

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102004/B/2022/36122160255031556

MOŽNOSTI ROZVOJA GASTROTURIZMU
V TRNAVSKOM KRAJI

Bakalárska práca

2022

Adam Šubík

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

MOŽNOSTI ROZVOJA GASTROTURIZMU
V TRNAVSKOM KRAJI

Bakalárska práca

Študijný program: Podnikanie v cestovnom ruchu a službách

Študijný odbor: Ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Katedra cestovného ruchu

Vedúci záverečnej práce: Ing. Jozef Gáll, PhD.

Bratislava 2022

Adam Šubík

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že bakalársku prácu som písal samostatne podľa odbornej literatúry a na základe konzultácií. Použitú literatúru som uviedol v bibliografií.

Dátum:

.....

Adam Šubík

Pod'akovanie

Touto cestou by som chcel veľmi pekne poďakovať Ing. Jozefovi Gállovi, PhD. za mnoho cenných rád, za pripomienky, za časté odborné konzultácie aj za mnoho podstatných návrhov pri písaní bakalárskej práce. V neposlednom rade patrí aj veľká vďaka mojej rodine za pomoc pri štúdiu.

ABSTRAKT

ŠUBÍK, Adam: *Možnosti rozvoja gastroturizmu v Trnavskom kraji*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra cestovného ruchu. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Jozef Gáll, PhD. – Bratislava: OF EU, 2022, 53 s.

Cieľom bakalárskej je zhodnotiť aktuálnu situáciu a produktové portfólio stravovacích (pohostinských) zariadení v Trnavskom kraji. Práca je rozdelená do 4 kapitol a táto práca obsahuje 16 grafov, 9 tabuliek a 1 obrázok. Prvá kapitola je zameraná na teóriu ohľadom vymedzenia pojmu gastroturizmu. Táto kapitola slúži na vytýčenie a oboznámenie sa so základnými pojmami týkajúcich sa gastroturizmu a cestovného ruchu. Poskytuje nám prehľad na vývoj, rozdelenie a jeho históriu. V ďalších kapitolách práce máme vytýčený cieľ práce a metódy výskumu v empirickej časti predkladanej práce. Vysvetľujeme tu hlavný cieľ práce, parciálne ciele práce a použité metódy pri písaní práce. Ďalšia kapitola je zameraná na analýzu a spracovanie nášho kvalitatívneho/empirického prieskumu. Táto časť je venovaná vyhodnoteniu elektronického dotazníka, ktorý bol určený prioritne návštevníkom gastrozariadení a stravovacích zariadení v Trnavskom kraji. Výsledkom spracovania tejto témy je jej zhodnotenie, diskusia a záver.

Kľúčové slová:

gastronómia, gastroturizmus, cestovný ruch, Trnavský kraj, gastrozariadenia, stravovacie zariadenia, možnosti rozvoja

ABSTRACT

ŠUBÍK, Adam: *Possibilities of gastronomic development in the Trnava region.* – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Tourism. – Supervisor: Ing. Jozef Gáll, PhD. – Bratislava: FC UE, 2022, 53 s.

The aim of the bachelor thesis is to evaluate the current situation and product portfolio of catering facilities in the Trnava region. This thesis is divided into 4 chapters and contains 16 graphs, 9 tables and 1 picture. The first chapter focuses on the theory regarding the definition of gastrotourism. This chapter serves to set out and get acquainted with the basic concepts related to gastronomy and tourism. It provides us with an overview of the development, distribution and its history. In the next chapters of the thesis we have set the goal of the work and research methods in the empirical part of the presented work. Here we explain the main goal of the work, the partial goals of the work and the methods used in writing the work. The next chapter is focused on the analysis and processing of our qualitative / empirical research. This part is devoted to evaluation of the electronic questionnaire, which was intended primarily for visitors to gastronomic facilities and catering facilities in the Trnava region. The result of processing this topic is its evaluation, discussion and conclusion.

Key words :

gastronomy, gastrotourism, tourism, Trnava region, gastronomic facilities, catering facilities, development possibilities

Obsah

Úvod	10
1	Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí..... 11
1.1.	Pojem cestovný ruch a gastronomický cestovný ruch 11
1.1.1.	História gastroturizmu..... 14
1.1.2.	Národná gastronómia v podmienkach globalizácie 15
1.1.3.	Faktory rozvoja gastroturizmu 16
1.1.4.	Gastroturisti..... 18
1.2.	Gastroturizmus v trnavskom kraji..... 19
1.2.1.	Typy tradičných podujatí v trnavskom kraji 20
1.3.	Stravovacie služby 21
1.3.1.	Vybrané stravovacie zariadenia v trnavskom kraji v jednom zo siedmich okresov 23
2	Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania 24
2.1.	Cieľ práce..... 24
2.2.	Spôsob získavania údajov 25
2.3.	Použité metódy skúmania 25
3	Výsledky práce 27
3.1.	Vymedzenie územia..... 27
3.2.	Vyhodnotenie dotazníka určeného pre návštevníkov gastrozariadení v trnavskom kraji 27
4	Diskusia..... 41
Záver	44
Zoznam použitej literatúry	45
Zoznam príloh	48

Zoznam grafov, obrázkov a tabuliek

Graf 1 Rozdelenie respondentov podľa pohlavia	28
Graf 2 Vekové kategórie opýtaných respondentov	29
Graf 3 Kraje odkiaľ respondenti pochádzajú	29
Graf 4 Spokojnosť s gastroturizmom v trnavskom kraji	30
Graf 5 Najčastejšie vyhľadávané kuchyne v trnavskom kraji	30
Graf 6 Kritéria ovplyvňujúce výber reštaurácie	31
Graf 7 Nedostatky/problémy gastronómie	32
Graf 8 Chýbajúce druhy gastrozariadení v trnavskom kraji	33
Graf 9 Zlepšenia gastronómie v trnavskom kraji	34
Graf 10 Preferencie respondentov pri návšteve domácej alebo zahraničnej kuchyne	34
Graf 11 Účasť na gastronomických udalostiach v trnavskom kraji	35
Graf 12 Spokojnosť s ponukou jedál a možnosťami gastrozážitkov na tradičných jarmokoch	35
Graf 13 Dôvody návštevy tradičného jarmoku	36
Graf 14 Spokojnosť s kvalitou jedál na tradičnom jarmoku	37
Graf 15 Spokojnosť s kvalitou a možnosťami vínnej cesty	37
Graf 16 Odporúčenie vínnej cesty	39
Obrázok 1: Poloha trnavského kraja v rámci SR	27
Tabuľka 1 Dôvody návštev vínnej cesty	38
Tabuľka 2 Nedostatky vínnej cesty	40

Úvod

Gastroturizmus ako moderný a celkom „mladý“ druh cestovného ruchu je čoraz viac a viac populárnejší medzi ľuďmi. Gastronómia je už od dávna každodennou súčasťou nášho života, ale napriek tomu, že je našou súčasťou každý deň, väčšina z nás nepozná jej históriu ani nepoznáme tradíciu a význam či pôvod jedál, ktoré konzumujeme. Práve spoznávanie gastronómie je jeden z dôvodov cestovania do iných krajín. Prostredníctvom gastronómie sa môžeme dozvedieť nové a dôležité informácie o zvykoch, tradíciách a o životnom štýle ľudí v rôznych krajinách.

Vo svete gastroturizmus ako druh cestovného ruchu neustále napreduje a rozvíja sa. Na Slovensku nie je gastroturizmus až tak rozvinutý ako v iných vyspelých krajinách a práve od vyspelých krajín sa musíme inšpirovať a nasledovať ich. Gastroturizmus na Slovensku je určite tiež veľmi jedinečný a perspektívny do budúcnosti a máme zahraničným turistom čo ponúknuť. V našej práci sa zameriavame práve na gastroturizmus a jeho možnosti v Trnavskom kraji.

Hlavným cieľom bakalárskej práce je zhodnotiť aktuálnu situáciu a produktové portfólio stravovacích (pohostinských) zariadení v Trnavskom kraji. Trnavský kraj je síce počtom obyvateľov najmenší z ôsmich krajov na Slovensku, ale zároveň patrí k tým najrozvinutejším. Tento kraj má určite veľký potenciál či už kvôli tradičným jedlám či nápojom, ktoré sú pre záujemcov určite veľkým lákadlom. Gastronomické špeciality, ktoré sú typické pre náš skúmaný kraj, sú ponúkané domácim a zahraničným turistom práve na tradičných gastronomických podujatiach napríklad: na tradičných jarmokoch či vínnych cestách. Tieto podujatia rozoberieme taktiež v prvej kapitole, ako aj základne pojmy, ako je cestovný ruch či gastroturizmus, ale aj ich históriu či rozdelenie.

V ďalšej kapitole sa zameriame na cieľ práce a metódy práce, ktoré sme použili pri písaní bakalárskej práce. V ďalšej kapitole, v poradí tretej, sme sa zamerali na spracovanie a vyhodnotenie dotazníkového prieskumu a na spracovanie výsledkov, ku ktorým sme dospeli. Vo štvrtej, a teda poslednej časti bakalárskej práce, sme sa zamerali na diskusiu k našej práci a k tomu, čo sme zistili. Prácu sme ukončili zhrnutím našich poznatkov – záverom.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

1.1. Pojem cestovný ruch a gastronomický cestovný ruch

Cestovný ruch vždy zahŕňa cestovanie, ale nie každé cestovanie je cestovným ruchom. Cestovný ruch predstavuje rekreáciu, ale nie každá rekreácia je cestovným ruchom. Cestovný ruch sa uskutočňuje vo voľnom čase, ale nie úplne celý voľný čas je venovaný cestovnému ruchu.

Gúčík (2010) zdefinoval cestovný ruch ako „*činnosť osoby cestujúcej na prechodnú dobu do miesta mimo jeho bežného životného prostredia, pričom hlavný účel jej cesty je iný, ako vykonávanie zárobkovej činnosti v navštívenom mieste*”.

Novacká a Kulčáková (1996) tvrdia, že cestovný ruch tvorí súbor aktivít v určitom prostredí, ktoré uspokojujú potreby ľudí súvisiace s cestovaním mimo ich trvalého bydliska, bez rozdielu či dôvodom tohto cestovania je oddych alebo nepravidelná povinnosť (služobná cesta).

Cestovný ruch môžeme definovať ako „*spoločenskú aktivitu, ktorá podmieňuje premiestňovanie obyvateľstva do časti krajinskej sféry, charakterizovaných interakciami krajinných prvkov, schopnými vyvolať dočasnú zmenu miesta pobytu*” (Mariot 1983).

Podľa daného miesta realizácie vzťahu k platobnej bilancii hovoríme o domácom a zahraničnom cestovnom ruchu. – Domáci cestovný ruch je realizovaný pre domáceho účastníka cestovného ruchu na území vlastnej krajiny (štátu). V rámci Schengenského priestoru, účastník cestovného ruchu nepocituje bariéry štátnych hraníc, avšak prekračuje štátne hranice svojej krajiny. To je dôvod, prečo domáci cestovný ruch je vždy vnímaný iba a len v rámci jedného geografického územia jedného štátu.

Zahraničný príjazdový cestovný ruch – aktívny (incoming, inbound tourism) je realizovaný pre zahraničných turistov a účastníkov cestovného ruchu na území štátu, v ktorom sa nachádzajú. Pre ekonomiku danej krajiny predstavuje prínos, pretože za všetky služby tento zahraničný klient platí podnikateľským subjektom cestovného ruchu v danej krajine v lokálnej alebo konvertibilnej mene, čiže z tohto aspektu platobnej bilancie je pre štát aktívum.

Zahraničný výjazdový cestovný ruch – pasívny (outgoing, outbound tourism) je organizovaný na vycestovanie našich obyvateľov do iného štátu. Predstavuje pre naše podnikateľské subjekty výdavky spojené s úhradou za produkty a služby, ktoré sú poskytované našim obyvateľom, a teda účastníkom zahraničného cestovného ruchu v konvertibilnej mene (Novacká a Kulčáková, 1996)

Cestovný ruch môžeme rozdeliť podľa dĺžky trvania na:

- **krátkodobý** cestovný ruch (víkendový), trvajúci maximálne do troch dní;
- **dlhodobý** cestovný ruch, ktorý predstavuje realizáciu každoročnej dovolenky občanov;
- **strednodobý** cestovný ruch trvajúci 3-6 dní. (Otrubová, 1991)

Gastroturizmus je stále relatívne mladá oblasť cestovného ruchu. Ako samostatné odvetvie začalo fungovať až v roku 2001. Je to odvetvie, ktoré je extrémne dôležité a neustále jeho význam v cestovnom ruchu rastie. Tento druh turizmu je jednoducho definovaný, ako cestovanie za unikátnymi, tradičnými, pozoruhodnými kuchárskymi skúsenosťami všetkého druhu. V najširšom zmysle je to snaha o prítlačivé, autentické, nezabudnuteľné kulinárske zážitky každého druhu na cestách medzinárodne, regionálne alebo dokonca lokálne. Na gastronomický cestovný ruch sa dá pozeráť aj ako na medzinárodnú objaviteľskú účasť na akciách týkajúcich sa jedla zahŕňajúceho konzumáciu, prípravu a prezentáciu jedla, kuchyňu, tradície stolovania a stravovacie zvyky. Je teda jasné, že jedlo môže byť samo o sebe cieľom cestovného ruchu. Z tohto dôvodu sa v zahraničnej literatúre používa pojem Culinary tourism alebo Food tourism. (Kompasová, 2020).

