

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Marcela KLAPILOVÁ

KONCEPCE ALTERNATIVNÍ KAVÁRNY  
S PRAVIDELNÝMI WORKSHOPY

Concept of Alternative Café with Regular Workshops

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Pavla Burešová, Ph.D.

Brno, 2020

# VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra gastronomie a hotelnictví

Akademický rok: 2019/2020

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Marcela Klapilová

Osobní číslo: 14632622

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu (6501R027)

**TÉMA PRÁCE: KONCEPT ALTERNATIVNÍ KAVÁRNY S PRAVIDELNÝMI WORKSHOPY**

**TÉMA PRÁCE V AJ: CONCEPT OF ALTERNATIVE CAFÉ WITH REGULAR WORKSHOPS**

### **Cíl stanovený pro vypracování BP**

#### 1. Teoretická část BP:

- vymezit a charakterizovat základní pojmy vztahující se k alternativní nabídce káv, typologii gastronomických provozoven, zaměřit se na standardy v kavárnách a vybrat nástroje vhodné k vytvoření konceptu alternativní kavárny

#### 2. Praktická část BP:

- Analytická část:
  - vybrat nástroje a metody pro vytvoření konceptu na základě analýzy konkrétního prostředí
- Návrhová část:
  - navrhnout koncept pro alternativní kavárnu s realizací workshopů

Při zpracování BP vycházejte z pomůcky vydané VŠOH Brno.

Rozsah bakalářské práce bez příloh: 2 AA

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná i elektronická

Seznam doporučené literatury:

[1] FIŠERA, Miroslav. *Gastronomie: vybrané kapitoly*. Český Těšín: 2 Theta, 2016. ISBN 978-80-86380-78-0.

[2] BUREŠOVÁ, P. a kol. *Vybrané kapitoly z hotelnictví a gastronomie; Gastronomické služby*. Praha: Wolters Kluwer, 2014. 156 s. první vydání. ISBN 978-80-7478-498-9.

[3] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.

Další literatura dle doporučení vedoucí/ho bakalářské práce.



Vedoucí bakalářské práce: Ing. Pavla Burešová, Ph. D.  
Katedra gastronomie a hotelnictví


Datum zadání bakalářské práce: 3. května 2019

Termín odevzdání bakalářské práce: 9. dubna 2020

V Brně dne: 2.5.2019

L. S.

VYSOKÁ ŠKOLA  
OBCHODNÍ A HOTELOVÁ s.r.o.  
Bosonožská 9, 625 00 Brno



prof. Ing. Květoslava Šustová, Ph.D.  
vedoucí katedry



Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.  
prorektor pro vzdělávací činnost

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Jméno a příjmení autora:     | Marcela Klapilová                                      |
| Název bakalářské práce:      | Koncepce alternativní kavárny s pravidelnými workshopy |
| Název bakalářské práce v AJ: | Concept of Alternative Café with Regular Workshops     |
| Studijní obor:               | Management hotelnictví a cestovního ruchu              |
| Vedoucí bakalářské práce:    | Ing. Pavla Burešová, Ph.D.                             |
| Rok obhajoby:                | 2020   |

**Anotace:** Hlavním cílem bakalářské práce je zkoncipovat hrubý návrh alternativní kavárny s realizací pravidelných workshopů. Teoretická část práce se zabývá problematikou založení podniku v gastronomickém oboru, typologií gastronomických provozoven, náležitostmi v kavárnách, kávou a její přípravou. V praktické je nejprve proveden analýza mikro a makro prostředí, důraz je kladen na nové trendy v kavárenství, jejich přidanou hodnotu a současnou konkurenci v prostředí, ve kterém je zamýšleno zřídit kavárnu. Provedena je taktéž anketa zabývající se přidanou hodnotou v kavárnách a workshopy. Z výsledků analýz vyplývá poslední část práce, což je návrh kavárny s realizací pravidelných workshopů zaměřených nejen na kávu. Práce je zamýšlena jako základní východisko pro potenciální podnikatelský plán.

**Annotation:** The main aim of this bachelor thesis is to draft project of an alternative café with regular workshops. The theoretical part deals with the establishment of a business in the field of gastronomy, the typology of gastronomic companies, essentials of cafes and coffee and its preparation. In the practical part there is firstly the analysis of micro and macro environment with emphasis on new trends in café, their added value and current competition in the environment in which it is intended to establish a café. There is also a survey on added value in cafes and workshops. The last part of the thesis, which is a design of a café with regular workshops focused not only on coffee, ensues from the results of the analysis. The thesis is intended as a base for a potential business plan.

Klíčová slova: kavárna, koncept, káva, domácí, podnik, alternativní, workshop, analýza

Keywords: café, concept, coffee, homemade, bussiness, alternative, workshop, analysis

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Koncepce alternativní kavárny s pravidelnými workshopy* vypracovala samostatně pod vedením Ing. Pavly Burešové, Ph.D. a uvedla v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne 9. 4. 2020

vlastnoruční podpis autora

Na tomto místě bych ráda poděkovala paní Ing. Pavle Burešové, Ph.D. za úžasné vedení při psaní bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat Kateřině Svatošové, Tereze Bartoníčkové a Daniele Auxtové za neocenitelnou pomoc a v neposlední řadě chci poděkovat také rodině a kamarádům za podporu.

# OBSAH

|   |    |
|---|----|
| Úvod.....   | 9  |
| I. Teoretická část.....                               | 11 |
| 1 Založení podniku v oboru gastronomie .....          | 12 |
| 1.1 Gastronomické provozovny .....                    | 12 |
| 1.1.1 Typologie gastronomických provozoven .....      | 13 |
| 1.2 Kavárna .....                                     | 15 |
| 1.2.1 Legislativní náležitosti založení kavárny ..... | 16 |
| 1.2.2 Standardy a kvalita služeb v kavárně .....      | 16 |
| 1.2.3 Hygienické požadavky v kavárně .....            | 18 |
| 2 Káva .....  | 19 |
| 2.1 Od pěstitele ke spotřebiteli .....                | 20 |
| 2.2 Příprava kávy .....                               | 21 |
| 2.2.1 Espresso.....                                   | 21 |
| 2.2.2 Alternativní způsoby přípravy kávy.....         | 22 |
| II. Praktická část.....                               | 28 |
| 3 Metodologie.....                                    | 29 |
| 4 Situační analýza zkoumaného prostředí.....          | 32 |
| 4.1 Analýza makroprostředí – PESTE analýza .....      | 32 |
| 4.1.1 Politické faktory.....                          | 32 |
| 4.1.2 Ekonomické faktory .....                        | 34 |
| 4.1.3 Sociokulturní faktory .....                     | 35 |
| 4.1.4 Technologické faktory.....                      | 37 |

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 4.1.5 | Ekologické faktory .....                               | 38 |
| 4.1.6 | Syntéza výsledků PESTE .....                           | 39 |
| 4.2   | Analýza nových trendů v kavárnách.....                 | 40 |
| 4.2.1 | Nové druhy kaváren .....                               | 40 |
| 4.2.2 | Kavárny s workshopy.....                               | 42 |
| 4.2.3 | Udržitelný rozvoj v kavárnách.....                     | 43 |
| 4.3   | Analýza mikroprostředí – Porterův model pěti sil.....  | 45 |
| 4.3.1 | Stávající konkurence .....                             | 45 |
| 4.3.2 | Nová konkurence .....                                  | 56 |
| 4.3.3 | Kavárenské řetězce .....                               | 57 |
| 4.3.4 | Dodavatelé.....  | 57 |
| 4.3.5 | Odběratelé.....  | 58 |
| 4.3.6 | Výsledky šetření zaměřené na realizaci workshopů ..... | 59 |
| 4.4   | Syntéza analytické části .....                         | 62 |
| 5     | Návrh „Dáme si všechno – workshop café“.....           | 63 |
| 5.1   | Počáteční náklady na vybavení.....                     | 63 |
| 5.2   | Návrh workshopu.....                                   | 65 |
| 5.2.1 | Výpočet ceny workshopu pro účastníka.....              | 65 |
|       | Závěr .....  | 67 |
|       | Použité zdroje .....                                   | 69 |
|       | Seznam obrázků, grafů a tabulek.....                   | 74 |
|       | Příloha .....  | 76 |



## ÚVOD

Autorka práce zamýšlí v budoucnu otevřít alternativní kavárnu s workshopy v Hradci Králové. Jelikož lidí, kteří mají v současné době obdobný plán, je velmi mnoho, rozhodla se autorka provést před samotným podnikatelským záměrem obsáhlou analýzu prostředí, aby zjistila, jaký bude nejlepší možný koncept. Tento postup byl zvolen především kvůli rozsáhlosti práce, jelikož vypracování skutečného podnikatelského záměru je velmi obširné a s takto podrobnou analýzou by práce svou délkou převyšovala rozsah bakalářské práce. Hlavním cílem této práce je proto nastínit hrubý koncept alternativní kavárny s pravidelnými workshopy, pro který se na trhu najde místo.

Cílem teoretické části práce je charakterizovat základní pojmy vztahující se k alternativní nabídce káv a k typologii gastronomických provozoven. V první kapitole se autorka zabývá založením podniku v oboru gastronomie, tj. typologií gastronomických provozoven a samotnou kavárnou, standardy, kvalitou služeb, hygienickými a legislativními požadavky v kavárnách. Druhá kapitola pojednává o kávě, stručně rozděljuje druhy káv, popisuje cestu kávy od pěstitele ke spotřebiteli a zejména se zaměřuje na přípravu kávy, klasické i alternativní způsoby. Teoretická část je vypracována formou rešerše literatury, je využíváno odborných skript i odborných článků na internetu.

Praktická část bakalářské práce je rozdělena na analýzu a samotný návrh. Nejprve je však ve třetí kapitole popsána metodika výzkumu. Ve čtvrté kapitole je provedena obsáhlá analýza, nejprve makroprostředí (využití PESTE analýzy), poté mikroprostředí. V analýze mikroprostředí je důraz kladen na nové druhy kaváren, kavárny s workshopy a udržitelný rozvoj v gastronomii, tedy na všechny aspekty, které by autorka později chtěla ve své kavárně využít, druhá podstatná oblast analýzy je stávající konkurence v daném prostředí. Analyzují se taktéž další oblasti v rámci Porterovy analýzy pěti konkurenčních sil. Nakonec je provedena anketa zabývající se přidanou hodnotou a workshopy v kavárnách. Na konci každé části jsou výsledky shrnuty. Poslední podkapitolou analytické části je syntéza celé analýzy. Z výsledků analýzy vychází poslední část bakalářské práce, návrh alternativní kavárny. Součástí návrhu je i představení prvního workshopu zaměřeného na přípravu alternativních káv. V rámci ekonomické stránky jsou zhruba vypočteny náklady na zřízení takovéto provozovny a cena zamýšleného workshopu pro účastníky. Práce je zamýšlena jako

východisko pro možné budoucí vypracování podnikatelského plánu, ve kterém bude kladen větší důraz na návrhovou část, než na analytickou.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 ZALOŽENÍ PODNIKU V OBORU GASTRONOMIE

Zakládání podniku je vždy ošemetná a velmi náročná záležitost, ať už jde o finanční stránku nebo o časové zatížení. V gastronomii toto představuje obzvlášť náročný úkol, protože je zde kladen velký důraz na hygienické požadavky, atraktivitu pro zákazníky a podobně.

## 1.1 Gastronomické provozovny

Gastronomické provozovny slouží nejen k poskytnutí a prodeji jídel a nápojů, ale zajišťují i místo (vhodné prostředí) pro jejich konzumaci včetně servisu a dalších služeb. Historie existence restaurací sahá až do 10. století v Číně. Na konci 18. století začaly vznikat restaurace, jak je známe dnes, a to vlivem historických událostí ve Francii (Velká francouzská revoluce). Rychle se rozšířily i do dalších zemí Evropy. Kromě klasických zákazníků přitahovaly i další sortu lidí, tzv. labužníků, pro které nebylo už jídlo a pití jen zdrojem nezbytné obživy, ale spojovali ho s požitkářstvím a uměním žít. [1]

O několik let později se začal objevovat i jiný druh gastronomické provozovny – kavárny. Stavěly se v centrech měst, lázních a dalších lokalitách spojených s kulturním životem. Díky svému prostředí, architektuře, designu, estetice, ale i spojení odpočinku a společenského setkávání se rychle staly velice oblíbenými. Tak je tomu dodnes. Lidé navštěvují kavárny, aby si odpočinuli, popovídali s přáteli a k tomu ještě ochutnali nějaký nezvyklý nápoj či pokrm. [1]

Stravovat se mohou lidé různě. Buď mohou jíst doma, nebo na nějakém společném místě. Stravování v domácnosti se říká individuální stravování. [1]

Když se začala společnost rozvíjet, lidé se stěhovali do měst za prací, rozvíjela se doprava, zrychloval se životní styl, součástí toho byl i rozvoj ubytovacích zařízení, která byla někdy spojená i s možností se zde občerstvit, a taktéž samostatné gastronomické podniky, hospůdky a luxusní restaurace. Vzniklo společné stravování. Tento druh stravování je založen na hromadné výrobě, prodeji a spotřebě jídla a nápojů pro skupiny spotřebitelů a je organizován mimo domácnost. Bývá obvyklé, že výroba, prodej i spotřeba probíhá na jednom místě. [1]

Společné stravování neplní jen funkci základního stravování, ale i doplňkového stravování, což je stravování mimo základní fyziologické potřeby spotřebitele, a zároveň zajišťuje i funkci společensko-zábavní, která poskytuje spotřebitelům zábavu a odpočinek. [1]

### 1.1.1 Typologie gastronomických provozoven

Společné stravování se rychle mění a neustále se vyvíjí. Postupem času nabývá pestrosti a existuje mnoho forem a subsektorů, které se navzájem velmi odlišují. Existuje celá řada možností, jak členit stravovací provozovny: [1]

a) Podle formy společného stravování na provozovny:

- Restauračního (veřejného) stravování
- Institucionálního (systémového, účelového) stravování

b) Podle právní formy na podniky provozované:

- Fyzickou osobou
- Právníckou osobou

c) Podle vlastnického vztahu na provozovny:

- Vlastněné
- V užívání (nájmu)

d) Podle postavení v síti provozoven na provozovny:

- Nezávislé/jednotlivé
- Patřící do restauračního řetězce

e) Podle lokalizace na provozovny

- Ve městech
- Na venkově
- V lázních
- Na horách
- V nákupních centrech apod.

f) Podle doby provozu na provozovny

- S celoročním provozem
- Se sezónním provozem

- g) Podle zaměření na provozovny:
- Vyvařující
  - Nevyvařující
- h) Podle formy obsluhy na provozovny:
- S obsluhou
  - Bez obsluhy
- i) Podle velikosti (počtu pracovníků) na provozovny:
- Malé (0-19 pracovníků)
  - Střední (20-100 pracovníků)
  - Velké (nad 100 pracovníků)
- j) Podle počtu odbytových středisek na provozovny s:
- Jedním odbytovým střediskem
  - Více odbytovými středisky
- k) Podle vztahu k ubytovacím službám
- Provozovna je součástí ubytovacího zařízení
  - Provozovna není součástí ubytovacího zařízení
- l) Podle kategorií (dle klasifikace Eurostatu se restaurační podniky zařazují do kategorií podle převažujícího charakteru jejich činnosti):
- Restaurace (dominantní: prodej pokrmu a nápojů a společenské vyžití)
  - Pohostinství, motoresty
  - Samoobslužné restaurace (jídelny) – samoobslužná restaurace, bufet
  - Rychlá občerstvení, bistra, občerstvení, kiosky
  - Železniční jídelní vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících
  - Bary (dominantní: prodej nápojů s možností různých forem společenské zábavy)
    - Bary – grill bar, snack bar, aperitiv bar, lobby bar, cocktail bar, pizzerie
    - Noční kluby – noční bar, noční klub, taneční klub, varieté
    - Pivnice - pivnice, hostinec, výčep piva, pivní bar, restaurační pivovar

- Vinárny, vinotéky, wine bary
- Kavárny, coffee bary, espressa

Kromě uvedených hledisek je možné dělit restaurační provozovny ještě dalšími způsoby. [1]

## 1.2 Kavárna

Kavárenská provozovna spadá do kategorie barů. Je to obslužné hostinské zařízení, které je zaměřené především na prodej teplých nápojů, cukrářských výrobků, studené kuchyně, případně i teplé kuchyně, podle místních podmínek. Slouží k delšímu pobytu hosta, k čemuž je uzpůsobeno i zařízení a vybavení prostor provozovny (útulné, pohodlné, příjemné prostředí). Podle svého poslání mohou být kavárny i specializovány (taneční, kinokavárna, knižní kavárna) nebo kombinovány (kavárna-cukrárna). [2]

Když se v roce 1657 objevila v Paříži káva, byla nejprve vařena v malých krámcích a pouťových stáncích, nabízena pouličními prodavači. První skutečná kavárna byla otevřena v druhé polovině 17. století (zdroje se rozcházejí v přesném datu) Francois Procopem. Byla vybavena tapetami, mramorovými stoly a zrcadly a působila velice elegantně. Navštěvovali ji herci z Comédie Française, proto se rychle stala oblíbenou u veřejnosti, která sem docházela, aby herce spatřila, případně aby se dozvěděla novinky ze společnosti, nebo si jen přečetla noviny a poseděla. [3]/

Kavárny rychle nabyly oblíbenosti a rozšířily se do kulturních metropolí Evropy - Vídně a Budapešti, kde měly příznivé podmínky díky zvykům z dob turecké nadvlády. [3]

Do konce 17. století vznikly kavárny i v Londýně, Benátkách, Marseille, Hamburku, Oxfordu a dalších městech. [4]

Kavárny byly zároveň velice důležitým místem i pro politické dění. Vznikaly v nich banky, burzy a dokonce Lloydova společnost. Také se například v kavárně Grand Café v Paříži v roce 1895 konala premiéra prvního filmu bratrů Lumiérových. [3,5]

Nejstarší dodnes fungující kavárna se nachází v Benátkách na náměstí Sv. Marka, kde byla otevřena již roku 1720, jmenuje se Caffé Florian. [6]

### **1.2.1 Legislativní náležitosti založení kavárny**

Podnikání v gastronomii se řídí Novým občanským zákoníkem a Živnostenským zákonem.

