

Mladá veda

Young Science



Rozhovor s prekladateľom Karolom Wlachovským
Betón v architektúre, konkretizácia-personalizácia
Zdroje ekonomického rastu v krajinách V4

Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

December 2016 (číslo 2)

Ročník štvrtý

ISSN 1339-3189

Kontakt: info@mladaveda.sk, tel.: +421 908 546 716, www.mladaveda.sk

Fotografia na obálke: Bangkok 2014. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA

doc. Ing. Peter Adamišin, PhD. (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Dr. Pavel Chromý, PhD. (Katedra sociálnej geografie a regionálneho rozvoja, Univerzita Karlova, Praha)

doc. PaedDr. Peter Čuka, PhD. (Katedra cestovného ruchu, Slezská univerzita v Opavě)

prof. Dr. Paul Robert Magocsi (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)

Ing. Lucia Mikušová, PhD. (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)

doc. Ing. Peter Skok, CSc. (Ekomos s. r. o., Prešov)

prof. Ing. Róbert Štefko, PhD. (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)

prof. PhDr. Peter Švorc, CSc., predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Ing. Petr Tománek, CSc. (Katedra veřejné ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

REDAKCIA

PhDr. Magdaléna Keresztesová, PhD. (Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, Nitra)

Mgr. Martin Hajduk (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

Mgr. Richard Nikischer, PhD. (Sociologický ústav Akademií věd ČR, Praha)

Mgr. Branislav A. Švorc, PhD., šéfredaktor (Vydavateľstvo UNIVERSUM, Prešov)

PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSS UKF, Nitra)

Mgr. Veronika Zuskáčová (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

VYDAVATEĽ

Vydavateľstvo UNIVERSUM, spol. s r. o.

www.universum-eu.sk

Javorinská 26, 080 01 Prešov

Slovenská republika

© Mladá veda / Young Science. Akékoľvek šírenie a rozmnožovanie textu, fotografií, údajov a iných informácií je možné len s písomným povolením redakcie.

ANALÝZA STRAVOVACÍCH ZVYKLOSTÍ A NÁZOROV NA GASTROTURIZMUS NÁVŠTEVNÍKOV REŠTAURAČNÝCH ZARIADENÍ V OKRESOCH MICHALOVCE A SOBRANCE

AN ANALYSIS OF EATING HABITS AND OPINIONS ON GASTRO-TOURISM OF
THE CUSTOMERS OF THE RESTAURANTS IN MICHALOVCE AND SOBRANCE
DISTRICTS

Anna Šenková¹

Anna Šenková pôsobí ako vedúca Katedry turizmu a hotelového manažmentu na Fakulte manažmentu Prešovskej univerzity v Prešove. Vo svojej vedecko-výskumnej činnosti sa zameriava najmä na aktuálne otázky rozvoja turizmu, hotelierstva a gastronómie.

Anna Šenková is the Head of the Department of Tourism and Hotel Management, at the Faculty of Management, the University of Prešov, in Prešov. In her research activities she focuses on current issues of tourism development, hospitality and gastronomy.

Abstract

Food is an important component of cultural and heritage tourism. Food can be one of the most diverse and memorable experiences that the consumer has when encountering different cultures and societies, either locally or as a tourist. The aim of the paper is to present the results of a survey focused on eating habits and opinions on gastro-tourism of customers of the restaurants in districts of Michalovce and Sobrance. The paper is a part of the research project “Gastro-tourism and public gastronomy” which is being solved by The Department of Tourism and Hotel Management, Faculty of Management University of Prešov.

Key words: culinary culture, gastro-tourism, eating habits, Michalovce, Sobrance

Abstrakt

Jedlo je dôležitou súčasťou kultúrneho dedičstva a turizmu. Môže byť jedným

¹ Adresa pracoviska: Ing. Anna Šenková, PhD., Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta manažmentu, Konštantínova 16, 080 01 Prešov
E-mail: anna.senkova@unipo.sk

z najrozmanitejších a nezabudnuteľných zážitkov, ktoré získava návštevník pri stretnutí s rôznymi kultúrami buď v domácom prostredí alebo ako turista. Cieľom predkladaného príspevku je prezentovať výsledky výskumu zameraného na stravovacie zvyklosti a názory na gastroturizmus návštevníkov reštauračných zariadení v okresoch Michalovce a Sobrance. Príspevok je čiastkovým výstupom výskumného projektu „Gastroturizmus a verejná gastronómia“ riešeného na Katedre turizmu a hotelového manažmentu Fakulty manažmentu Prešovskej univerzity v Prešove.