V niektorých prípadoch sa môžeme stretnúť s pojmom Gastronomy tourism, avšak tento výraz nie je až tak frekventovaný. Kulinársky cestovný ruch je teda pomerne mladá oblasť cestovného ruchu, ktorý sa do povedomia dostal v roku 2003, kedy Erik Wolf založil Medzinárodnú asociáciu kulinárskeho cestovného ruchu (ICTA – International Culinary Tourism Association). Asociácia pod týmto označením pôsobila do roku 2012, kedy sa premenovala na World Food Travel Association – WFTA. Tvoria ju odborníci, ktorí zastupujú svetové potraviny, nápoje a cestovný priemysel. Asociácia propaguje motto: „Jedlo je atrakcia rovnako ako múzeum“. K členom patria aj rôzne profesionálne zväzy, organizácie, cestovné kancelárie, prevádzkovatelia služieb cestovného ruchu a výrobcovia potravín. Podľa World Food Travel Association sa pri gastroturizme jedná o cestovanie za

unikátnymi a pozoruhodnými kulinárskymi skúsenosťami, pričom účastníci gastroturizmu spoznávajú navštívenú destináciu z gastronomickej stránky. Táto organizácia dokonca odporučila upustiť od zaužívaného pojmu „culinary tourism“ a používať širšie označenie food travel či food tourism, teda „cestovanie za jedlom“. Keďže gastronómia i spôsob stravovania sú prejav kultúry, túto formu cestovného ruchu považujeme za súčasť kultúrneho cestovného ruchu. V tomto prípade sa jedlo používa nielen ako marketingový nástroj na pritiahnutie pozornosti turistov, ale aj ako špeciálny produkt kultúrneho cestovného ruchu. Tu jedlo slúži ako cieľ návštevy určitého regiónu. Z pohľadu vymedzenia kulinárskeho cestovného ruchu je degustácia potravín a kulinárskych produktov nadradeným cieľom cesty, ktorý vplýva na správanie sa turistov. Taktiež vplýva aj na ich rozhodnutia o smere, čase výjazdu, forme trávenia času počas zájazdu a pod. Autori Hall et. al., (2003) v závislosti od intenzity a miery vplyvu jedla ako motivátora pre podniknutie turistickej cesty rozlišujú :

- a. varianty turizmu, u ktorých je jedlo primárnym motívom cestovného cieľa – gurmánsky turizmus (gourmet tourism), gastronomický turizmus (gastronomic tourism), turizmus tradičných jedál alebo miestnych kuchýň (cuisine tourism);
- b. varianty turizmu, u ktorých je jedlo sekundárnym motívom cestovného cieľa – kulinársky turizmus (culinary tourism);
- c. ostatné varianty turizmu, u ktorých sú jedlo a degustácia potravín podriadené iným cestovateľským záujmom. Spadá sem návšteva stánku niekde v Thajsku či návšteva luxusnej reštaurácií v Dubaji v hoteli Burj al arab. Kvalita a výnimočnosť je to čo rozhoduje v gastronomickom cestovnom ruchu. To je to, na čom najviac záleží. Táto špeciálna časť CR je nazývaná Kulinársky turizmus, gastronómia alebo gastronomický turizmus.

Gastroturizmus je oblasť, ktorá celosvetovo priťahuje miliardy príjmov, zahŕňa zámerné snahy o autentické nezabudnuteľné kulinárske zážitky pri cestovaní do zahraničia, regiónu alebo miesta. Pre gastroturistov je jedlo motiváciou na cestovanie; miesta fungujú len ako prostriedky na gastronomické zážitky (aktivity súvisiace s jedlom, ktoré zahŕňajú pozorovania zákulisia, to je často praktická časť teda príprava daného jedla, ktorá vyvrcholí konzumáciou jedla alebo nápojov.) (Omar, Williams, Williams, 2014)

1.1.1. História gastroturizmu

Ľudia pripravovali jedlo, ktoré pochádzalo z jeho bezprostredného okolia a okolností, ktoré ich ovplyvnilo a ich konzumácia bola vždy základom civilizácie a každodenného života. Praktické ekonomické potreby opakovane motivovali ľudí všetkých tried k zdokonaľovaniu kulinárskych technológií, čím dosahovali gastronomický pokrok (Rebora, 2001). V podstate však tento pokrok mal skôr miestny charakter, keďže časté cestovanie a vo veľkom rozsahu jednoducho nebolo možné, ale keď sa spôsoby cestovania zlepšili, vzbudila sa prirodzená zvedavosť na „druhého“, takže cestovanie mimo normálneho prostredia sa stalo prítiažlivým.

História gastroturizmu na Slovensku

Tradičnú stravu na Slovensku počas dlhého obdobia podmieňovali predovšetkým prírodné a hospodárske podmienky, cyklickosť poľnohospodárskej produkcie a možnosti nákupu potravinových článkov. To spôsobilo istú jednostrannosť v stravovaní a konzumný minimalizmus. (Kompasová, 2015)

Ako uvádza Etnografický atlas Slovenska (1990), základná časť stravy bola zväčša rastlinného charakteru. Primárnymi surovinami boli obilniny, strukoviny, zemiaky a niektoré druhy zeleniny. V horských oblastiach sa dopĺňala predovšetkým mliečnou stravou, v nížinných mäsitou. Príprava jedál sa postupne vyvinula od archaických spôsobov (napríklad pečenie a varenie na otvorenom ohnisku, pečenie na ražni, na kameňoch, popole) k náročnejším postupom. Súvisela aj s vývojom ohniska, resp. postupnou premenou otvoreného ohniska na pec a neskôr sporák) a zmenou kuchynského riadu a náradia. Najpoužívanejším spôsobom prípravy každodennej stravy bolo varenie – kaše, polievky, prívarky, cestoviny. Pečenie sa využívalo v menšom rozsahu, zvyčajne v týždenných intervaloch – placky, chlieb, koláče. Podľa charakteru tradičných surovín ľudovej stravy (ale aj mnohých iných kultúrnych fenoménov) na Slovensku rozlišujeme dve základné oblasti – horskú a nížinnú.

Slovanské obyvateľstvo na území Slovenska sa počas dejín dostávalo do kontaktu s rôznymi kultúrami (napríklad avarskými alebo staro-maďarskými kmeňmi). Maďarské vplyvy z konca 9. stor. do stravy územia Slovenska predstavujú zmeny v strave spôsobené používaním červenej sušenej mletej papriky. Základnými surovinami sa postupne stali ryby, divina, bravčové mäso, smotana, či korenie (Ráczová, 1989).

Ďalší vplyv je evidentný vo valašskej kolonizácii v priebehu 14. – 17. storočí, vďaka ktorej sa na územie Slovenska rozšíril horský chov oviec, spracovanie ovčieho mlieka a výroba mliečnych produktov (Mintalová, 2007). V dedinských spoločnostiach sa vytvorila skupina špecialistov, ktorí viedli chovy a ovládali spracovanie syra, základného produktu salašného chovu oviec. Výsledkom sú dnes tradičné výrobky – bryndza, parenice a oštiepky (Botík a Slavkovský, 1995).

Stoličná a Mikolajová (2007) poukazuje na vplyv, ktorý spôsobil aj príchod Chorvátov v 16. storočí na juhozápad územia Slovenska. Ich kulinárske tradície preukazujú preferovanie širokej škály zeleninových jedál, ktoré od nich prebrali aj Slováci. Kendík (2003) ako príklad uvádza kapustný list plnený mletým mäsom – sarma, alebo lečo. Vplyvom osmanskej okupácie Balkánu a Uhorska sa do predovšetkým južných regiónov dnešného Slovenska dostali orientálne koreniny, káva a ryža. Potraviny z USA, ktoré sa presadili aj u nás na Slovensku, sú súčasťou našej národnej kuchyne. Sú to zemiaky, fazuľa, kukurica, paradajky, paprika a tekvica. Hlavne zemiaky sa stali neodmysliteľnou súčasťou slovenskej kuchyne.

Významný vplyv na slovenskú kuchyňu mala i česká kuchyňa. Je dôsledkom dlhodobých úzkych kontaktov slovenského obyvateľstva s českým, predovšetkým však od vzniku Československej republiky v roku 1918. Typickým príkladom českého jedla udomácneného v slovenskej kuchyni sú kysnutá knedľa, ako príloha k mäsitým jedlám a parené buchty.

Tradičná strava a stravovanie na Slovensku sa počas historického vývinu prispôbovalo ročným obdobiam, podriaďovalo striedaniu pracovných a sviatočných dní, i náboženským regulám. Tradičná kuchyňa bola veľmi jednoduchá a časovo nenáročná. Od jari do neskorej jesene, bolo potrebné pracovať od skorého rána do večera. Práve v čase najdôležitejších poľnohospodárskych prác, (kosba, žatva, vykopávanie zemiakov, oberačka a pod.) bolo nevyhnutné prijímať kvalitnejšiu a výdatnejšiu stravu. Taká sa pripravovala aj počas rodinných a kalendárnych sviatkov – krst, svadba, Vianoce, Veľká noc, hody a pod. (Stoličná a Mikolajová, 2004).

1.1.2. Národná gastronómia v podmienkach globalizácie

Trend globalizácie a integrácie národných ekonomík je čoraz zjavnejší aj v oblasti gastronómie. Slovensko je súčasťou týchto globalizačno-integračných procesov aj vplyvom

členstva v Európskej únii. Nové spôsoby stravovania prenikli a stali sa dôležitou zložkou každodenného spôsobu života. Globalizácia v cestovnom ruchu sa prejavuje ponukou nových produktov, vznikom nadnárodných spoločností, sprístupňovaním nových a vzdialených cieľových miest, ponukou priemyselne spracovaných, štandardizovaných a unifikovaných produktov. Gúčik et. al. (2006) tvrdí, že tieto zmeny umožňujú zníženie nákladov, a tak vytlačajú z trhu malé a stredné podniky, znižujú orientáciu podnikov na hodnoty, ktoré preferujú zákazníci, i starostlivosť o miestnu kultúru, kultúrne a prírodné dedičstvo, ako nenahraditeľný primárny zdroj rozvoja a konkurenčnú výhodu.

V dôsledku globalizácie v gastronómii sa prevládajúcou formou stravovania stávajú siete rýchlo obslužných reštaurácií. Rýchlo obslužné reštaurácie, tzv. „fast food“, ponúkajú jedlá, ktoré chutia všetkým na celom svete rovnako a unifikujú chuť. V dôsledku toho sa zabúda na mnohé krajové pochutiny a prísady do jedál aj na zaujímavé jedlá národnej gastronómie (Gáliková, 2005). Na Slovensku sa začali udomáčňovať po roku 1989 ako symbol demokracie a slobody podnikania. Likvidujú však konvenčné reštaurácie a nahrádzajú ich globálnymi štandardizovanými produktmi, ktoré zavádzajú novú kultúru do stravovania.

1.1.3. Faktory rozvoja gastroturizmu

Tradičná strava má široké uplatnenie v prevádzkach gastronomických zariadení aj v cestovnom ruchu. Národné jedlá sú často primárnym motívom návštevníkov krajiny. Ponuka tradičných jedál podľa pôvodných receptúr a možnosť vidieť ich prípravu v autentických objektoch, môže byť atraktívnym obohatením pobytu zahraničných turistov. Synonymom pojmu gastroturizmus je i gastronomický cestovný ruch alebo tiež gurmánsky cestovný ruch. Ide o formu cestovného ruchu, pri ktorej sú účastníci motivovaní priamo pôžitkom z konzumácie, testovaním a poznávaním vybraných pokrmov alebo konzumáciou nápojov. Zahŕňa tiež kultúru stolovania, do ktorej patrí atmosféra, vybavenie a zariadenie stravovacieho zariadenia. Takýto produkt ponúkaný s využitím atmosféry genia loci je v cestovnom ruchu označovaný ako zážitková gastronómia (Pásková a Zelenka, 2012).

Medzinárodná asociácia kulinárskeho cestovného ruchu (ICTA – International Culinary Tourism Asociation) považuje gastroturizmus za súčasť kultúrneho turizmu, pretože „kuchyná je súčasťou každej kultúry“. Podľa asociácie sa jedná o cestovanie za unikátnymi a pozoruhodnými kulinárskymi skúsenosťami, pričom účastníci

gastroturizmu spoznávajú navštívenú destináciu z gastronomickej stránky. Barcelona Field Studies Centre (2022) definuje päť trendov rozvoja gastroturizmu:

- 1. Rozšírenie obchodu** – Nárast bohatstva celosvetovej populácie prehľbuje vplyv na výdavky spotrebiteľov. Tí utrácajú čoraz väčší podiel svojich príjmov na hotové jedlo, gurmánske výrobky, jedenie vonku, či jedlo s určitým zdravotným, či etickým prínosom. Utracajú viac tam, kde sa stáva produkt túžbou a menej tam, kde je iba potrebou.
- 2. Zmeny v demografii a domácnostiach** – Starnutie populácie a zmeny v životnom štýle zvýšili dopyt po jedení vonku a gastroturistických akciách. Pristúpilo sa k rozčleneniu skupín, ktoré sa postarali o nárast účastníkov v gastroturistike:
 - DINKS (Double income no kids = dvojitý príjem, žiadne deti)
 - SINKS (single income no kids = jeden príjem, žiadne deti), v oboch prípadoch ide o bezdetných prosperujúcich ľudí vo veku 25 – 35 rokov
 - Rodičia s *prázdnyh hniezdom* (45 – 55 rokov, vyššie vzdelanie a príjmy) *Členovia generáčného boomu* (50. roky 20.storočia)
 - Rozvedení (hľadajúci nových partnerov a následne stretávajúci sa s potenciálnymi partnermi na večerách, či romantických víkendoch).
- 3. Odmietnutie McDonaldizácie** – Turisti vo väčšom počte odmietajú industriálny “fordistický” model nízkonákladovej masovej produkcie jedla. Vyhľadávajú kvalitnejšiu a čerstvú miestnu kuchyňu, ktorá je pre navštívené miesta viac autentická. Koniec MacDonaldisácie v stravovacej kultúre zasiahol napríklad Starbucks v Austrálii, kde bola medzinárodná sieť „prevalcovaná“ tisíckami malých miestnych kaviarní.
- 4. Multikulturalizmus** – Multikulturalizmus prenikol do každodenného života spotrebiteľov. Je poháňaný globalizáciou, migráciou, internetom, expanziou špecializovaných televíznych programov a vytrvalým nárastom medzinárodného turizmu. To, čo bolo kedysi exotickým, sa stalo bežným a každodenným.
- 5. Postavenie celebrity šéfkuchárov a médií** – Väčší priestor pre gastronomické relácie, TV kanály, časopisy atď. znamenal, že sa vytvoril priestor pre zrod gastronomických celebrit, autorít a mediálnych expertov. Tí dokážu upriamiť pozornosť na vysoko kvalitné jedlo, autentické, čerstvé a zdravé potraviny.

