

REGIONÁLNE PRODUKTY V ROZVOJI REGIÓNU ZÁHORIE

ROLE OF REGIONAL PRODUCTS IN ZÁHORIE REGION DEVELOPMENT

Ing. Lucia Hrubalová, PhD., Bc. Paulína Budzeľová

Fakulta stredoeurópskych štúdií Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre
Dražovská cesta 4, 949 74 Nitra
e-mail: lhrubalova@ukf.sk, paulina.budzelova@gmail.com

Kľúčové slová:

produkt, región, rozvoj, tradície, značka

Keywords:

product, region, development, traditions, brand

Abstrakt:

Stať sa zaoberá ponukou produktov so značkou Regionálny produkt Záhorie, organizovanými podujatiami s ponukou regionálnych produktov Záhoria, prezentáciou regionálnych produktov na webových stránkach, v propagačných materiáloch o Záhorí, a porovnáva ho s dopytom návštevníkov v cestovnom ruchu po regionálnych produktoch. Cieľom state je preskúmať ponuku a dopyt po regionálnych produktoch v regióne Záhorie a identifikovať ich možnosti v rozvoji regiónu Záhorie. Za účelom jeho naplnenia sme v marci 2017 uskutočnili tri rozhovory a osobné opytovanie. Okrem toho sme využili sekundárne zdroje, tzn. propagačné materiály a webové stránky o regionálnych produktoch Záhoria. Dáta sme interpretovali metódami deskriptívnej štatistiky. Zistili sme, že ponuka certifikovaných produktov s regionálnou značkou čiastočne zodpovedá regionálnym produktom dopytovaným zo strany návštevníkov, navyše sú regionálne produkty ťažko dostupné a rozpoznateľné. V závere navrhujeme odporúčania na zvýšenie dopytu po regionálnych produktoch počas dovolenky v regióne Záhorie a podporu regionálneho rozvoja.

Abstract:

The paper deals with offer of products with Regional brand Záhorie, events aimed at regional products, presentation of regional products on web pages and in propagation materials about Záhorie region, which compares with the tourist demand for regional products. The aim of the article is to analyse the supply and demand for regional products in Záhorie region and to identify their opportunities in Záhorie region development. Three interviews and public inquiry were conducted in March 2017. We also used secondary data on regional products published in propagation materials and on web pages concerning Záhorie region. The data were interpreted by methods of descriptive statistics. The results show that regional products demanded by visitors appear to be partially consistent when it comes to the supply of regionally branded products. Moreover, regional products are poorly accessible and recognized by visitors. Consequently, the study reveals some recommendations that could increase visitors' usage of regional products while visiting Záhorie region and to support regional development.

Úvod

Silná konkurencia sa v súčasnosti prejavuje aj na úrovni regiónov, ktoré medzi sebou súperia o obyvateľov, investorov aj návštevníkov v cestovnom ruchu. Je preto dôležité rozpoznať, udržať a propagovať aj tradičné, regionálne produkty, ktoré majú schopnosť odlišiť ponuku jednotlivých regiónov a prilákať návštevníkov (Bessiére, 1998; Lee a Arcodia, 2011; Tyran, 2007; Woodland a Acott, 2007). Regionálnym produktom cestovného ruchu môžeme rozumieť myšlienku, výrobok, výrobu výrobkov, miesto, ubytovanie, organizáciu, jedlo alebo ich kombináciu (Everett, 2016). Je to niečo, čo robí daný región originálnym, unikátnym, čo môže región ponúkať do pozornosti domácemu obyvateľstvu, domácim a zahraničným návštevníkom, podnikateľom ale aj investorom. Nejde teda len o potraviny (jedlo a nápoje), ale o širokú paletu tovarov (suveníry) a služieb (ubytovanie, pohostinské zariadenia, organizované podujatia), ktoré prispievajú k účasti na cestovnom ruchu a regionálnemu rozvoju. Podľa Krnáčovej a Kirmovej (2015) je regionálny produkt výsledok ľudskej činnosti, ktorý je jedinečný, spojený s regiónom, v ktorom sa vyrába, nadväzuje na zvyky a tradície daného regiónu a pri jeho výrobe sa využívajú miestne suroviny a ručná práca. Mal by byť vyrobený v danom regióne miestnymi výrobcami z regionálnych surovín podľa tradičných receptúr a postupov (Hrubalová, 2016).

V súvislosti s pojmom regionálny produkt sa vyskytuje aj pojem miestny, lokálny produkt. Sims (2009) a Watts, Ilbery a Jones (2005) rozlišujú dve strany spektra, ktoré vznikajú pri diskusii o tom, čo môžeme považovať za „lokálne“. Na jednej strane sú striktnejšie definície zdôrazňujúce použitie miestnych surovín pri výrobe, na druhej strane benevolentnejšie definície povoľujúce spracovanie dovezených surovín miestnymi výrobcami. Pri hodnotení „lokálnosti“ pritom výrobcovia kladú väčší dôraz na pôvod surovín a výrobný proces, zatiaľ čo spotrebiteľia vnímajú skôr symbolickú stránku lokálnych produktov (napr. názov produktu zdôrazňujúci príslušnosť k danému regiónu) (Sims, 2009). Morris a Buller (2003) rovnako rozlišujú dva významy pojmu „lokálny“. Buď sa podľa nich týka geograficky ohraničeného regiónu, kde sú dané produkty vyrobené a predávané, alebo ide o „špeciality“ s určitou pridanou hodnotou umožňujúcou export za hranice regiónu. V tomto prípade je dôležitejšia „lokálna“ značka, pričom produkt nemusí byť bezpodmienečne vyrobený, kúpený a spotrebovaný v danom regióne.