Dále se řídí také zvláštními předpisy platnými pro všechny podnikatelské subjekty a také specifickými předpisy platnými pro oblast veřejného stravování a gastronomie. Podnikatel v oblasti gastronomie může podnikat buď jako právnická osoba v podobě obchodní společnosti zapsané v obchodním rejstříku, nebo jako jednatel – živnostník. [2]

O podnikání, konkrétně o založení kavárny, se pojednává v živnostenském zákoně. Kavárna spadá pod hostinskou činnost, která je živností řemeslnou. Pro provozování řemeslné živnosti je nutné splnit požadavky na odbornou způsobilost, které se dají prokázat různými doklady, např. doklady o řádném ukončení středního vzdělání s výučním listem v příslušném oboru vzdělání, uznání odborné kvalifikace atd. Podnikat v těchto živnostech lze i bez odborné způsobilosti prokázané doklady o ukončení vzdělání v příslušném oboru, pokud podnikatel prokáže určitou dobu praxe v oboru. [7]

### **1.2.2 Standardy a kvalita služeb v kavárně**

Je o mnoho složitější definovat kvalitu služeb než kvalitu výrobků. Požadavky na kvalitu služeb určují především zákazníci, proto je důležité, aby management byl neustále informován o potřebách a požadavcích hostů a aby byly tyto požadavky uspokojovány na nejvyšší možné úrovni. Podle Světové organizace cestovního ruchu kvalitu v ubytování a stravování představuje uspokojování v rámci akceptované ceny všech legitimních požadavků a očekávání zákazníka, což zahrnuje základní a kvalitativní faktory jako je bezpečnost, hygiena, dosažitelnost ubytovacích a stravovacích služeb, harmonie s lidským a přírodním prostředím. Zákazníci jsou jednoduše spokojeni, pokud dostanou co, kdy, kde a jak to chtějí. [1]

Požadavky a potřeby jsou nestálé a mění se. Změna závisí na různých faktorech, jako například na pohlaví a věku, životním stylu a zdravotním stavu zákazníka nebo na společenských vlivech. [1]

Přesto, že jsou požadavky zákazníků měnící se a nestálé, existují kritéria, kterými se podnik a jeho zaměstnanci musí pořád řídit.



**Kritéria:**

- Dostupnost služby a jednoduchost kontaktu
- Spolehlivost
- Odborná způsobilost
- Kladný vztah k hostovi
- Zdvořilost
- Citlivost
- Komunikace
- Bezpečnost
- Důvěryhodnost
- Příjemné a vhodné prostředí
- Poměr hodnoty a ceny
- Přiměřenost výběru
- Přiměřenost služeb

[8]

Osobami, u kterých je nejdůležitější profesionalita v oblasti kvality služeb, jsou pracovníci, kteří přichází se zákazníkem do bezprostředního kontaktu (v kavárně – baristé, obsluha). [1]

**Řízení kvality služeb** v gastronomii zahrnuje:

- Používání standardů kvality
- Tréninky a školení pracovníků
- Kontrolní činnost (interní)
- Neustálé sledování spokojenosti hostů
- Věnování pozornosti i zaměstnancům

Norma se snaží zajistit nejlepší možné provedení s největším uspokojením zákazníka. V menších podnicích je běžné, že jsou požadavky norem sděleny zaměstnancům pouze ústně. Většinou se odvíjí od klientely, pro kterou je určen daný podnik (například formálnější pro obchodníky, neformálnější pro studenty). Normami mohou být například:

- Požadavky na vzhled, osobní hygienu, oblečení pracovníků
- Způsob vítání hostů, přijetí objednávky, vyúčtování, rozloučení
- Úprava stolů, prostření atd. [1]

**Standardy** by měly být:

- Vyjádřeny ze strany zákazníka
- Měřitelné (ve službách obtížné)
- Jasně koncipovány – každý musí vědět, jak přispívá ke zlepšení kvality služeb. [1]

### **1.2.3 Hygienické požadavky v kavárně**

Není žádným překvapením, že v gastronomii, tedy i v kavárnách, je věnována zvláštní pozornost hygieně a bezpečnosti potravin, bezpečnosti hostů a ochraně provozovatelů. Podléhají zvýšené kontrole především ze strany státu, základní požadavky na kvalitu a bezpečnost potravin upravuje legislativa Evropské unie i legislativa národní. [1]

V roce 2006 vstoupilo v ČR Nařízení Evropského parlamentu a rady (ES) č. 852/2004 o hygieně potravin, což je významný dokument zaměřený na dodržování hygienických požadavků. Z něj vyplývají požadavky jako například:

- Obecné požadavky na provozovny
- Specifické požadavky na místa zpracování potravin
- Požadavky na pojízdné nebo přechodné provozy
- Přeprava
- Požadavky na zařízení
- Potravinářské odpady
- Zásobování vodou
- Osobní hygiena
- Skladování, rozmrazování potravin
- Regulace škůdců
- První a další balení potravin
- Školení [1]

Všem provozovatelům gastronomických provozoven je touto legislativou rovněž nařízeno provádět kontrolu podle principu HACCP (Analýza nebezpečí pomocí kritických kontrolních bodů). Jde především o prevenci. [1]

## 2 KÁVA

Základním kamenem každé dobré kavárny je kromě schopného majitele, příp. manažera, především dobrá, kvalitní káva. Staří Turci říkali, že „*káva musí být černá jako peklo, silná jako smrt a sladká jako láska*“. [5]

Kávu mohou lidé pít na mnoho způsobů, pro některé je jen zdrojem energie v těžkých a unavených dnech, jiní ji berou jako prostředek k rozvíjení sociálních vztahů s přáteli. Jedno je však jisté. Pokud by káva chutnala odporně, den by se nezlepšil a sbratřování by bylo najednou spíš na obtíž. Proto je, hlavně pro kavárny, kam chodí lidé za kávou a klidem, velice podstatné brát zřetel na původ a kvalitu kávy, kterou prodávají.

V obchodech a kavárnách se nejčastěji objevují směsi dvou nejznámějších odrůd kávy – arabiky a robusty. Celkově existuje na 70 druhů kávovníků. Průmyslově se využívají čtyři hlavní. *Coffea arabica*, *Coffea canephora*, *Coffea excelsa* a *Coffea liberica*. [9,10]

### ***Coffea arabica***

Kávovník arabský pochází z Jemenu, Etiopie a Súdánu. Jeho pěstování je poměrně náročné, roste až v 1000 m. n. m. a často jej napadají různé plísně a škůdci. Obsahuje až dvakrát více tuku a cukru než robusta, také má více aromatických látek. Má také asi třikrát méně kofeinu a je známá svou lahodnou chutí a lehkostí, proto je nejoblíbenější ze všech odrůd. Tvoří asi 70 % produkce kávy na světě. Existuje přes 80 odrůd arabiky a každý pěstitel si vybírá pečlivě podle podmínek na jeho plantáži, jakou odrůdu bude pěstovat. [9,10,11]

### ***Coffea robusta – canephora***

Kávovník statný pochází ze střední a západní Afriky. Má oproti arabice výhodu díky své podobě, je robustní a odolný proti většině škůdců napadajících kávové plantáže. Kávová zrna obsahují více kofeinu než arabika a jejich chuť a aroma jsou méně výrazná. Pěstuje se především v Africe a Brazílii. Většinou je používán do směsí s arabikou. Není tak drahý a vytváří pevnou cremu. Není však vhodný na přípravu filtrované kávy. [9,10,12]

### ***Coffea excelsa a Coffea liberica***

Kávovník liberský se pěstuje v Libérii a Kamerunu a Pobřeží slonoviny. Zrna jsou pouze průměrně kvalitní a kvůli své hořké chuti nejsou moc vyhledávána na trhu. Chuťově tato káva

není moc zajímavá, protože zrna jsou tvrdší a mají méně cukru a šťávy. Stejně jako robusta je dost odolný vůči škůdcům. *Coffea excelsa* se velmi podobá robustě a má podobné vlastnosti jako liberica. [9,10,13]

Dokonce i v dnešní době jsou stále objevovány nové druhy kávovníků, což je pro stávající situaci na trhu, kdy je poptávka po neobvyklých, nových a experimentálních chutích, velice dobré znamení. [9,10,13]

## 2.1 Od pěstitele ke spotřebiteli

Kávovníky rostou poměrně vysoko, většinou v horských oblastech v tropickém pásmu. Podle pěstovaných odrůd záleží na tom, jak vysoko budou plantáže položeny. V nejnižších oblastech jsou pěstovány odrůdy *C. canephora*, ve vyšších *C. arabica*. V některých zemích vůbec není pěstována robusta, například v Kolumbii a Kostarice.

Arabika tvoří přibližně 75 % světové produkce kávy. Avšak pouze 20 % ze zrn arabiky představují opravdu kvalitní kávu, zbylých 80 % má často nějakou vadu. [3,5]

Dostat kávu od pěstitele ke spotřebiteli je dost náročné. Káva, která je pěstována nejčastěji v zemích třetího světa, se na své cestě setkává s mnoha nesnázemi. První etapou zpracování je sběr, sušení, případně mytí, třídění, balení a nakonec odeslání na lodi k obchodníkovi. Proces je obtížný často i kvůli špatným podmínkám v zemích pěstování. Na lodě jsou zrna nakládána s kořením, proto často načichnou nebo jsou někdy děravé pytle, takže se do nich dostanou různí škůdci, případně další zajímavé předměty jako nábojnice, rozbité kůstky, špičky prstů apod. U velkoobchodníků se zrna praží, míchají a balí. Nejlepší káva se mele těsně před použitím. Kávu lze namlít několika způsoby. Nahrubo, středně jemně, jemně nebo práškově. Jde o to, jakým způsobem bude káva dále zpracována. Například nahrubo mletou kávu je vhodné použít do překapávačů, konvic a kávovarů, které fungují na bázi tlaku. [3,5]

Kávu, stejně jako každou potravinu, je potřeba také ochutnat. Za dobu, než káva dojde z plantáže ke spotřebiteli, je ochutnávána mnohokrát. Poprvé již na plantáži a ve zpracovatelských závodech. Znovu kávu ochutnávají v pražírnicích a u prodejců zelených zrn. Nakonec je prováděna degustace přímo v kavárnách. Buď před výběrem, kterou kávu budou odebírat, nebo i jen tak zákazníkům během prodeje. Existují nejrůznější tabulky a formuláře,

profesionální ochutnavači musí procházet školeními, měli by mít přesně kalibrovanou chuť a dlouholeté zkušenosti. [14]

## 2.2 Příprava kávy

Kávu lze připravit mnoha různými způsoby. V minulosti v České, a předtím i Československé, republice vévodil tzv. „*turek*“, který však s pravou tureckou kávou nemá nic společného. Na začátku 20. století též vznikla káva Washington, což je další Čechům velice známá káva – instantní. [5]

Naštěstí se i u nás v posledních letech rozmohly kvalitnější způsoby, jak si pochutnat na opravdu dobré kávě. Je jich nepřeberné množství, nicméně pro všechny způsoby platí stejná základní pravidla.

- Používat čerstvě praženou kvalitní (výběrovou) kávu.
- Kávu namlet na hrubost odpovídající způsobu přípravy, a to těsně před samotnou přípravou.
- Používat kvalitní vodu.
- Používat digitální váhu a stopky.
- Papírové filtry vždy důkladně promýt teplou vodou.
- Kávu vychutnávat v klidu a pohodě. [15]

### 2.2.1 Espresso

Nejnámější styl přípravy kávy vynalezli v 50. letech minulého století Italové. Přišli totiž na trh s nejrůznějšími pomůckami, například tehdy naprosto neuvěřitelnými kávovary, mlýnky a spoustou dalších. Postupně se tento trend rozšířil i do dalších zemí a tím, aniž by to tehdy věděli, udali Italové směr pro přípravu kávy nejen do většiny zemí v Evropě, ale i dalších zemí světa. Zároveň zavedli přesné parametry pro přípravu správného espressa, které se držely desítky let a někde se jimi řídí dodnes.[14]

Dokud nebyly takové možnosti jako dnes a v pražírkách nebyla k dostání tak kvalitní káva, producenti ji pražili na tmavo a míchali směsi, aby měli kávy dostatek pro celou poptávku. S nástupem nové doby globalismu se však rozšiřují možnosti a s nimi i nároky. Lidé se zajímají, odkud káva pochází, zvyšuje se poptávka po jednodruhových kávách a kávu lze nakupovat přímo od zdroje. Díky všem těmto aspektům přišel čas „moderního espressa“.

Většina parametrů padla v zapomnění a správné espresso může být připraveno mnoha způsoby a může chutnat velice různorodě. [14]

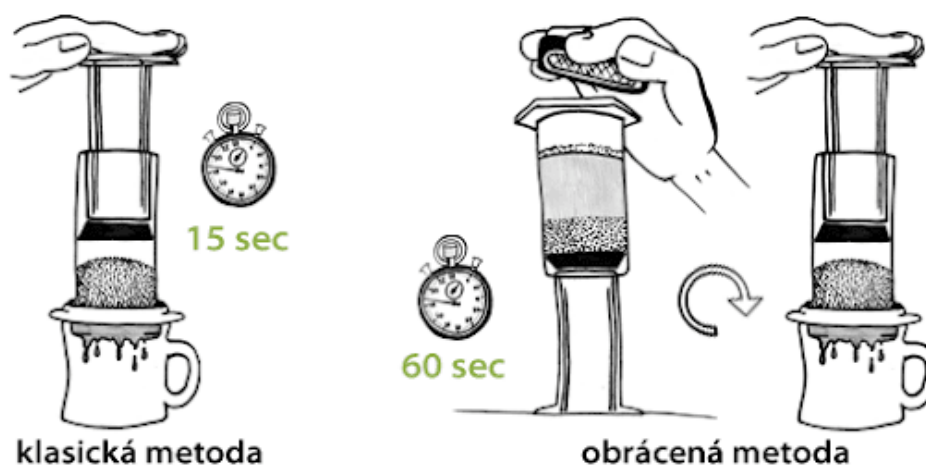
Určité parametry však zůstávají a stále se na nich trvá. Správné espresso musí mít *cremu* – krémová oříškovo-čokoládová pěna na povrchu, *aroma* – silná a intenzivní vůně vonící po čokoládě, karamelu, oříškách, ovoci nebo květinách, a nezaměnitelnou *chuť*, která může připomínat nejrůznější věci (stejně jako aroma), rozhodně ale musí být příjemná chuťovým buňkám. [14]

### 2.2.2 Alternativní způsoby přípravy kávy

Přestože espresso vládne světu, existuje mnoho dalších zajímavých způsobů, jak připravit lahodnou kávu. Většinu z nich dokáže člověk připravit i doma a není k tomu potřeba ani nijak zvlášť drahých prostředků. Způsobů je opravdu mnoho, proto byly vybrány ty nejznámější a v kavárnách dnes nejvyužívanější. [14]

#### Aeropress

Aeropress je jedním z nejnovějších způsobů přípravy kávy. Byl vynalezen v roce 2005 a díky svému designu a složení je ideální na cesty, aniž by hrozilo jeho rozbití. Skládá se ze tří částí: plastového válce, pístu a sítka, do kterého se vkládá papírový filtr. Příprava kávy v aeropressu je jednoduchá a nelze na ní téměř nic zkazit. Existují dva typy přípravy – klasický a obrácený (složitější, ale funguje na stejném principu). [14]



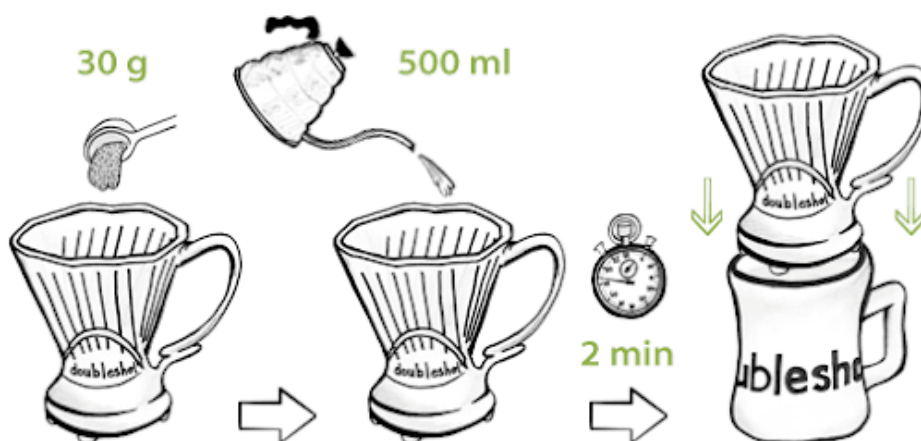
Obrázek č. 1: Příprava kávy v aeropressu klasickou i obrácenou metodou  
Zdroj: <http://www.aeropress.cz/priprava.html>