1.1.4. *Gastroturisti*

Vo vyspelých krajinách zažíva gastroturizmus obrovský „boom“ a stal sa jedným z najdynamickejších a najkreatívnejších segmentov cestovného ruchu, ktorý priťahuje miliardy turistov a príjmy do navštevovaných krajín. Rýchle vyhľadávanie na Google objaví tisíce záznamov, ktoré ilustrujú veľký záujem o túto oblasť cestovného ruchu. Fanúšikovia sa hrnú do Francúzska, Talianska a Španielska, Veľkej Británie, Grécka či Turecka, ako aj do vzdialenejších častí sveta, aby zažili kultúru a spoznali ľudí prostredníctvom tradičných jedál a miestnych nápojov.

Starnúca populácia a meniace sa životné štýly viedli k dopytu po možnostiach potravinovej turistiky, pričom populácie, ktoré poskytujú rastúce trhy pre potravinovú turistiku, sa často kategorizujú ako: DINKS: (dvojitý príjem bez detí): SINKS (s jedným príjmom bez detí); Prázdne hniezdiace (rodičia, ktorých deti odišli z domu): Baby Boomers (príslušníci generácie baby boomu v 50. rokoch 20. storočia); a rozvedených (Barcelona Field Studies Centre, 2012).

Štúdia ICTA, ktorá sa zamerala na správanie amerických kulinárskych turistov, zistila, že sú porovnateľní s kulinárskymi turistami v iných krajinách, najmä v Kanade, Austrálii, Švajčiarsku a Spojenom kráľovstve: „Kulinárski cestovatelia majú podobný demografický a psychografický profil takmer vo všetkých krajinách, pre ktoré existujú štúdie“ ICTA, 2007, s. 3. Štúdia ICTA odkázala na nasledujúce významné zistenia týkajúce sa kulinárskych cestovateľov: pokrývajú všetky vekové skupiny a zahŕňajú obe pohlavia, vo všetkých etnických skupinách, majú tendenciu mať lepšie vzdelanie pokrývajú rôzne úrovne príjmov.

Viac ako 33 % svojich vynaložených peňazí turisti venujú práve jedlu Quan a Wang, (2004); jedlo a udalosti súvisiace s jedlom sú kľúčovým zdrojom turizmu Hjalager a Richards, (2002), Rao, (2001) a jedlo sa stáva základnou zložkou motivácie pri výbere destinácie (Hall et al., 2003).

V nedávnom prieskume UNWTO (2012) 88,2 % členských respondentov uviedlo, že „gastronómia je strategickým prvkom pri definovaní značky a imidžu ich destinácie“. No len 67,6 % opýtaných súhlasilo s tým, že ich krajina má vlastnú gastronomickú značku“. Ďalej ponúkané „produkty“ gastroturistiky zahŕňali gastronomické podujatia (79 %), gastronomické cesty a kurzy varenia (62 %) opýtaných a návštevy trhov a výrobcov (53 %).

1.2. Gastroturizmus v Trnavskom kraji

Ako na celom území Slovenska, tak aj v Trnavskom kraji je gastroturizmus kultúrnym dedičstvom nášho národa. Gastroturizmus sa postupne stáva dôležitou súčasťou cestovného ruchu aj v Trnavskom kraji. Turisti, ktorí prichádzajú do Trnavského kraja nemôžu spoznať dokonale tento kraj bez poznania tradičnej gastronómie. Gastroturizmus je aj významnou súčasťou slovenskej ekonomiky. Je preto vhodné, aby sa slovenskí podnikatelia v gastronómii podporovali a je potrebné apelovať, aby v jedálnych lístkoch zahŕňali tradičnú regionálnu a miestnu gastronómiu. Ako aj Slovenská gastronómia, tak aj gastronómia v Trnavskom kraji sa musia neustále zlepšovať a napredovať.

Podľa riaditeľa Asociácia hotelov a reštaurácií Slovenska Mareka Harbuláka sú tradičné slovenské jedlá stále v našich končinách žiadané, avšak turisti viac vyhľadávajú exotické jedlá v našich podmienkach. Nielen to, čo máme na tanieri a čo jeme, ale aj to, v akom prostredí, posúva gastronomický zážitok míľovými krokmi vpred. To znamená, že zážitok z kvalitného jedla umocňuje aj prostredie, v ktorom je jedlo či nápoje podávané a konzumované. Reštaurácie sa musia snažiť zaujať vizuálnym spôsobom. Tu sa kladie veľký dôraz na to, kde sú umiestnené aj samotným vybavením interiéru. Každý región či kraj má svoj vlastný typický druh gastronómie. (TASR, 2017)

V Trnavskom kraji nájdeme zastúpenie Slovenskej (domácej) kuchyne, Európskej kuchyne, Ázijskej, Indickej či za zástupcu Americkej kuchyne môžeme považovať fastfoody. Najtypickejšie jedlo na Slovensku sú určite bryndzové halušky či bryndzové pirohy a strapačky. Avšak, to nie je typické jedlo pre nami skúmaný kraj. Typické jedlá Trnavského kraja sú: na Záhorí a teda zo Skalice pochádza tradičný Skalický trdelník, ktorý je v tvare valca s otvorom vo vnútri. Keď sme už na Záhorí, nesmieme zabudnúť na Skalický trdelník, ktorý má aj vlastnú ochrannú značku Európskej únie, ako vôbec prvý slovenský pokrm. Prvé zmienky o lahodnom sladkom kysnutom ceste namotanom na „trdle“ v Skalici siahajú až do 18. storočia (Trnavské rádio, 2021).

Taktiež veľmi časté a obľúbené sú zemiakové lokše, to je tradične hodové, jarmočné jedlo podávané či už na sladko s makom alebo orechmi alebo na slano k mäsu. Taktiež tradičné strukoviny ako fazuľa, šošovica, cícer, z ktorých sa vyrábali najskôr kaše, potom polievky a neskôr ako prílohy k mäsu. Tradičné sú aj jedlá z kapusty, ktoré sa jedávajú

celoročne či už z čerstvej po zbere v septembri, alebo z kyslej počas tuhej zimy. Známe sú veľmi v záhorácke kapustníky. Ak sa do cesta zamiesil aj cukor či škorica vznikli zelníky (Trnavské rádio, 2021).

V blízkom okolí sa nachádza oblasť Malé Karpaty, tie sú jediným chráneným územím s výraznejšie rozvinutým vinohradníctvom a vinárstvom. Vedie cez ne známa Malokarpatská vínná cesta. Putovanie za vínom je čoraz príťažlivejšie pre turistov, ktorí hľadajú zážitky založené na ochutnávke miestnych vín a špecialít, návšteve vínnych pivníc a vinogradov. Pre tento typ turistov sú lákadlom v tomto kraji najmä produkty vínnej turistiky, organizované rôznymi inštitúciami a spolkami (Mesto Trnava, 2022).

1.2.1. Typy tradičných podujatí v Trnavskom kraji

Ako v každom kraji na Slovensku aj v Trnavskom kraji sa celoročne konajú rôzne podujatia. Či už ide o veľké dlhoročné organizované tradičné podujatia, ktoré siahajú do ďalekej histórie alebo novodobé podujatia avšak všetky sa tešia veľkej obľube s množstvom návštevníkov. Veľkej obľube a vysokej návštevnosti sa každoročne tešia tradičné jarmoky. Výnimkou je iba obdobie covidu 19 v rokoch 2020 a 2021, keď boli kvôli tejto pandémie všetky veľké podujatia zrušené. Obľúbené sú aj „streetfood“ akcie a Malokarpatská vínná cesta, ktorú sme už vyššie spomínali.

Tradičný Trnavský jarmok

Jarmok v Trnave v spoločenskom zmysle supluje hody, aké bývajú v obciach. Mesto takýto termín vo svojom kalendári nemá, pretože na dedinách sa odvodzuje od vysviacky miestnych kostolov. V Trnave je však kostolov viac ako desať. Preto je práve jarmok príležitosťou pre rodiny i priateľov stretnúť sa a byť spolu o niečo dlhšie a intenzívnejšie, ako bežne v roku. Na reklamných plagátoch nikdy nie je uvedené, o koľký ročník podujatia ide. Pretože história jarmokov siaha tak hlboko, že nie je možné presne určiť poradie toho aktuálneho jarmoku. Odhaduje sa, že história jarmoku siaha až do 13. storočia. Ako prvé slobodné kráľovské mesto na Slovensku v roku 1238, dostala práve Trnava najskôr od panovníka Žigmunda Luxemburského v roku 1436 oficiálne právo poriadat' výročné jarmoky na deň sv. Jakuba (25. júla) a na sv. Mikuláša (6. decembra). roku 1508 kráľ Vladislav II. udelil Trnave právo výročného trhu na sviatok Narodenia Panny Márie (8. septembra). A v tento dátum, resp. v najbližší víkend po ňom, sa jarmok v Trnave koná dodnes. Nejde však o nepretržité a kontinuálne „jarmokovanie“ naprieč storočiami, no

tradícia pretrváva do dnes s menšími prestávkami. Popis Trnavského jarmoku : predstavuje návrat k tradíciám dávnych miestnych trhov. Jarmok trvá vždy štyri dni a počas týchto dní lákajú do Trnavy (Malého Ríma) mnohých návštevníkov až (desiatky tisíc) predovšetkým ukážky ľudových remesiel – práce šikovných rúk kováčov, drotárov, šúpoliarov, rezbárov a aj medovníkárov. Samozrejme tu nesmú chýbať ani rôzne koncerty pozvaných kapiel a divadelné či komické predstavenia, ktoré vytvárajú bohatý kultúrny program na Trojičnom námestí a vytvárajú tak veľmi príjemnú atmosféru. Samozrejme tu nesmú chýbať tradičné jarmočné dobroty – lokše, kačica, husacina, burčiak, medovina, zemiaková placky, cigánska v žemli. A samozrejme neodmysliteľnou súčasťou sú aj tradičné Skalické trdelníky ktorých hlavným teritóriom je práve domáca Skalica. Neodmysliteľnou súčasťou jarmoku hlavne pre deti a mladých sú kolotoče. Tradičným pokrmom v rodinách počas tohto víkendu je pečená hus s kapustou a lokšami ktorým sa v „trnafčine“ teda v ich nárečí povie lokeš. V Trnavskom kraji sa aj v okresnom meste Hlohovec koná tradičný Michalský jarmok. Väčšinou sa tento jarmok koná posledný septembrový víkend. Je to jarmok rovnakého typu, aký sa koná aj v Trnave.

1.3. Stravovacie služby

Stravovacie služby umožňujú uspokojovanie základnej potreby výživy, prispievajú k zotavení a vytvára väčší fond voľného času. Pohostinské zariadenia poskytujú služby v cieľovom mieste, a tak behom cestovania, pričom sa jedná o stravovanie v dopravných prostrediach a pri železničných ťahoch. Pohostinské zariadenia patria z hľadiska veľkosti k malým a mikropodnikom, kde mikropodnik má od 0 do 9 zamestnancov a ročný obrat do 2 mil. EUR a malý podnik od 10 do 49 zamestnancov a ročný obrat do 10 mil. EUR (Gúčík, Marušková, Patuš, 2011). V stravovacích službách hlavné delenie spočíva v dvoch typoch stravovania:

1. Spoločné stravovanie

- ide predovšetkým o tri nasledujúce funkcie spoločného stravovania:
 - i. základné stravovanie – obedy, večere, polpenzie;
 - ii. doplnkové služby – rýchle občerstvenie;
 - iii. služby spoločensko-zábavné – plesy a iné podobné akcie.

2. Individuálne stravovanie

Býva spájané predovšetkým s pobytom vo vlastných ubytovacích zariadeniach alebo s horskými prechádzkami a túrami, do miest, kde nie sú pohostinské zariadenia. Výhodou

tohto variantu je predovšetkým to, že je to lacnejšie. Avšak nevýhodou proti tomu je náročnosť na čas a obvykle aj nízka úroveň (Orieška, 2010).

Stravovacie zariadenia

Stravovacie zariadenia môžu byť buď súčasťou ubytovacích zariadení alebo aj ako samostatné objekty. Rozdeľujú sa podľa funkcie:

- zariadenie prevažne so stravovacou funkciou – reštaurácia, motorest, samoobslužná reštaurácia;
- zariadenie s funkciou doplnkového stravovania a občerstvenia – denný bar, bistro, bufet;
- zariadenie so spoločensko-zábavnou funkciou – kaviareň, vináreň, nočný bar, piváreň a podobne.

Delenie stravovacích zariadení

Ide o ďalšie delenie stravovacích zariadení:

- stabilné – reštaurácia a podobne;
- pohyblivé – kiosk, pojazdná predajňa, pochôdzkový predaj na pláži, vo vlaku a podobne;
- celoročné;
- sezónne.

Priestorové usporiadanie

- odbytová časť – jedná sa o priestor, ktorý je prístupný hosťom;
- časť zásobovania – jedná sa o rôzne druhy skladov;
- výrobná časť – najdôležitejšia časť teplá kuchyňa, studená kuchyňa, kávová kuchyňa, cukrárenská dielňa a potom umýváreň bieleho a čierneho riadu;
- vstupné priestory – šatňa a WC (Orieška, 2010).

