 denní zájezdy, letecky nebo vlastní dopravou, průměrná cena zájezdu je 39 000 Kč, v ceně nejsou zahrnuty všechny služby.

PŘÍLOHA P II: ZÁJEZDY CA PIVO A VÍNO

Zájezdy po České republice:

1 denní

- Prohlídka pivovaru Magistr, degustace, vlastní doprava, cena 250Kč/osobu.
- Exkurze v pivovaru Radegast, ochutnávka piva, vlastní doprava, cena 710Kč/ osobu.
- Prohlídka zámeckého pivovaru v Ostravě, degustace piva a posezení s jídly z krbu, vlastní doprava, cena 845 Kč/ osobu.
- Pochod vinicemi a ochutnávky vín, autobusová doprava, cena 260 Kč.

2 denní

- Kultura a památky vinařské oblasti Jižní Čechy – návštěva vinných sklepů a termálních lázní a měst, autobusová doprava, cena 1750 Kč.
- Zámky a sklepy Jižní Moravy – návštěva zámku Vranov, vinného sklepu s ochutnávkou, města Telč, autobusová doprava, cena 1790 Kč.
- Pobytový pivní balíček v hotelu Skalka v západních Čechách – tematická večere, tří chodové menu, pivní lázeň, konzumace piva, cena 2500 Kč, vlastní doprava.
- Výlov rybníka Rožmberk, rybí raut, prohlídka a ochutnávka v pivovaru Regent, prohlídka města Třeboň, autobusová doprava, cena 3 350 Kč.
- Pravá moravská zabijačka a termální lázně 2014 – návštěva zámku Lednice, zabijačkové speciality, možnost pomoc při výrobě těchto specialit, ochutnávka vín, svatomartinské slavnosti a ochutnávka vín, termální lázně v Maďarsku, autobus, 2 790 Kč.

4 denní

- Návštěva Luhačovic, Vizovic, destilérky R. Jelínka s degustací, skanzenu v Rožnově pod Radhoštěm, Pusteven, Kopřivnice, Štramberka, pivovaru Radegast s degustací, Velkých Karlovic, autobusová doprava, cena 3 490 Kč.

Zájezdy do Německa:

2 denní

- Regensburg, pivní věž a Kurfiřtské lázně – návštěva Řezna (památko UNESCO), ochutnávka specialit, Hunderwasserova pivní věž, exkurze v pivovaru a ochutnávka, koupel v Kurfiřtských lázních, autobusová doprava, cena 2 990 Kč.
- Oktoberfest Mnichov a Zugspitze, autobusová doprava, cena 3 190 Kč.

4 denní

- Knedlíkové slavnosti a Oktoberfest - návštěva slavnosti shánění stád, knedlíkových slavností, muzea křišťálu, Mnichova, Oktoberfestu, autobusová doprava, cena 3 650 Kč.

Zájezdy do Rakouska:

1 denní

- Weinparade v Poysdorfu – degustace vín, autobusová doprava, cena 290 Kč.
- Vinobraní v rakouském Retzu – degustace vín, prohlídka katakomb, autobus, cena 480 Kč.
- Mönchhof – Vinařské dny v Burgenlandu – návštěva sklípků, degustace, autobus, cena 640 Kč.
- Gols a Podersdorf am See – Dny otevřených sklepů – autobus, cena 640 Kč.
- Rust – západní břeh Neziiderského jezera – degustace vín, autobus, cena od 640 Kč.
- Údolí Wachau s plavbou po Dunaji – prohlídka města, plavba s degustací místních vín, sýrů a chleba, autobus, cena: 1980 Kč.

2 denní

- Knedlíkové slavnosti – účast na slavnostech knedlíků v městě St. Johann in Tirol, návštěva manufaktury Swarovski, prohlídka Innsbrucku, autobusová doprava, cena 2990 Kč.
- Makové slavnosti – návštěva termálních lázní, historického města a slavností máku – nabídka makových specialit, autobus, cena 2 990 Kč.
- Sýrový festival – návštěva sýrového festovalu v Kaprunu, bohatá nabídka sýrů ze Švýcarska, Holandska, Itálie a Rakouska, ochutnávky vín, návštěva skalních lázní, autobus, 2 990 Kč.