V ilustraci lze vidět postup klasické přípravy. Voda se ohřeje na 98 °C. Do černého sítka s dírami se vloží papírový filtr a sítko se uzamkne na konec černého plastového válce. Ten se poté postaví na hrnek a promyje se horkou vodou, aby se aeropress i hrnek zahřály. Vodu je poté nutné z šálku vylít. Do válce se nasype asi 16 až 20 g kávy (na 250 ml vody). Káva ve válci se zalévá vodou o teplotě 95 °C. Nasadí se píst a pomalu se stlačí dolů. Ideální je začít se stlačováním minutu po zalití, doba louhování by neměla přesáhnout 2 minuty. [14]

### **Clever dripper (chytráček)**

Vypadá jako V60, ale funguje podobně jako french press. Uvnitř je ukryt ventil, který se otevře jednoduše položením na šálek a uzavře se při jeho sundání. Vkládají se do něj papírové filtry. Po zalití kávy vodou se zrníčka louhují, a když je chytráček položen na šálek, propustí vylouhovanou kávu ven. [14]

Ohřeje se voda. Do chytráčka se vloží filtr a promyje se teplou vodou (vodu poté vylít). Na 330 ml vody se používá 20 g kávy. Káva se nasype do mokrého filtru a poklepáním narovná do co nejrovnějšího tvaru. Zalije se vodou o teplotě 88-95 °C co nejrychleji. Káva se jemně promíchá lžičkou okolo krajů a přikryje víčkem. Po dvou minutách je nutné prolomit lógrovou krustu. Clever dripper se postaví na hrnek nebo konvičku a káva začne rychle překapávat. Měla by to stihnout do 1 minuty. [14]

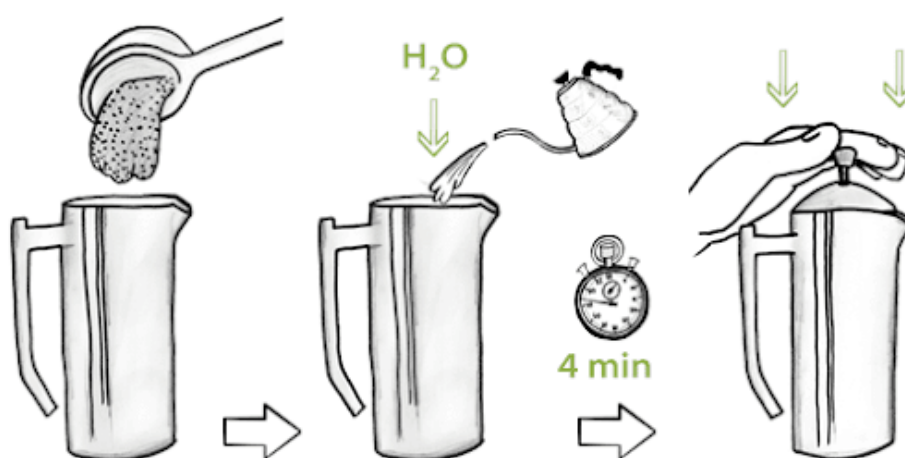


Obrázek č. 2: Příprava kávy v chytráčkovi  
Zdroj: <http://www.filtrovanakava.cz/clever/priprava.html>

## French Press

Původní french press pochází již z poloviny 19. století z Francie. Moderní french press byl vynalezen v roce 1929. Příprava ve french pressu je jednou z nejjednodušších. Na výrobu kávy tímto způsobem je zapotřebí mít nahrubo namletou kávu. [14]

Voda se v konvici ohřeje na 96 °C. Do french pressu se nasype asi 18 g kávy na 300 ml vody. Umletá káva se zalije horkou vodou (92-96 °C) krouživými pohyby. Kávová zrnka by měla na povrchu vytvořit lógrovou krustu. Káva se louhuje 3 až 4 minuty, poté se lógr stlačí pístem dolů. Káva je okamžitě servírována, jelikož i přes stlačení se při delším kontaktu vody s kávou ze zrn vyluhují negativní látky. [14]



Obrázek č. 3: Příprava kávy ve french pressu  
Zdroj: <http://www.frenchpress.cz/priprava.html>

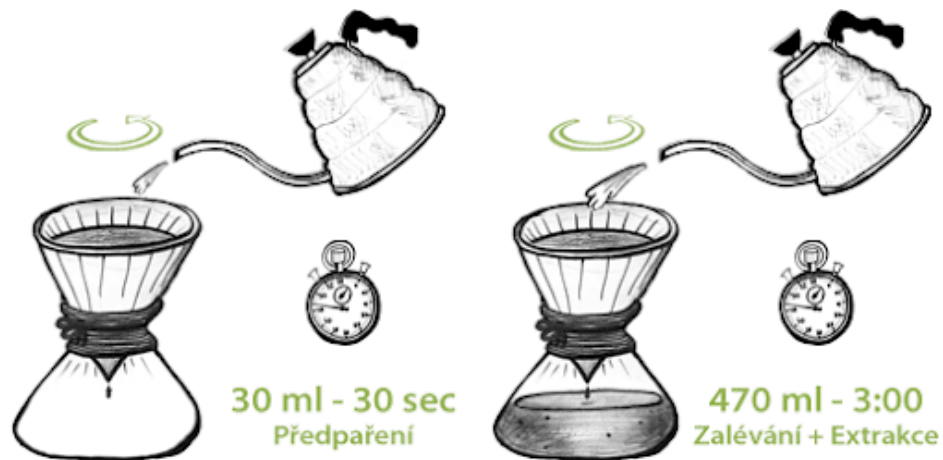
## Chemex

Chemex je skvělou variantou pro jednoduchou přípravu filtrované kávy. Byl vynalezen v roce 1941 vynálezcem a chemikem P:J Schlumbohem, proto vypadá jako laboratorní baňka. Jeho nevýhodou je velikost. Pokud by si někdo připravoval kávu z chemexu jen pro sebe, musel by jí vypít opravdu dost, jelikož je tato nádoba celkem velká. [14]

Do chemexu se vloží papírový filtr, který se promyje horkou vodou, takže se zbaví papírové chuti, je lépe propustnější a nádoba se navíc zahřeje. Voda se zase vylije. Do filtru se nasype přibližně 18 g kávy na 300 ml vody, kávu je nutné poklepáním srovnat. Nejprve se káva zalije jen malým množstvím vody (50 ml), aby se všechna namočila. Voda by měla mít cca 88 - 95 °C. Po 30 až 45 sekundách se začne pomalu nalévat horká voda na kávu, a to nejlépe



krouživými pohyby, aby se filtrovala všechna zrnka rovnoměrně. Káva pomalu překapává do spodní části nádoby. [14]

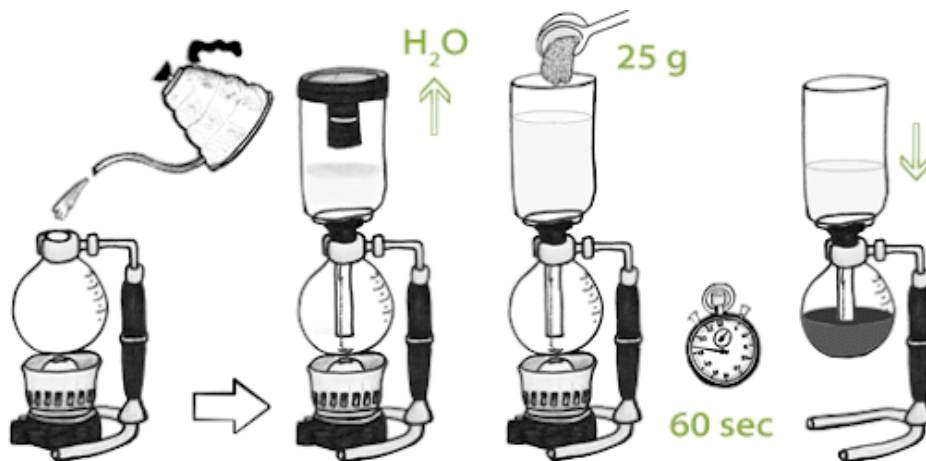


Obrázek č. 4: Příprava kávy v chemexu  
Zdroj: <http://www.filtrovanakava.cz/chemex/priprava.html>

### Vakuum pot

Vakuum pot připomíná laboratorní proces. Má dlouhou historii, poprvé se objevil v Berlíně v roce 1830. Příprava není nijak jednoduchá, ale lze ji zvládnout. [14]

Do spodní skleněné nádoby se nalije ohřátá voda (98 °C), na střední velikost vakuum potu cca 300 ml. Využívá se jak látkový, tak papírový filtr v kovovém zámečku. Ten se propláchne a vloží do druhé části, skleněného válce. Řetízek filtru se zahákne na konci válce. Skleněný válec s filtrem se nasadí do spodní skleněné baňky a celý vakuum pot se umístí pod kahan nebo zářič a začne se zahřívat. Tvoří se pára, která v určitý okamžik tlakem vytlačí vodu ze spodní nádoby do vrchní. Ve chvíli, kdy je téměř všechna voda ve vrchní nádobě, se k ní nasype namletá káva, která se zamíchá, aby se celá namočila. Kávy je potřeba přibližně 18 g na 300 ml vody. Káva se louhuje asi minutu. Poté se zhasne kahan a je nutné kávu znovu promíchat. Díky podtlaku, který vytváří ve spodní nádobě mizející pára, káva začne stékat zpět dolů. [14]



Obrázek č. 5: Příprava kávy ve vakuu potu  
 Zdroj: <http://www.vacuumpot.cz/priprava.html>

## V60

V60 patří mezi vůbec nejoblíbenější druhy alternativních příprav kávy. Funguje zase na principu překapávání přes filtr. Překapávač má tvar písmena V a jeho stěny spolu svírají úhel 60°. Vyrábí se z nejrůznějších materiálů ve třech odlišných velikostech. Na vnitřní straně má překapávač zatočené vroubky, které slouží k lepší extrakci, přilnutí filtru a odvádění vzduchu. Spodní část připomíná podšálek a díky ní dobře drží na hrnečku nebo konvici. [14]

V60 se položí na hrneček/konvici, vloží se do něj papírový filtr a důkladně se i s filtrem promyje ohřátou vodou. Konvice se ohřeje, filtr namočí. Poté je nezbytné vodu z konvičky vylít. Na 300 ml vody se používá 18 g kávy. Káva se nasype do filtru a poklepáním se srovná její povrch. Káva se nejprve zalije malým množstvím vody (50 ml), aby se všechna namočila. Voda by měla mít přibližně 88 - 95 °C. Kávovou kašičku, která vznikne, je dobré lehce promíchat. Po 30 až 45 sekundách se pokračuje v lití vody krouživými pohyby. Káva by měla překapávat 2 až 2,5 minuty. [14]



Obrázek č. 6: Příprava kávy ve V60  
 Zdroj: <http://www.filtrovanakava.cz/hario-v60/priprava.html>

### Další způsoby

Mezi další možné způsoby alternativních příprav kávy patří Kalita wave, Electric dripper (známý také jako batch brew), woodneck, moka konvička, džezva nebo se dají používat poloautomatické a automatické kávovary, kapslové kávovary, případně padá do úvahy instantní káva, která se stala oblíbenou především za 2. světové války. [14]

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

### 3 METODOLOGIE

Hlavním cílem bakalářské práce je navrhnout koncept pro alternativní kavárnu s realizací pravidelných workshopů zaměřených na kávu. Nejprve je ale nutné zjistit, zda tento koncept je vůbec uskutečnitelný. Proto je v analytické části využito mnoha analýz, které vedou ke zmapování prostředí určeného pro vznik konceptu kavárny.

**Situační analýza** je nejlepším východiskem pro stanovení cílů firmy a vhodný výběr strategie vedoucí k naplnění cílů, misí a vizí firmy. [16]

Nejlepší východiskem situační analýzy je metoda 7C:

- Country – specifika místa podnikání (státu)
- Climate/context – makroekonomické faktory
- Company – podnik a spolupracovníci
- Customers - zákazníci
- Competitors - konkurence
- Cost - náklady
- Change - změna

Makroprostředí nemůže být vůbec nebo jen velice obtížně ovlivněno. Řadíme do něj demografické, politické, sociokulturní, geografické, přírodní, legislativní, ekonomické, inovační, technologické a ekologické vlivy. Pro analýzu makroprostředí lze využít **PESTE analýzu**. [16]

#### **PESTE analýza**

PESTE analýza je rozšířenou verzí PEST analýzy, která zkoumá makroprostředí firmy, konkrétně politicko-právní, ekonomické, sociokulturní a technologické vlivy, které působí na firmu a mohou ovlivnit její činnost. PESTE analýza je rozšířená o vlivy ekologické, které jsou v dnešní době velmi diskutovanou oblastí a v prostředí služeb velice podstatnou součástí. [16]

- **Politicko - právní faktory** – politická stabilita, stabilita vlády, politické strany, zájmová sdružení a svazy a jejich vlivy, fiskální, sociální, vizová politika, zákony, vyhlášky, směrnice, členství země v EU atd.
- **Ekonomické faktory** – vývoj HDP, ekonomický cyklus, stav platební bilance státu,

úrokové sazby, nezaměstnanost, měnové kurzy, inflace, deflace, průměrné důchody atd.

- **Sociokulturní faktory** – mají dvě roviny:
  - Kulturní - kulturní hodnoty, spotřební zvyky, jazyk, řeč těla, chování mužů a žen apod.
  - Sociální společenské třídy, příjmy, majetek, vývoj životní úrovně, sociálně-ekonomické zázemí apod.[16]
- **Technologické** – stávající, nové a vyspělé technologie a jejich dopady, kvalita služeb, inovace
- **Ekologické** – národní, evropský a mezinárodní přístup k ochraně životního prostředí, oficiálně přijaté závazky řešení, aktivistická hnutí apod. [17]

V PESTE analýze je zhodnocena aktuální situace trhu v České republice a všechny vlivy dopadající na realizaci a provoz kavárny. Využity budou například informace od vlády ČR, statistického úřadu nebo panelového výzkumu Nielsen Admosphere.

Mikroprostředí firmy je bráno jako odvětví, ve kterém firma podniká a zahrnuje okolnosti, vlivy a situace, které může firma svým jednáním ovlivnit. Lze do něj řadit konkurenci, partnery, dodavatele, veřejnost, zákazníky atd. Cílem analýzy mikroprostředí je identifikovat základní hybné síly působící v daném odvětví, které ovlivňují činnost podniku. Často využívanou analýzou je **Porterův model pěti sil**. [16]

Porterův model pěti sil zachycuje pět hlavních konkurenčních faktorů v mikroprostředí firmy:

- Noví konkurenti – hrozba příchodu nové konkurence do odvětví
- Stávající konkurence – soupeření s nynějšími konkurenty v branži
- Náhražky – hrozba substitučních výrobků a služeb
- Vyjednávací schopnost odběratelů – jejich dohadovací schopnosti
- Vyjednávací schopnost dodavatelů – jejich dohadovací schopnost

Firma musí vyhodnotit, jak velký vliv mají tyto faktory na její chod, a vymyslet, jak se nejlépe bránit těmto silám. [16]

V rámci Porterovy analýzy se výzkum zaměřuje především na stávající konkurenci, současné kavárny v Hradci Králové, které vybočují ze standardu buď nabídkou výběrové kávy, zajímavým prostředím nebo například přidanou hodnotou. Vlastní šetření ve vybraných

kavárnách na základě zvolených parametrů odráží kvalitu poskytovaných služeb. Průzkum je zaměřen na koncepci, prostředí, servis, nabídku kávy, nabídku dalších služeb a specifika. Pro vyšší efektivitu a transparentnost je využito techniky škálování v rozsahu 1 - 5 bodů, přičemž 1 bod znamená nejméně kvalitní a 5 bodů nejvyšší kvalitu. Následné vyhodnocení a porovnání kvality kaváren je graficky zpracováno.

Kromě PESTE analýzy a Porterova modelu pěti konkurenčních sil a jejich dopadů na kavárenské provozovny se bude analytická část soustředit především na **nové trendy v kavárnách**, a vzhledem k tématu práce (ve kterém jde o syntézu kavárny s místem pro uskutečňování workshopů), na propojení primární funkce kavárny s další přidanou hodnotou.

Kromě metody analýzy bude využita metoda průzkumu ve formě **ankety**, která se bude zabývat přidanou hodnotou a možnostmi pořádání workshopů v kavárnách.

Na závěr analytické části je provedena syntéza výsledků, jejíž závěry vedou k realizaci návrhu konceptu.

## **4 SITUAČNÍ ANALÝZA ZKOUMANÉHO PROSTŘEDÍ**

Cílem celé bakalářské práce je navrhnout koncept alternativní kavárny, ve které by pravidelně probíhaly praktické kurzy, a zhodnotit, zda tento koncept je uskutečnitelný a zda je na vybraném konkrétním místě vůbec vhodné prostředí pro realizaci takového podniku. Proto je nutné zhodnotit aktuální situaci v dané lokalitě, k čemuž lze využít část situační analýzy. Situační analýza jako taková se skládá ze 7C, které zde ale nelze použít všechny, jelikož podnik ještě neexistuje, takže body zabývající se vnitřním prostředím nejsou relevantní. Proto se práce zaměřuje jen na analýzu vnějšího prostředí.