Kľúčové slová: kulinárna kultúra, gastroturizmus, stravovacie zvyklosti, Michalove, Sobrance

Úvod

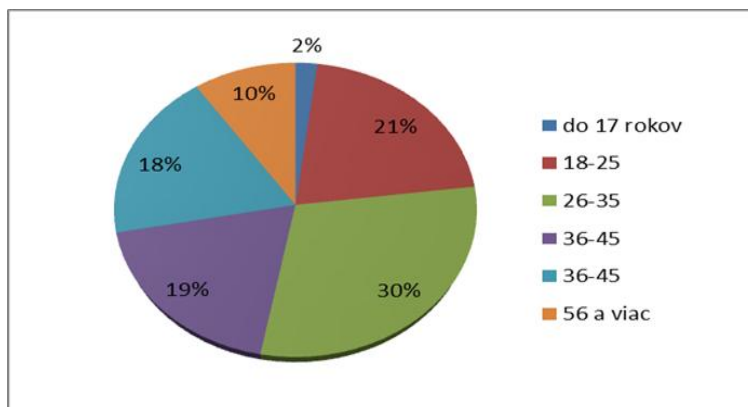
Gastronomické služby sú dôležitou súčasťou produktu cestovného ruchu, pretože rôzne spôsoby stravovania sa stávajú súčasťou každodenného života všetkých ľudí. Gastronómia ako taká je aj dôležitou súčasťou kultúrneho bohatstva každého národa zahŕňajúc akékoľvek špecifické prvky. Rôzne štúdie z oblasti gastronómie sa zaoberajú predovšetkým produkciou jedál, starostlivosťou o potraviny, ich spracovaním, psychologickými účinkami jedál a v neposlednom rade zvykmi a tradíciami. Taktiež záujem o gastronómiu medzi verejnosťou v súčasnej dobe zažíva veľký rozmach a spolu s tým sa postupne zvyšuje aj jej úroveň a kvalita ponuky v gastronomických zariadeniach na Slovensku. To vyvoláva zvýšený záujem návštevníkov týchto zariadení o kulinárske zážitky. Jedlo sa používa ako marketingový nástroj pre priláhanie pozornosti turistov, ale aj ako špeciálny produkt kultúrneho turizmu slúžiaci ako cieľ návštevy určitého regiónu. Turista, ktorý ochutná lokálnu stravu, spoznáva týmto spôsobom aj miestnu kultúru. Iba konkrétna lokalita dáva možnosť získať kulinársky zážitok vychádzajúci z jedinečnosti jedál a nápojov pre ňu typických. Jedinečnosť je dôležitým aspektom spotreby v turizme a vyhľadávanie autentických lokálnych jedál sa stáva motívom pre navštívenie danej destinácie (Šenková 2015). Zvýšený záujem o trávenie dovolenky doma, v jednotlivých regiónoch Slovenska, ktorý bol zaznamenaný v tomto roku, priniesol aj väčšiu pozornosť zameranú na tradičné či regionálne špeciality. Je to šanca pre podnikateľov pôsobiacich v oblasti gastronómie, aby prispôbovali svoju ponuku dopytu, snažili sa hľadať jedinečné a výnimočné prvky kultúry medzi ktoré patrí aj gastronómia na odlíšenie sa od ostatných a získanie konkurenčnej výhody. Kulinárna kultúra nie je len o udržiavaní tradícií a ich prezentovaní miestnemu obyvateľstvu či turistom. Môže sa stať nositeľom významného ekonomického prínosu pre vidiecke lokality. Gastronomický cestovný ruch je pomerne mladá oblasť cestovného ruchu. Do povedomia sa dostal v roku 2003, kedy Erik Wolf založil *Medzinárodnú asociáciu kuchárskeho cestovného ruchu* (ICTA) – dnes známa ako WFTA. Tvoria ju odborníci, ktorí zastupujú svetové potraviny, nápoje a cestovný priemysel a propaguje motto: „*Jedlo je atrakcia, rovnako ako múzeum*“. Členmi asociácie sú okrem iných aj profesionálne zväzy a organizácie, cestovné kancelárie, prevádzkovatelia služieb a výrobcovia potravín a nápojov. Asociácia cieľavedome vyvíja aktivity za účelom podpory gastronomického cestovného ruchu (Karásková 2013).