3 denní

- Víkend v Salcburku s návštěvou pivovaru Stiegl – prohlídka Salcburku, tradiční dobové pokrmy, návštěva pivovaru a ochutnávka, autobus, cena 3 990 Kč.

Zájezdy do Belgie:

4 denní

- Belgie – Brusel a Bruggy – prohlídka měst, exkurze v čokoládovně, autobus, 4 452 Kč.

10 denní

- Pivní stezky Belgie a Lucemburska – cyklovýlety, návštěvy pivovarů, návštěvy významných měst, a památek, autobus s cyklovlekem, cena 14 480 Kč.

Zájezdy do Maďarska:

2 denní

- Festival klobás v Maďarsku – prohlídka města, účast na proslulém festivalu čabajské klobásy – ochutnávky klobás, guláše, vín. Autobusová doprava, cena 2 190 Kč

4 denní

- Velikonoce v maďarských lázních - s posezením v czárdě s ochutnávkou vín, autobus, 3 790 Kč.
- Budapešť (nejen) pro gurmány s termálními lázněmi a celodenní prohlídkou města – návštěva tradiční tržnice s maďarskými specialitami, vlastní doprava, cena 4 140 Kč.
- Velikonoce ve skanzenu Szentendre – návštěva tržnice v Budapešti, okružní jízda městem Budín, ochutnávka pravé maďarské palačinky, koupání v termálních lázních, návštěva skanzenu, poznání památek a zvyků srbské kultury, gastronomie, tradic a folklóru, autobusová doprava, 4 890 Kč.

5 denní

- Jižní Maďarsko, termály a chuť klobás – pobyt v lázních, návštěva největší slavnosti klobás světa, slavnost zabijaček a klobás, exkurze do palírny a výroby košíkářského zboží, poznávání tradiční kuchyně, návštěva pověstné 200 let staré cukrárny, autobus, 6 990 Kč.

Zájezdy do Francie:

4 denní

- Paříž pro gurmány – prohlídka Paříže, ochutnávky vín a tradičních pokrmů, autobusová doprava, cena 2 350 Kč.

6 denní

- Franche-Comté (za gastronomií a vínem) – prohlídka měst, návštěva sýrové farmy s muzeem ochutnávkou, večere s ochutnávkou typických regionálních vín, klobás a sýrů, ochutnávky žlutého a slámového vína, autobusová doprava, cena 6 990 Kč.
- Provence i pro gurmány - za gastronomií a vínem – ochutnávky vín a místních provensálských produktů, čerstvých ryb, ochutnávka slaných koláčů quiche a slavné polévky bouillabaisse, autobus, cena 7 990 Kč.

9 denní

- Gaskoňsko – návštěva měst, muzea vína s ochutnávkou, muzea místního likéru armagnacu s ochutnávkou, ochutnávka specialit ze švestek, autobus, cena 11 990 Kč.

Zájezdy na Slovensko:

2 denní

- Husí hody na Slovensku – degustace vín ve vyhlášeném vinařském městečku, husí hody, koupání v termálních lázních, autobus, cena 2 600 Kč.

4 denní

- Termální lázně Velký Meder a zabijačkové hody – pobyt v lázních, několika chodová večere, zabijačkové hody, autobusová doprava, cena 6 290 Kč.

Zájezdy do Švýcarska:

5 denní

- Švýcarsko – země sýrů, čokolády – prohlídka Bernu, prohlídka sýrárny, exkurze v čokoládovně, výlet do hor, návštěva Ženevy a města Vaduz, autobus, 3990 Kč
- Ochutnávka Švýcarska – exkurze ve vinařském městě s ochutnávkou, turistika, ochutnávka švýcarských specialit jako raclette, rosti, sýrů, sušeného masa, vína, ri-

goly a čokolády, návštěva folklorních slavností vína, sýrů, autobusová doprava, cena 8 690 Kč.

Zájezd do Nizozemí:

5 denní

- Velikonoční Holandsko - návštěva Haagu, Delft, tradičních sýrových trhů, skanzenu s výrobou sýrů, autobusová doprava, cena 4 990 Kč.