Zákon č. 355/2007 Z. z. o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia definuje zariadenia spoločného stravovania ako zariadenia, ktoré poskytujú stravovacie služby spojené s výrobou, prípravou a podávaním pokrmov alebo nápojov na pracoviskách, v školských zariadeniach, školách, zariadeniach sociálnych služieb, zariadeniach sociálnoprávnej ochrany detí a sociálnej kurately, zdravotníckych zariadeniach, v

prevádzkach verejného stravovania, v stánkoch s rýchlym občerstvením a v iných zariadeniach s ambulatným predajom pokrmov a nápojov a na zotavovacích a iných hromadných podujatiach.

1.3.1. Vybrané stravovacie zariadenia v Trnavskom kraji v jednom zo siedmich okresov

V tejto časti bakalárskej práce sme sa rozhodli zamerať na výber gastrozariadení v Trnavskom kraji vo všetkých siedmich okresoch. Všetky nami vybrané gastrozariadenia sú spracované v príslušných tabuľkách. Nástroj na zostavenie týchto tabuliek s gastrozariadeniami sme použili ich hodnotenie na Google. Maximálne hodnotenie, ktoré je možné dosiahnuť na Google je 5,0. Vo všeobecnosti je možné konštatovať, že v každom okresnom meste na Slovensku prevládajú reštaurácie bez patričného zamerania na konkrétnu kuchyňu. Podrobný prehľad stravovacích zariadení rozdelených podľa okresov je priložený v prílohách č. 1 až 7.

2 Ciel' práce, metodika práce a metódy skúmania

V tejto časti bakalárskej práce sa zameriame na hlavný cieľ, metodiku práce a na metódy skúmania. Opíšeme spôsoby získavania údajov a zber informácií, ako aj postup pri písaní predkladanej bakalárskej práci. Vďaka týmto metódam a postupom sa dostaneme k záveru a výsledku práce. Objektom skúmania v našej bakalárskej práci sú: cestovný ruch – gastroturizmus v nami skúmanom Trnavskom kraji, návštevníci stravovacích (pohostinských) zariadení a ich spokojnosť so stravovacími prevádzkami a spokojnosť s kvalitou poskytovaných jedál na tradičných jarmokoch a vínnej ceste.

2.1. Ciel' práce

Hlavným cieľom bakalárskej práce je zhodnotiť aktuálnu situáciu a produktové portfólio stravovacích (pohostinských) zariadení v Trnavskom kraji. Dotazníkový prieskum rozpracuje aktuálnu mieru spokojnosti spotrebiteľov – klientov v stravovacích (pohostinských) zariadeniach s poskytovanými službami a gastrozážitkami v podobe tradičného jarmoku a vínnej cesty.

K dosiahnutiu hlavného cieľa záverečnej práce sme prispeli stanovením nasledujúcich čiastkových (parciálnych) cieľov v teoretickej časti:

1. Prvým parciálnym cieľom v teoretickej časti je odborná rešerš riešenej problematiky.
2. Ďalším čiastkovým cieľom je zhodnotenie a spracovanie odbornej literatúry domácich a zahraničných autorov a tiež zhodnotenie teoretických východísk pre danú tému. Tieto mali predstavovať podklad pre riešenie nášho hlavného výskumného problému. Teoretická časť sa zameriava na opísanie a vysvetlenie cestovného ruchu všeobecne, ďalej rôzne delenia na druhy a formy. Následne sa už budeme zaoberať konkrétnym druhom cestovného ruchu nášho zamerania – gastroturizmom, ktorý bližšie vysvetlíme a opíšeme históriu jeho vzniku. Priblížime si aj faktory rozvoja gastroturizmu a definujeme, kto sú gastroturisti.
3. Ďalej sa budeme zaoberať aj konkrétnymi gastronomickými špecialitami Trnavského kraja, prípadne aj nejakými konkrétnymi receptami, preskúmame tiež rôzne miestne tradície, ktoré sú spojené s gastronómiou ale aj rôzne tradičné podujatia, ktoré sú spojené s gastronómiou. Súčasťou je aj zhodnotenie situácie gastronomických odbytových prevádzkových jednotiek v Trnavskom kraji.

4. V poslednej časti je vybrať a odporučiť stravovacie zariadenia vo všetkých siedmich okresoch v Trnavskom kraji podľa najlepšieho hodnotenia na Googli.

Parciálne ciele praktickej časti:

Analýza súčasnej ponuky gastroturizmu v Trnavskom kraji a zhodnotenie produktového portfólia stravovacích (pohostinských) zariadení. Na dosiahnutie nami vytýčeného hlavného cieľa bakalárskej práce máme stanovené dve výskumné otázky:

1. **Výskumná otázka:** Aká je prevažná miera spokojnosti (nadpolovičná väčšina dopytovaných respondentov) s produktovým portfóliom v Trnavskom kraji ?
2. **Výskumná otázka:** Typickým produktom gastronomického cestovného ruchu v Trnavskom kraji je tradičný jarmok alebo vína cesta. Ako spotrebitelia hodnotia tieto gastrozážitky?

2.2. Spôsob získavania údajov

Na získavanie informácií k bakalárskej práci používame niekoľko zdrojov: Ako prvý zdroj používame odbornú literatúru, ktorú sme si našudovali či už v knižnej alebo aj internetovej forme. Ďalší zdroj našich informácií je kvalitatívny prieskum (elektronický dotazník), ktorý je zameraný na návštevníkov stravovacích (pohostinských) zariadení.

2.3. Použité metódy skúmania

V teoretickej časti bakalárskej práce sme ako prvú metódu použili analýzu. Analyzujeme danú tému tak, že postupne sme zbierali a hľadali pre nás relevantné a podstatné informácie o cestovnom ruchu a gastroturizme. Následne ich dávame dokopy a triedime podstatné informácie. Keďže sme vďaka metóde analýzy dosiahli porozumenie danej problematiky a pochopili sme jej podstatu, nasleduje interpretácia. Analýza je použitá v časti vymedzení pojmov, ako cestovný ruch či gastroturizmus a v ich rozdelení. Analyzujeme aj pojem „gastroturisti“, či história a vývoj gastroturizmu.

Ako ďalšiu metódu na zber informácií používame v bakalárskej práci kvalitatívny/empirický typ skúmania, čiže primárne informácie získame pomocou dopytovania. Kvalitatívne skúmanie je skúmanie pomocou elektronického dotazníka. Tento dotazník je rozposlaný respondentom, ktorí odpovedajú na otázky ohľadne možnosti rozvoja gastroturizmu v Trnavskom kraji. Oslovili sme ľudí zo všetkých krajov Slovenska a nielen

s nami skúmaného kraja. Oslovili sme ľudí všetkých vekových kategórií, pričom dotazníkový prieskum bol určený pre zákazníkov, návštevníkov stravovacích (pohostinských) zariadení. Cieľom dotazníka bolo zistiť, či sú respondenti spokojní s gastroturizmom v tomto kraji a aký druh kuchyne najčastejšie v Trnavskom kraji vyhľadávajú. Dotazníkový prieskum zisťoval, aké kritéria ich ovplyvňujú pri výbere reštaurácie a aké sú nedostatky a problémy gastronómie v Trnavskom kraji. Súčasťou prieskumu bolo identifikovať, aký druh gastrozariadenia im v skúmanom kraji chýba, či sa zúčastňujú nejakých typických gastronomických akcií a ako sú spokojní s ponukou jedál na týchto akciách. Po zbere údajov a ich spracovaní z daného dotazníka sme tieto údaje a výsledky spracovali do grafov a tabuliek. Odpovede, ktoré boli zistené z tohto prieskumu boli vyjadrené v percentách. Na základe odpovedí z dotazníku sme dospeli k určitým záverom a vylepšeniam, ktoré sú uvedené v ďalších častiach bakalárskej práce.

Nasledujúca metóda je dedukcia (postup od všeobecného ku konkrétnemu, deduktívne usudzovanie, všeobecných predpokladov a vzťahuje ich na jednotlivé všeobecné alebo aj čiastkové závery). Táto metóda je využívaná v diskusiách, kde dávame odporúčania a návrhy na zlepšenie gastroturizmu v Trnavskom kraji na základe našich zistení z elektronického dotazníka, ktorý bol určený pre návštevníkov gastrozariadení.

3 Výsledky práce

3.1. Vymedzenie územia

Dané územie, ktoré sme v bakalárskej práci skúmali je Trnavský kraj. Je to jeden z 8 krajov nachádzajúcich sa na Slovensku. Trnavský kraj má rozlohu 4146 m², s počtom obyvateľov 566 008, hustota zaľudnenia je 137 obyvateľov na km². (Štatistické údaje k 1.1.2021). Tvorí ho okresy: Skalica, Piešťany, Hlohovec, Trnava, Senica, Galanta, Dunajská Streda. Územie Trnavského kraja tvorí 17 miest. Na juhozápade Trnavský samosprávny kraj hraničí s Bratislavským krajom, na západe s Rakúskom, na juhu s Maďarskom, na východe s Nitrianskym krajom, na severe s Trenčianskym krajom a Českou republikou. (Slovakregion.sk, 2022)

Obrázok 1: Poloha Trnavského kraja v rámci SR



Zdroj: slovakregion.sk/trnavsky-kraj

3.2. Vyhodnotenie dotazníka určeného pre návštevníkov gastrozariadení v Trnavskom kraji

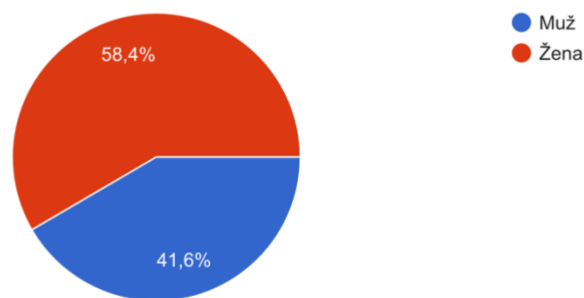
V tejto podkapitole bakalárskej práce sa zameriame na analýzu a spracovanie nášho elektronického dotazníka a jeho vyhodnotenie. Dotazník sme vytvorili prostredníctvom Google Forms. Dotazníkový prieskum sa uskutočnil v období od 20.02.2022 do 20.03.2022. Dotazník tvorí 18 otázok. Prvé tri otázky boli segregáčné. Tvorili ich vek, pohlavie a kraj z ktorého ľudia pochádzajú. Na dotazník odpovedalo 101 respondentov. Ďalšie otázky boli zamerané na gastroturizmus v Trnavskom kraji. Respondentov sme sa pýtali na spokojnosť s gastroturizmom v Trnavskom kraji, aký druh kuchyne najčastejšie navštevujú a aká kuchyňa im v tomto kraji chýba. Ďalej nás zaujímalo, aké kritéria ovplyvňujú respondentov

pri výbere reštaurácie, aké sú nedostatky/problémy v gastronómii v Trnavskom kraji. Akých gastronomických akcií sa zúčastňujú respondenti a či sú spokojní s kvalitou ponúkaných jedál na týchto akciách. A samozrejme, aké sú dôvody návštev týchto podujatí. Na niektoré otázky nebola povinná odpoveď, pri niektorých sme žiadali od respondentov len jednu odpoveď. Pri otázkach s možnosťou viac odpovedí sme žiadali od respondentov maximálne dve odpovede. Dotazník je určený pre návštevníkov gastronomických stravovacích zariadení a návštevníkov cestovného ruchu.

V prvom grafe z dotazníku môžeme vidieť koľko respondentov sa zúčastnilo nášho dotazníkového prieskumu to je 101 respondentov z toho je 59 žien čo je 58,4 % a 42 mužov čo je 41,6 %. Respondenti boli z rôznych kútov Slovenska nie len z Trnavského kraja. Ako môžeme vidieť väčšiu časť respondentov sme mali ženského pohlavia.

Graf 1 Rozdelenie respondentov podľa pohlavia

1. Pohlavie
101 odpovedí



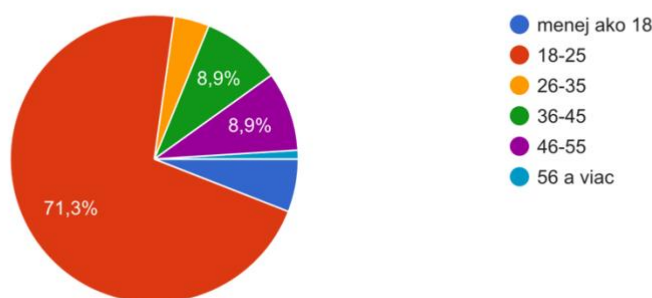
Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

V druhom grafe môžeme vidieť, že zo 101 opýtaných respondentov máme najväčšie zastúpenie v kategórii vo veku od 18-25 rokov čo je 72 respondentov (71,3 %). Ďalšími najviac zastúpenými vekovými kategóriami sú respondenti vo veku 36-45 rokov tých je 9 či je (8,9 %) a rovnaký počet respondentov je aj vo veku 46-55 teda 9 (9,8 %). Vo vekovej kategórii menej ako 18 rokov máme 6 (5,9 %) respondentov. V ďalšej vekovej kategórii 26-35 rokov nám odpovedali 4 respondenti čo je (4 %) z opýtaných. A poslednou, najmenej zastúpenou vekovou kategóriou je vek 56 a viac a z toho máme iba jedného respondenta (1 %).

Graf 2 Vekové kategórie opýtaných respondentov

2. Vek

101 odpovedí



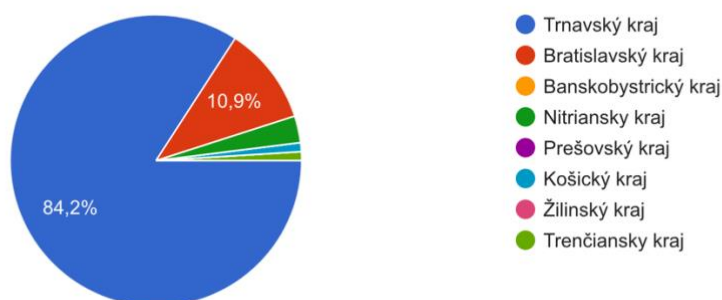
Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

V treťom grafe môžeme vidieť, z akých krajov Slovenska pochádzajú naši respondenti. Najviac respondentov 85 (84,2 %) pochádza z Trnavského kraja. Z Bratislavského kraja pochádza 11 (10,9 %) respondentov. Tria respondenti, čo je (3 %) z celkového počtu respondentov sú z Nitrianskeho kraja. Po jednej odpovedi z respondentov máme z krajov: Trenčiansky kraja a Košický kraja, to je (1 %) z celkového počtu opýtaných. Zo zvyšných troch krajov: Prešovský kraj, Banskobystrický kraj a Žilinský kraj, sme nedosiahli žiadne odpovede od respondentov.