Medzinárodná organizácia *World Food Travel Association* (WFTA) uprednostňuje na označenie gastronomického cestovného ruchu všeobecnejšie označenie „*food tourism*“. Do roku 2012 používala označenie „*culinary tourism*“, ktoré zahŕňalo prakticky všetko čo sa týka jedál a nápojov. Tento pojem však nahradila označením „*food tourism*“, ktorý zahŕňa

všetko od pouličných stánkov s potravinami až po rozličné typy reštauračných zariadení. Food tourism definuje ako hľadanie nezabudnuteľných zážitkov spojených s jedlom (WFTA 2013).

Cieľ, materiál a metódy

Predkladaný príspevok je čiastkovým výstupom rozsiahleho výskumného projektu „Gastroturistika a verejná gastronómia“, ktorý realizuje Katedra turizmu a hotelového manažmentu Fakulty manažmentu Prešovskej univerzity v Prešove v spolupráci s Ústavom lázeňstvá, gastronómie a turizmu Slezskej univerzity v Opave. K hlavným zámerom projektu patrí zmapovanie názorov obyvateľov vybraných okresov na Slovensku (zahrnuté boli všetky okresy Prešovského a Košického kraja a 3 okresy zo stredného Slovenska) na verejné stravovacie zariadenia, identifikácia stravovacích zvyklostí obyvateľov (na jednodenných výletoch, krátkodobých a dlhodobých pobytoch resp. dovolenkách v tuzemsku a v zahraničí), zistenie názorov obyvateľov na gastronomický cestovný ruch a ich záujem o účasť na gastronomických festivaloch, veľtrhoch, degustáciách, večeroch zážitkovej gastronómie a pod. Súčasťou výskumu je aj zisťovanie názorov prevádzkovateľov vybraných stravovacích zariadení na rôzne aspekty prevádzky a skúmanie štruktúry trhu verejných stravovacích zariadení na skúmanom území. Cieľom predkladaného príspevku je prezentovať čiastkové výsledky realizovaného výskumu v okresoch Michalovce a Sobrance s akcentom na názory návštevníkov reštauračných zariadení na gastroturizmus. Výskumnú vzorku tvorilo 200 náhodne zvolených respondentov, z celkového počtu bolo 116 žien (58%) a 84 mužov (42%). Veková štruktúra respondentov je prezentovaná v grafe č. 1.



Graf 1 Veková štruktúra respondentov

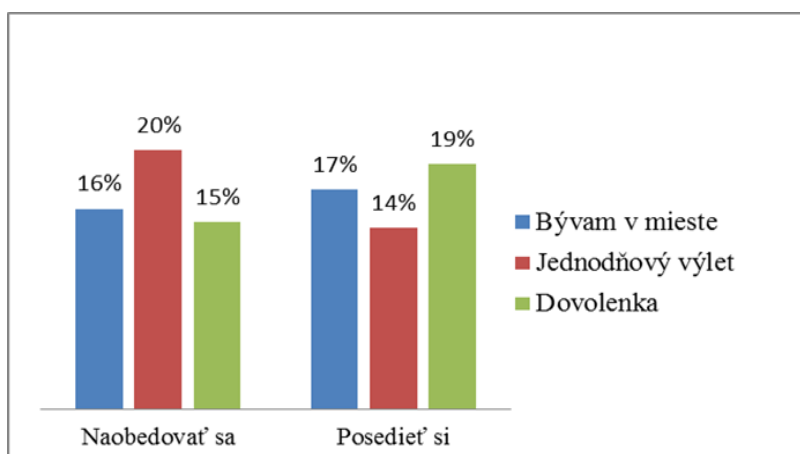
Zdroj: vlastné spracovanie

Hlavnými metódami zberu primárnych dát boli dotazníkový prieskum, terénny prieskum a riadený rozhovor. Informácie od návštevníkov reštauračných zariadení sme získali prostredníctvom pôvodného dotazníka distribuovaného osobne v piatich reštauráciách v meste Michalovce, v štyroch reštauráciách mesta Sobrance a v jednej reštaurácii vo Vinnom. Vybrané reštaurácie patria k obľúbeným a sú navštevované domácimi obyvateľmi aj turistami. Dotazník obsahoval identifikačné údaje o respondentovi a o lokalizácii stravovacieho zariadenia, v ktorom sa vykonával prieskum a 17 otázok zameraných na zisťovanie stravovacích zvyklostí návštevníkov, frekvenciu návštevnosti stravovacích zariadení ako aj ich záujem o gastronomické festivaly a regionálnu gastronómiu. Položky

obsahovali uzavreté, polouzavreté (s viacerými možnosťami odpovedí) a otvorené otázky. Pri spracovaní získaných údajov boli použité metódy deskriptívnej štatistiky (koláčový graf, stĺpcový graf a kontingenčné tabuľky).