### **4.1 Analýza makroprostředí – PESTE analýza**

První podstatnou úlohou pro začínajícího malopodnikatele je zmapovat si makroprostředí. Široké okolí podniku, které nelze nijak ovlivňovat ani měnit, lze se mu pouze přizpůsobit. Pro makroprostředí byla zvolena analýza PESTE.

PESTE analýza je rozšířená oproti PEST analýze o environmentální/ekologické faktory. S ohledem na téma této práce se PESTE analýza zaměří především na faktory ovlivňující malé podnikatele v oblasti služeb, konkrétně kaváren.

#### **4.1.1 Politické faktory**

V České republice funguje volební systém poměrného zastoupení, od poloviny 90. let minulého století v podstatě neexistují konzistentní většinové vlády, což má za důsledek neustálé změny u nejrůznějších zákonů. Podnikatelé žijí v nekončících obavách o své podnikání kvůli změnám v rozhodnutí vládních stran. Mnoho zákonů vstupuje v platnost v nedokonalých formách, musí se upravovat za pochodu, případně se po nějaké době, kdy se jim již podniky přizpůsobily, ruší, což má za následek pouze další výdaje. Obecně je pro ČR typická velmi nízká důvěra v právo, nejen kvůli jeho komplikovanosti a obtížné vymahatelnosti, ale právě i kvůli nepředvídatelnosti jeho tvorby, změn a aplikaci. [18,19]

Povinné zavedení elektronické evidence tržeb s sebou neslo jisté problémy pro mnoho podnikatelů. EET vstupuje v platnost ve vlnách, kaváren se týkala hned ta první, která byla zavedena již 1. 12. 2016. EET by pro provozovnu neplatila pouze v případě, že se v ní dá platit jen kartou. V roce zavedení EET lze získat slevu na dani z příjmů fyzických osob, a to ve výši až 5 tisíc korun. [20,21]



Dalším důležitým aspektem pro bezchybné fungování kavárenské provozovny jsou hygienické normy, které je bezpodmínečně důležité dodržovat. Tyto normy stanovují předpisy národní i evropské legislativy. Základní předpisy zůstávají již dlouho stejné a upravují se pouze vyhláškami, kde se mění drobné detaily. Je důležité si nastudovat tyto předpisy, případně se poradit na Státní zdravotní a potravinářské inspekci, a to ještě před otevřením provozovny. [17]

Česká republika je od roku 2004 členem Evropské unie. To přináší pro ČR mnoho výhod, ale i nejistot. Evropskou unií v roce 2019 znělo nejčastěji slovo Brexit. Velká Británie v celostátním referendu odhlasovala vystoupení z EU. K 31. 1. 2020 VB opustila Evropskou unii, což bude mít jistě dopad nejen na tamní i evropskou ekonomiku, ale na mnoho dalších aspektů života lidí na obou stranách kanálu La Manche. Dopad na malé podniky bude mít tento aspekt, pokud z Británie dovážely suroviny, či je tam vyvážely, nebo pokud se zaměřovaly na zahraniční klientelu. [18,22]

Z Evropské unie jde mnoho peněz do nejrůznějších projektů celostátních i regionálních. Nejvíce peněz se snaží dle své strategie Evropa 2020 dávat do inovačních a environmentálních projektů. V oblasti kavárenství lze získat dotace například v oblasti životního prostředí na snižování množství odpadu nebo na pořízení elektromobilu a dobíjecích stanic. [18,19, 23,24]

Kromě Evropské unie mají začínající podnikatelé různé možnosti finanční pomoci od státu. Například Ministerstvo průmyslu a obchodu nabízí v tuto chvíli (4. 2. 2020) program INOSTART pro začínající podnikatele s dobrým nápadem a zároveň problémem se získáním bankovního úvěru. Nejedná se o dotaci jako takovou, ale o zvýhodněné záruky za úvěry. Bankovní záruky v rámci tohoto programu zajišťují až 70 % jistiny úvěru. Lze získat úvěr ve výši 500 tisíc až 15 milionů Kč a tyto peníze využít na nákup hmotného, nehmotného, investičního a neinvestičního majetku a nově také na pokrytí provozních nákladů. Pokud podnikatel rozjíždí sociální podnikání, může získat příspěvek od Úřadu práce na vytvořená pracovní místa, pokud budou obsazena osobami se zdravotním, sociálním nebo kulturním znevýhodněním. Na platy těchto osob lze získat příspěvek ve výši 85-100 %. Pokud je začínající podnikatel veden na Úřadu práce a rozhodne se začít podnikat, může získat

jednorázovou finanční výpomoc, jejíž výše není pevně stanovena a rozhoduje o ní speciální komise. Nejvíce však může dosáhnout šestinásobku průměrné mzdy. [25]

Podnikatel se také musí rozhodnout, zda podnikat jako fyzická, nebo právnická osoba. Pokud se rozhodne podnikat jako právnická osoba, vzniká v podstatě úplně nová identita. Výhodou podnikání jako právnické osoby je nízká míra finanční odpovědnosti, zato nevýhodou je administrativní a finanční náročnost založení společnosti. Právnické osoby mají povinnost vést účetnictví a daňový základ se vypočítává ze všech vystavených faktur. Daň z příjmu právnických osob je 19 %. Naopak, pokud si podnikatel založí živnost, založení je nenáročné administrativně i finančně a daně se mu vypočítávají z procentuálních nákladů, nemusí vést účetnictví, pouze evidenci. Nese ale vysoké riziko odpovědnosti, pokud by se jeho živnost dostala do nesnáží. Daň z příjmu fyzických osob je 15 %. [26,27]

| Faktor                    | Příležitost/ohrožení | Pravděpodobnost | Míra dopadu | Intenzita působení |
|---------------------------|----------------------|-----------------|-------------|--------------------|
| Zavedení EET              | Ohrožení             | 5               | 3           | 15                 |
| Brexit                    | Ohrožení             | 5               | 1           | 5                  |
| Dotace                    | Příležitost          | 3               | 4           | 12                 |
| Podnikání jako FO nebo PO | Příležitost          | 2               | 4           | 8                  |

Tabulka č. 1: Zhodnocení politických faktorů působících na provozovnu  
Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.1.2 Ekonomické faktory

Z ekonomického hlediska se Česká republika a její hospodářství nachází téměř na svém vrcholu. Nezaměstnanost se drží těsně pod třemi procenty, v prosinci 2019 byla 2,9 %. Míra inflace byla v 12/2019 2,8 %, ročně se pohybuje mezi 2-3 % a zatím se stále pomalu zvyšuje. HDP v ČR vzrostl ve 3. kvartálu roku 2019 o 2,5 % v porovnání se 3. čtvrtletím roku 2018, tedy meziročně, a oproti 2. kvartálu 2019 vzrostl o 0,3 %. Mediánová mzda ve 3. čtvrtletí roku 2019 vzrostla na 29 549 Kč, zatímco ve stejném období roku 2018 byla 27 719 Kč. Česká republika patří mezi 32 nejvíce konkurenceschopných států na světě. Jsou zde poměrně malé rozdíly mezi nejbohatšími a nejchudšími obyvateli a v porovnání s ostatními státy má velmi malý podíl obyvatel žijících pod prahem chudoby. V poslední době se hodně v politických kruzích diskutuje o zrušení superhrubé mzdy. Pokud by zákon o zrušení

superhrubé mzdy vyšel v platnost, zaměstnancům by se zvýšil disponibilní příjem, i když jen nepatrně. [28,29,30,31,32]

Rok 2020 by měl být pro ČR i zbytek světa ve znamení zpomalení ekonomického růstu. Odborníci odhadují růst ekonomiky na 2 %. Důvodem zpomalení růstu je nasycenost trhu práce, na němž chybí kvalifikovaní odborníci, ale zpomalení je způsobeno i nejistotami v souvislosti s brexitem a politikou USA. Ekonomika neporooste stejně ve všech oblastech. Problém budou mít obory s nízkými platovými podmínkami, které nemohou splnit požadavky pracovníků na mzdy. Se zpomalujícím růstem ekonomiky souvisí i snižování inflace a také nárůst nezaměstnanosti, které avšak nebudou nijak dramatické. Inflace se sníží oproti roku 2019 přibližně o 0,4 % na 2,4 % a nezaměstnanost by měla stoupnout na 3,2 %. Minimální mzda se od 1. ledna 2020 zvýšila o 1250 Kč na 14 600 Kč. Ceny porostou především u tabáku a alkoholu, a to díky navýšení spotřební daně, a poroste nadále i cena elektřiny, i když méně než v předchozím roce. Naopak vzhledem k nižším výhledům cen ropy by mohly stagnovat nebo se snížit ceny pohonných hmot. U české koruny se neočekává její posílení, naopak na konci roku by mohla mírně oslabit. [33,34]

| <b>Faktor</b>           | <b>Příležitost/ohrožení</b> | <b>Pravděpodobnost</b> | <b>Míra dopadu</b> | <b>Intenzita působení</b> |
|-------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------|---------------------------|
| Růst mezd               | Ohrožení                    | 4                      | 2                  | 8                         |
| Zpomalení růstu inflace | Příležitost                 | 3                      | 2                  | 6                         |
| Růst nezaměstnanosti    | Příležitost                 | 3                      | 3                  | 9                         |
| Zpomalení ekon. růstu   | Ohrožení                    | 4                      | 3                  | 12                        |
| Navýšení spotřební daně | Ohrožení                    | 5                      | 2                  | 10                        |
| Růst cen elektřiny      | Ohrožení                    | 4                      | 2                  | 8                         |

*Tabulka č. 2: Zhodnocení ekonomických faktorů působících na provozovnu  
Zdroj: Vlastní zpracování*

### **4.1.3 Sociokulturní faktory**

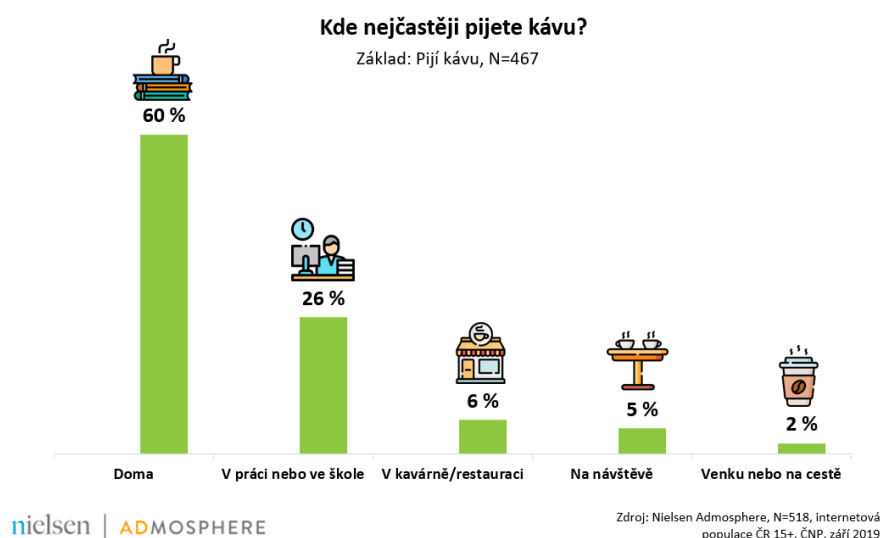
Sociální a kulturní faktory se jasně prolínají s faktory ekonomickými a politickými, z velké části bývají jejich důsledkem.

Nejpalčivější otázkou v sociokulturní oblasti je stárnutí populace. Předpokládá se, že do roku 2065 budou obyvatelé nad 65 let v ČR zastávat až 1/3 celkové populace (jejich podíl se téměř zdvojnásobí). Celkově se bude prodlužovat věk dožití, nejvíce se projeví nárůst obyvatel nad 85 let věku. Proto je nutné zvažovat především důchodové a zdravotní reformy. Zároveň by se

díky migračním pohybům měl v blízké budoucnosti zvýšit celkový počet obyvatel, kteří zamíří především do větších metropolí (Praha, Brno). Na problém stárnutí populace odpověděla například kavárna Vollpension ve Vídni, kde obsluhují senioři. Zároveň zde pečou dezerty podle svých tradičních rodinných receptů a vyprávějí hostům své životní příběhy. Tento koncept má za úkol propojovat generace. [18,19,35]

Obecně od roku 1989 dochází v ČR i dalších bývalých socialistických zemích ke změně životního stylu. S přibývajícimi možnostmi v oblasti cestování, práce a trávení volného času se mění uvažování mladých lidí. Zvyšuje se věk, kdy lidé uzavírají manželství, mají děti a začínají pracovat. Využívá se zvyšující se možnost studovat, konkrétně nárůst množství studijních oborů, prodlužování studia apod. Naopak klesá zájem o učební obory a obory bez maturity. Stále je ČR ale pod průměrem úrovně vzdělání v EU. Pro gastronomii to může mít negativní důsledky, například úbytek lidí v učňovských oborech [18,19]

Pokud jde o trávení volného času, v dnešní době existuje nepřehledné množství možností vyžití. V souvislosti s tím aktivity a místa typická pro trávení volného času v období před rokem 1989, které zastávaly velký podíl, ztrácejí na významu (například putyky, hospody), naopak vzrůstá počet kavárenských zařízení. Přesto, dle výzkumu společnosti Nielsen Admosphere s pěti sty respondenty, si stále nejvíce Čechů nejčastěji vychutnává svou kávu v pohodlí domova (60 % dotázaných), v kavárnách pije nejčastěji kávu pouze 6 % respondentů. [18,19,36]



Graf č. 1: Výzkum Nielsen Admosphere, Kde Češi pijí nejčastěji kávu  
Zdroj: <https://www.nielsen-admosphere.cz/press/kavu-maji-cesi-radi-hlavne-kvuli-jeji-chuti-nejradeji-si-ji-vychutnaji-v-prostredi-domova/>

| Faktor                              | Příležitost/ohrožení | Pravděpodobnost | Míra dopadu | Intenzita působení |
|-------------------------------------|----------------------|-----------------|-------------|--------------------|
| Stárnutí populace                   | Ohrožení             | 4               | 4           | 16                 |
| Úbytek vyučených lidí               | Ohrožení             | 4               | 3           | 12                 |
| Mnoho možností trávení volného času | Příležitost          | 4               | 3           | 12                 |
| Výzkum Nielsen Admosphere           | Hrozba               | 3               | 4           | 12                 |

Tabulka č. 3: Zhodnocení sociokulturních faktorů působících na provozovnu  
Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.1.4 Technologické faktory

Jedním ze základních pilířů konkurenceschopnosti země jsou inovace, výzkum a vývoj. V době globalizace je třeba neustále se rozvíjet a v technologické vyspělosti se snažit následovat a dohánět nejlepší země. Výše je uvedeno, že vláda ČR a EU dává nejvíce peněz do inovačních projektů.

Snahu o technologickou vyspělost lze pozorovat ve všech odvětvích průmyslu, zemědělství i služeb. Kvůli chybějící způsobilé pracovní síle se v poslední době vývoj zaměřuje především na robotiku, výsledkem čehož má být zaplnění pracovních míst umělou inteligencí. Například v Tokiu byla v roce 2018 otevřena robotizovaná kavárna Henna Café (neboli Podivná kavána), kde je jedinou obsluhou robot Sawyer, který umí připravit kávu, horkou čokoládu nebo čaj, pozdraví zákazníka a nezapomene mu připomenout, že kávu připraví lépe než člověk. [37]

V souvislosti s ekologickými vlivy nelze opomenout ani odvětví elektromobilů a dalších alternativ, kterými se vědci pokouší nahradit spalovací motory a další nadměrné využívání neobnovitelných zdrojů. Jak bylo již zmíněno v politických faktorech, na pořízení elektromobilů i nabíjecích stanic jsou vypisovány dotace pro podnikatele, zároveň tím může podnikatel získat úlevu od daní (např. silniční daň). Nicméně se koupě elektromobilu podnikateli vyplatí, pokud s ním najede více než 400 tisíc km a pokud ho má kde nabíjet. [38]

| Faktor        | Příležitost/ohrožení | Pravděpodobnost | Míra dopadu | Intenzita působení |
|---------------|----------------------|-----------------|-------------|--------------------|
| Robotika      | Příležitost          | 3               | 3           | 9                  |
| Elektromobily | Příležitost          | 2               | 4           | 8                  |

Tabulka č. 4: Zhodnocení technologických faktorů působících na provozovnu  
Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.1.5 Ekologické faktory

Ekologické faktory jsou nejmladším bodem, který se v oblasti makroprostředí řeší. Před rokem 1990 v ČR v podstatě neexistovala žádná ochrana životního prostředí. Po roce 1990 započala změna vytvořením Ministerstva životního prostředí. Od té doby se Česká republika snaží plnit mezinárodní dohody o klimatu, biologické rozmanitosti a dalších bodech projednávaných například na Summitu Země v Riu de Janeiro v roce 1992. Služby, tedy i kavárny, zatěžují nejvíce životní prostředí množstvím vyprodukovaného odpadu, spotřebované energie a plýtváním potravinami. Zároveň je kvůli nejrůznějším překážkám složité s tím bojovat. Alespoň částečně lze něco dělat. Aplikace Nesnězeno, která v roce 2019 vyhrála ekologickou cenu E.ON Energy Globe, se například snaží bojovat s plýtváním potravin v gastronomických podnicích. Do této aplikace se může přidat jakákoliv gastronomická provozovna a jídlo, které se nesní, nabízet za nižší cenu. [39]

V posledních letech se otázka ochrany životního prostředí dostává stále více do popředí. Světoví lídři upozorňují na nutnost změnit přístup k rozvoji v co nejvíce udržitelném měřítku. Jednou z ožehavých otázek je oblast dopravy. Intenzita automobilové dopravy se neustále zvyšuje, dalšími velkými znečišťovateli jsou letecká a lodní doprava. Kavárny jsou závislé na dovozu kávy a dalších surovin potřebných pro svůj provoz. Přeprava těchto surovin vzhledem k vzdálenosti většinou probíhá letecky.