Regionálne produkty majú pozitívny vplyv na miestnu ekonomiku, životné prostredie a sociálnu stránku, preto ich môžeme považovať za nástroj trvalo-udržateľného regionálneho rozvoja. Hall a Wilson (2008) a Buck a kol. (1997, In Sharma, 2014) uvádzajú, že miestna ekonomika môže profitovať z výroby a predaja lokálnych jedál, nakoľko menej finančných prostriedkov putuje národným a nadnárodným spoločnostiam, rozvíja sa poľnohospodárstvo a miestne podnikanie, vznikajú nové pracovné miesta, zvyšuje sa objem daní a spätných investícií do regiónu, posilňujú sa väzby s cestovným ruchom a propagujú sa regionálne značky. Podporujú hrdosť miestneho obyvateľstva a prispievajú k budovaniu regionálnej identity a kultúry (Everett a Aitchison, 2008; Montanari a Staniscia, 2009). Zmierňujú negatívne vplyvy na životné prostredie (Everett a Aitchison, 2008), skracovaním vzdialenosti medzi výrobcami a spotrebiteľmi pomáhajú potravinám zachovať si výživovú hodnotu a zároveň znižujú uhlíkovú stopu vyprodukovanú ich distribúciou (Sharma, 2014).

Pozitívne vplyvy na rozvoj regiónu má aj zavedenie regionálnej značky. Značka „regionálny produkt“ sa na Slovensku zavádza pre označenie regionálnych produktov vo vybraných regiónoch. Môžu ju získať remeselné výrobky, potraviny a poľnohospodárske produkty,

prírodné produkty, ubytovacie a stravovacie služby a zážitky, pričom produkty musia pochádzať od miestneho výrobcu alebo poskytovateľa služby, byť jedinečné vo vzťahu k regiónu, byť kvalitné, prispievať k uchovávaniu tradícií, využívať tradičné postupy a miestne zdroje, obsahovať určitý podiel ručnej práce a byť šetrné voči životnému prostrediu (www.kopanice.regionalneprodukty.sk, 2016). Jednou z mnohých výhod regionálnej značky je spoločná propagácia poskytovateľov a producentov a budovanie vzťahu k regiónu; originalita vo vzťahu k regiónu; zachovávanie a udržiavanie pôvodných tradícií, remesiel; rozvoj poľnohospodárstva a potravinárstva v regióne; vzájomná spolupráca a podpora výrobcov, remeselníkov, samospráv, a iných aktérov na regionálnej úrovni; budovanie podmienok pre rozvoj drobného podnikania, ktoré prispieva k zvyšovaniu zamestnanosti (www.maszdo.biznisweb.sk, 2016).

Aby sa naplno mohli prejavovať pozitívne synergické efekty plynúce zo spotreby regionálnych produktov, je potrebné poznať ich aktuálnu ponuku v regióne a vnímanie návštevníkmi v cestovnom ruchu, a následne podporiť ich dopyt po daných produktoch.

1. Cieľ, materiál a metodika skúmania

Cieľom štátu je preskúmať ponuku a dopyt po regionálnych produktoch v regióne Záhorie a identifikovať ich možnosti v rozvoji regiónu Záhorie. Za účelom jeho naplnenia preskúmame ponuku produktov so značkou Regionálny produkt Záhorie, organizované podujatia s ponukou regionálnych produktov Záhorie, prezentáciu regionálnych produktov na webových stránkach, v propagačných materiáloch o Záhorí, a porovnáme ho s dopytom návštevníkov v cestovnom ruchu po regionálnych produktoch. Materiál sme získali zo sekundárnych a primárnych zdrojov. Zo sekundárnych zdrojov využívame dáta o regionálnych produktoch z webových stránok a propagačných materiálov Záhorie. Primárne zdroje sme získali metódou osobného rozhovoru so zástupcami Oblastnej organizácie cestovného ruchu Záhorie, Miestnej akčnej skupiny Podhoran a Turistickej informačnej kancelárie Skalica a formou ankety, ktorá prebehla metódou osobného opytovania návštevníkov regiónu Záhorie v marci 2017.

Výberový súbor tvorí 65 respondentov, z toho 78,5 % tvoria ženy a 21,5 % muži. Z hľadiska veku majú najväčšie zastúpenie opýtaní vo veku 18-24 rokov (67,2 %). Najviac respondentov je z Trenčianskeho 56,9 %; Nitrianskeho 13,8 % a Banskobystrického kraja 12,3%. Viac ako polovica opýtaných je zamestnaná 51,7 %. Z hľadiska príjmu má 41,5 % pravidelný mesačný príjem vo výške 601-1000 € (tabuľka 1).