Zájezdy do Itálie:

5 denní

- Jablečné slavnosti v Natzu – prohlídka Merana, jablečný festival s ochutnávkou jablek, pochod vesnicí s alegorickými vozy, ochutnávka místních jablečných štrůdlů, prohlídka jezera Lago di Garda, autobusová doprava, cena 4 990 Kč.
- Emilia Romagna za uměním, Ferrari a gastronomií – návštěva měst, tradiční výroby balzamikového octa, historického trhu s typickými potravinami, prohlídka muzea a expozic Ferrari, možnost nakoupit sýr parmazán a ochutnávku dalších italských pokrmů, exkurze do výroby parmské šunky ochutnávkou, autobus, cena 6 790 Kč.
- Kulinářské srdce Itálie – ochutnávky pravého parmazánu, exkurze ve výrobě balzamikového octu s ochutnávkou, degustace pravé parmské šunky, těstovin, návštěva památek, autobus, 8 450 Kč

6 denní

- Toskánsko – víno, delikatesy a historie – návštěva středověkého městečka, ochutnávky kulinářských specialit Toskánska, degustace vín, autobus, cena 7 590 Kč
- Umbrie a Toskánsko, slavnost čokolády – ochutnávky vín a salámů, procházky města, účast na festivalu čokolád, ochutnávka nejslavnějších vín, návštěva muzea vína a olivového oleje, autobusová přeprava, cena 7 990 Kč.

10 denní

- Ischia pro neposedy – relaxace v termálních lázních, turistika, ochutnávka ostrovních vín a likérů, spremuty, typické bruschetty, specialit místní kuchyně, autobus, 9 990 Kč.

Zájezdy do Chorvatska

9 denní

- Chorvatsko s vůní koření – ochutnávky vína a občerstvení na vinice, sběr koření s odborným výkladem, návštěvy měst, autobus, cena 11 490 Kč.

Zájezdy do Švédska a Dánska

9 denní

- Jižní Švédsko, Stockholm a Dánsko (a místní speciality) – poznávání měst, ochutnávka místní sladkosti polkagris, návštěva tržnice s rybími delikatesami s tradičními švédskými pokrmy s ochutnávkou, návštěva pivnice, ochutnávka čerstvě uzené a marinované ryby a sýrů, turistika, autobusová doprava, cena 13 990 Kč.

Zájezdy do Běloruska

10 denní

- Bělorusko – gurmánské putování – návštěva Bělověžského pralesu, ochutnávka běloruské kuchyně, nápojů, poznávání tradic a folkloru, autobusová doprava, cena 15 990 Kč.

Zájezdy do Velké Británie

4 denní

- Skotská whisky tour – návštěva 4 různých palíren a dalších zajímavých míst, letecká přeprava, cena 21 990 Kč.

Zájezdy do Portugalska:

9 denní

- Madeira – návštěva památek, ochutnávka místních kaštanových specialit, procházka botanicou zahradou, turistika, ochutnávka madeirských vín, sýrů a klobás, letecká přeprava, cena 23 490 Kč.

PŘÍLOHA P III: ZÁJEZDY CK GEOPS

Zájezdy po České republice

3 denní

- Krásy Moravy a termám Rakouska a Maďarska – návštěva Mikulova, sklípku, termálních lázní, vinařského městečka RETZ, autobusová doprava, 3 590 Kč.

Zájezdy do Rakouska

1 denní

- Advent na zámku – návštěva Schönbrunnu, vánočních trhů, závodní prodejny firmy Lindt & Sprüngli, autobusová doprava, cena 990 Kč

Zájezdy do Francie:

5 denní

- Kouzelné Alsasko, Lotrinsko – návštěva města METZ, ochutnávka místních gastronomických specialit, alsaská vinná stezka, ochutnávka vín a místních pokrmů a také alsaského sýru münster, autobusová doprava, cena 6 590 Kč.
- Alsasko, pohádka nejen o víně, slavnost trubačů 2014 – návštěva města Štrasburk, turistika, ochutnávka alsaských vín, sýru münster a bábovky kougelhopf, alsaská vinná stezka, slavnost trubačů a vína s průvodem, autobusová doprava, cena 4 990 Kč.
- Beaujolais a Burgundsko, víno a kláštery 2014 – návštěva památek, ochutnávka proslulých vín a místních specialit, návštěva muzea hořčice Dijon, autobus, cena 5 990 Kč.