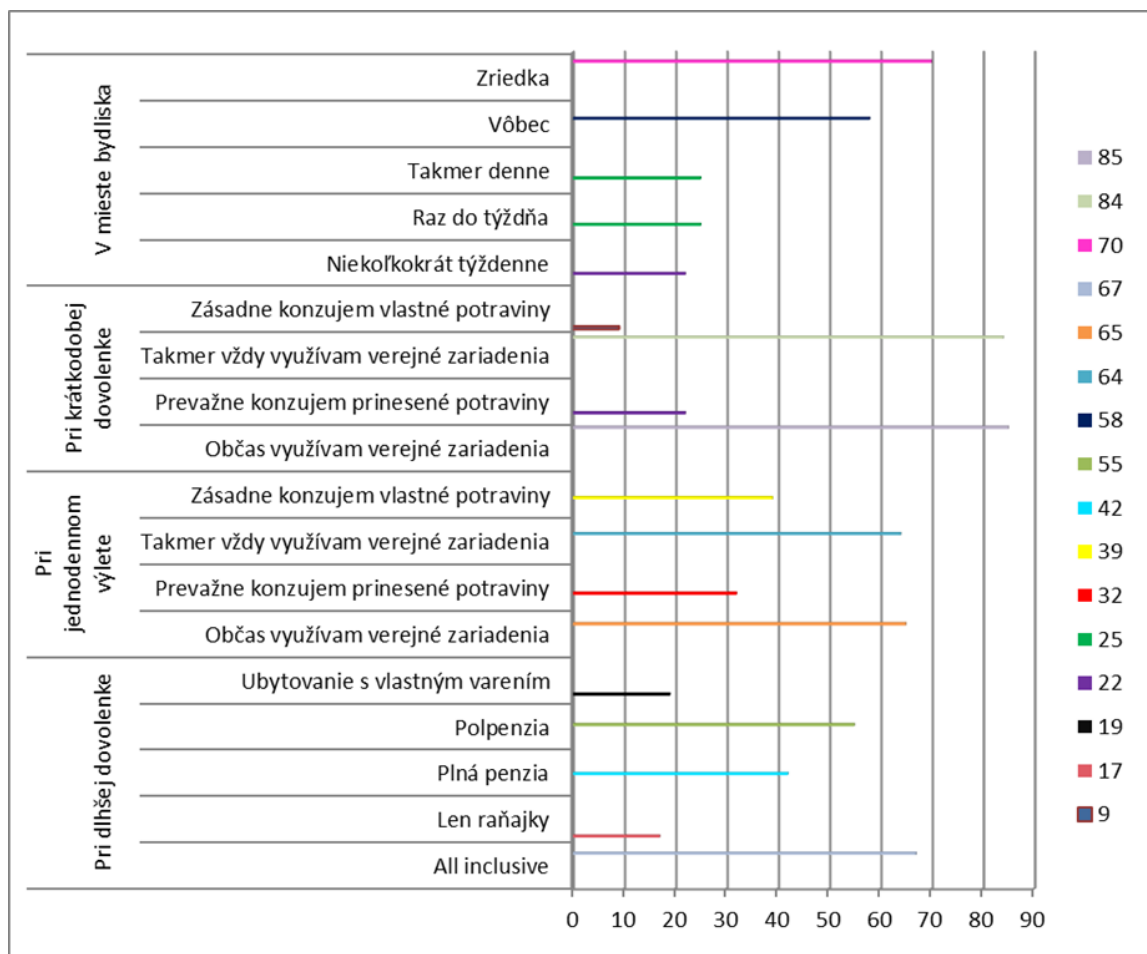
Výsledky a diskusia

Prvé dotazníkové otázky boli zamerané tak na zistenie motívu návštevy stravovacieho zariadenia ako aj na to, odkiaľ návštevník pochádza – či je to domáci obyvateľ alebo návštevník mimo skúmaných okresov. Zo zistených údajov (graf č. 2) je zrejmé, že z miestneho obyvateľstva 16% respondentov navštívilo skúmané gastronomické zariadenie za účelom naobedovania sa a 17% respondentov si prišlo len tak posediť. Pri jednodňových návštevníkoch 20% z nich uviedlo ako dôvod naobedovanie sa a 14% len tak si posediť. Pri dovolenkároch 15% uviedlo ako dôvod návštevy obed a 19% posedenie a oddych.