Tabuľka 1 Charakteristika výberového súboru

Pohlavie	Žena				Muž			
	78,5%				21,5%			
Vek	do 18 0,0%	18-24 67,7%	25-35 16,9%	36-50 13,8%	51-65 1,5%	66 a viac 0,0%		
Bydlisko (kraj)	BA	TT	TN	ZA	NR	BB	PO	KE
	1,5%	7,7%	56,9%	3,1%	13,8%	12,3%	0,0%	4,6%
Ekonom. aktivita	študent	dôchodca	zamest.	nezames.	podnikateľ	na rodičovskej dovolenke		
	27%	1,6%	51,7%	4,7%	4,7%	4,7%		
Príjem (€)	nemá pravidelný príjem		do 350	351-450	451-600	601-1000	nad 1000	
	4,6%		24,6%	6,2%	15,4%	41,5%	7,7%	

Zdroj: vlastné spracovanie

2. Výsledky a diskusia

Región Záhorie sa nachádza na západnom Slovensku, v Trnavskom samosprávnom kraji. Z juhovýchodu ho obklopuje hrebeň Malých Karpát, väčšinu územia však tvorí Záhorská nížina. Región má veľmi dobrú geografickú polohu a patrí k najstaršie osídleným územiám na Slovensku. Centrom regiónu Záhorie je mesto Skalica. Región disponuje významným prírodným a kultúrnym dedičstvom. Na území Záhorského regiónu sa rozprestierajú tri veľkoplošné chránené krajinné oblasti (CHKO Biele Karpaty, CHKO Záhorie a CHKO Malé Karpaty). Medzi najvýznamnejšie kultúrno-historické pamiatky Záhoria patrí Rotunda sv. Juraja v Skalici, Františkánsky kostol Sedembolestnej Panny Márie a kláštor v Skalici, kde sa v pivničných priestoroch nachádza vináreň. Veľkou atraktivitou je Čierna kuchyňa, v ktorej sa pečie najznámejší tradičný Skalický trdelník. Od roku 2005 má Chránené zemepisné označenie. Skalický trdelník a skalické víno často bývajú podnetom pre návštevu mesta Skalica, čo potvrdili aj pracovníci turistickkej informačnej kancelárie Skalica. Okrem Skalického trdelníka sa Záhorie vyznačuje ďalšími tradičnými jedlami, medzi ktoré patria Bzdúšky (slané pečivo, kde základ tvoria škvarky a slivkový lekvár), Skalická torta (krehká torta pripravovaná ako súčasť svadobných zvykov), Zelníky (kombinácia kysnutého cesta a kapusty na sladko, chuť dodáva škorica), či Smrdácka roláda. V obci Sekule sa nachádza súkromné múzeum, ktoré tvorí sedliacky remeselnícky dvor, dobová izba a kuchyňa s náradím a krojmi z južného Záhoria. Cisársky a kráľovský žrebčín Kopčany vlastnila cisárovná Mária Terézia a bol to jeden z jej najväčších žrebčínov. Okrem toho v regióne nájdeme Holíčsky kaštieľ, kamenný veterný mlyn v Holíči, kaštieľ v Malackách, zrúcaninu hradu Branč, pútnické miesto v Šaštíne-Strážach, pamätnú faru v Hlbokom, kde bola v roku 1843 uzákonená spisovná slovenčina, a iné. Veľmi známym je aj kúpeľné mesto Smrdáky.

Región Záhorie je v rámci regionalizácie cestovného ruchu na Slovensku zaradený do Záhorského regiónu cestovného ruchu, ktorý patrí medzi regióny s regionálnym významom s dlhodobým a strednodobým potenciálom pre rozvoj cestovného ruchu hlavne v oblasti letného pobytového cestovného ruchu pri vode, vidieckeho cestovného ruchu a kúpeľníctva. Populárne sú folklórne festivaly, hradné slávnosti, jarmoky a ochutnávky vín.

2.1. Regionálna značka Záhorie

V regióne Záhorie sa so značením regionálnych produktov začalo v roku 2008. Hlavným cieľom značky „Regionálny produkt Záhorie“ je propagácia a podpora miestnych výrobcov, producentov, poskytovateľov služieb, ktorí sú pre región významní, pretože poskytujú hodnoty charakteristické a tradičné pre región.

Grafická podoba značky Regionálny produkt Záhorie je spracovaná v zmysle jednotného grafického dizajnu, ktorý bol prijatý na Slovensku. Motívom značky Regionálny produkt Záhorie je jablko ako tradičný produkt regiónu (obrázok 1).

Obrázok 1: Značka „Regionálny produkt Záhorie“



Zdroj: www.zahorie.sk, 2017.

Regionálnu značku Záhorie môžu získať poľnohospodárske, potravinárske, remeselné výrobky, ubytovacie služby, stravovacie služby a rôzne iné služby. K februáru 2017 bolo značkou „Regionálny produkt Záhorie“ certifikovaných 20 služieb a výrobkov (tabuľka 2).

Tabuľka 2 Certifikované regionálne produkty v regióne Záhorie

Typ	Výrobky									Služby	
Kategória	Remeselné výrobky				Potraviny, prírodné a poľnohospodárske produkty					Ubytovacie a stravovacie služby; zážitky a podujatia	
Podkategória	Keramické výrobky	Výrobky z textílu	Výrobky z drôtu	Ďalšie výrobky	Produkty z farmy	Mäso a údeniny	Produkty zo záhrady	Med a výrobky z neho	Pivo	Vínohradnícky dom	Zážitky a organizované podujatia
Spolu	4	1	1	2	2	2	1	3	1	1	2
Spolu	20										

Zdroj: vlastné spracovanie

Poznámka: BA – Bratislavský kraj, TN – Trnavský kraj, TT – Trenčiansky kraj, ZA – Žilinský kraj, NR – Nitriansky kraj, BB – Banskobystrický kraj, PO – Prešovský kraj, KE – Košický kraj

V skúmanom regióne je najširšia ponuka regionálnej značky Záhorie v kategórii potraviny, prírodné a poľnohospodárske produkty (9), kde je najpočetnejší med a výrobky z neho (3) a kategória remeselníckych výrobkov (8) s keramickými výrobkami (4). Značku regionálny produkt Záhorie využíva len jedno ubytovacie zariadenie. Vzhľadom na pestrú ponuku ubytovacích a stravovacích zariadení v regióne je tento počet nízky.