6 denní

- Tajemná Normandie, La Manche a 70. výročí vylodění – návštěva památek, návštěva destilačního závodu benediktinky s ochutnávkou, návštěva kozí farmy s ochutnávkou sýrů nebo rybí speciality, ochutnávky cidru a specialit kraje, autobus, cena 7 490 Kč.

7 denní

- Zelený ráj Francie, kaňony, víno a památky UNESCO – návštěva nejkrásnější vesnice Francie, ochutnávka specialit místní kuchyně, vín, exkurze s ochutnávkou pravého roquefortského sýru, autobusová doprava, cena 8 990 Kč.

8 denní

- Bretaň, dcera oceánu – návštěva památek, ochutnávka vyhlášených crêpes a galettes, palačinek na sladko i na slano a sušenek, ochutnávka toho nejlepšího z gastronomie Bretaně jako jídel z mušlí, ústřic, cidre, pommeau a calvados, autobus, cena 9 990 Kč.
- Kaňony ostrovy jižní Francie, slavnost Médievales 2014 – exkurze do parfumerie, ochutnávka zavařenin, místní speciality: čokoládové bonbóny Florian, prohlídka měst, autobus, 11 690 Kč.

9 denní

- Bordeaux a Akvitánie, památky a vlny Atlantiku 2014 – návštěva památek, tržnice s místními produkty, ochutnávka vín, koňaku a místních specialit a čestvých ústřic, autobus, 11 990 Kč.

Zájezdy do Itálie:

- Ligurská riviéra a Cinque Terre s koupáním- návštěva památek, vinařské vesnice, ochutnávka vína a místních specialit, autobus, cena 8 790 Kč.

6 denní

- Vinařské oblasti Jižní Tyrolsko a Tridensko – ochutnávky vín, středověké památky, exkurze ve vinařství, vinařská města.

Zájezdy do Španělska:

8 denní

- Podél řeky Duero, Španělsko a Portugalsko – návštěva muzea vína, vinného sklepa s ochutnávkou vín, památky, ochutnávky typických sýrů a místní kuchyně, návštěva výroby iberské šunky s ochutnávkou, letecky, cena 24 990 Kč.

9 denní

- Andalusie, hory a moře letecky – turistika, památky, ochutnávky vín a místních specialit, letecky, 18 990 Kč.

Zájezdy do Portugalska

6 denní

- Lisabon, královská sídla a krásy pobřeží Atlantiku s koupáním – návštěva tržnice, ochutnávky vín a čerstvých pastér de nata, letecky, cena od 15 990 Kč.

Zájezdy do Nizozemí

5 denní

- Holandsko, Velikonoce v zemi tulipánů – ochutnávky sýrů, sýrový trh, skanzen lidové architektury, park s květinami a tulipány, autobus, cena 6590 Kč.

Zájezdy do Maďarska:

4 denní

- Za slávou maďarských vín – exkurze do vinařství s ochutnávkami, husí hody na Slovensku, autobusová doprava, cena 7 990 Kč.

PŘÍLOHA P IV: KULINÁŘSKÉ ZÁJAZDY NABÍZENÉ V RAKOUSKU

Kulinarische-reisen.at

- Francie, 3 denní, cena €1089, letecky, gurmánské obchody, ochutnávky pokrmů a vína, ochutnávky ústřic, návštěva pivnice, nejznámějších pouličních trhů v Paříži.
- Francie, letecky, cena od € 1299, 5 denní, ochutnávky vín, ústřic, makronek.

CK Idealtours

- Kalábrie – gurmánské cestování. Itálie, letecky, cena není uvedena, 8 dnů, návštěva jednoho ze specialistů na výrobu těstovin, prohlídka lisovny oleje s ochutnávkou.
- Vinařská cesta mezi Mariborem a Grazem.
- Slovinsko, Rakousko, cena od 369 Eur, autobus, 4 denní, Ljublaň, Maribor, návštěva vinařství, vinných sklepů s ochutnávkou tradičních vín, Graz, ochutnávka vín, návštěva olivového mlýnu s ochutnávkou olivového oleje.

Steirisches Raiffeisen Reisebüro

- Kulinářský zájezd přes Istrii s ORF moderátorem Reinhartem Gründnerem.
- 4 dny, autobus, cena 695 Euro, gurmánská večeře, degustace vín, ochutnávka olivového oleje, kurz vaření, ochutnávka pršuta, bílých lanýžů, mořských plodů.