V oblasti cestovního ruchu se dá hovořit ale i o pozitivních jevech. Například rozvoj tzv. „zeleného cestovního ruchu“. Jedná se o udržitelnou formu, kdy se účastníci snaží uspokojovat svoje potřeby, aniž by zatížili životní prostředí. Dále lze pozorovat trend zájmu o regionální potraviny, fairtrade výrobky a také snahu v rámci Customer Relationship Managementu o udržitelný přístup v podnicích (třídění odpadu, zero waste podniky atd.)

| Faktor                 | Příležitost/ohrožení | Pravděpodobnost | Míra dopadu | Intenzita působení |
|------------------------|----------------------|-----------------|-------------|--------------------|
| Aplikace Nesnězeno aj. | Příležitost          | 4               | 3           | 12                 |
| Dovoz surovin          | Ohrožení             | 2               | 4           | 8                  |
| „Zelený“ CR            | Příležitost          | 4               | 4           | 16                 |

Tabulka č. 5: Zhodnocení ekologických faktorů působících na provozovnu  
Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.1.6 Syntéza výsledků PESTE

Z každého druhu faktorů vyšly ty, které je nejdůležitější řešit, zabývat se jimi, dát si na ně pozor, nebo je naopak využít.

Politicky a legislativně je podstatné, aby si podnikatel před otevřením provozovny nastudoval zákony a dokázal na ně později pružně reagovat. Jak funguje EET, nezapomenout si při zavedení zažádat o slevu na dani; projít si možné dotace, případně se poradit na příslušných úřadech, jestli by měl na nějaké dotace nárok a jaké jsou podmínky.

Ekonomika se začíná zpomalovat, je možné, že brzy dojde k recesi, což bude mít vliv na úspěch podnikání a podnikatel musí být připraven a musí se rychle přizpůsobit. Spotřební daň například na pivo je v tuto chvíli tak komplikovaná, že je nejspíš nejvýhodnější vůbec alkohol v provozovně nezavádět.

Nejpalčivějším socio-kulturním aspektem je stárnutí populace. Může to být problém, ale zároveň se toho dá využít jak ve Vollpensionu ve Vídni.

Technologie mohou zajistit konkurenční výhodu, ale záleží na tom, kde podnik leží. Ve velkých městech se klientela pro robotizované kavárny asi najde, v menší městě by to mohlo být ale i na škodu.

Jasným trendem v cestovním ruchu je tzv. „zelený cestovní ruch“, který podporují jak spotřebitelé, tak i politici čeští i evropští a ekologický přístup v kavárně může zajistit konkurenční výhodu, investory i možné dotace pro podnik.

## 4.2 Analýza nových trendů v kavárnách

Globálním trendem dnešní doby je zážitek. Lidé obecně touží prožít něco víc, než o co si primárně požádali. Pokud jedou do hotelu, nejvíce je nadchne čokoládový bonbon na posteli, nevyžádané pozornosti od personálu, jednoduše něco navíc. To samé platí pro oblast gastronomie, samotný zážitek z jídla nebo pití jednoduše nestačí. Proto vznikají nové druhy pohostinství, které spojují základní službu s navazující další službou, která přináší zákazníkům požitek.

### 4.2.1 Nové druhy kaváren

U všech těchto kaváren je stále základem dobrá káva. Ale proč „hru“ nepovýšit na další úroveň? Navýšení uspokojení z kávy lze dosáhnout nejrůznějšími způsoby.

**Designové kavárny** jsou nejjednodušší variantou, jak spojit dvě věci dohromady. Dobrá káva a zajímavé, netradiční místo. Kavárny se dnes objevují na místech, která by málokdo čekal, že se dají využít k tomuto účelu. Například staré tovární budovy, bývalé řemeslné dílny, kasárny nebo nepoužívaný bazén.



Obrázek č. 7: Kavárna Bazén – Kasárna Karlín, Praha

Zdroj: <https://www.interierroku.cz/cs/kavarna-sprchy-a-bazen-kasarna-karlin-praha/>

**Literární kavárna** není žádnou novinkou na trhu. Od počátku existence kaváren je popíjení kávy spojené se čtením. Ať už novin či knih. Dnes se kavárny propojují v tomto duchu s knihovnami a dokonce i s knihkupectvími, ve kterých si knížku lze nejprve začít číst, a poté i koupit, což knihkupectvím navyšuje prodej. Novinkou je i tzv. literární recyklace, kdy se knihy, co už majitel nechce, posílají dál. V kavárnách vznikají knihovničky, do kterých lidé



vkládají knihy a někdo jiný si ji může bezplatně vzít, přečíst a buď nechat, poslat dál nebo ji prostě vrátit na místo.



Obrázek č. 8: *Café Exil, Literární kavárna a knihkupectví, budoir nakladatelství Garamond*  
Zdroj: <https://www.citybee.cz/vizitky/6962/:/fb/1/>

**Hudební kavárny** spojují kávu a živou hudbu. Nejen v kavárnách je trendem umístování volně přístupných klavírů k hraní, u nichž se může realizovat prakticky kdokoliv, ať už umí zahrát Turecký pochod, nebo jen první dva takty ze skladby Pro Elišku. Některé kavárny pořádají však i večery s živou hudbou, kdy hraje celá kapela, případně jiný umělecký soubor. Ve zbytku času, kdy živá hudba nevystupuje (například přes den), si tyto kavárny dávají záležet na výběru kvalitní hudby, která ladí s prostředím a atmosférou kavárny.



Obrázek č. 9: *PETROF café, Hradec Králové*  
Zdroj: <https://www.restu.cz/petrof-cafe/>

**Internetové kavárny** jsou asi největším hitem dnešní doby. Nejvíce je využívají studenti nebo cizinci, kteří nemají jak jinak se spojit s domovem nebo je pro ně jednoduše pohodlnější vyřizovat elektronickou poštu, psát práce do školy nebo skypeovat s rodinou při dobré kávě,

než doma. Cena připojení se odvíjí od nejrůznějších aspektů, například kde se kavárna nachází, jak rychlý je internet nebo co všechno připojení k němu umožňuje (jestli povoluje přístup na sociální sítě, přístup k online hrám, nebo čistě jen nekomerční připojení ke Google nebo jinému vyhledávači).

Dalšími možnostmi jsou například **taneční kavárny**, **kočičí kavárny** nebo **herní kavárny**. Podnikatelé neustále přichází s novými nápady, aby se odlišili od konkurence. Kavárny často nejsou zaměřené pouze čistě na jednu aktivitu, například literární kavárny pořádávají různé chytré kvízy, besedy, soukromé oslavy, mohou sloužit jako galerie nebo se v nich k příležitosti významných dnů v roce (Vánoce, Velikonoce, Halloween,...) konají různé tematicky zaměřené akce.

#### **4.2.2 Kavárny s workshopy**

Jedním z nejvíce skloňovaných nových slov v oblasti podnikání je workshop. V překladu znamená doslova dílna, většinou ale označuje seminář nebo jinou formu vzdělávací aktivity v podobě tvůrčího pracovního setkání. Je zaměřený na interakci, výměnu informací a uplatnění dovedností a znalostí. Zároveň by měl znalosti a dovednosti účastníka dále rozvíjet. Předpokládá, že účastník zvládl teoretickou část a nyní má šanci vyzkoušet si ji v praxi. Většinou je předem připravený program, během nějž lektor předává zkušenosti v nějaké konkrétní oblasti. [40]

Specifickou vlastností workshopu je, že, na rozdíl od přednášky, nejsou účastníci pouhými posluchači a lektor pouze „nepoučuje“, ale prakticky ukazuje účastníkům, co mají dělat a oni se zapojují do praktické činnosti a diskutují. Workshop se odehrává na místech přímo spojených s danou tematikou, jako jsou farmy, turistická místa, hotely a podobně. [41]

Workshopy v kavárnách jsou poměrně novou záležitostí. V teoretické části bylo zmíněno, že některé kavárny nabízejí svým zákazníkům degustaci kávy, která má jak zábavné, tak naučné aktivum. Kromě cuppingu může být workshopem prakticky cokoliv spojeného s kávou. Například baristický kurz, workshop pražení kávy, přípravy alternativních káv, latté art workshop apod. V kavárnách se dají pořádat i workshopy nesouvisející přímo s kávou. Mohou to být nejrůznější akce – umělecké (malování, linoryt, keramika, malování na obličej a další), naučné (např. workshop pro učitele, pro nové prodejce kosmetických produktů,...) nebo cukrářské (malování čokoládou, výroba marcipánových figurek, zdobení dortů apod.).

### 4.2.3 Udržitelný rozvoj v kavárnách

Dalším trendem dnešní doby je ochrana životního prostředí. Dalo by se napsat „*už bylo načase*“. Bohužel některé ekologické přístupy narážejí na bariéru hygienických předpisů, které jsou samozřejmě důležitější a hlavně legislativně podložené. Obecně gastronomické provozovny vyprodukují významné množství odpadu. Legislativně je podložené, jak se s ním musí nakládat. Legislativní předpisy jsou hodně komplikované, proto se nelze plně divit gastronomickým provozovnám divit, že nic neriskují a neřeší ekologickou stopu, kterou za sebou zanechávají. [42]

Částečně je ale vina na straně právě provozoven. Protože se často ani nenamáhají udělat něco navíc, co by neuškodilo jim a navíc by pomáhalo planetě. Existují možnosti, jak si mohou podniky „*zlepšit karmu*“ a nenarazí na zákon, který by porušili. V roce 2018 vznikl projekt Cirkulární kavárny a restaurace, který pomáhá podnikatelům pochopit udržitelný způsob podnikání a podniknout kroky ke snížení odpadu a celkovému ekologičtějšímu pohledu na podnikání v gastronomii. [43]

#### Zero Waste

Snahou o co nejmenší množství odpadu je myšlenka zero waste. V doslovném překladu to znamená nulový odpad. Mohlo by se zdát, že se s gastronomickým odvětvím služeb zero waste nemůže shodnout. Avšak každá gastronomická provozovna se může alespoň snažit přiblížit se mu, co nejvíc to jde. Zero waste se snaží zredukovat všechny odpad, nejvíce se však zaměřuje na plasty, kvůli době jejich rozkladu a náročnosti recyklace. Nemělo by se ale zapomínat i na ostatní druhy odpadu, protože například papír se sice rozloží rychleji než plast, jeho výroba je však někdy pro životní prostředí náročnější. Zero waste se řídí pěti základními zásadami, které vytvořila Bea Johnson ve své knize Zero waste home:

- **Zamítnout (refuse)** – První zásada je nejdůležitější. Základem je rozhodnout se, zda je daný produkt nutný kupovat, zda je potřebný. Říkat ne jednorázovým obalům a předmětům jako jsou brčka (plastová i papírová), kelímky, igelitové tašky. Stejně tak baleným produktům, když jdou koupit bez obalu, a reklamním předmětům, které jsou zadarmo, ale stejně budou nevyužity někde ležet. Jednoduše se rozmyslet, zda je vhodné tahat domů další odpad.

- **Zredukovat (reduce)** – Některé předměty jsou potřeba, proto je nelze zamítnout. Je jich však potřeba tolik? Není nutné kupovat více potravin, než kolik se zvládne sníst, kupovat další oblečení, když skříň praská ve švech, a kosmetické výrobky, které jsou zbytečné. Redukovat se dá mnoho věcí – jízdy autem, spotřeba elektrické energie, vody apod.
- **Zužítkovat (reuse)** – Snažit se využít předmět, kolikrát to jde. Pokud se něco rozbije, snažit se to opravit a ne vyhodit. Pokud si lze vybrat mezi jednorázovým předmětem a předmětem na vícero použití, vybrat to druhé (například nabíjecí baterie, KeepCup - osobní kelímek na kávu).
- **Zrecyklovat (recycle)** – Obecně platí pravidlo recyklovat co nejvíce. Cílem Zero waste je však naopak recyklovat co nejméně. Pokud by se dodržovaly předchozí tři kroky opravdu důsledně, nebylo by totiž nutné recyklovat tolik, jako doted'. Recyklace totiž není stoprocentní ani nekonečná. Ne všechny odpad, co se vyhodí do recyklačních nádob, se dá zrecyklovat.
- **Zkompostovat (rot)** – Posledním bodem je kompostování. Co nelze zamítnout, zredukovat, znovupoužít a zrecyklovat, se dá zkompostovat. Tento krok říká, aby se veškerý bioodpad, patřící do daného ekosystému, měl vyhazovat na kompost a ne do klasického směsného odpadu. [44]

### **Fair Trade produkty**

Za zmínku v ekologické odpovědnosti kaváren stojí jistě fair trade. V překladu to znamená férový obchod. Fair trade je organizované sociální hnutí, které si dává za úkol zlepšit podmínky primárním výrobcům určitých produktů. Týká se to hlavně výrobců ze zemí třetího světa a zároveň tím podporují udržitelný způsob pěstování a výroby široké škály komodit. Díky Fair trade se lidé zemí třetího světa mohou žít vlastní prací a udržet si důstojné podmínky pro život. Samozřejmě tito lidé musí plnit také určitá pravidla, jako například nezaměstnávat děti, chránit přírodu atd. Nejznámějšími zástupci produktů fair trade jsou káva, čaj, kakao, banány, ale fair trade může být v podstatě jakákoliv komodita od oblečení až po diamanty. V České republice se již dají fair trade výrobky koupit v různých supermarketech (Globus, Lidl, Billa,...), malých obchůdkách se zdravou výživou (Bazalka, Sklizeno) nebo přímo na eshopu fairtrade Na Zemi.

## **Nabídka domácích a lokálních produktů**

Zdaleka ne posledním trendem dnešní doby jsou v kavárnách homemade produkty. Malí podnikatelé to mají v konkurenci velkých řetězců složité a již pochopili, že si musí pomáhat a navzájem se podporovat, především když si navzájem nemusí konkurovat. Kavárny se snaží o využívání lokálních, malých producentů výrobků, kteří mají někdy i příznivější ceny, ale především kvalita jejich produkce bývá diametrálně odlišná od trvanlivých produktů gigantických korporací.

Nejoblíbenějšími domácími produkty využívanými v gastronomických provozovnách jsou marmelády, medy, zákusky a dorty, limonády, mošty, případně i různé vybavení kavárny jako nábytek a nádobí, které dávají kavárně originální, neokoukaný nádech. Zároveň je to skvělý marketingový tah, jak si naklonit hosty, protože je vidět, že má podnikatel srdce a často podporuje své sousedy, spoluobčany nebo prostě malé výrobce z různých koutů republiky.

### **4.3 Analýza mikroprostředí – Porterův model pěti sil**

Analýza mikroprostředí není pro malého podnikatele o nic méně podstatná než analýza makroprostředí. Jedinou výhodou mikroprostředí je, na rozdíl od makroprostředí, že jej může i malý podnikatel do určité míry ovlivnit. Proto je velice důležité seznámit se s přímým okolím svého potenciálního či existujícího podniku, aby bylo co nejlépe dosaženo konkurenční výhody.

Podnikatel má v plánu otevřít kavárnu v Hradci Králové, proto je zkoumáno prostředí v tomto městě a jeho okolí.

#### **4.3.1 Stávající konkurence**

Kavárny, jakožto i jiné gastronomické provozovny, nemívají dlouhodobou životnost. Proto se konkurence neustále obměňuje. Kavárna, co byla ještě loni v létě otevřená, již neexistuje, a to třeba bez jakýchkoliv indicií na svých webových stránkách nebo sociálních sítích. V minulých letech nicméně trend kaváren začal nabírat na síle, což se projevilo i v Hradci Králové. Dnes na jeho území funguje na 25 kaváren. Některé jsou kvalitnější, některé méně. Provozovny odebírají různé druhy kávy, 100 % arabiku, směsi, z italských pražír (Illy, Lavazza,...) nebo z českých, dokonce si kavárny praží svou kávu samy nebo jsou zřízeny primárně jako pražírna a kavárna je jen třešničkou na dortu. Stejně jako rozmanité druhy kávy

mají i obecně rozmanitý přístup k vedení kavárny. Některé kavárny jsou koncipovány jako Espresso Bary, jiné spoléhají na pohodlí a klid, další mají přidanou hodnotu, kterou zákazník neočekává (živá hudba, opravná kol apod.). Z těchto cca 25 kaváren bylo vybráno a navštíveno 9, které jsou zajímavé buď dobrou kávou, zajímavým prostředím či již zmiňovanou přidanou hodnotou. V následujícím výčtu jsou zhodnoceny.