Regionálne produkty Záhoria sú pre návštevníkov dostupné na vidieckych tržniciach, rôznych obecných slávnostiach, na Festivale Podhoran a tiež priamo u výrobcov. Miestna akčná skupina Podhoran, ktorá zabezpečuje a koordinuje systém regionálneho značenia, aktívne oslovuje a vyhľadáva miestnych výrobcov, producentov a poskytovateľov služieb za účelom udelenia značky regionálneho produktu. Regionálne produkty Záhoria propaguje na webových stránkach www.podhoran.sk, www.zahorie.regionalneprodukty.sk, na festivale Podhoran, výstavisku Agrokomples Nitra a na podujatiach, ktoré organizujú členské obce.

2.2. Organizované podujatia s ponukou regionálnych produktov Záhoria

Dôležitým faktorom pre využitie potenciálu regionálnych produktov v ponuke cestovného ruchu je ich dostupnosť a prezentácia. Ponuku regionálnych produktov sme analyzovali na organizovaných podujatiach primárne zameraných regionálne produkty s rôznym obsahom, periodicitou a dĺžkou trvania.

V regióne Záhorie sa v roku 2017 uskutoční približne 127 organizovaných podujatí. Z nich sa na 57 podujatiach primárne (35) alebo čiastočne (22) prezentujú regionálne produkty, tzn. že na podujatí sa síce vyskytujú regionálne produkty, ale nie sú hlavným zameraním podujatia. Z organizovaných podujatí primárne zameraných na regionálne produkty je 16 gastronomického charakteru, 13 kultúrneho charakteru, 4 sú multitematické a 2 obchodné. Z hľadiska významu má viac ako polovica miestny význam (21), 9 je regionálneho a 5 národného významu (tabuľka 3).

Tabuľka 3 Organizované podujatia s ponukou regionálnych produktov na Záhorí (rok 2017)

Organizované podujatie	Primárny obsah	Význam	Periodicita	Ročník
Fašiangová zábava	gastronomické	miestny	pravidelné	-
Malacká hudobná jar	kultúrne	miestny	pravidelné	53.
Prvomájové Malacky	gastronomické	miestny	pravidelné	16.
Deň múzeí a galérií	kultúrne	miestny	pravidelné	-
Trdlofest	gastronomické	národný	pravidelné	13.
Pivný festival	gastronomické	miestny	pravidelné	3.
Prístav Skalica	multitematické	miestny	pravidelné	-
Záhradná galéria Alojza Machaja	multitematické	miestny	pravidelné	-
Dedinka remesiel a umení Abeland	kultúrne	miestny	pravidelné	-
Tereziánske dni	kultúrne	národný	pravidelné	14.
Sviatok Pomoravia	kultúrne	regionálny	pravidelné	20.
Habánsky hodový jarmok	gastronomické	miestny	pravidelné	10.
Hradné slávnosti	kultúrne	národný	úvodné	1.
Senické kultúrne leto	kultúrne	regionálny	úvodné	1.
Hodové slávnosti Plavecký Štvrtok	multitematické	miestny	pravidelné	-
Dožinková slávnosť	kultúrne	miestny	pravidelné	-
Vinobranie	gastronomické	regionálny	pravidelné	-
Hodové slávnosti Podbranč	kultúrne	miestny	pravidelné	-
DOD jaskýň Haviareň a Plavecké Podhradie	kultúrne	národný	pravidelné	-
Pivný festival Senica	gastronomické	regionálny	pravidelné	2.
Skalické dni	multitematické	regionálny	pravidelné	26.
Zámocké pivné slávnosti	gastronomické	miestny	pravidelné	9.
Súťaž vo verení guláša	gastronomické	miestny	pravidelné	10.
Krumpolový deň	gastronomické	miestny	pravidelné	25.
Mravenec	kultúrne	regionálny	pravidelné	8.
Festival Podhoran	kultúrne	miestny	pravidelné	6.
Zejdeme sa na hambálku	kultúrne	miestny	pravidelné	8.
Dni hrozna a vína	gastronomické	regionálny	pravidelné	6.
Deň otvorených búd	gastronomické	miestny	pravidelné	7.
Jablkové hodovanie	gastronomické	regionálny	pravidelné	9.
Dní zelá	gastronomické	národný	pravidelné	20
Poľovnícka Katarínska zábava	gastronomické	miestny	pravidelné	12.
Vianočná dedina	obchodné	miestny	pravidelné	-
Varíme vianočnú kapustnicu	gastronomické	miestny	pravidelné	4.
Župné Vianoce	obchodné	regionálny	pravidelné	-

Zdroj: vlastné spracovanie

Vzhľadom na to, že takmer všetky organizované podujatia sa pravidelne opakujú a sú aj podujatia, ktoré majú za sebou prvý ročník, môžeme konštatovať, že ponuka organizovaných podujatí s ponukou regionálnych produktov rastie a vytvára tak potenciál pre rozvoj regiónu Záhorie. Oblastná organizácia cestovného ruchu Záhorie plánuje s producentmi značky Regionálny produkt Záhorie vytvoriť prvé organizované podujatie, na ktorom budú propagovať svoje produkty.