Cestovní kancelář Orbis

- Forellengasthof Kulm – Birkfeld – Pöllau - 1 denní, cena €80, Rakousko, autobus, návštěva největší udírny ryb, ochutnávka, památky.
- Wachau zur Marillenblüte - 3 denní, Rakousko, autobus, cena od €350, návštěva výroby vína, ochutnávka, hrad, degustace specialit z meruněk, prohlídka kláštera.
- Genuss im Museum Brunch in der Kuppelhalle des Kunsthistorischen Museum Wien - 1 denní, cena €115, autobus, Rakousko, brunch se všemi specialitami Rakouska,
- Rauchkuchlschmaus v Stüblergut am Gaberl Zažijte cestu zpět do 13. Století - 1 denní, autobus, cena €59, Rakousko, podávání specialit v rustikálním prostředí.

- Kulinářský páteční pozdrav z chřestové sezóny v Seckau -1 denní, autobus, cena €110, Rakousko, speciality z chřestu, koncert.
- Gailtalský festival špeku v Hermagoru -1 denní, cena €65, autobus, Rakousko, kulinářské speciality, slanina, ochutnávky, domácí chleba.
- Kulinářský páteční pozdrav z jihovýchodního Štýrska -1 denní, cena €110, autobus, Rakousko, návštěva vinařství, ochutnávka, procházka bylinkovou zahradou, ochutnávka rostlinných olejů.
- Festival šunky v San Daniele -1denní, cena €45, autobus, Itálie, mezinárodní festival šunky a pršuta v San Daniele, ochutnávky šunky, vín, sýrů, návštěva výroby šunky.
- Festival šunky v Sauris -1 denní, cena €45, Itálie, autobus, ochutnávka typických pokrmů, šunky, sýrů, noků, ovoce.
- Marunada Chestnut festival v Lovran -3 denní, Chorvatsko, autobus, cena od €199, návštěva Chestnut festivalu, ochutnávka kaštanů a specialit z kaštanů a medového vína.

Italissimo

- Zážitkové cestování -5 denní, Itálie, cena €930, návštěva vinařství, ochutnávky vín, olivového oleje, balsamica, sýrů.
- Zájezd za vínem do Piemontu -5 denní, cena €690, autobus, Itálie, degustace vína, návštěva trhů s lanýži s ochutnávkou, Turín.
- Kuchyně s kurzem italštiny -5 denní, €714, Itálie, letecky, lov lanýžů s ochutnávkou, exkurze do vinařství s ochutnávkou, kurz italštiny.
- Zájezd za vínem v Toskánsku - 4 denní, cena €127, letecky, degustace vín ve vinařstvích, ochutnávky místních specialit.
- Umbria: Kulinářský výlet -8 denní, cena €1249 letecky, degustace vín v různých vinařstvích, ochutnávka místní kuchyně, salámů, návštěva pivovaru, sýrárny, výroby olivového oleje, pěstitele šafránu.

PŘÍLOHA P V: DOTAZNÍK

Dobrý den,

Jsem studentkou 5. ročníku Univerzity Tomáše Bati a v rámci mé diplomové práce zaměřené na kulinářský cestovní ruch bych Vás chtěla požádat o vyplnění krátkého dotazníku.

Dotazník

1. Setkali jste se již někdy s pojmem kulinářský cestovní ruch?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nevím

2. Kterou z uvedených akcí zaměřených na kulinářský cestovní ruch jste již navštívili? Můžete zvolit více odpovědí.

- a) Food festivaly
- b) Gastrofestivaly
- c) Farmářské trhy
- d) Kulinářské zájezdy
- e) Vinobraní
- f) Pivní slavnosti
- g) Žádné
- h) Jiné – uveďte jaké.

3. Se kterými projekty zaměřenými na rozvoj kulinářského cestovního ruchu jste se již setkali? Můžete označit více odpovědí.

- a) Czech Specials
- b) Ochutnejte Česko
- c) Toulavá kamera ochutnává Česko
- d) Prague Food Festival
- e) Stezky dědictví
- f) Dobrou chuť, Česko!