Graf 3 Kraje odkiaľ respondenti pochádzajú

3. Z akého kraja pochádzate ?

101 odpovedí



Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

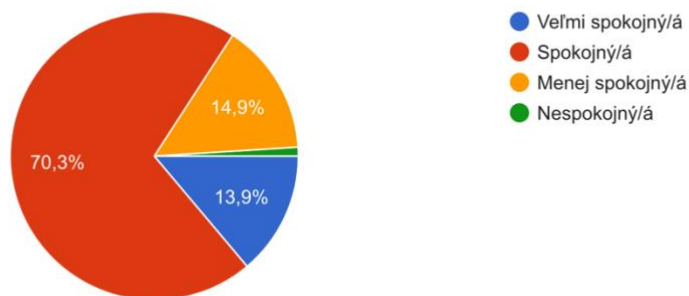
V ďalšom grafe, v poradí štvrtom, máme informácie o tom, ako sú naši respondenti spokojní s gastroturizmom v Trnavskom kraji. Z dotazníka sme zistili, že až 71 (70,3 %) respondentov je s gastroturizmom v Trnavskom kraji spokojná. Veľmi spokojných je 14

(13,9 %) respondentov. Menej spokojných je 15 (14,9 %) respondentov. A s gastroturizmom v Trnavskom kraji je nespokojných 1 (1 %) z opýtaných respondentov.

Graf 4 Spokojnosť s gastroturizmom v Trnavskom kraji

4. Ak ste niekedy navštívili TT kraj, ako ste spokojný/á s gastroturizmom v Trnavskom kraji ?

101 odpovedí



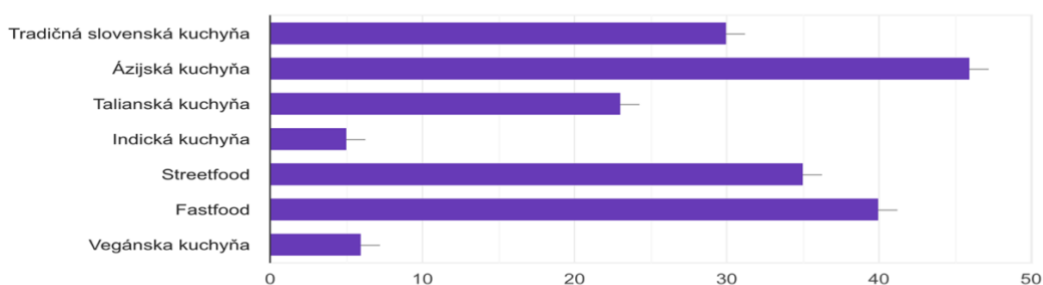
Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

Graf číslo päť nám dáva odpovede na otázku: Aký druh kuchyne najčastejšie vyhľadávajú respondenti v Trnavskom kraji. Pri tejto otázke sme si stanovili podmienku maximálne dvoch odpovedí kvôli lepšej prehľadnosti. Najčastejšie vyhľadávaná kuchyňa našimi respondentami konkrétne 46 (45,5 %) je Ázijská kuchyňa. 40 respondentov čo je (39,6 %) z celkového počtu respondentov vyhľadáva najčastejšie Fastfoody. Streetfood najčastejšie vyhľadáva 35 (34,7 %) respondentov. Našu tradičnú Slovenskú kuchyňu najčastejšie vyhľadáva 30 (29,7 %) respondentov. Taliansku kuchyňu najčastejšie vyhľadáva 23 respondentov to je (22,8 %) z opýtaných respondentov. Vegánsku kuchyňu najčastejšia vyhľadáva 6 (5,9 %) respondentov. Najmenej často vyhľadávaná kuchyňa našimi respondentami je Indická kuchyňa a to počtom 5 (5 %).

Graf 5 Najčastejšie vyhľadávané kuchyne v Trnavskom kraji

5. Aký druh kuchyne najčastejšie vyhľadáвате v TT kraji ? (max 2 odpovede)

101 odpovedí

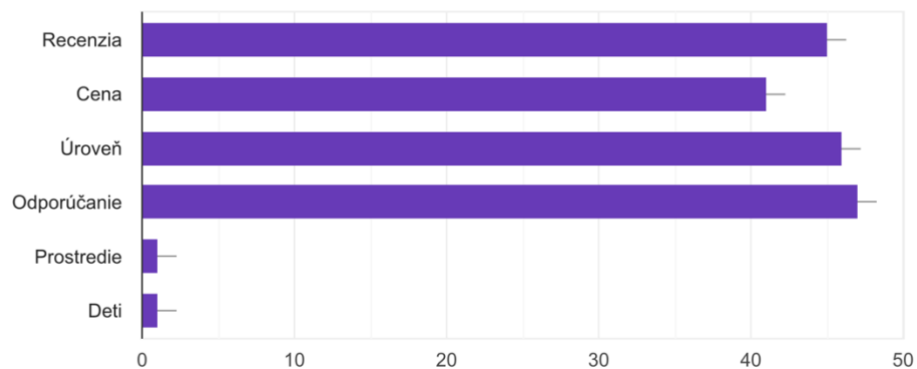


Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

V Grafe číslo 6 máme informácie o tom, aké kritéria ovplyvňujú našich respondentov pri výbere reštaurácie. Pri tejto otázke sme si taktiež stanovili podmienku maximálne dvoch odpovedí kvôli lepšej prehľadnosti. Kritérium, ktoré najčastejšie ovplyvňuje respondentov pri výbere reštaurácie je – „odporúčanie“, to si vybralo z našich možností 47 (46,5 %) respondentov. Ďalšie kritérium, ktoré ľudí ovplyvňuje pri výbere reštaurácie je – „úroveň“, to si vybralo 46 (45,5 %) respondentov. Kritérium „recenzia“ si vybralo 45 (44,6 %) respondentov. Ďalšie z kritérií je „cena“, ktorú si vybralo 41 (40,6 %) respondentov. Menej podstatné kritéria, ktoré ovplyvňujú respondentov pri výbere reštaurácie sú deti a prostredie, ktoré si vybrali zhodne po jednom respondentovi, čo je 1 %.

Graf 6 Kritéria ovplyvňujúce výber reštaurácie

6. Kritérium, ktoré Vás ovplyvňuje pri výbere reštaurácie ? (max 2 odpovede)
101 odpovedí

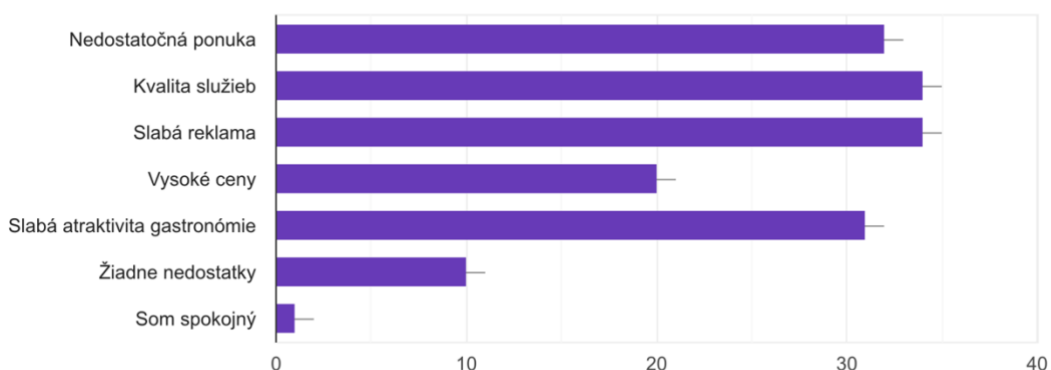


Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

Graf číslo sedem nám zobrazuje odpovede na otázku : Čo považujú respondenti za najväčšie nedostatky/problémy gastronómie v Trnavskom kraji. Pri tejto otázke sme si taktiež stanovili podmienku maximálne dvoch odpovedí kvôli lepšej prehľadnosti. Za dva najväčšie nedostatky, za ktoré respondenti zahlasovali rovnakým počtom hlasov 34 (33,7 %) považujú- kvalitu služieb a slabú reklamu. Ďalšia z možností bola respondentami vybraná možnosť : nedostatočnej ponuky a tú si vybralo 32 (31,7 %) respondentov. 31 (30,7 %) respondentov si vybralo možnosť, že za najväčšie nedostatky v gastronómii považujú slabú atraktivitu gastronómie. Vysoké ceny bola ďalšia z možností, ktorú si vybralo 20 (19,8 %) respondentov. 10 (9,9 %) respondentov si zvolilo možnosť, že gastronómia v Trnavskom kraji nemá podľa nich žiadne nedostatky. Som spokojný je možnosť, za ktorú hlasoval jeden respondent, to je 1 % z opýtaných.

Graf 7 Nedostatky/problémy gastronómie

7. Čo považujete za najväčšie nedostatky/problémy gastronómie v TT kraji ? (max 2 odpovede)
101 odpovedí



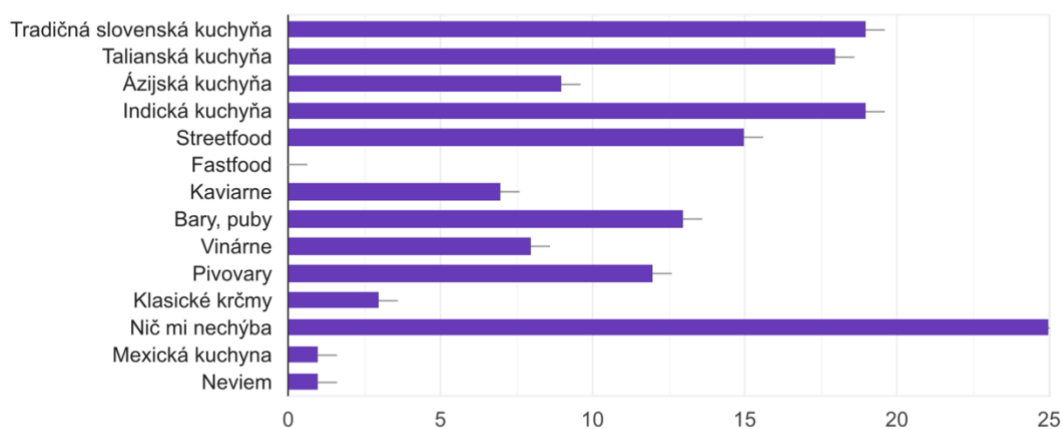
Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

V ďalšom grafe číslo 8 máme informácie o tom, aký druh gastrozariadení respondentom chýba v Trnavskom kraji. Najčastejšia odpoveď od respondentov bola, že im nič nechýba takto odpovedalo 25 (24,8 %) opýtaných. Kuchyne, ktoré respondentom najviac chýbajú sú kuchyňa tradičná Slovenská a Indická kuchyňa. Tieto dve odpovede si vybralo rovnaký počet 19 (18,8 %) respondentov. Taliansku kuchyňu si vybralo 18 respondentov (17,8 %). Streetfood chýba ako možnosť gastrozariadenia 15 (14,9 %) opýtaných. Ďalšou možnosťou, ktorú si respondenti zvolili sú bary, puby. Túto možnosť si zvolilo 13 respondentov (12,9 %). Ďalších 12 (11,9 %) opýtaných si vybralo možnosť pivovary, ako zariadenie, ktoré im v Trnavskom kraji chýba. Ázijská kuchyňa chýba 9 (8,9 %) respondentom. Vinárne je ďalšia z možností, ktorú si vybralo 8 (7,9 %) opýtaných a kaviarne si vybralo 7 respondentov, čo je 6,9 %. 3 (3 %) opýtaných si vybralo možnosť, že im chýbajú klasické krčmy. Zhodne po 1 (1 %) respondentovi odpovedalo, že im chýba Mexická kuchyňa a 1 (1 %) respondent, že nevie, čo mu chýba. Fastfood si z možnosti nevybral žiaden respondent.

Graf 8 Chýbajúce druhy gastrozariadení v Trnavskom kraji

8. Aký druh gastrozariadení Vám chýba v TT kraji ?

101 odpovedí



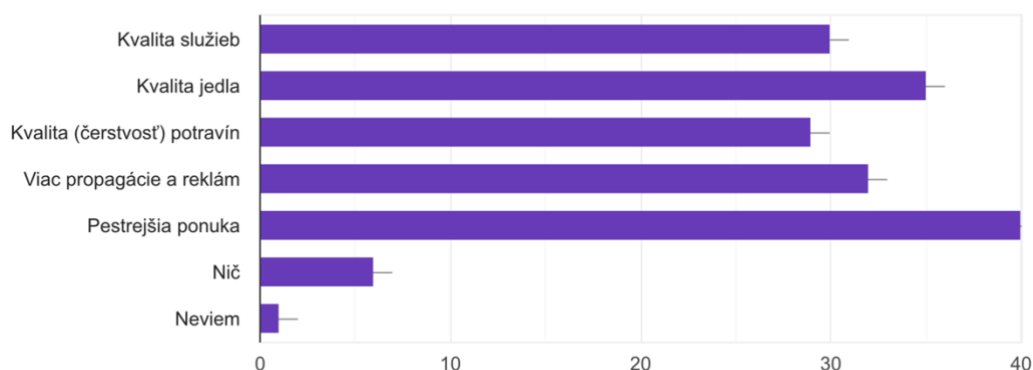
Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

Graf číslo 9 nám ukazuje, čo by si ľudia želali, aby sa zlepšilo v gastronómii v Trnavskom kraji. Pri tejto otázke sme si taktiež stanovili podmienku maximálne dvoch odpovedí kvôli lepšej prehľadnosti. Najčastejšia možnosť, ktorú si respondenti vybrali bola možnosť, že by chceli pestrejšiu ponuku a to si zvolilo 40 (39,6 %) respondentov. Ako druhé si 35 (34,7 %) respondentov vybrali možnosť zlepšenia kvality jedál v gastronómii v Trnavskom kraji. Viac propagácie a reklamy si zvolilo 32 (31,7 %) respondentov. Kvalitu služieb si ako možnosť zlepšenia gastronómie vybralo 30 (29,7 %) respondentov a kvalitu (čerstvosť) potravín si zvolilo 29 (28,7 %) opýtaných. Možnosť, že nič nepotrebujú zlepšiť a tým pádom predpokladáme, že nič nepotrebujú zlepšiť si vybralo 6 (5,9 %) opýtaných. Za odpoveď neviem hlasoval jeden človek.