Typickým organizovaným podujatím na Záhorí je Trdlofest. Týmto festivalom sa otvára letná turistická sezóna a možno ho chápať ako oslavu Skalického trdelníka, ktorý sa pripravuje priamo pred návštevníkmi na pahrebe. Ide o jednodňový festival, ktorý sa koná každoročne v máji. K významným gastronomickým podujatiam patria aj Dni zelá, počas ktorého účastníci z celého západného Slovenska varia pokrmy z kapusty a prezentujú sa rôzni remeselníci. V

roku 2016 sa prvýkrát oceňovali aj tradičné remeslá (výroba zelákov, hrncov, pekáčov, keramika, košíkárstvo).

2.3. Analýza ponuky regionálnych produktov na webových stránkach a v propagačných materiáloch o Záhori

Primárnou webovou stránkou zameranou na regionálne produkty je www.zahorie.regionalneprodukty.sk. Na prvý dojem pôsobí webová stránka ľudovo a tradične. Je dostatočne graficky spracovaná, pravidelne aktualizovaná, ale dostupná len v slovenskej verzii. Okrem iného obsahuje zoznam výrobkov a služieb, ktorým bola udelená značka spolu s kontaktnými informáciami o výrobcach, krátkym popisom produktu a obrázkami. Ďalej informácie o značke regionálny produkt Záhorie, certifikačnej komisii, aktuálnych výzvach, či o regióne. Môžeme konštatovať, že webová stránka poskytuje komplexné a aktuálne informácie o regionálnej značke Záhorie.

Informácie o certifikovaných regionálnych produktoch Záhoria obsahuje aj webová stránka www.podhoran.sk patriaca Miestnej akčnej skupine Podhoran. Nájdeme na nej vzory žiadosti o udelenie značky, zásady pre udeľovanie a používanie značky Regionálny produkt Záhorie, aktuálne výzvy, hodnotiace kritériá, podrobnú brožúru o regionálnych produktoch Záhoria ai. Webová stránka www.zahorie.info.sk je venovaná regiónu a konkrétne sa nezaobera regionálnymi produktmi, ale informuje o podujatiach, na ktorých sa budú prezentovať aj regionálne produkty Záhoria.

Jedným zo spôsobov ako môžu regionálne produkty pomôcť zviditeľniť región sú propagačné materiály a webové stránky. Pri analýze prezentácie regionálnych produktov Záhoria v propagačných materiáloch sme mali k dispozícii 7 propagačných materiálov, z toho v 4 sú čiastočne spomenuté regionálne produkty Záhoria, pričom ani jeden propagačný materiál sa im nevenuje primárne (tabuľka 4).

Tabuľka 4 Propagačné materiály regiónu Záhorie

Názov propagačného materiálu	Vydavateľ/ distribútor	Charakter informácií
Sprievodca záhoráckymi zážitkami	OOOCR Záhorie	Záhorie, pamiatky, kultúra, šport, ubytovacie a stravovacie zariadenia
Spoločný sprievodca Baťovým kanálom	Baťov kanál	Okolité obce a mestá, prístaviská
Praktický sprievodca mestom Skalica a okolím	TIK Skalica	Mesto Skalica, kultúra, história, šport, gastronómia, ubytovacie a stravovacie služby
Skalické špeciality	TIK Skalica	Skalický trdelník a regionálne vína
Za históriou a tradíciami regiónu	Mesto Senica 2014	História mesta Senica
Za pamiatkami mesta Senica	Mesto Senica 2014	Pamiatky mesta Senica
Pamiatky mesta Skalica	TIK Skalica	Pamiatky v meste Skalica

Zdroj: vlastné spracovanie

V propagačnom materiáli „Sprievodca záhoráckymi zážitkami“ je najviac regionálnych produktov vyobrazených v časti o kultúrnych podujatiach, kde sú vypísané všetky podujatia, ktoré sa organizujú v regióne Záhorie, napr. aj známy Trdlofest. „Praktický sprievodca mestom Skalica a okolím“ z hľadiska regionálnych produktov okrem iného opisuje špeciality Skalice, Skalický trdelník, vinohradníctvo ai. Najviac regionálnych produktov sa nachádza v časti o jedlách a nápojoch. Z jedál je to predovšetkým Skalický trdelník, Skalická vysoká torta, Zázvočníky, Fazolnica. Z nápojov ide predovšetkým o destiláty. Ďalším propagačným

materiálom je leták „Skalické špeciality“. Prvá polovica materiálu je venovaná Skalickému trdelníku, druhú polovicu tvoria regionálne vína (Frankovka a Skalický rubín). Skalický vinohradnícky rajón má takmer 500 ročnú tradíciu. Materiál je preložený aj do nemeckého a anglického jazyka, nachádzajú sa v ňom fotografie výroby tradičného trdelníka, vinotéky a vinárskej pivnice. Osobitým propagačným materiálom je „Spoločný sprievodca Baťovým kanálom“, nakoľko Baťov kanál môžeme považovať za regionálny zážitok, ktorý však nie je certifikovaný regionálnou značkou. V propagačnom materiáli nachádzame prístaviská obcí nachádzajúcich sa na kanáli, turistické zaujímavosti v nich, historické pamiatky, tipy na výlety v okolí, prírodné pamiatky. V propagačnom materiáli sa nachádza aj mapa spomínaného Baťovho kanála spolu s prístavmi. Brožúry „Za pamiatkami mesta Senica“, „Pamiatky mesta Skalica“, „Za históriou a tradíciami regiónu“ neobsahujú žiadne informácie o regionálnych produktoch.