### Cona Coffee

Cona se nachází na ulici S. K. Neumanna mezi hlavním vlakovým nádražím a obchodními centry Tesco a Atrium. Je to malá rodinná kavárna, která díky své poloze cílí pravděpodobně na cestující přijíždějící a odjíždějící z HK a na klienty nakupující v blízkých obchodech a obchodních centrech (Atrium, Tesco a Aupark). Provozovna je malá, útulná, svou kapacitou nepřevyšuje 25 hostů, barvy uvnitř jsou laděny do žluté, hnědé a černé. Nevýhodou jsou stolky téměř u vchodu, kdy za studených dní dovnitř táhne. Obsluhuje zde matka s dcerou, obě velmi příjemné, jsou ochotny poradit a objasnit, co prodávají, nabízejí alternativy. Kávu zde připravují jak ze 100 % arabiky, tak i ze směsi. Nakupují v malých pražírnicích (Doubleshot, Hasbean,...), obměňují nabídku, připravují espresso i alternativní kávy, latté art na pohled velmi vyvedené. Kromě kávy nabízí výběrové čaje, studené alko i nealko nápoje (fresh, limonády, smoothie,...), sladké i slané občerstvení (bagety, domácí dezerty, zmrzlina), Pokud zákazník spěchá, může si vzít kávu s sebou do vlastního hrnečku, případně do jejich ekologických kelímků.

| Sledovaný aspekt    | Maximální počet bodů | Cona Coffee |
|---------------------|----------------------|-------------|
| Koncept kavárny     | 5                    | 4           |
| Prostředí v kavárně | 5                    | 4           |
| Obsluha             | 5                    | 5           |
| Káva                | 5                    | 5           |
| Další nabídka       | 5                    | 4           |
| Přidaná hodnota     | 5                    | 1           |
| <b>Celkem</b>       | <b>30</b>            | <b>23</b>   |

*Tabulka č. 6: Hodnocení Cona Coffee  
Zdroj: Vlastní zpracování*



Obrázek č. 10: Cappuccino a sušenky v Cona Coffee

Zdroj: <https://www.facebook.com/conacoffeehk/photos/a.537005732995492/3187132331316139/?type=3&theate>

Ľ

## **Café Na kole**

Nachází se na Velkém náměstí v kopci na straně blíž k Soudu. Je to malá kavárna specializující se především na výběrovou kávu a kávové speciality. Prostředí je malé, útulné, s dekoracemi na téma Kolo, barvy jdou do béžové, černé a červené. Bohužel kvůli malému prostoru jsou úložné prostory i v prostředí kavárny a v chodbě vedoucí k toaletám. Baristé zde rozumí naprosto dokonale své práci a kávě, poradí, dolijí vodu bez požádání. Podávají výběrovou 100 % arabiku z malých českých pražírén (Doubleshot, REBELBEAN, La Boheme,...), připravují espresso i alternativy a nabízejí degustační menu 2-6 filtrovaných káv, jsou odborníky na latté art. Mimo kávu mají nabídku dalších teplých i studených alko i nealko nápojů (domácí limonády, čaje, mošty...) domácí dezerty (bábovka i cheesecake) i slaná jídla (quiche, bagety). Jako přidanou hodnotu nabízí kávový catering a bussiness cuping, možnost půjčit si pumpičku i náhradní duši na kolo, kulturní program.

| Sledovaný aspekt    | Maximální počet bodů | Café Na kole |
|---------------------|----------------------|--------------|
| Koncept kavárny     | 5                    | 5            |
| Prostředí v kavárně | 5                    | 4            |
| Obsluha             | 5                    | 5            |
| Káva                | 5                    | 5            |
| Další nabídka       | 5                    | 4            |
| Přidaná hodnota     | 5                    | 5            |
| <b>Celkem</b>       | <b>30</b>            | <b>28</b>    |

Tabulka č. 7: Hodnocení café Na kole  
Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek č. 11: Degustační menu, cappuccino, domácí limonáda a čokoládový dortík v café Na kole  
Zdroj: Vlastní



Obrázek č. 12: Degustační menu v café Na kole – výběrová filtrovaná káva z Nikaraguy a Brazílie  
Zdroj: Vlastní



## Rychlý kafe

Rychlý kafe se nachází V Kopečku – nad Adalbertinem, pod Velkým náměstím, tedy přímo v centru. Nabízí kávu především s sebou, na cesty. Kavárna je maličká, jelikož je koncipovaná především na odnesení kávy s sebou, je zde pouze jeden stoleček. Prostředí je moderní, využívá dřevo, černou barvu a všudypřítomný znak losa. Obsluha je pouze na baru, nicméně je velmi příjemná a rozumí své práci. Nabízí výběrovou kávu z českých (Nordbeans, Candycane coffee,...) i zahraničních pražíren, espresso i alternativy (každý den 2 druhy batch brew), vlastní pokusy (Vapuccino, Lední tygr). V nabídce mají dortíky z malé lokální cukrárny ve Dvoře Králové Milujeme dorty. Pokud nemá host čas ani si pro kávu během práce skočit, lze zařídit zrnkovou kávu s sebou, dovoz kávy do práce, kávový catering nebo karavan Kafetérie, a kterým objíždějí různé akce.

| Sledovaný aspekt    | Maximální počet bodů | Rychlý kafe |
|---------------------|----------------------|-------------|
| Koncept kavárny     | 5                    | 3           |
| Prostředí v kavárně | 5                    | 3           |
| Obsluha             | 5                    | 4           |
| Káva                | 5                    | 4           |
| Další nabídka       | 5                    | 5           |
| Přidaná hodnota     | 5                    | 4           |
| <b>Celkem</b>       | <b>30</b>            | <b>23</b>   |

*Tabulka č. 8: Hodnocení Rychlý kafe  
Zdroj: Vlastní zpracování*



*Obrázek č. 13: Cappuccino a Raffaello dortík v Rychlý kafe  
Zdroj: Vlastní*

## Simple Cafe

Simple Cafe je situováno na Švehlově ulici, blízko Masarykova náměstí a nábřeží. Je koncipováno jako Espresso bar, který bývá zaměřen primárně na spěchající lidi, kteří si dají rychlou kávu s sebou. Proto je i prostředí v kavárně strohé, v bussiness stylu. Nicméně svou rozlohou by kavárna mohla být koncipována i jinak. Je zde velký prostor pro pohodlné posezení, které se však nachází pouze v zadní místnosti. V přední jsou barové stolky a židle podél stěny, přizpůsobené pro lidi, kteří přijdou sami a budou pravděpodobně pracovat. Objednávky se provádí pouze na baru, barista poté kávu přinese. Nabízí výběrovou, 100% arabiku, espresso i alternativy, latté art, káva pochází z domácích pražírén (např. Nordbeans). Kromě kávy mají střízlivou nabídku domácích dortů, studené i teplé nápoje. V létě má kavárna venku zahrádku.

| Sledovaný aspekt    | Maximální počet bodů | Simple Cafe |
|---------------------|----------------------|-------------|
| Koncept kavárny     | 5                    | 4           |
| Prostředí v kavárně | 5                    | 3           |
| Obsluha             | 5                    | 3           |
| Káva                | 5                    | 4           |
| Další nabídka       | 5                    | 3           |
| Přidaná hodnota     | 5                    | 2           |
| <b>Celkem</b>       | <b>30</b>            | <b>19</b>   |

Tabulka č. 9: Hodnocení Simple Cafe  
Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek č. 14: Espresso a filtrovaná káva, štrúdl a kokosovo-čokoládový dort v Simple Cafe  
Zdroj: Vlastní

## Café Local

Jako jedno z mála se Café Local nenachází v centru, ale na Moravském předměstí, v objektu Trhy Stromovka, ve kterém nabízí své produkty čeští farmáři. Kavárna je otevřená a průchozí, s velkým množstvím míst k sezení, ať už v barovém stylu, nebo menší či větší klasické stoly s židlemi. Kavárna využívá bílé klasické barvy ve stylu francouzské Provence, díky předměstí je kolem klid a zelená příroda, i přesto, že se nachází u sídliště. Obsluha byla velmi znalá, ochotná poradit. V nabídce mají kromě klasické směsi i 5 druhů 100% arabiky z celého světa, pravidelně druhy obměňují. Pouze espresso styl, nevalné latté art, nenabízí žádné alternativy. Kromě kávy mají i velký výběr dalších alko a nealko teplých i studených nápojů (limonády, freshe, čaje, vína,...) domácích dortů, zmrzlinu vlastní výroby a zmrzlinové poháry, panini.

| Sledovaný aspekt    | Maximální počet bodů | Café Local |
|---------------------|----------------------|------------|
| Koncept kavárny     | 5                    | 5          |
| Prostředí v kavárně | 5                    | 4          |
| Obsluha             | 5                    | 4          |
| Káva                | 5                    | 5          |
| Další nabídka       | 5                    | 5          |
| Přidaná hodnota     | 5                    | 2          |
| <b>Celkem</b>       | <b>30</b>            | <b>25</b>  |

*Tabulka č. 10: Hodnocení Café Local  
Zdroj: Vlastní zpracování*



*Obrázek č. 15: Cappuccino, dort s lesním ovocem a malinová limonáda v Café Local  
Zdroj: Vlastní*

## LamCafé

LamCafé je situováno do Tomkovy ulice, uličky hned za Velkým náměstím, v těsné blízkosti je Městská hudební síň. Primárně jde o pražírnu kávy, sekundárně o kavárnu a rum bar. Kavárna a pražírna se nachází ve starém domě, což využívá i pro své prostředí, kdy sází na dřevo, starý nábytek, jako dekorace slouží staré obrazy a stará pražička. Obsluhující muž byl moc milý a ochotný, bylo vidět, že kávu sám praží, o celou provozovnu se stará sám a je jeho. Nabízí 100% arabiku, praženou přímo na místě, pravidelně obměňují druh kávy, připravují espresso i alternativy, latté art. Mají malou celkovou nabídku, mimo kávu pouze velký výběr rumů, studené nápoje (pivo, víno, džusy, cola,...), horkou čokoládu, denní nabídku dezertů.

| Sledovaný aspekt    | Maximální počet bodů | LamCafé   |
|---------------------|----------------------|-----------|
| Koncept kavárny     | 5                    | 5         |
| Prostředí v kavárně | 5                    | 4         |
| Obsluha             | 5                    | 5         |
| Káva                | 5                    | 5         |
| Další nabídka       | 5                    | 3         |
| Přidaná hodnota     | 5                    | 3         |
| <b>Celkem</b>       | <b>30</b>            | <b>25</b> |

*Tabulka č. 11: Hodnocení LamCafé  
Zdroj: Vlastní zpracování*



*Obrázek č. 16: Filtr Hario V60 v LamCafé  
Zdroj: Vlastní*

## Artičok

Artičok je multifunkční platforma pro umělecky zaměřené lidi, nacházející se na Třídě Karla IV. v blízkosti bio Central. Kavárna je součástí této platformy. Artičok se zaměřuje na výstavy, kurzy apod. Kavárna je situovaná ve staré budově s vysokými stropy, využívá starý nábytek v kombinaci s moderními barvami a lustry, různá zákoutí, knihovnu a zadní prostor pro pořádání besed, kurzů. Pracuje zde mladý ochotný kolektiv, zaměřený na umělecký život. Nabídka kávy je klasické espresso, káva pochází z italské pražírny Lucaffè. Nabízí Výběrová vína, pivo, horkou čokoládu, čaje, destiláty, limonády, míchané nápoje, dezerty dle denní nabídky, pochutiny. Kromě hlavních prostor kavárny mají i kočičí salonek.

| Sledovaný aspekt    | Maximální počet bodů | Artičok   |
|---------------------|----------------------|-----------|
| Koncept kavárny     | 5                    | 5         |
| Prostředí v kavárně | 5                    | 5         |
| Obsluha             | 5                    | 4         |
| Káva                | 5                    | 2         |
| Další nabídka       | 5                    | 4         |
| Přidaná hodnota     | 5                    | 5         |
| Celkem              | <b>30</b>            | <b>25</b> |

Tabulka č. 12: Hodnocení kavárny Artičok  
Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek č. 17: Cappuccino v Artičoku  
Zdroj: <http://www.articok.cz/kavarna/>

## PETROF Café

Nachází se přímo v areálu továrny PETROF a je součástí kulturního centra PETROF Gallery, které bylo vystavěno v prostoru staré výrobní haly. Jedná se o hudební kavárnu se samohrajícím klavírem a dalšími nástroji, které jsou všechny k dispozici hostům. Nabízí kávu z hradecké pražírny, která je pražená přímo pro tuto kavárnu. Kávu připravují klasickým espresso stylem, mají i velký výběr káv s alkoholem (Jamajská, Ruská, Shin Shin aj.). Kromě kávy nabízí teplé i studené nealko nápoje, pivo a moravská vína a další alkoholické nápoje. K jídlu si lze dát čerstvé sendviče nebo zákusky. V prostoru kavárny se konají různé akce, například vernisáže nebo koncerty. Kavárna nabízí i catering.

| Sledovaný aspekt    | Maximální počet bodů | Petrof Café |
|---------------------|----------------------|-------------|
| Koncept kavárny     | 5                    | 5           |
| Prostředí v kavárně | 5                    | 5           |
| Obsluha             | 5                    | 4           |
| Káva                | 5                    | 4           |
| Další nabídka       | 5                    | 3           |
| Přidaná hodnota     | 5                    | 5           |
| <b>Celkem</b>       | <b>30</b>            | <b>26</b>   |

Tabulka č. 13: Hodnocení PETROF Café  
Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek č. 18: Cappuccino v PETROF café  
Zdroj: <https://www.petrofgallery.cz/cafe/#group-21>

## Vozáb

Nachází se naproti Simple Cafe, ve Švehlově ulici, ale koncept je naprosto odlišný. Tato kavárna sází na klasiku a útulnost. Kavárna se nachází ve dvoře, v předělaném rodinném domě, přední místnost bývala nejspíše verandou, či předsíní. Podél zdi se táhne polstrovaná lavice, malé stolky a židličky. Přímo za barem je kuchyň jako v klasické domácnosti, tudíž i velký prostor pro zaměstnance. Součástí interiéru je klavír. Ručně psané menu. Interiér laděný do modra. Obsluha byla milá, příjemná. Nabízí kávu Julius Meinl, pouze espresso styl. Kromě kávy mají široký výběr nápojů (teplých i studených, mléčné a zmrzlinové koktejly, míchané nápoje, pivo a další alko nápoje), denní nabídka dezertů, využití lokálních potravin (Hořická trubička), slané chuťovky.

| Sledovaný aspekt    | Maximální počet bodů | Vozáb     |
|---------------------|----------------------|-----------|
| Koncept kavárny     | 5                    | 4         |
| Prostředí v kavárně | 5                    | 5         |
| Obsluha             | 5                    | 4         |
| Káva                | 5                    | 2         |
| Další nabídka       | 5                    | 3         |
| Přidaná hodnota     | 5                    | 2         |
| <b>Celkem</b>       | <b>30</b>            | <b>20</b> |

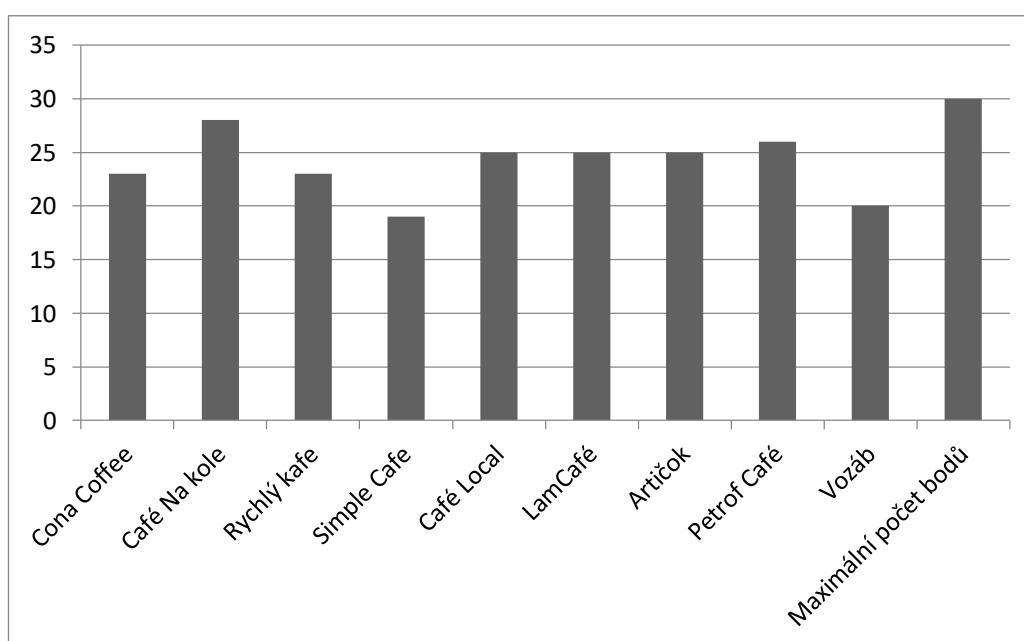
*Tabulka č. 14: Hodnocení kavárny Vozáb  
Zdroj: Vlastní zpracování*



*Obrázek č. 19: Cappuccino a rakvička se šlehačkou v kavárně Vozáb  
Zdroj: Vlastní*

## Syntéza výsledků analýzy stálé konkurence

Jelikož byly záměrně pro průzkum vybírány kavárny kvalitní, takové, které mají co zákazníkům nabídnout, většina z nich si zakládá na kvalitní kávě a snaží se přidat i další zajímavý aspekt, všechny provozovny byly hodnoceny vcelku pozitivně, nejlépe dopadla Café Na kole, hlavně díky jedinečnému degustačnímu menu, a o jediný bod za ní skončil PETROF Café, která kromě vlastní značky kávy nabízí i nepřeberné množství akcí a je vybudována v zajímavém interiéru. Na nejnižší příčce skončilo Simple Café, zajímavě koncipovaný espresso bar, který by se však hodil do menšího prostoru, takto velká provozovna se tudíž zdá nevyužitá, rovněž obsluha na baru působí zvláště nevyužitě.