Graf 9 Zlepšenia gastronómie v Trnavskom kraji

9. Čo by ste zlepšili v gastronómii v Trnavskom kraji ? (max 2 odpovede)

101 odpovedí



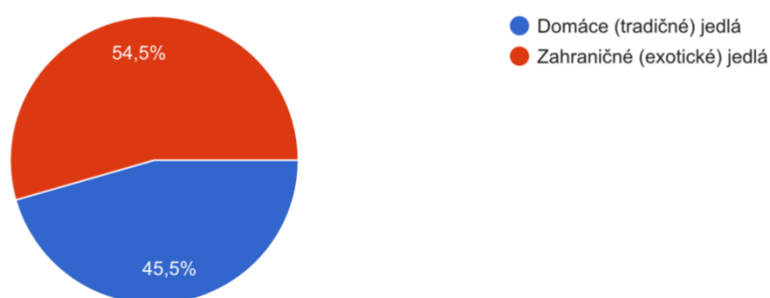
Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

Ďalšou, v poradí 10. otázkou v našom elektronickom dotazníku sme sa pýtali, či preferujete pri návšteve gastrozariadení domácu kuchyňu s tradičnými slovenskými jedlami alebo kuchyňu so zahraničnými/exotickými jedlami. Z grafu môžeme vidieť, že viac ako polovica respondentov teda presne 55 (54,5 %) preferuje zahraničné (exotické) jedlá. A teda menšia polovica 46 (45,5 %) respondentov preferuje domáce (tradičné) jedlá.

Graf 10 preferencie respondentov pri návšteve domácej alebo zahraničnej kuchyne

10. Preferujete pri návšteve skôr domácu kuchyňu s tradičnými slovenskými jedlami alebo kuchyňu so zahraničnými/exotickými jedlami ?

101 odpovedí



Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

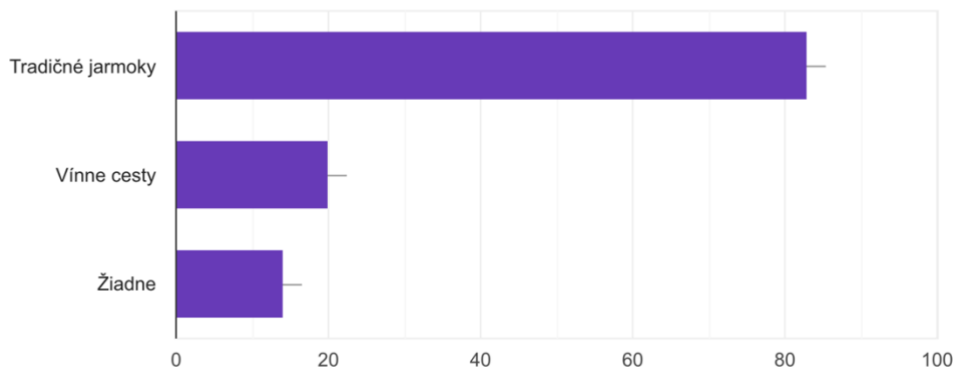
V grafe číslo 11 máme informácie od respondentov, akých gastronomických akcií a udalostí sa zúčastnili alebo sa zúčastňujú. Respondenti odpovedali nasledovne: Najčastejšia vybraná odpoveď z našich možností je – Tradičné jarmoky. Túto možnosť si vybralo 83 (82,2 %) opýtaných. Možnosť vínne cesty si vybralo 20 (19,8 %) opýtaných. 14

(13,9 %) respondentov si vybralo, že nenavštevuje alebo nenavštevovalo žiadne z týchto gastronomických akcií/udalostí.

Graf 11 účasť na gastronomických udalostiach v Trnavskom kraji

11. Akých gastronomických akcií a udalostí sa zúčastňujete alebo ste sa zúčastnili v TT kraji ?

101 odpovedí



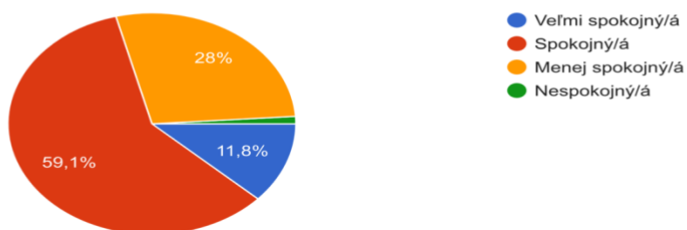
Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

Graf číslo 12 nám ukazuje, ako sú ľudia, ktorí navštevujú tradičné jarmoky spokojní s ponukou jedál a možnosťami gastrozážitkov na týchto podujatiach. Táto otázka nebola povinná bola pre tých ktorí tradičné jarmoky navštevujú. Najčastejšia odpoveď od respondentov je, že sú spokojní túto možnosť si vybralo 55 (59,1 %) respondentov. Ďalšia možnosť, ktorú si respondenti vybrali je možnosť, že sú menej spokojní s ponukou jedál a možnosťami gastrozážitkov na tradičných jarmokoch a to konkrétne 26 (28 %) respondentov. Možnosť, že sú respondenti veľmi spokojní si vybralo 11 (11,8 %) respondentov. Nespokojný s ponukou jedál a možnosťami gastrozážitkov na tradičných jarmokoch je iba jeden respondent.

Graf 12 spokojnosť s ponukou jedál a možnosťami gastrozážitkov na tradičných jarmokoch

12. Ako ste spokojný/á s ponukou jedál a možnosťami gastrozážitkov na tradičných jarmokoch ? (ak navštevujete)

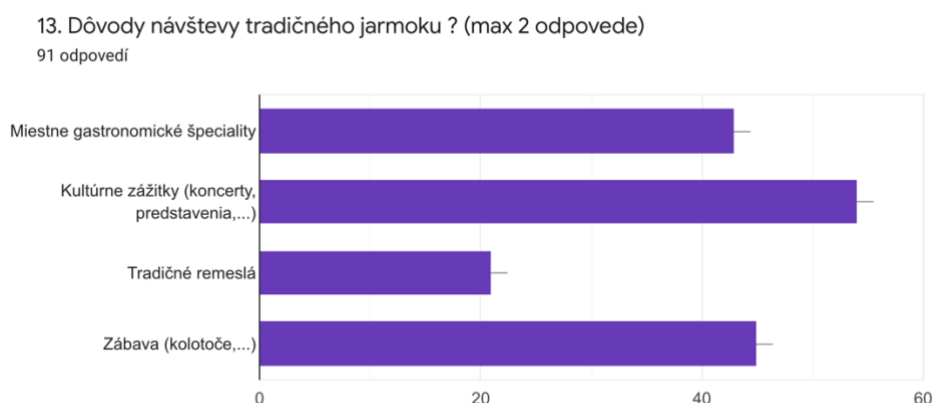
93 odpovedí



Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

V ďalšom grafe číslo 13 môžeme vidieť, že nám zobrazuje odpovede na otázku – aké sú dôvody návštev tradičného jarmoku. Najčastejšia odpoveď na túto otázku je – kultúrne zážitky (koncerty, predstavenia...) túto možnosť si vybralo 54 respondentov (59,3 %). Ako jeden z ďalších dôvodov návštevy tradičného jarmoku si respondenti vybrali – zábavu (kolotoče), túto možnosť si vybralo 45 (45,9 %) respondentov. Možnosť – miestne gastronomické špeciality si vybralo 43 (47,3 %) respondentov. Ďalší a najmenej preferovaný dôvod návštevy tradičných jarmokov je – tradičné remeslo, to si vybralo 21 (21,3 %) respondentov.

Graf 13 Dôvody návštevy tradičného jarmoku



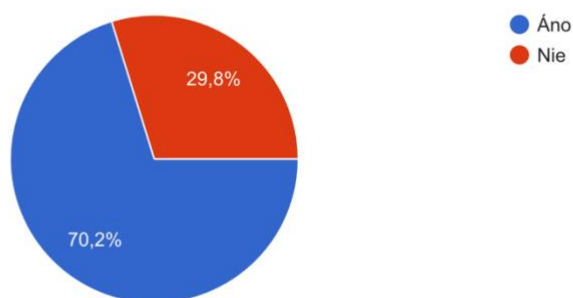
Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

V poradí štrnástom grafe, máme informácie od respondentov k otázke – ako sú respondenti spokojní s kvalitou jedál na tradičnom jarmoku. Na túto otázku nám odpovedalo 94 respondentov. Respondenti odpovedali nasledovne – 66 (70,2 %) respondentov odpovedalo, že „áno“ sú spokojní s kvalitou jedál na tradičnom jarmoku. A odpoveď „nie“ si vybralo 28 (29,8 %) respondentov.

Graf 14 spokojnosť s kvalitou jedál na tradičnom jarmoku

14. Ste spokojný/á s kvalitou jedál na tradičnom jarmoku ?

94 odpovedí



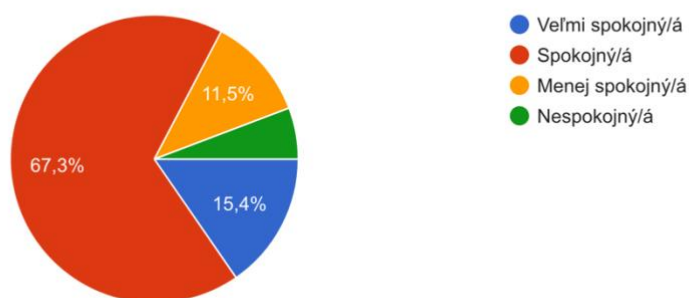
Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

V grafe číslo 15 môžeme vidieť informácie o tom, ako respondenti odpovedali na otázku, ako sú spokojní s kvalitou a možnosťami vínnej cesty. Táto otázka je dobrovoľná a odpovedalo na ňu 52 opýtaných. Najčastejšia odpoveď od respondentov 35 (67,3 %) je, že sú spokojní s kvalitou a možnosťami vínnej cesty. Ďalšia možnosť, ktorú si respondenti vybrali je, že sú veľmi spokojní s kvalitou a možnosťami vínnej cesty a tú si vybralo 8 (15,4 %) respondentov. Možnosť menej spokojní si vybralo 6 (11,5 %) respondentov. 3 (5,8 %) respondenti si vybrali možnosť, že sú nespokojní.

Graf 15 spokojnosť s kvalitou a možnosťami vínnej cesty

15. Ako ste spokojný/á s kvalitou a možnosťami vínnej cesty ? (ak navštevujete)

52 odpovedí



Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

Otázka číslo 16 v elektronickom dotazníku – „Prečo navštevujete vínnu cestu?“ nám dáva informácie odpovedí od respondentov v príslušnej tabuľke č.8. Najčastejšia odpoveď od respondentov je, že hlavný dôvod prečo navštevujú vínnu cestu je ochutnávka

a degustácia vín stretávanie sa s priateľmi a spoznávanie nových ľudí. A párkrát skloňovaná odpoveď od respondentov je, že dôvod návštevy vínnej cesty je – „kultúrna akcia“ a „spoznanie kultúry“.

Prečo navštevujete vínnu cestu ?
Kvôli ochutnávke vín
Víno
Nenavštevujem
Super atmosféra
Kultúrna akcia
Mám rada kvalitné slovenské vína
Nenavštevujem
Zábava
ochutnávka vín spoznanie kultúry
Pretože ľúbim víno
Víno, priatelia
Zážitok a spoznávanie nových ľudí
Zážitok z ochutnania kvalitných vín
Nenavštevujem
Stretnutie s priateľmi a dobre víno
Kvalitné víno s gastronómiou
Stretnutie so známymi a priateľmi
Zážitok
Nenavštevujem
Nenavštevujem
Kontakt s ľuďmi
Kvalitné vína
Ochutnávka slovenských vinárskych produktov

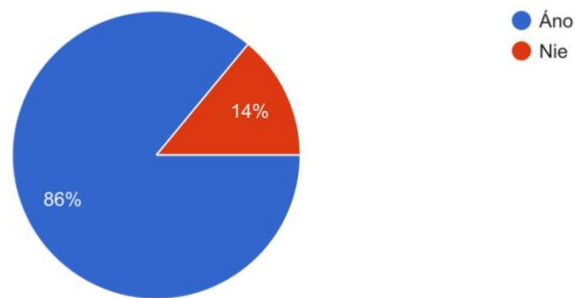
Tabuľka 1 Dôvody návštev vínnej cesty

Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

Graf číslo 17 nám dáva informácie o tom, či by respondenti odporučili niekomu vínnu cestu. Otázka nebola pre respondentov povinná. Na túto otázku respondenti odpovedali nasledovne – 43 (86 %) odpovedalo „áno“, že by odporučili vínnu cestu a 7 (14 %) respondentov odpovedalo „nie“, že by neodporučili vínnu cestu.