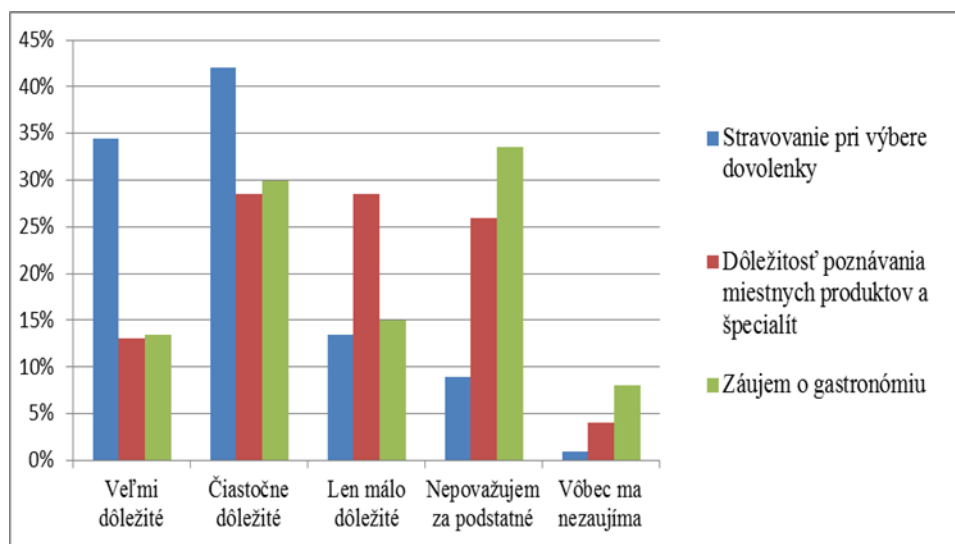
Graf 2 Pôvod návštevníkov a dôvod návštevy gastronomických zariadení
Zdroj: vlastné spracovanie

Z celkového počtu oslovených návštevníkov 33% tvorilo miestne obyvateľstvo a až 67% návštevníci z iných okresov, pričom 34% z nich boli návštevníci na jednodňovom výlete a 33% respondentov na dovolenke. Frekvencia návštevnosti gastronomických zariadení je rôzna. 35% (70) respondentov využíva stravovacie služby v mieste bydliska len zriedka. Denne a raz do týždňa sa v gastro zariadeniach stravuje len 13% (25) respondentov, niekoľkokrát, teda minimálne 3x do týždňa sa stravuje 11% (22) a vôbec 29% (58) respondentov. Pri jednodennom výlete využíva stravovacie zariadenia takmer vždy 32% (64) respondentov, len občas 15% (32), konzumáciu prinesených potravín uprednostňuje až 33% (65) a konzumáciu vlastných potravín 20% (39) respondentov. Počas krátkodobej dovolenky (2 - 4 dni) využíva takmer vždy stravovacie služby 42% (84) respondentov a 43% (85) dáva prednosť prineseným potravinám. Občas využíva gastronomické zariadenia 11% (22) respondentov a 8% (9) preferuje konzumáciu vlastných potravín. Pri dlhšej dovolenke, ktorá trvá týždeň a viac 33,5% (67) respondentov uprednostňuje „all inclusive“, keďže táto služba zahŕňa kompletný stravovací systém. Hneď na druhom mieste je polpenzia, ktorú uviedlo 27,5% (55) respondentov. Plnú penziu využíva počas dovoleniiek 21% (42) respondentov, len raňajky 8,5% (17) a ubytovanie s možnosťou vlastného varenia preferuje 9,5% (19) respondentov (graf 3).



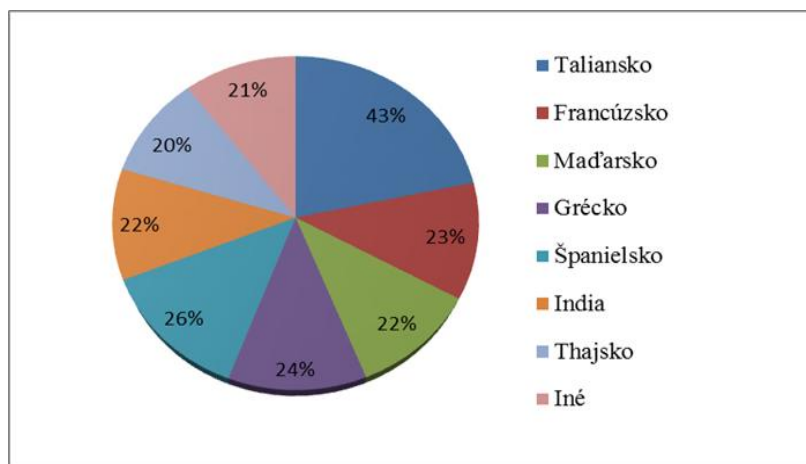
Graf 3 Frekvencia návštevnosti verejných stravovacích zariadení
Zdroj: vlastné spracovanie