- g) Ochutnejte Moravu!
- h) Česko všemi smysly
- i) Grand Restaurant Festival
- j) Moravia Food Festival
- k) Televizní pořady Ano, šéfe, Masterchef, S Italem v kuchyni
- l) Gastrofestivaly v rámci celé České republiky
- m) Farmářské trhy
- o) Jiné – doplňte jaké.

4. Která oblast kulinařského cestovního ruchu by Vás nejvíce zajímala?

- a) Pivovarnictví
- b) Vinařství
- c) Lihovarnictví
- d) Výroba a ochutnávka regionálních pokrmů
- e) Návštěva food festivalů, gastrofestivalů, farmářských trhů
- f) Výroba a ochutnávka mléčných produktů
- g) Tradiční výroba na farmách
- h) Degustační menu v restauracích
- i) Jiná oblast kulinařského cestovního ruchu – napište jaká.

5. Jakou výrobu byste v rámci kulinařského cestovního ruchu rádi navštívili? Můžete označit více odpovědí.

- a) Výrobu piva
- b) Výrobu vína
- c) Výrobu pálenky
- d) Výrobu sýrů, tvarohů, mléka a másla
- e) Výrobu pečiva
- f) Výrobu čokolády

g) Výrobu tradičních regionálních produktů

h) Jinou výrobu – napište jakou.

6. Máte zájem ochutnat v navštíveném regionu místní gastronomické produkty?

a) Ano

b) Spíše ano

c) Spíše ne

d) Ne

7. Měli byste zájem o zájezd zaměřený na kulinářský cestovní ruch?

a) Ano

b) Spíše ano

c) Spíše ne

c) Ne

8. Jaký kraj v České republice byste pro tento zájezd preferovali? Můžete označit více odpovědí.

a) Hlavní město Praha

b) Středočeský

c) Plzeňský

d) Jihočeský

e) Karlovarský

f) Královehradecký

g) Pardubický

h) Ústecký

g) Liberecký

h) Vysočina

i) Moravskoslezský

j) Jihomoravský

k) Zlínský

l) Olomoucký

9. Měli byste v rámci zájezdu zájem o doplňkové služby? Pokud ano, vyberte jaké.

a) Kurz vaření

b) Návštěva kulturních památek

c) Ochutnávky produktů a degustace

d) Aktivní zapojení do výroby produktů

e) jiné – napište jaké.

10. Vaše věková kategorie:

a) Do 25 let

b) 26 - 35 let

c) 36 - 45 let

d) 46 a více let

11. Pohlaví:

a) Muž

b) Žena

12. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání:

a) Základní

b) Vyučen/a

c) Středoškolské

d) Vysokoškolské

13. Vaše současné povolání:

a) Zaměstnaný

b) OSVČ

c) student

d) jiné

PŘÍLOHA P VI: PROGRAM ZÁJEZDU

Program navrhovaného zájezdu:

1. den

- V 8:00 odjezd ze Zlína. Nástupní místo bude parkoviště pod Velkým kinem. Po domluvě je možné nastoupit i v jiných městech.
- V 8:30 příjezd do areálu firmy Jelínek.

Přesun do výrobní společnosti Carletti, kde bude od 9:00 do 10:00 probíhat exkurze s názvem Čokoládové putování. Účastníci budou seznámeni s historií a zpracováním a výrobou čokolády. Další částí programu bude ukázka práce s čokoládou spolu s její ochutnávkou. Účastníci ochutnají i čerstvě připravené pralinky.

- Přesun do firmy R. Jelínek. Exkurze v Distillery Landu od 10:30 do 12:00 hodin.

Součástí exkurze bude videoprojekce, muzeum R. Jelínek – expozice whiskey – obří sudy, prohlídka archivu a stáčírny zevnitř, degustace 3 vzorků.

- Přesun do Valašského šenku – oběd 12:15 – 13:30.

Valašský šenk nabízí typická valašská jídla z domácích surovin v příjemné, typické vyba-vené restauraci.

- Přejezd do Rožnova pod Radhoštěm. V 14:30 příjezd do Rožnova pod Radhoštěm.
- 14:45 – 17:00 prohlídka Valašského muzea v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm.

Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm je národní kulturní památka, jejíž součástí je dřevěné městečko, mlýnská dolina a valašská dědina. Nejnavštěvovanějším a nejstarším areálem je dřevěné městečko, které prezentuje způsob života na malém městě. Základní vstupné do dřevěného městečka je 80 Kč, do mlýnské doliny 80 Kč a do valašské dědiny 100 Kč. Cena do všech tří areálů je 200 Kč.

- Přesun do hotelu, ubytování, večere v hotelu a individuální program.

Hotel Horal nabízí kvalitní ubytovací a gastronomické služby.

2. den

- 8:00 - 9:00 snídaně v hotelu
- 9:30 - 10:30 - návštěva BIO minimlékárny v Rožnově pod Radhoštěm

BIO minimlékárna vyrábí sýry, tvaroh a máslo v BIO kvalitě. Minimlékárna je držitelem regionální ochranné známky PRAVÉ VALAŠSKÉ, která označuje zemědělské a potravinářské produkty, místní speciality a řemeslné výrobky pocházející z regionu Valašska. Cílem známky je ochrana místních výrobců. Produkty jsou převážně vyrobeny s místních surovin a při jejich výrobě je ve velké míře využita ruční práce a jsou spojeny s místními tradicemi. Součástí minimlékárny je i prodejna mléčných produktů, které si lze zakoupit.

- 11:00 – 12: 00 exkurze v Rožnovském pivovaru s ochutnávkou

Vaření piva v Rožnově má již 300 - letou tradici. Pivovar nabízí nejrůznější druhy piva od medového, přes višňové až po světlé a tmavé pivo.

- 12:30 – 14:00 oběd – Koliba Kordulka Rožnov.

Koliba Kordulka nese logo Czech Specials a nabízí typickou krajevou kuchyni v prostředí ve valašském stylu.

- Přejezd do Hrachovce, 14:30 – 15:30 Hrachovec.

Exkurze v Cyrilově pekařství, které je proslulé nejlepšími, ručně vyráběnými frgály, které se řadí mezi valašské speciality. Souboru frgálů byla udělena značka Regionální potravina, která označuje nejvyšší zemědělské a potravinářské výrobky. V rámci exkurze lze frgály ochutnat a i zakoupit.

- 16:00 přejezd do Kroměříže
- 17: 00 příjezd do Kroměříže, ubytování, večeře v restauraci Černá orel, individuální program

Restaurace Černý orel je oceněná v projektu Czech Specials a Maurerův výběr Grand Restaurant a nabízí špičkovou gastronomii a tradiční českou kuchyni.

3. den

- 8:00 – 9:00 snídaně v hotelu
- Přesun 5 minut do zámku a zahrad Kroměříž, památka UNESCO.
- 9:30- 11: 00 prohlídka VIA UNESCO

Prohlídka vnitřních prostor zámku, výstup na zámeckou věž, prohlídka Květné zahrady., která je unikátem světového zahradního umění.

- 11:00 – 19:00 - Moravia Food Festival

Sobotní program zahrnuje:

- Odpolední vaření s Václavem Formanem – Executive Chef Asociace kuchařů a cukrářů ČR.
- Cooking show grilování kuchařů restaurace Radniční sklípek Kroměříž.
- Voňavé grilování s Romanem Čechmánkem a kuchaři společnosti MAKRO.
- Škola vaření s Radimem Procházkou – šéfkuchař studia Divoká vařečka kulinářské studio Brno.
- Cooking show šéfkuchaře Milana Sahánka.
- Odpolední vaření s Václavem Formanem.
- 15:00 – 16:00 prohlídka arcibiskupských sklepů s ochutnávkou
- 20:00 návrat do Zlína.

PŘÍLOHA P VII: NÁVRH PROPAGAČNÍHO LETÁKU

CESTA ZA CHUTÍ ZLÍNSKÉHO KRAJE

Zveme Vás na cestu za chutí Zlínského kraje bohatého na tradice, kulinářské speciality a kulturní dědictví.



Program zájezdu

1. den

Čokoládovna Vizovice

Distillery Land R. Jelínek Vizovice

Valašský šenk Vizovice

Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm



2. den

BIO minimlékárna Rožnov pod Radhoštěm

Rožnovský pivovar

Koliba Kordulka

Frgály v Cyrilově pekařství v Hrachovci



3. den

Zámek a zahrady Kroměříž

Moravia Food Festival Kroměříž