Graf 16 odporučenie vínnej cesty

17. Odporučili by ste niekomu vínnu cestu ?
50 odpovedí



Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

K poslednej otázke číslo 18, máme informácie od respondentov z elektronického dotazníka spracované v príslušnej tabuľke č.9. Znenie tejto otázky je – „Čo Vám chýba na vínnej ceste“ ? Najčastejšia odpoveď od respondentov je, že im „nič“ nechýba na vínnej ceste a ďalšia často skloňovaná odpoveď je, že im chýba lepšie „promo“ a reklama vínnej cesty. A taktiež vyššia kvalita služieb je to, čo respondentom chýba na vínnej ceste.

Tabuľka 2 Nedostatky vínnej cesty

Čo Vám chýba na vínnej ceste ?
Koncerty
Lepšie promo o cestách a upsale
Viac sladkých vín
Triezvosť
Viac syru
Pivo
Že je len jeden krát za rok
Reklama
Kvalita
Vyššia kvalita služieb
Nič
Nič
Nič
Nič
Nič
Nič

Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

4 Diskusia

Gastroturizmus je stále veľmi „mladý“ druh cestovného ruchu. Avšak je to druh cestovného ruchu, ktorý sa neustále vyvíja a narastá mu popularita po celom svete. Gastroturizmus je oblasť, ktorá celosvetovo priťahuje miliardy príjmov, zahŕňa zámerné snahy o autentické nezabudnuteľné kulinárske zážitky pri cestovaní do zahraničia, regiónu alebo miesta. Ľudia po celom svete cestujú nielen preto, aby krajinu videli, ale aj aby ju poznali a ochutnali a poznali jej gastronómiu. Pre gastroturistov je jedlo motiváciou na cestovanie; miesta fungujú len ako prostriedky na gastronomické zážitky (aktivity súvisiace s jedlom, ktoré zahŕňajú pozorovania zákulisia, to je často praktická časť teda príprava daného jedla, ktorá vyvrcholí konzumáciou jedla alebo nápojov.

Gastroturizmus nadobúda popularitu aj na Slovensku. Určite gastroturizmus nie je na takom vzostupe, na takej úrovni, ako v iných vyspelých krajinách, ale ako sme rozobrali predchádzajúcich častiach našej bakalárskej práce Slovensko a práve Trnavský kraj má potenciál na rozvoj gastroturizmu. V dnešnej modernej uponáhľanej a multikultúrnej spoločnosti a svete, kde je všetko v gastronómii zamerané na moderné luxusné a netradičné novinky a chute určite nesmieme zabúdať aj na naše typické chute a tradičné jedla či zvyky, vďaka ktorým môžeme gastroturistom ukázať našu gastronomickú jedinečnosť.

Avšak práve z tej strany, že Slováci viac začínajú cestovať do zahraničia za jedlom a za gastrozážitkami. A my samozrejme chceme, aby aj gastroturisti z iných krajín navštevovali našu krajinu a náš skúmaný kraj. Preto sme si stanovili výskumné otázky, aby sme vedeli, ako sú respondenti zo Slovenska spokojní s gastronómiu v Trnavskom kraji a čo im v danom kraji chýba a aké sú tu podľa nich nedostatky. Aby sme vedeli, aká je spokojnosť s typickými produktami gastronomického cestovného ruchu v Trnavskom kraji teda tradičným jarmokom a vínnou cestou.

- 1. Výskumná otázka:** Aká je prevažná miera spokojnosti (nadpolovičná väčšina dopytovaných respondentov) s produktovým portfóliom v Trnavskom kraji ?

Z odpovedí od respondentov, ktorí odpovedali na náš dotazníkový prieskum sme zistili, že odpoveď na našu prvú výskumnú otázku je podľa výsledkov nasledovná – až 70 % z našich respondentov je spokojných s produktovým portfóliom v Trnavskom kraji necelých 14 % je veľmi spokojných a iba 15 % je menej spokojných z toho nám vyplýva, že

približne 85 % z opýtaných je spokojných s produktovým portfóliom v Trnavskom kraji čiže vo veľkej miere prevažuje spokojnosť. Pri ďalšej otázke z dotazníkového prieskumu sme zistili, že za najväčšie nedostatky a teda problémy v gastronómii kvôli ktorým sú niektorí respondenti nespokojní alebo teda menej spokojní s daným produktovým portfóliom sú: či už nevedomosť o niektorých udalostiach, či gastrozarizeniach, teda slabá reklama a kvalita niektorých služieb. To si myslí približne jedna tretina z opýtaných (33,7 %). Za ďalšie nedostatky považujú aj slabú atraktivitu gastronómie a nedostatočnú ponuku. Tieto možnosti si vybrala tiež približne jedna tretina z respondentov.

Ako ďalší nedostatok a dôvod, prečo sú niektorí respondenti menej spokojní sú podľa nich neprimerané vysoké ceny a tento názor má približne jedna pätina (19,8 %) opýtaných respondentov pri výbere reštaurácie najčastejšie ovplyvňuje „odporúčanie“ je to pre nich najdôležitejší aspekt, aby boli spokojní s výberom reštaurácie. Túto možnosť „odporúčanie“ si vybrala necelá polovica respondentov teda presne (46,5 %). Ďalšie kritéria ovplyvňujúce respondentov pri výbere reštaurácií sú – „úroveň“ reštaurácie a „recenzia“ na ňu. Tieto možnosti si vybralo taktiež necelá polovica z opýtaných. Ďalšie dôležité kritérium pri výbere reštaurácie je „cena“. Túto možnosť si vybralo (40,6 %) opýtaných.

2. Výskumná otázka: Typickým produktom gastronomického cestovného ruchu v Trnavskom kraji je tradičný jarmok alebo vínna cesta. Ako spotrebitelia hodnotia tieto gastrozážitky?

Na našu druhú výskumnú otázku vieme odpovedať na základe výsledkov a odpovedí z nášho dotazníkového prieskumu. Tradičný jarmok a jeho hodnotenie spokojnosti od respondentov na základe elektronického dotazníka sme zistili, že väčšia polovica respondentov približne 60 % sú spokojní s ponukou jedál a možnosťami gastrozážitkov na tradičných jarmokoch a veľmi spokojných je necelých 12 % . Z toho vyplýva, že približne 72 % z opýtaných sú spokojní. Menej spokojných je približne zvyšná jedna tretina (28 %) opýtaných. Vínnu cestu a jej hodnotenie spokojnosti od respondentov na základe nášho dotazníka sme zistili, že približne (67,3 %) opýtaných je spokojní s kvalitou a možnosťami vínnej cesty a veľmi spokojných je približne 15 % opýtaných z toho vyplýva, že približne 82 % je spokojných s danými možnosťami. Menej spokojných a nespokojných s kvalitou a možnosťami vínnej cesty je zvyšných 18 % opýtaných. Dôvodom návštevy vínnej cesty, ako respondenti jasne uviedli v elektronickom dotazníku sú – ochutnávka a degustácia

kvalitných vín. Tak isto často skloňovaná odpoveď je, že sa tam stretávajú s priateľmi a známymi a môžu sa tak porozprávať zabaviť či spolu kultúrne vyžiť. Vínná cesta je určite aj jedna z možností, ako spoznať nových ľudí či užiť si super atmosféru. Toto všetko sú dôvody, prečo ľudia navštevujú vínnu cestu. Po týchto všetkých uvedených dôvodoch návštevy vínnej cesty a s tým, že veľká časť opýtaných respondentov je spokojná s kvalitou a možnosťami vínnej cesty, nám z dotazníka vyšlo, že až 86 % opýtaných odporúča vínnu cestu ľuďom, ako typický produkt gastrozážitku v Trnavskom kraji. A zvyšných 14 % ju neodporúča.

Záver

Pre Slovensko, ale aj pre náš skúmaný Trnavský kraj je gastroturizmus veľmi dôležitá súčasť cestovného ruchu a dostáva sa mu čoraz viac väčšia popularita u ľudí. Gastroturizmus sa neustále vyvíja a napreduje a kuchári či šéfkuchári jedlo menia na umelecký zážitok. Neustále sa v gastronómii niečo vymýšľa a vylepšuje je odvetvie nekonečných možností nato, ako dané jedlo niečím pozmeniť či vylepšiť. To je dôvod, prečo ľudia z rôznych krajín a kútov sveta cestujú do iných krajín a kútov sveta spoznávať danú krajinu a jej gastronómiu práve cez „žalúdok“. A však netreba zabúdať aj na tradičné jedlá a špeciality, ktoré sú neodmysliteľnou súčasťou gastronómie. Tieto tradičné jedlá sú tak isto lákadlom či už pre domácich alebo zahraničných turistov, sú podávané na tradičných podujatiach napríklad: na tradičných jarmokoch.

Hlavným cieľom bakalárskej práce je zhodnotiť aktuálnu situáciu a produktové portfólio stravovacích (pohostinských) zariadení v Trnavskom kraji.

Na dosiahnutie nášho cieľa sme najskôr v teoretickej časti v bakalárskej práci rozobrali a ozrejmili si pojmy ako gastroturizmus a cestovný ruch a spracovali informácie a Trnavskom kraji a gastropodujatí konajúcich sa v našom skúmanom kraji. K tomu nám pomohol súhrn rôznej literatúry o daných témach.

V ďalšej časti sme sa zamerali na stanovenie si parciálnych (čiastkových cieľov) hlavného cieľa.

V praktickej časti sme použili kvalitatívny/empirický výskum. Zostrojili sme si elektronický internetový dotazník určený pre návštevníkov gastrozariadení v Trnavskom kraji. V dotazníku sme sa pýtali na spokojnosť návštevníkov s gastroturizmom na ich kvalitu a naopak s čím sú nespokojní a čo im v Trnavskom kraji chýba, ale aj nato, ako hodnotia aktuálnu situáciu a produktové portfólio stravovacích (pohostinských) zariadení v Trnavskom kraji. Dotazník bol zameraný aj na gastropodujatia. Po spracovaní dotazníka sme získali všetky potrebné informácie, ktoré sme spracovali pomocou grafov a tabuliek.

Na základe našich zistení z dotazníka, primárne z odpovedí od respondentov, ktoré hovoria o tom, že väčšina opýtaných je spokojná s možnosťami gastroturizmu v Trnavskom kraji, ale aj po zistení, ako ľudia vidia a vnímajú aktuálnu situáciu a produktové portfólio stravovacích zariadení a po spracovaní teoretickej časti našej bakalárskej práce môžeme konštatovať, že sa nám podarilo splniť všetky naše stanovené ciele.

Zoznam použitej literatúry

BARCELONA FIELD STUDIES CENTRE. 2022. Food or Gastronomic Tourism and Rural Development. [online]. 2022. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://geographyfieldwork.com/FoodTourism.htm>

BOTÍK, J. – SLAVKOVSKÝ, P.: Encyklopédia ľudovej kultúry Slovenska. 1. vyd. Bratislava 1995.

GÁLIKOVÁ, D.: *Zachovanie miestnej a národnej gastronómie ako súčasti produktu cestovného ruchu alebo slow food verusus fast food*. In: Ekonomická revue cestovného ruchu. Roč. 28, č. 4, 2005, s. 45-46.

GÚČIK, Marián. *Cestovný ruch - hotelierstvo - pohostinstvo: výkladový slovník*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo - Mladé letá, 2006, 216 s. ISBN 80-10-00360-3.

GÚČIK, M.: *Cestovný ruch: úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2010, 307 s. Knižnica cestovného ruchu, 15. ISBN 978-80-89090-80-8.

HALL, CM, SHARPLES, L., MITCHELL R., MACIONIS, N. & CAMBOURNE, B. (Eds.). *Food tourism around the world: development, management and markets*. Boston, MA: Butterworth Heinemann, 2003.

Hjalager, A-M. & Richards, G. (ed). (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.

CHRÁSTOVÁ, N., 2017. Ochutnajte s nami Slovensko a nemyslíme len halušky. In *travelking.sk* [online] [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://travelking.sk/blog/ochutnajte-s-nami-slovensko-a-nemyslme-len-halusky>

INTERNATIONAL CULINARY TOURISM ASSOCIATION, 2007, *Introduction to Culinary Tourism*, [online]. 2022. [cit. 2022-03-05]. Dostupné na: <http://www.culinarytourism.org/?page=intro>

KENDÍK, K.: *Nové receptúry a technológia pokrmov v hotelových, reštauračných a pohostinských zariadeniach*. Bratislava 2003.

KOLEKTÍV: *Etnografický atlas Slovenska*. Bratislava 1990

KOMPASOVÁ, K. *Gastronómia v kontexte cestovného ruchu – kulinársky cestovný ruch*. In: Kontexty kultúry a turizmu. Nitra: Filozofická fakulta Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre, 2020, 101-121 s. ISSN: 1337-7760.

KOMPASOVÁ, K. *Gastroturizmus na Slovensku: Food tourism in Slovakia. Príčiny a riešenia cestovného [ne]ruchu: zborník z medzinárodnej konferencie študentov, doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov*: Nitra 29. 9. 2015. Nitra: Filozofická fakulta Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre, 2016, , 65-75. ISBN 978-80-558-0984-7.

MARIOT, P.: *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: Veda, 1983, 248 s.

MESTO TRNAVA. 2022. Cestovný ruch. [online]. 2022. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://www.trnava.sk/sk/clanok/cestovny-ruch>

MINTALOVÁ, Z.: *Povedz mi, čo jedli tvoji predkovia a ja ti poviem, odkiaľ si...* In: Euroregióny. Magazín pre rozvoj regiónov, roč. 5, 2007, č. 2, s. 8 – 11.

NOVACKÁ, Ľ. a M. KULČÁKOVÁ. *Klient v cestovnom ruchu*. Ekonomická revue cestovného ruchu. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, 1996, 29(3), 143. ISSN 0139-8660.

OMAR, M., WILLIAMS, H.A. and WILLIAMS Jr., R.L.(2014) ‘Gastro-tourism as destination branding in emerging markets’, *Int. J. Leisure and Tourism Marketing*, Vol. 4, No. 1, pp.1–18.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2011, 140 s. Knižnica cestovného ruchu, 18. ISBN 978-80-89090-93-8.