Graf č. 2: Výsledky analýzy konkurenčních kaváren  
Zdroj: Vlastní zpracování

### 4.3.2 Nová konkurence

Nové konkurenční podniky v oblasti gastronomie se objevují téměř denně. Obzvláště kavárnictví je poslední dobou velice oblíbeným odvětvím pohostinství, stále dosahuje vyšší a vyšší úrovně, objevují se nové trendy. Proto i když se zdá, že podnikatel má unikátní nápad, týden před ním může otevřít hned vedle kavárnu někdo, kdo měl téměř nebo úplně stejný nápad, a jelikož je velice náročné patentovat si, nebo jinak přivlastnit nápad, bývá nemožné této neblahé situaci jakkoliv zabránit.



### 4.3.3 Kavárenské řetězce

V Hradci Králové má majoritní podíl v oblasti kavárenství česká síť kaváren CrossCafe. CrossCafe pochází z Plzně, kde otevřelo svou první kavárnu v roce 2007. Dnes má 25 poboček v 10 městech v ČR. 4 z nich se nachází v Hradci Králové, kde získaly na oblíbenosti především díky kvalitní a chutné kávě a vlastní výrobě dortů. Jsou umístěny na strategických místech v centru města (u Studijní a vědecké knihovny, na Ulrichově náměstí, v Atriu a v Kopečku pod Velkým náměstím).

Další možností, kde si dát v Hradci Králové kávu, je McCafé, kavárna patřící k McDonald's. Ta se nachází na velkém okruhu v blízkosti OBI a kulturního centra Aldis. V nákupním centru Futurum se nachází Starbucks a Tchibo a v Auparku Costa Coffee.

Dalším alternativou je pojízdná kavárna, která objíždí různé festivaly, ale základnu má umístěnou v budově A Univerzity Hradec Králové. Jmenuje se Kafekára a jde o předělaný přívěs k autu, který nabízí kvalitní kávu a cílí díky svému umístění především na akademickou obec.

### 4.3.4 Dodavatelé

Nejdůležitější je vybrat správného dodavatele kávy. Z malých místních pražírů lze zmínit LamCafé, Káva-Frolík.cz, Pepe Coffee, Chroast Coffee Roasters či Café Montaña. Nejoblíbenějšími českými pražírny jsou Nordbeans, REBELBEAN, Caffka nebo La Boheme Café. Je dobré navštívit cupping, nějaký veletrh nebo se poradit s předními odborníky, jakou kávu zvolit.

Pokud jde o zbytek sortimentu, vždy je důležité si rozhodnout, v jakém stylu bude provozována vedena. Rozhodne-li se kavárna odebírat zboží z velkoobchodů, je to nejsnazší cesta, ale to je asi tak vše. Z velkých možných dodavatelů se v Hradci Králové nachází Makro a Tesco. Suroviny se dají nakoupit i v menších supermarketech, jako jsou Lidl, Billa, Penny Market atd.

Pokud se rozhodne věřit regionálním potravinám a domácí produkci, naskýtá se nepřehledné množství možností, kam sáhnout. Mezi regionálními potravinami lze zmínit hořickou trubičku, JungBerg pivo také z Hořic, Staročeský pivovárek, s. r. o. nebo Milujeme dorty ze Dvora Králové. Homemade výrobky jsou dnes velmi oblíbenými. Domácích sirupů, marmelád nebo

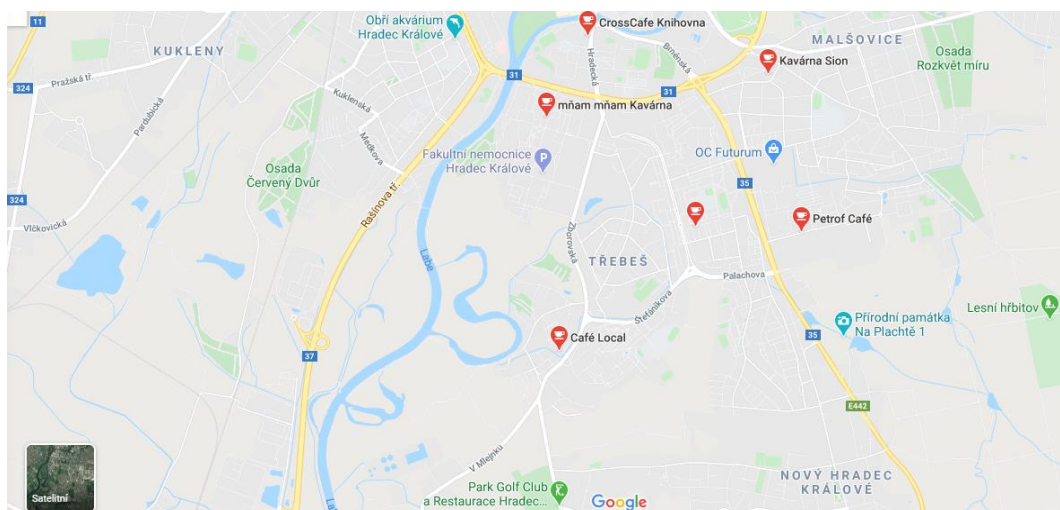
pečených čajů je na trhu velice mnoho, kvalitního výběru lze docílit návštěvou několika veletrhů, či akcí pořádaných například Regionální potravinou apod.

#### 4.3.5 Odběratelé

Pro kavárnu je důležité segmentovat trh a zacílit na určitou skupinu potenciálních zákazníků. V podkapitole *Stávající konkurence* bylo zjištěno, že většina kaváren v HK se nachází v centru města. Kdežto na předměstích, kde se staví nové byty, kanceláře a koncentrují se tam mladé rodiny, kavárny chybí, nebo je tam maximálně jedna. Koncepce kavárny v této práci proto bude cílit na tyto oblasti a rodiny s malými dětmi, nebo mladé páry.



Zdroj: <https://www.google.com/maps/search/kav%C3%A1rna/@50.2213952,15.8293127,14z/data=!3m1!4b1>



Zdroj: <https://www.google.com/maps/search/kav%C3%A1rna/@50.1938215,15.8301322,14z/data=!3m1!4b1>

Obrázky č. 20 a 21: Mapa umístění kaváren v Hradci Králové

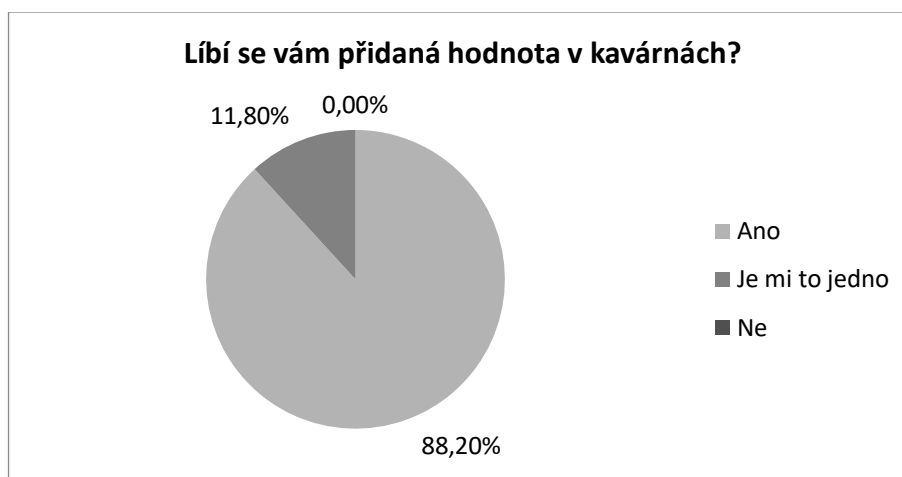
Jelikož je kavárna koncipovaná s různými pravidelnými workshopy a dalšími kurzy, byla vypracována anketa, která se u dotazovaných zaměřovala na přidanou hodnotu v kavárnách,

mimo jiné i na pořádání kurzů a workshopů. Záměrem bylo zjistit, zda by o podobné akce byl nějaký zájem.

#### 4.3.6 Výsledky šetření zaměřené na realizaci workshopů

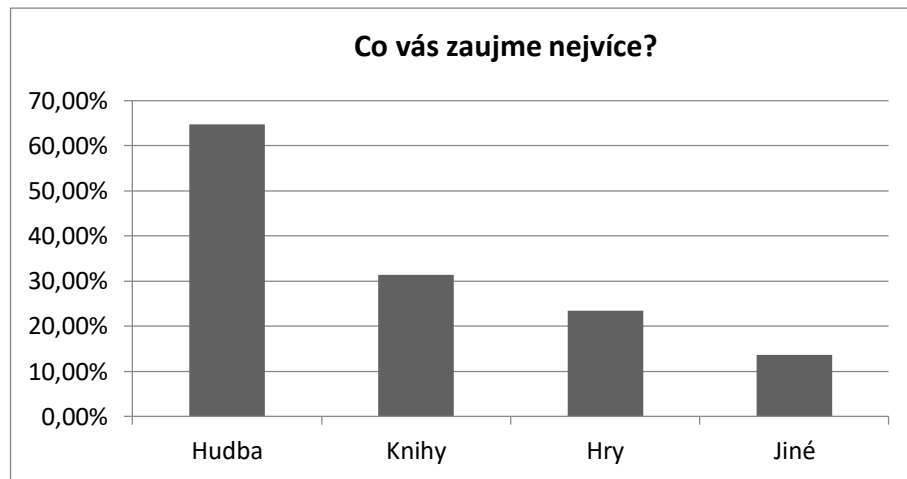
Formou anketního šetření byly zkoumány názory na realizaci workshopů. Na anketu odpovědělo 60 respondentů. První otázkou bylo, zda respondent navštěvuje kavárnu. Jelikož u osob, které do kaváren nechodí, ani je nezajímají, by další dotazování bylo zbytečné, byly odpovědi těchto respondentů eliminovány (celkem 9 respondentů). Zbylo 51 anket, s nimiž vyhodnocování pracovalo.

První dvě otázky se zaměřovaly na rozdělení respondentů dle pohlaví a věku. Anketu vyplnilo 74,5 % žen a 25,5 % mužů, masově převládaly osoby mezi 20 a 30 lety věku (více než  $\frac{3}{4}$ ).



Graf č. 3: Postoj k přidané hodnotě v kavárnách  
Zdroj: Vlastní zpracování

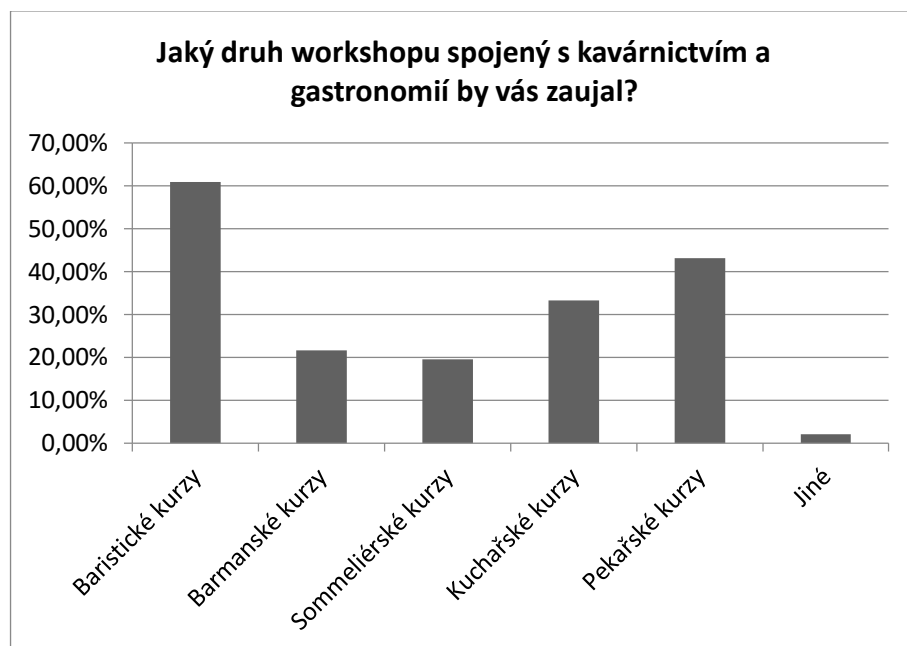
Z grafu vyplývá, že téměř 9 z 10 dotazovaných se líbí přidaná hodnota v kavárně (například hudba, knihy, společenské hry, výstavy,...), zbytku nevadí, ale není to pro ně podstatné.



Graf č. 4: Možnosti přidané hodnoty v kavárně  
Zdroj: Vlastní zpracování

Hudba je největším lákadlem pro více než 60 % tázaných, následují knihy, hry, z jiných byly dopsány různá nabídka káv, výběrová káva, atmosféra, interiér, styl kavárny, originální koncept, přednášky, výstavy nebo cokoliv neobvyklého.

Další otázky už se zabývaly workshopy. 84 % respondentů by workshopy v kavárnách uvítalo.



Graf č. 5: Druhy workshopů v kavárnách  
Zdroj: Vlastní zpracování

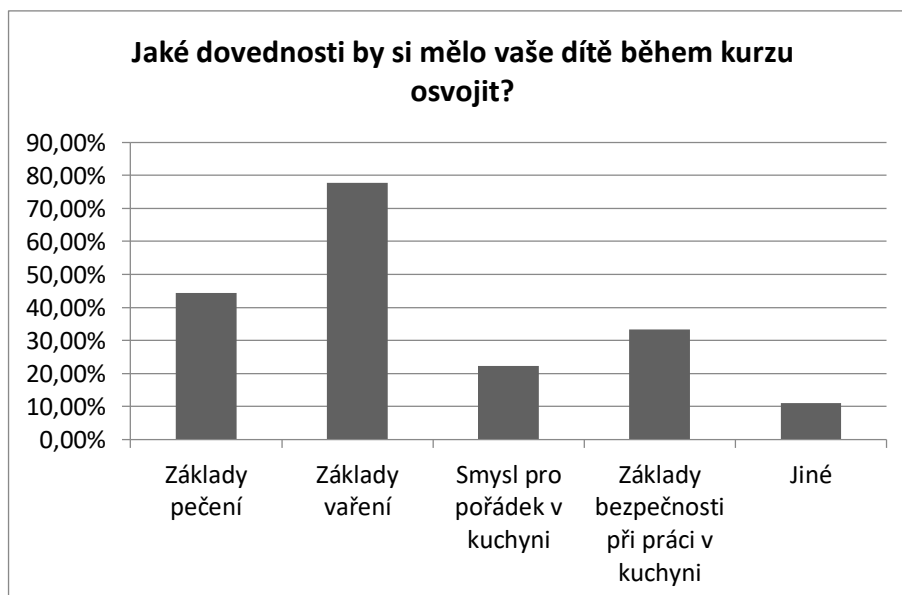
Nejpopulárnějším s kavárnictvím spojeným workshopem by byly baristické kurzy (více než 60 %), následovaly pekařské kurzy (více než 40 %), kuchařské kurzy (cca 35 %), na

barmanské a sommeliérské kurzy by přišlo kolem 20 % dotázaných. Dalším zajímavým workshopem by byl, dle respondentů, cupping. Workshopy nevztahující se ke kavárnictví byla nepovinná otázka. Některé respondenty by zaujaly umělecké kurzy, tvoření nebo workshop formou besed.

Jednou z otázek bylo: Jaký aspekt je pro vás při rozhodování o případné účasti na workshopu nejdůležitější? Dle respondentů je nejdůležitější cena, osobní přístup, místo a doba konání, poté lektor, nejméně podstatná je délka lekce i celého workshopu.

Zbytek otázek se zaměřil na kurzy pečení a vaření pro děti. Jelikož většina respondentů byli mladí dvacátníci, pouze 18 % z celkového počtu dotazovaných měla děti. Bezdětní v tuto chvíli byli vyřazeni a pracovalo se nadále jen s těmi, co děti mají.

Téměř 89 % rodičů by své dítě přihlásilo do kurzů.



Graf č. 6: Osvojení dovedností při kurzech pro děti  
Zdroj: Vlastní zpracování

Nejvíce rodičů by si přálo, aby si jejich dítě osvojilo základy vaření (více než  $\frac{3}{4}$ ), asi 45 % by stálo o základy pečení a 30 % o základy bezpečnosti při práci v kuchyni. Smysl pro pořádek zaujal asi 20 % dotazovaných rodičů. Do kolonky Jiné jeden respondent vepsal, že by si přál, aby jeho dítě umělo vše ze zmíněných možností.