Ďalšie otázky sa týkali dôležitosti stravovania pri výbere dovolenky, záujmu o miestne produkty a špeciality a celkového záujmu o gastronómiu a varenie (sledovanie televíznych relácií o varení, nákup kuchárskych kníh a pod.). Pre 35% respondentov je stravovanie počas dovolenky veľmi dôležité, pre 42% čiastočne dôležité a pre zvyšných 23% nie je otázka stravovania počas dovolenky významná. Poznávanie miestnych produktov a kulinárskych špecialít na dovolenke je pre 13% respondentov veľmi dôležité, 29% respondentov to považuje za čiastočne dôležité a za málo dôležité to považuje tiež 29% respondentov. Nepodstatné to je pre 26% respondentov a 4% z nich uviedli, že ich to vôbec nezaujíma. Zaujímavým sa javí zistenie, že z oslovených respondentov považuje záujem o gastronómiu a sledovanie nových trendov za veľmi dôležité len 14%, 30% sa o ňu zaujíma len občas a väčšina opýtaných t.j. 56% to považuje len za málo dôležité alebo sa o gastronómiu vôbec nezaujíma (graf č. 4).



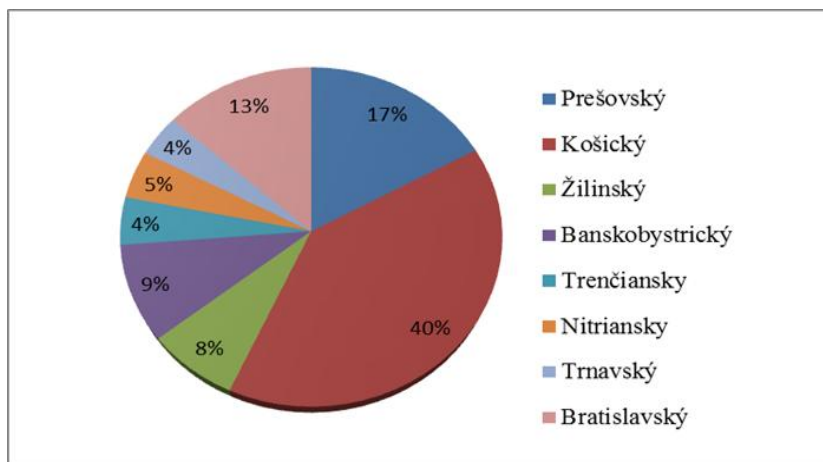
Graf 4 Stravovanie pri výbere dovolenky, záujem o miestne produkty a gastronómiu
Zdroj: vlastné spracovanie

Ďalšia otázka sa týkala názorov respondentov na to, ktorú krajinu v zahraničí a ktoré kraje na Slovensku považujú z gastronomického hľadiska za zaujímavé. Obe otázky boli otvorené s možnosťou maximálne troch odpovedí. Výsledky sú prezentované v nasledujúcich grafoch (č. 5, č. 6).



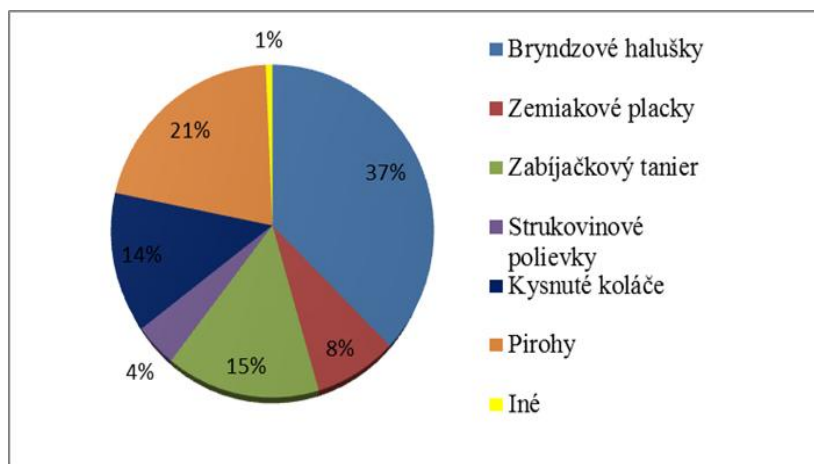
Graf 5 Gastronomicky zaujímavé štáty
Zdroj: vlastné spracovanie

Až 43% respondentov považuje za gastronomicky najzaujímavejšie Taliansko, potom nasleduje s 26% Španielsko a na treťom mieste s 24% Grécko. Odpovede boli rôzne, predpokladáme, že väčšina respondentov zúčastnených v prieskume uviedla krajinu, ktorú skutočne navštívila a mala možnosť spoznať aj jej gastronómiu.