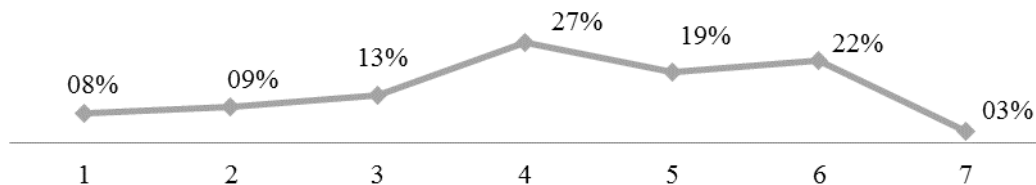
2.4. Analýza dopytu po regionálnych produktoch Záhoria

Každý návštevník si pojem regionálny produkt vysvetľuje rôzne. Najviac respondentov (55,4 %) uvidelo, že regionálny produkt je produkt, ktorý je vyrobený v danom regióne; 47,7 % opýtaných si myslí, že je to produkt od miestnych výrobcov; 41,5 % uviedlo, že ide o produkt, ktorý je vyrobený z regionálnych surovín. Pre 36,9 % respondentov je regionálny produkt, produkt, ktorý je typický pre daný región. 23,3 % opýtaných si pod pojmom regionálny produkt predstavuje produkt vyrobený podľa tradičných receptúr a postupov. Ako produkt s regionálnou tematikou si ho predstavuje 15,4 % opýtaných a so značkou „regionálny produkt“ len 6,2 %.

Regionálny produkt z pohľadu návštevníkov v cestovnom ruchu preto môžeme definovať predovšetkým ako produkt, ktorý je vyrobený v danom regióne miestnymi výrobcami z regionálnych surovín. Nepotvrdili sme tvrdenie Sims (2009), podľa ktorej návštevníci vnímajú regionálne produkty skôr prostredníctvom regionálnej značky alebo regionálnej tematiky. Naopak, potvrdili sme tvrdenie Hrubalovej (2016), že návštevníci vyhľadávajú produkty, ktoré boli vyrobené v určitom regióne, miestnymi výrobcami z regionálnych surovín, pričom musia byť dodržané tradičné postupy a receptúry.

Návštevníci sú rôzni a tak isto aj ich záujem o regionálne produkty. Väčšina odpovedí sa nachádza na pravej strane likertovej škály, z čoho usudzujeme, že väčšina respondentov sa počas dovolenky zaujíma o regionálne produkty na Záhori (graf 1). Potvrdili sme tvrdenie Chalupovej, Prokopa a Rojíka (2016), že spotrebiteľia majú pri nákupe záujem o produkty s pôvodom v regióne.

Graf 1 Záujem návštevníkov o regionálne produkty počas dovolenky na Záhori



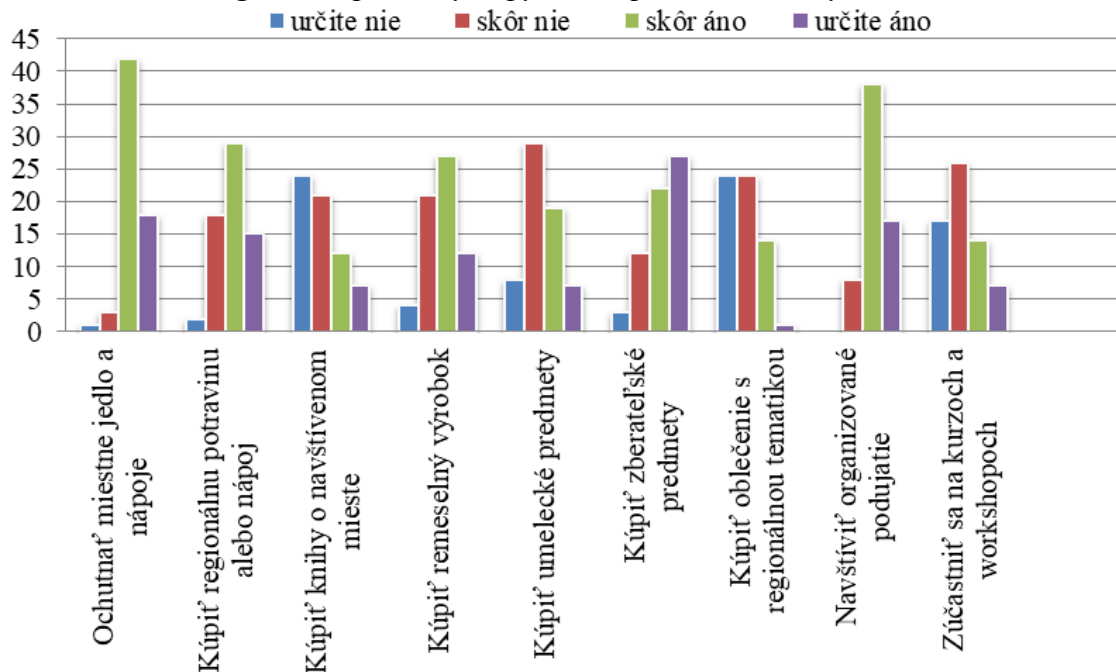
Zdroj: vlastné spracovanie

Poznámka: 1 – nezaujímam sa, 7 – zaujímam sa

Počas dovolenky na Záhori sa respondenti zaujímajú o rôzne regionálne produkty. Za najdôležitejšie považujú kúpiť zberateľské predmety s regionálnou tematikou (magnetky, pohľadnice ap.), ochutnať miestne jedlo alebo nápoje, navštíviť podujatie organizované