OTRUBOVÁ, E. *Socioekonomická geografia 2: Zahraničný obchod, cestovný ruch*. Bratislava: Univerzita Komenského, 1991, 138 s. ISBN 80-223-0407-7.

PATÚŠ, P. a M. GÚČIK a J. MARUŠKOVÁ. *Manažment prevádzky pohostinského zariadenia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2011, 179 s. Knižnica cestovného ruchu, 16. ISBN 978-80-89090-84-6.

Quan, S. and Wang, N. (2004), “Toward a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism”, *Tourism Management*, Vol. 25, pp. 297-305.

RÁCZOVÁ, A. *Pohľad do maďarskej kuchyne*. Bratislava: ČSTK-Pressfoto, 1989. 31 s. ISBN 80-226-0000-8.

Rao, V. (2001). "Celebrations as social investments: Festival expenditures, unit price variation and social status in rural India". *The Journal of Development Studies*, 38(1), 71-97.

REBORA, G. *Culture of the Fork. 1st ed.* Columbia University Press, 2001, 224 s. ISBN 9780231518451.

SLOVAKREGION.SK. 2022. Trnavský kraj. [online]. 2022. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://slovakregion.sk/trnavsky-kraj>

STOLIČNÁ-MIKOLAJOVÁ, R. *Jedlo ako kľúč ku kultúre. (Geneticko-historické a sémantické aspekty nášho stravovania)*. Martin : Vydavateľstvo Matice slovenskej, 2004, 173 s. ISBN 80-7090-7765-7.

STOLIČNÁ-MIKOLAJOVÁ, R.: *Tradície kulinárnej kultúry Slovenska*. In: *Chute a vône Slovenska. Zborník štúdií o kulinárnych tradíciách*. Martin 2007. 11 – 23 s.

TASR.TV. 2017. Slovensko sa pre cudzincov stáva atraktívnou zastávkou v rámci gastroturizmu. [online]. 2022. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://www.tasrtv.sk/spravodajstvo/turisticka-gastromapax5u7mwu/12793/>

TRNAVSKÉ RÁDIO. 2021 Na niektoré recepty z okolia Trnavy sa už takmer zabudlo. Poznáte ich všetky? [online]. 2022. [cit. 2022-03-04]. Dostupné na: <https://trnavske.radio/2021/08/11/na-niektore-recepty-z-okolia-trnavy-sa-uz-takmer-zabudlo-poznate-ich-vsetky/>

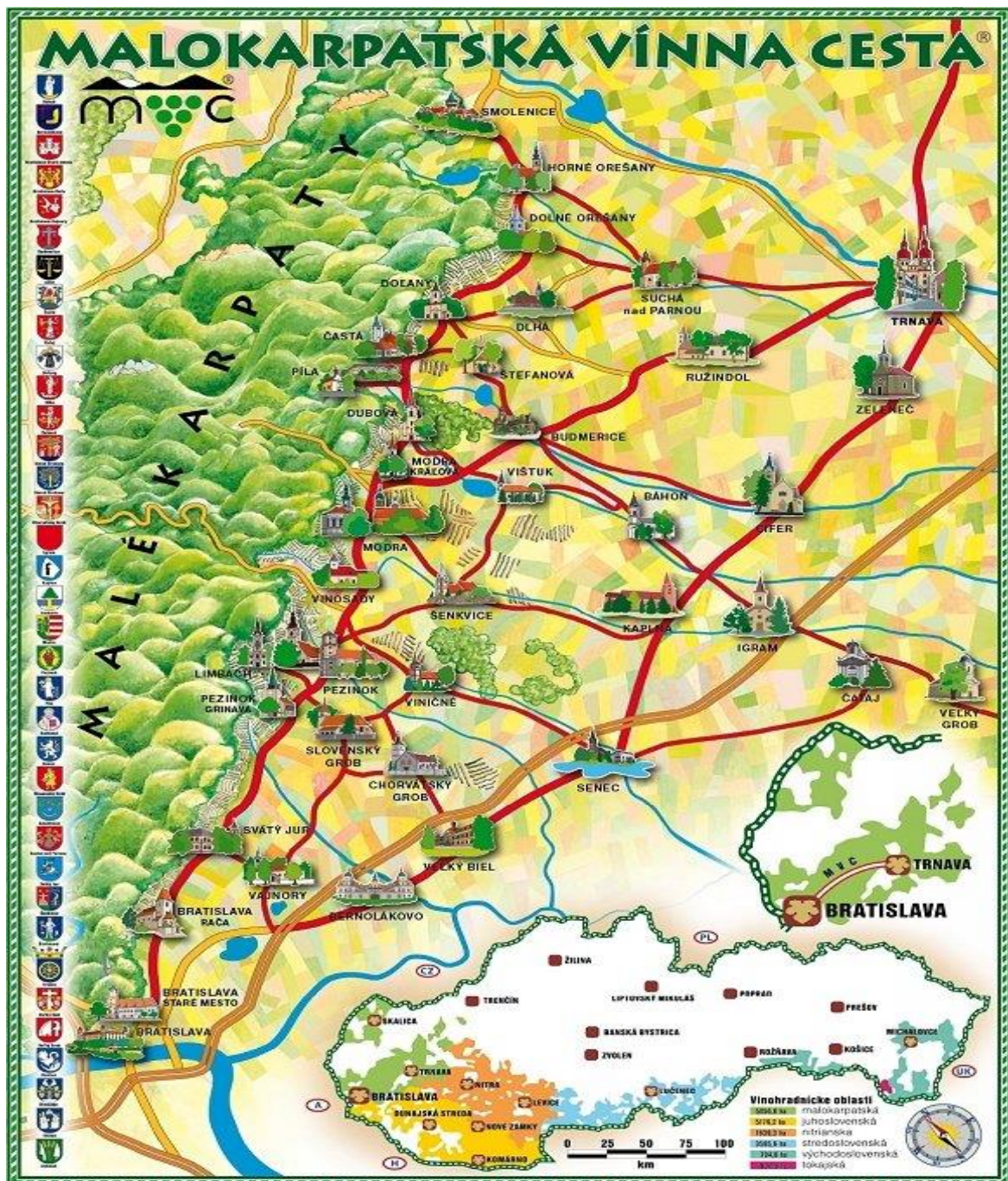
WORLD TOURISM ORGANIZATION (2012), *UNWTO Tourism Highlights*, [online]. 2022. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://doi.org/10.18111/9789284414666>

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

Zoznam príloh

Obrázok 1 Malokarpatská vínna cesta	49
Tabuľka 1 Vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Trnava..	50
Tabuľka 2 Vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Hlohovec	50
Tabuľka 3 Vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Piešťany	51
Tabuľka 4 Vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Galanta	51
Tabuľka 5 Vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Dunajská streda	52
Tabuľka 6 Vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Senica ..	52
Tabuľka 7 Vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Skalica .	53

Obrázok 1 Malokarpatská vínna cesta



Zdroj: <https://www.slovakiatravels.com/sk/trasy/vinna-cesta.html>

Tabuľka 1 vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Trnava

Okres	Mesto	Názov	Druh reštaurácie	Hodnotenie
Trnava	Trnava	ENAK bistro&restaurant	Ázijská	4,7
Trnava	Trnava	PATRIOT restaurant & bar pension	Reštaurácia	4,7
Trnava	Trnava	Wasabi	Suši(Japonská)	4,7
Trnava	Trnava	Forky's	Vegánska	4,7
Trnava	Trnava	Burger Club	Hamburger	4,7
Trnava	Trnava	Buongiorno	Pizzeria	4,5
Trnava	Trnava	Sushi-Ki	Suši(Japonská)	4,5
Trnava	Trnava	Forhaus	Reštaurácia	4,5
Trnava	Trnava	Wetzlerov Dom	Reštaurácia	4,3
Trnava	Trnava	U právnika	Reštaurácia	4,1

Zdroj: Vlastné spracovanie pomocou elektronického dotazníka

Tabuľka 2 vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Hlohovec

Okres	Mesto	Názov	Druh reštaurácie	Hodnotenie
Hlohovec	Hlohovec	MAM Burger	Hamburger	4,9
Hlohovec	Hlohovec	Del Bistro	Raňajková reštaurácia	4,8
Hlohovec	Hlohovec	Pepe Pizza	Pizzeria	4,8
Hlohovec	Hlohovec	Ikigai Sushi Hlohovec	Suši	4,6
Hlohovec	Hlohovec	Pivárnička Nad Rínom	Bar/reštaurácia	4,6
Hlohovec	Hlohovec	Viecha Jašter	Reštaurácia	4,5
Hlohovec	Hlohovec	Frašťák	Reštaurácia	4,3
Hlohovec	Hlohovec	Vietnamské bistro	Rýchle občerstvenie	4,3
Hlohovec	Hlohovec	Keltský dvor	Reštaurácia	4,1
Hlohovec	Hlohovec	Reštaurácia, kaviareň a terasa & Hotel JELEŇ	Reštaurácia	4

Zdroj: Google reviews, vlastné spracovanie

Tabuľka 3 vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Piešťany

Okres	Mesto	Názov	Druh reštaurácie	Hodnotenie
Piešťany	Piešťany	Restaurant 70	Reštaurácia	4,7
Piešťany	Piešťany	Slovenský dvor	Reštaurácia	4,6
Piešťany	Piešťany	Zuckman Villa	Dovolenkový apartmán s reštauráciou	4,6
Piešťany	Piešťany	KIN Piešťany	Suši reštaurácia	4,6
Piešťany	Piešťany	Taverna	Stredomorská reštaurácia	4,6
Piešťany	Piešťany	Regal Burger – Piešťany	Hamburger	4,5
Piešťany	Piešťany	Reštaurácia MUŠKÁT	Reštaurácia	4,5
Piešťany	Piešťany	Blue's	Reštaurácia	4,4
Piešťany	Piešťany	Furman	Reštaurácia	4,4
Piešťany	Piešťany	Le Griffon	Reštaurácia	4,4

Zdroj: Google reviews, vlastné spracovanie

Tabuľka 4 vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Galanta

Okres	Mesto	Názov	Druh reštaurácie	Hodnotenie
Galanta	Galanta	4 SOŠ OaS – reštaurácia Trend	Reštaurácia	4,7
Galanta	Galanta	Burger bistro Galanta	Bistro	4,6
Galanta	Galanta	Reštaurácia Stop	Reštaurácia s domáckou kuchyňou	4,5
Galanta	Galanta	The Grove Restaurant	4*hotel s reštauráciou	4,5
Galanta	Galanta	Reštaurácia Limba	Reštaurácia a bar	4,4
Galanta	Galanta	Pizzeria Claudia	Pizzeria	4,3
Galanta	Galanta	Reštaurácia Spoon Galanta	Reštaurácia	4,3
Galanta	Galanta	Gazdovský dvor	Reštaurácia	4,2
Galanta	Galanta	Pizzeria Del Corso	Reštaurácia/pizzeria	3,9

Zdroj: Google reviews, vlastné spracovanie

Tabuľka 5 vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Dunajská Streda

Okres	Mesto	Názov	Druh reštaurácie	Hodnotenie
Dunajská Streda	Dunajská Streda	TROJA Restaurant	Turecká reštaurácia	4,8
Dunajská Streda	Dunajská Streda	Villa Rosa Restaurant & Pension	Reštaurácia	4,7
Dunajská Streda	Dunajská Streda	FRANCI Reštaurácia na trhovisku	Reštaurácia	4,6
Dunajská Streda	Dunajská Streda	Park Bistro	Bistro	4,6
Dunajská Streda	Dunajská Streda	St.Patrick`s Pub	Bar a gril	4,6
Dunajská Streda	Dunajská Streda	New York Coffee & Restaurant	Reštaurácia a kaviareň	4,5
Dunajská Streda	Dunajská Streda	Street Restaurant & Pizzeria Ds	Reštaurácia a Pizzeria	4,5
Dunajská Streda	Dunajská Streda	EURÓPA REST & BAR s.r.o	Reštaurácia a bar	4,4
Dunajská Streda	Dunajská Streda	Nevada Pub & Restaurant	Reštaurácia	4,3

Zdroj: Google reviews, vlastné spracovanie

Tabuľka 6 vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Senica

Okres	Mesto	Názov	Druh reštaurácie	Hodnotenie
Senica	Senica	Coolňa Bistro & Street Food	Bistro	4,8
Senica	Senica	Monami_bistro	Reštaurácia	4,8
Senica	Senica	Vináreň u Mastina	Pizzeria	4,5
Senica	Senica	Panda Ázijské špeciality	Ázijská reštaurácia	4,3
Senica	Senica	Fit-Pit Club	Reštaurácia	4,3
Senica	Senica	Krušovická hospoda	Piváreň s reštauráciou	4,3
Senica	Senica	Restaurant & Pub u Paliho	Reštaurácia	4,2
Senica	Senica	Koliba Senica	Reštaurácia a ubytovanie	4,1
Senica	Senica	Salaš Sobotišťan	Reštaurácia	4,1

Zdroj: Google reviews, vlastné spracovanie

Tabuľka 7 vybrané stravovacie zariadenia podľa hodnotenia na googli v okrese Skalica

Okres	Mesto	Názov	Druh reštaurácie	Hodnotenie
Skalica	Skalica	U Felberu	Reštaurácia	4,6
Skalica	Skalica	Reštaurácia na Golfe	Reštaurácia	4,5
Skalica	Skalica	Reštaurácia u Františkánov	Reštaurácia	4,5
Skalica	Skalica	Reštaurácia Srdiečko	Reštaurácia	4,4
Skalica	Skalica	U Viktora	Reštaurácia	4,4
Skalica	Skalica	BISTRO Mekong	Bistro	4,3
Skalica	Skalica	Buďejovický Budvar	Reštaurácia	4,2
Skalica	Skalica	3 Restaurant u Radnice	Reštaurácia	3,8

Zdroj: Google reviews, vlastné spracovanie