Graf 6 Gastronomicky zaujímavé kraje na Slovensku
Zdroj: vlastné spracovanie

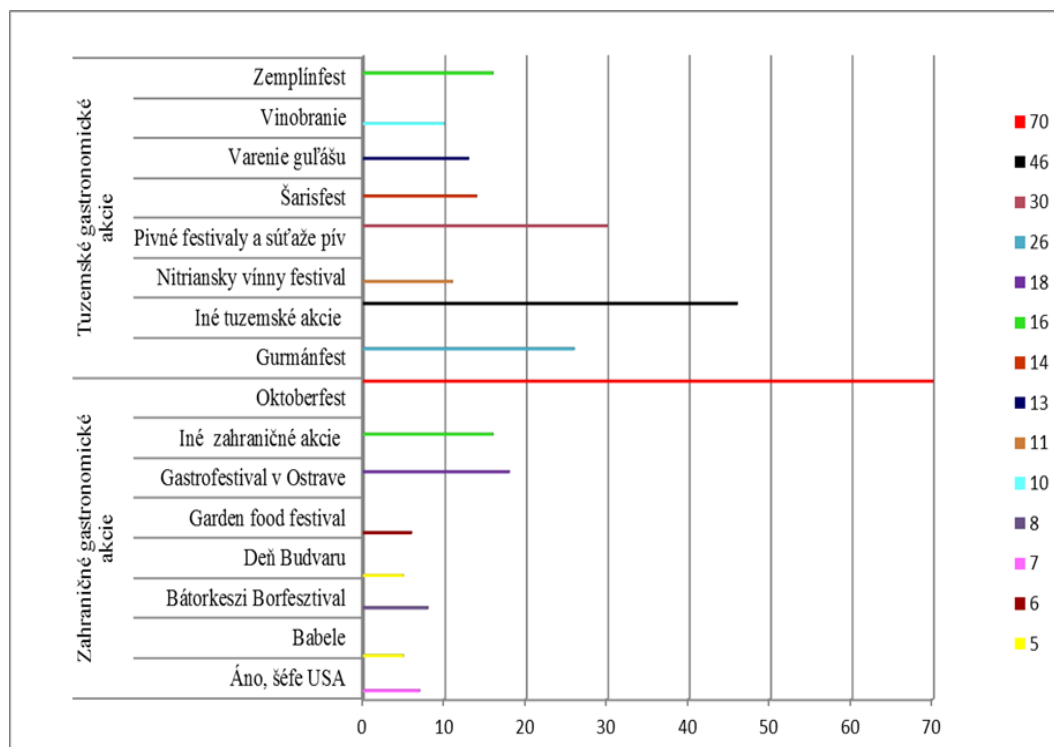
Pri odpovedi na otázku, ktorý kraj na Slovensku je pre nich z hľadiska kulinárskych zážitkov najatraktívnejší a odporúčali by ho aj návštevníkov zo zahraničia, 40% respondentov uviedlo Košický kraj, 17% považuje z tohto pohľadu za atraktívny Prešovský kraj a 13% Bratislavský kraj. V ďalšej otázke sme sa pýtali, ktoré jedlo z ponúkaných možností (rôzne druhy halušiek – bryndzové, kapustové, tvarohové, pirohy, zemiakové placky, zabíjačkový tanier, strukovinové polievky, kysnuté koláče alebo iné) považujú respondenti za typicky slovenské. Pre 37% respondentov sú to bryndzové halušky, 21% uviedlo pirohy a 15% zabíjačkový tanier (graf 7).



Graf 7 Tradičné slovenské pokrmy
Zdroj: vlastné spracovanie

Pri otázke ohľadom tradičného slovenského nápoja (alkoholického alebo nealkoholického) až 47% respondentov uviedlo slivovicu, 34% pivo a 10% víno. Iné nápoje (napr. borovička, demänovka, medovina a kofola) považuje za tradičné 10% respondentov.

V rámci otvorených otázok nás zaujímalo, aké gastronomické akcie respondenti poznajú resp. navštívili na Slovensku (odpovedalo 83% respondentov) a v zahraničí (odpovedalo 68% respondentov). Prehľad odpovedí je v nasledujúcom grafe č. 8.