miestnymi remeselníkmi a umelcami (festival, jarmok, hody, koncert ap.), kúpiť regionálnu potravinu alebo nápoj, kúpiť regionálny remeselný výrobok (výrobok z kože, dreva, drôtu, keramiky ap.). Najnižší záujem návštevníci prejavili o kúpu knihy o navštívenom mieste a oblečenia s regionálnou tematikou (tričká, svetre ap.) (graf 2).

Graf 2 Regionálne produkty dopytované počas dovolenky na Záhorí



Zdroj: vlastné spracovanie

Najčastejším dôvodom, prečo respondenti nakupovali regionálne produkty Záhoria bolo, že si chceli domov priniesť nejakú spomienku na dovolenku alebo darček pre príbuzných a priateľov. Ďalej chceli spoznať miestnu kultúru, gastronómiu a tradície, ochutnať produkty typické pre daný región. Okrem toho ich považujú za autentické, typické pre daný región a ručne vyrobené. Najmenej dôležitým dôvodom pre kúpu regionálneho produktu bola kvalitu produktov.

Podľa respondentov je typickým regionálnym produktom Záhoria najmä Skalický trdelník, med a včelí peľ, víno od miestnych producentov, bryndza a syry a keramika (tabuľka 5). Ďalej sme sa stretli s odpoveďou ako domáce destiláty, rôzne nápoje, zelenina (predovšetkým kapusta), z mliečnych výrobkov jogurty a miestne kroje. Ide teda najmä o potraviny a poľnohospodárske produkty (50).

Tabuľka 5 Typické regionálne produkty Záhoria

Kategória	Podkategória	Počet	Spolu
Potraviny a poľnohospodárske produkty	mliečne výrobky	14	50
	tradičné jedlá	17	
	produkty zo záhrady	4	
	nápoje	15	
Prírodné produkty	med	16	16
Remeselné výrobky	výrobky z keramiky	11	13
	výrobky z textilu	2	

Zdroj: vlastné spracovanie

Respondenti, ktorí sa počas svojej dovolenky na Záhorí o regionálne produkty zaujímajú, by ich kupovali viac, keby vedeli, kde ich môžu kúpiť (54,7 %) a keby vedeli, ktoré produkty to sú (42,2 %). Lepšia dostupnosť by motivovala ku kúpe 26,6 % respondentov a ľahšia rozpoznateľnosť (napr. značkou) 25 % opýtaných. Najmenej dôležitým faktorom bola cena, jej zníženie by privítalo 18,8% opýtaných.

Záver

Región Záhorie má aj vďaka regionálnym produktom dobrý potenciál na posilnenie svojej konkurencieschopnosti na trhu cestovného ruchu a rozvoj regiónu. Ponuka regionálnych produktov Záhorie je pestrá. Je pritom dôležité, aby ponúkané regionálne produkty boli v zmysle požiadaviek návštevníkov vyrobené v danom regióne miestnymi výrobcami z regionálnych surovín. Najväčší potenciál majú vzhľadom na motiváciu ku kúpe regionálnych produktov zberateľské predmety s regionálnou tematikou, miestne jedlo a nápoje, organizované podujatia s regionálnou tematikou, či regionálne remeselné výrobky.

Respondenti za typické regionálne produkty považujú najmä tradičné jedlá (Skalický trdelník), med a vína. Z hľadiska produktov s regionálnou značkou sú k dispozícii rôzne kategórie regionálnych produktov, najmä však keramické výroky a med. V porovnaní s dopytom po regionálnych produktoch Záhorie absentujú certifikované tradičné jedlá, nápoje alebo mliečne výrobky. Nedostatočná je aj ponuka certifikovaných regionálnych zážitkov, ubytovacích a stravovacích zariadení.

Zistili sme, že respondenti by kupovali regionálne produkty viac, keby vedeli, kde ich môžu kúpiť a ktoré produkty to sú. Na Záhorí sú certifikované regionálne produkty dostupné na vidieckych tržniciach, rôznych obecných slávnostiach, na Festivale Podhoran a tiež priamo u výrobcov. Ak by sa zainteresovaným subjektom podarilo dosiahnuť väčšiu podporu predaja produktov značky Regionálny produkt Záhorie na organizovaných podujatiach, vybudovať trhovú miesta a predajne týchto produktov, môžeme predpokladať, že záujem návštevníkov by stúpol.

Nemenej dôležité je o regionálnych produktoch samotných, ich výhodách a predajných miestach informovať verejnosť. Významná je prezentácia regionálnych produktov na webových stránkach a prostredníctvom propagačných materiálov. Stránky www.zahorie.regionalneprodukty.sk a www.podhoran.sk obsahujú všetky potrebné informácie o certifikovaných produktoch Záhorie a ich producentoch. Informácie o regionálnych produktoch by však mohli obsahovať aj ostatné webové stránky orientované na propagáciu regiónu Záhorie. Všeobecné propagačné materiály o regióne Záhorie by mohli byť vydávané v rôznych jazykových mutáciách a obsahovať aj informácie o regionálnych produktoch spolu s ich značkou.

Pomôcť odlišiť regionálne produkty od tých ostatných a zvýšiť ich rozpoznateľnosť môže práve regionálna značka. Aj keď pre respondentov nebola najdôležitejšia, veríme, že je vhodným prostriedkom na podnietenie schopnosti identifikovať a odlišiť regionálne produkty návštevníkmi v cestovnom ruchu.

Základom aktivít vyvíjaných v oblasti regionálnych produktov by preto malo byť zvyšovanie informovanosti verejnosti o regionálnych produktoch pred pobytom ale aj počas neho, poznanie a mapovanie potenciálu miestnych producentov regionálnych produktov, ponuka a

dostupnosť regionálnych produktov na rôznych organizovaných podujatiach, v turistických informačných kanceláriách, či u miestnych producentov, zvyšovanie ich rozpoznateľnosti regionálnou značkou a vhodnou prezentáciou v jednotlivých regiónoch.

Použité zdroje

BESSIÈRE, Jacinthe: Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. In: *Sociologia Ruralis*. 1998, roč. 38, č. 1, s. 21 - 34. ISSN 0038-0199.

CHALUPOVÁ, Martina, PROKOP, Martin, ROJÍK, Stanislav. Regional food preference and awareness of regional labels in vysočina region (Czech Republic). In: *European Countryside*, 2016, roč. 8, č. 2, s. 109-122. ISSN 1803-8417.

EVERETT, Sally: *Food and drink Tourism: Participles and practice*, London : CPI Group, 2016. 464 s. ISBN 978-1-4462-6772-1.

EVERETT, Sally, AITCHISON, Cara: The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England. In: *Journal of Sustainable Tourism*. 2008, roč. 16, č. 2, s. 150 - 167. ISSN 0966-9582.

HRUBALOVÁ, Lucia: Analýza dopytu po regionálnych produktoch v cestovnom ruchu. In: *11. mezinárodní konference Aktuální problémy cestovního ruchu: Místní bohatství a cestovní ruch*. Jihlava : Vysoká škola polytechnická, 2016. s. 116-125. ISBN 978-80-88064-21-3.

KRNÁČOVÁ, Paulína, KIRNOVÁ, Lenka: Regionálne produkty z pohľadu spotrebiteľov. In: *Studia commercialia Bratislavensia*. [online]. 2015, roč. 8, č. 29, s. 48-61. [cit. 2016-12-13]. Dostupné z: ftp://193.87.31.84/0203801/scb0115_Krnacova&Kirnova.pdf

KOPANICE REGIONÁLNY PRODUKT. Certifikačné kritériá. Regionalneprodukty.sk [online]. 2008 [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.kopanice.regionalneprodukty.sk/certifikacne-kriteria/>

LEE, Insun, ARCODIA, Charles: The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding. In: *International Journal of Tourism Research*. 2011, roč. 13, č. 4, s. 355 - 367. ISSN 1804-252X.

VISEGRAD FUND. Regionálne značky kvality Vo vyšehradských krajinách. Príklady dobrej praxe [online]. 2017 [cit. 2017-08-14]. Dostupné z: http://www.maszdzo.biznisweb.sk/domain/maszdzo/files/mas-sk_final.pdf.

MONTANARI, Armando, STANISCIA, Barbara: Culinary Tourism as a Tool for Regional Re-equilibrium. In: *European Planning Studies*. 2009, roč. 17, č. 10, s. 1463 - 1483.

MORRIS, Carol, BULLER, Henri: The local food sector: A preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire. In: *British Food Journal*. 2003, roč. 48, č. 8, s. 539 - 566. ISSN 0007-070X.

SHARMA, Sanjay: *Sustainable Culinary Practices*. In: JAUHARI, Vinnie: *Managing Sustainability in the Hospitality and Tourism Industry*. Oakville : Apple Academic Press, 2014, s. 303 – 334. ISBN 978-1-926895-72-7.

SIMS, Rebecca: Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. In: *Journal of Sustainable Tourism*. 2009, roč. 17, č. 3, s. 321 - 336. ISSN 1747-7646.

TYRAN, Ewa: Regional and Traditional Products as an Important Part of Rural Tourism Offer. In: *Oeconomia*. [online]. 2007, roč. 6, č. 3, s. 121 - 128. [cit. 2015-01-12]. ISSN 1644-5707. Dostupné z: [//acta_oeconomia.sggw.pl/pdf/ASO_6_3_2007.pdf](http://acta_oeconomia.sggw.pl/pdf/ASO_6_3_2007.pdf).

WATTS, D.C.H., ILBERY, B., MAYE, D.: Making reconnections in agro-food geography: alternative systems of food provision. In: *Progress in Human Geography*. 2005, roč. 29, č. 1, s. 22 - 40.

WOODLAND, Melanie, ACOTT, T.G.: Sustainability and local tourism branding in England's South Downs. In: *Journal of Sustainable Tourism*. 2007, roč. 15, č. 6, s. 715 - 734.

Grantová podpora

Stat' je súčasťou riešenia grantového projektu UGA X/5/2017 Kreativny cestovny ruch ako nový produkt cieľových miest cestovného ruchu na Slovensku.