Graf 8 Tuzemské a zahraničné gastronomické akcie

Zdroj: vlastné spracovanie

Ďalej nás zaujímalo, aké jedlá by respondenti označili za krajové špeciality resp. regionálne pokrmy. Na túto otvorenú otázku odpovedalo 90% respondentov. 21% z nich pokladá za regionálny pokrm „holúbky“, čiže plnenú kapustu, ktorá už tradične patrí medzi najobľúbenejšie pokrmy v regióne. Ďalšími obľúbenými pokrmami sú pirohy (17% respondentov), zemiakové placky označované aj ako „bandurčaky“ (13% respondentov) a tekvicový prívarok čiže „dziňanka“ (11% respondentov). Jedlá ako sú skalický trdelník, zemiaková lokša a bobaľky uviedlo 8% respondentov, halušky či už bryndzové, s kyslou kapustou, tvarohové 9% a opekance – t.j. „bobaľky“ uviedlo len 5% respondentov. V rámci poslednej otvorenej otázky nás zaujímali názory respondentov na zvýšenie atraktivity Slovenska pre gastronomický turizmus. Odpovede boli rôzne a objavili sa návrhy na zvýšenie propagácie slovenskej kuchyne a jej produktov na rôznych gastronomických festivaloch doma aj v zahraničí, formou rôznych propagačných videí prostredníctvom internetu a pod. Časť respondentov zdôraznila zvýšenie úrovne a kvality poskytovaných služieb v gastronomických zariadeniach najmä cez kvalifikovaný personál v kuchyni, ale aj v obsluhu.

Záver

Z uskutočneného dotazníkového prieskumu medzi návštevníkmi vybraných reštauračných zariadení v okresoch Michalovce a Sobrance vyplynuli nasledujúce závery:

- tretina respondentov využíva stravovacie služby v mieste bydliska len zriedka,
- pri jednodennom výlete navštevuje stravovacie zariadenia 32% opýtaných, ostatní stále uprednostňujú konzumáciu prinesených vlastných potravín,
- počas krátkodobej dovolenky (2-4 dni) využíva stravovacie služby 42% respondentov,

- počas dlhšej dovolenky (týždeň a viac) preferuje tretina oslovených služby „all inclusive“, na druhom mieste je polpenzia“,
- za gastronomicky najzaujímavejšiu krajinu označili respondenti Taliansko, nasledované Španielskom a Gréckom,
- zo slovenských krajov považujú za kulinársky zaujímavé Košický, Prešovský a Bratislavský kraj,
- za typické slovenské jedlo označili bryndzové halušky, z alkoholických nápojov slivovicu a z nealkoholických nápojov kofolu,
- z organizovaných gastronomických podujatí najviac návštevníkov pozná košický Gurmán fest, zo zahraničných nemecký Oktoberfest.

Ak má byť gastroturizmus na národnej alebo regionálnej úrovni úspešný musí vychádzať z prirodzeného prostredia a tradícií. Celkovú spokojnosť návštevníkov s produktom v navštívenom mieste ovplyvňuje mnoho faktorov, ale kvalita stravovacích služieb poskytovaných kvalifikovaným personálom patrí medzi jedny z najdôležitejších.

Tento článok odporúča na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda: doc. Ing. Peter Gallo, PhD.

Príspevok bol vypracovaný ako jeden z výstupov v rámci riešenia projektu KEGA 020PU-4/2015.

Použitá literatúra

1. KARÁSKOVÁ, T., 2013. *Regionální gastronomie jako nástroj cestovního ruchu*. [online]. [cit. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://www.slu.cz/opf/cz/informace/acta-academica-karviniensia/casopisy-aak/aak-rocnik-2013/docs-2-2013/Karaskova.pdf>
2. ŠENKOVÁ, A., 2015. História a súčasnosť kulinárnej kultúry na Slovensku. In: *Aktuální trendy lázeňství, hotelnictví a turismu* [elektronický zdroj]: sborník recenzovaných příspěvků ze 4. mezinárodní vědecké konference, Tábor – 9. a 10. duben 2015. Opava: Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, FPF, SU. CD-ROM, s. 290-297. ISBN 978-80-7248-858-2.
3. WFTA, 2013. *What is food tourism?* [online]. [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: <http://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/>
4. Zajacová, V. 2016. *Analýza trhu verejných stravovacích zariadení v okresoch Michalovce a Sobrance z pohľadu návštevníkov a prevádzkovateľov :bakalárska práca. Prešov: PU, FM*