#### **4.4 Syntéza analytické části**

V rámci analytické části bylo zjištěno, že novým trendem v kavárenství je vytváření multifunkčních kaváren, které se specializují na kvalitní kávu, ale zároveň musí mít i jiné lákadlo. Existují hudební, literární, taneční nebo internetové kavárny, kavárny, kde si zákazník může půjčit pumpičku na kolo, poslechnout si příběh obsluhujícího seniora, hrát si s kočkami či objednat si dovoz kávy do práce, nebo dokonce multifunkční platformy, kde jsou v rámci kaváren pořádány nejrůznější akce od výstav až po manažerskou akademii. Dnešním trendem je tzv. „zelený přístup“ k podnikání. Tedy podnikání s co nejmenším dopadem na životní prostředí. Využívají se lokální suroviny, domácí výrobky, vratné kelímky na kávu, nebo fair trade produkty a minimalizuje se množství odpadu.

Stále roste počet kaváren, které se například v Hradci Králové koncentrují v centru města, specializují se na výběrovou kávu a trendem je taktéž malá rozloha provozoven. Kromě malých kavárenských zařízení se samozřejmě také navyšuje počet velkých kavárenských řetězců a dalších alternativ, kde si mohou klienti vychutnat kávu. Nicméně podle panelového výzkumu Nielsen Admosphere lidé stejně stále nejčastěji pijí kávu v pohodlí domova.

## 5 NÁVRH „DÁME SI VŠECHNO – WORKSHOP CAFÉ“

*Dáme si všechno* je koncept malé kavárny s důrazem kladeným na alternativní přípravu kávy a realizaci workshopů. Kavárna je koncipována na předměstí Hradce Králové, kde se koncentrují mladé rodiny a kde vznikají kromě nových bytových a rodinných domů i sídla firem, školy, školky a nejrůznější možnosti využití volného času (fitcentra, solné jeskyně atd.). V podstatě na předměstích vzniká kompletní prostor pro život a zároveň zde není ještě trh tak nasycen kavárnami jako v centru.



Obrázek č. 22: Logo *Dáme si všechno – Workshop Café*  
Zdroj: Vlastní

Koncept kavárny *Dáme si všechno* vychází z výsledků analytické části. V návaznosti na výzkum Nielsen Admosphere, ve kterém vyšlo najevo, že lidé dávají přednost pití kávy v pohodlí domova, je kavárna koncipována do podoby obývacího pokoje. Nabízí především útulnost a příjemné posezení ve formě pohodlných gaučů a křesel pro 15 až 20 hostů, zázemí pro děti a také prostor pro konání již zmíněných workshopů. V příloze se nachází vizualizace objektu.

Nabídka kavárny se bude soustředit na výběrovou kávu připravovanou základním espresso stylu, především ale alternativními způsoby přípravy. Vedle kávy budou v nabídce sezónní domácí limonády, čaj a kvalitní horká čokoláda. Pokud jde o jídlo, nabídka nebude stálá, každý den bude na lístku jedna polévka a například sendvič, toast nebo panini a dva až tři domácí koláče nebo dorty.

### 5.1 Počáteční náklady na vybavení

Vzhledem k zadání bakalářské práce a jejím cílům není součástí návrhové části přesný rozpočet a projekt. Finanční plán a projektová dokumentace budou rozpracovány v případném podnikatelském plánu.

V následujících dvou tabulkách je vyčísleno nezbytné počáteční zařízení s důrazem na spotřebiče a kavárenský inventář.

| Spotřebiče                 | Typ   | Cena (Kč)/ks | Množství  | Cena celkem (Kč) |
|----------------------------|---|--------------|-----------|------------------|
| Kávovar pákový             | Royal - profesionální kávovar Lira - 2 páky       | 68 972       | 1         | 68 972           |
| Chladicí stůl              | Save Chladicí stůl MS-901D2                       | 16 081       | 1         | 16 081           |
| Lednice                    | LIEBHERR CTPwb 2121                               | 11 982       | 1         | 11 982           |
| Vitrína                    | SCAN Chladicí vitrína RT 79                       | 8 499        | 1         | 8 499            |
| Gril                       | BUFFALO kontaktní gril DM903 – vroubkovaný        | 5 164        | 1         | 5 164            |
| Sporák                     | BUFFALO Indukční sporák CE208                     | 3 370        | 1         | 3 370            |
| Mikrovltná trouba          | BUFFALO Mikrovltná trouba GK642 – programovatelná | 7 432        | 1         | 7 432            |
| Trouba                     | Primax Horkovzdušná pec FAST FUE-904-HR           | 24 504       | 1         | 24 504           |
| Myčka nádobí               | DWASH Myčka nádobí DWASH 50                       | 29 500       | 1         | 29 500           |
| Mlýnek na kávu             | Quamar - elektronický mlýnek M80E - černý         | 15 900       | 2         | 31 800           |
| Alternativní příprava kávy | Hario V60-01                                      | 420          | 2         | 840              |
|                            | Chemex CM-6A                                      | 1 300        | 1         | 1 300            |
|                            | Clever Dripper                                    | 455          | 1         | 455              |
| Další příslušenství        | Filtry, váha, stopky                              | 2 000        | 1         | 2 000            |
| Konvice                    | Konvice Hario Buono 1,2 l                         | 1 055        | 1         | 1 055            |
| Inventář                   | Nádobí aj.  | 50 000       | 1         | 50 000           |
| <b>Celkem</b>              |   |              | <b>17</b> | <b>262 954</b>   |

Tabulka č. 15: Náklady na pořízení spotřebičů a profesionálního kavárenského inventáře  
Zdroj: Vlastní zpracování

Ceny spotřebičů byly zjištěny na stránkách levne-gastro.cz, doubleshot.cz a kávovary-kava.cz.

| Zařízení objektu       | Cena (Kč)      |
|------------------------|----------------|
| Rekonstrukce a nábytek | 200 000        |
| Spotřebiče a inventář  | 262 954        |
| Dekorace               | 30 000         |
| Počítač a software     | 20 000         |
| <b>Celkem</b>          | <b>512 954</b> |

Tabulka č. 16: Zařízení objektu  
Zdroj: Vlastní zpracování



## 5.2 Návrh workshopu

První zamýšlený workshop je zaměřen na alternativní přípravu kvalitní kávy v pohodlí domova. Bude se konat každý týden po dobu dvou měsíců a každá lekce bude zaměřena na jeden alternativní způsob. Především na ty způsoby, které lze bez větších problémů a nákladů zvládnout. Moka konvička, french press, džezva, cleverdripper, V60, Kalita wave, Chemex a Aeropress. Workshopem účastníky provede zkušená baristka společnosti REBELBEAN Kateřina Svatošová. Účastníci se během každé lekce seznámí teoreticky i prakticky s danou pomůckou pro přípravu kávy a dalšími nezbytnostmi pro docílení co nejlepšího výsledku (voda, její teplota a kvalita, čas přípravy, filtrování atd.) a také při každé lekci bude možnost ochutnat novou výběrovou kávu. Název workshopu bude Bud' svůj kávoš.



Obrázek č. 23: Plakát k workshopu Bud' svůj kávoš  
Zdroj: Vlastní

### 5.2.1 Výpočet ceny workshopu pro účastníka

Do ceny pro účastníky workshopu je nutné započítat náklady na nákup pomůcek a kávy, náklady na energie a lektorku a provizi pro kavárnu. Kapacita workshopu bude, vzhledem k velikosti provozovny, maximálně 10 lidí. Workshop bude probíhat po dvojicích, tedy 5 párů. Vybavení se bude kupovat pro 3 páry, pro jeden zajistí pomůcky lektorka, pro poslední se

využije vybavení kavárny (z důvodu snížení pořizovacích nákladů). Zájemce se může přihlásit buď na jednotlivé lekce, nebo na celý workshop (8lekci). Pokud zvolí druhou možnost, cena bude nižší, než u jednotlivých lekcí.

| <b>Položka</b>                           | <b>Cena (Kč)</b> |
|--|------------------|
| Nákup pomůcek, inventáře, kávy a surovin | 16 420           |
| Energie                                  | 2 000            |
| Lektorka                                 | 16 000           |
| Náklady na workshop                      | 34 420           |
| Náklady na lekci                         | 4 302,52         |
| <i>Náklady na účastníka/lekci</i>        | <i>430,25</i>    |

*Tabulka č. 17: Náklady na realizaci workshopu  
Zdroj: Vlastní*

| <b>Položka</b>                          | <b>Cena (Kč)</b> |
|---|------------------|
| Náklady na účastníka/lekci              | 430,3            |
| Provize kavárně (20%)                   | 86,05            |
| Cena za lekci                           | 516,3            |
| <b>Cena za lekci po zaokrouhlení</b>    | <b>550</b>       |
| Cena za 8 lekcí                         | 4 400            |
| <b>Zvýhodněná cena za celý workshop</b> | <b>4 000</b>     |

*Tabulka č. 18: Výpočet ceny workshopu pro účastníky  
Zdroj: Vlastní*

Pokud si tedy bude chtít zákazník zakoupit celý workshop najednou, zaplatí 4000 Kč, zatímco, pokud by chtěl navštívit jen určité lekce, vyšla by ho jedna lekce na 550 Kč.

## ZÁVĚR

Hlavním cílem vypracování této bakalářské práce bylo zkoncipovat hrubý návrh alternativní kavárny s realizací pravidelných workshopů. Práce je rozdělena do pěti kapitol.

První dvě kapitoly se zabývají teoretickou rešerší. Podle zadání byly v první kapitole charakterizovány hlavní pojmy vztahující se k typologii gastronomických provozoven a k alternativní nabídce káv. V první kapitole byly rozděleny gastronomické provozovny a popsány standardy a kvalita služeb, legislativní a hygienické náležitosti v kavárnách. Druhá kapitola se zaměřovala na kávu, nejprve na cestu kávy od pěstitele ke spotřebiteli, poté na způsoby přípravy kávy – espresso i alternativy.

Třetí kapitolou začíná praktická část bakalářské práce. Bylo v ní popsáno, jaké metody budou v praktické části pro výzkum využity. Čtvrtá kapitola se zaměřovala na analýzu prostředí. Nejprve bylo zkoumáno makroprostředí firmy, které nelze ovlivňovat, proto je o to důležitější se s ním seznámit. Byla využita PESTE analýza, která prozkoumala politické, ekonomické, sociokulturní, technologické a ekologické faktory, které působí na gastronomické provozovny a podnikatele. Výsledné poznatky PESTE analýzy byly nakonec syntetizovány. Další částí analytické části byla analýza nových trendů v kavárnách. Zaměřovala se na nové druhy kaváren, které jsou nějakým novým aspektem zajímavé, speciální podkapitola byla věnována kavárnám s workshopy a udržitelnému rozvoji v kavárnách. Třetí částí analytické části je analýza mikroprostředí, pro kterou byl využit Porterův model pěti konkurenčních sil. Největší důraz byl kladen na stávající konkurenci, tedy na další kavárenské provozovny v Hradci Králové, kam autorka chce kavárnu situovat. Součástí podkapitoly *Odběratelé* bylo i zpracování ankety zaměřující se na přidanou hodnotu v kavárnách a na workshopy. Nakonec byla provedena syntéza všech provedených analýz. Čtvrtá kapitola je nejobsáhlejší kapitolou z celé práce, jelikož je východiskem pro poslední kapitolu – návrhovou. Z výsledků analýzy vzešel návrh alternativní kavárny „*Dáme si všechno – workshop café*“. Byly vypočítány základní náklady na vybavení kavárny. Kavárna by se měla zaměřovat na pořádání workshopů. Byl vypracován i návrh prvního z mnoha budoucích kurzů, součástí je i výpočet ceny workshopu pro účastníka.

Hlavní motivací pro autorku bylo, že by si v budoucnu ráda otevřela takovouto kavárnu, proto chtěla zanalyzovat prostředí, aby zjistila, zda je vhodná situace a konkurenční mezera na trhu.

Všechny tyto hypotézy byly hodnoceny kladně. V návaznosti na tuto práci by autorka chtěla pokračovat a vytvořit podnikatelský záměr.

Bakalářská práce Koncepte alternativní kavárny s pravidelnými workshopy by tedy měla sloužit jako východisko pro podnikatelský plán a zároveň by mohla posloužit dalším budoucím podnikatelům jako inspirace.

## POUŽITÉ ZDROJE

- [1] BUREŠOVÁ, Pavla. *Vybrané kapitoly z hotelnictví a gastronomie*. Praha: Wolters Kluwer, 2014. ISBN 978-80-7478-498-9.
- [2] FIŠERA, Miroslav. *Gastronomie: vybrané kapitoly*. Český Těšín: 2 Theta, 2016. ISBN 978-80-86380-78-0.
- [3] NORMANOVÁ, Jill. *Káva: známé i neobvyklé druhy kávy a dezerty jimi ochucené*. 2. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. Malá knihovna encyklopedie kulinárního umění. ISBN 80-7150-149-2.
- [4] ANONYM 1. Historie kávy v datech. In: Čerstvá Káva [online], 2008 [cit. 28. 10. 2019]. Dostupné z: <https://www.cerstvakava.cz/clanky/historie-kavy-v-datech/>
- [5] ROSEN, Diana. *Rádce milovníka kávy: průvodce pro pravého znalce o tom, jak kupovat, připravovat a vychutnávat kávu*. Praha: Pragma, 1999. ISBN 80-7205-685-9.
- [6] ANONYM 2. Historie a tradice kaváren a pití kávy v Evropě. In: Čerstvá Káva [online], 2008 [cit. 28. 10. 2019]. Dostupné z: <https://www.cerstvakava.cz/clanky/historie-a-tradice-kavaren-a-piti-kavy-v-evrope/>
- [7] *Živnostenské podnikání: předpisy regulující podnikání: redakční uzávěrka*. Ostrava: Sagit, 1995. ÚZ. ISBN 978-80-7488-247-0.
- [8] ZIMÁKOVÁ, Blanka. *Food & Beverage Management*. 4, upr. vyd. Tribun Brno: Vysoká škola hotelová v Praze 8, spo l. s r.o., 2011. 180 s. ISBN 978-80-87411-28-5.
- [9] ANONYM 3. Akademie kávy 2. díl: Druhy kávy. In: *Gastro&Hotel – Profí revue ze světa gastronomie* [online]. 2017 [cit. 7. 11. 2019]. Dostupné z: <https://gastroahotel.cz/rubriky/serialy/akademie-kavy/akademie-kavy-2-dil-druhy-kavy/>
- [10] ANONYM 4. Odrůdy kávovníku. In: *Kavárník* [online], 23. 7. 2013 [cit. 7. 11. 2019]. Dostupné z: <https://kavarnik.cz/odrudy-arabiky/>
- [11] ANONYM 5. Arabica. In: *Druhy kávy* [online], 2010-2015 [cit. 7. 11. 2019]. Dostupné z: <http://www.druhykavy.cz/arabica/>

- [12] ANONYM 6. Robusta. In: *Druhy kávy* [online], 2010-2015 [cit. 7. 11. 2019]. Dostupné z: <http://www.druhykavy.cz/robusta/>
- [13] ANONYM 7. Další druhy kávy In: *Druhy kávy* [online], 2010-2015 [cit. 7. 11. 2019]. Dostupné z: <http://www.druhykavy.cz/dalsi-druhy-kavy/>
- [14] DAVIES VESELÁ, Petra. *Velká kniha o kávě*. Praha: Smart Press, 2018. ISBN 978-80-88244-05-9.
- [15] ANONYM 8. Příprava kávy. In: *Doubleshot* [online] 2014 [cit. 29. 11. 2019]. Dostupné z: [https://www.doubleshot.cz/media/pdf/brozurka\\_brewingguide.pdf](https://www.doubleshot.cz/media/pdf/brozurka_brewingguide.pdf)
- [16] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.
- [17] ANONYM 9. PESTE analýza. In: *Bussiness Lady. Ve světě byznysu*. [online]. 16. 1. 2018 [cit. 4. 2. 2020]. Dostupné z: <http://businesslady.cz/peste-analyza/>
- [18] ANONYM 10. PESTLE analýza. Analytická část. Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje 2014 – 2020. Příloha 3. In: *Královéhradecký kraj* [online], 24. 10. 2019 [cit. 16. 1. 2020]. Dostupné z: [http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/rozvoj-kraje/rozvojove-dokumenty/rozvoj-2014-2020/Priloha-3\\_PESTLE-analyza.pdf](http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/rozvoj-kraje/rozvojove-dokumenty/rozvoj-2014-2020/Priloha-3_PESTLE-analyza.pdf)
- [19] ANONYM 11. Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje na období 2021 – 2027. Příloha č. 1 - Profil kraje. In: *Královéhradecký kraj* [online], 24. 10. 2019 [cit. 16. 1. 2020]. Dostupné z: <http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/rozvoj-kraje/rozvojove-dokumenty/rozvoj-2014-2020/Priloha-c--1-Profil-kraje.pdf>
- [20] ANONYM 12. Koho se týká EET – Elektronická evidence tržeb od A do Z. In: *EET Elektronická evidence tržeb od A do Z* [online], 2017 [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://eet.money.cz/koho-se-tyka-elektronicka-evidence-trzeb>
- [21] KONEČNÁ, Jana. Sleva na evidenci tržeb EET. In: *Jak podnikat* [online], 6. 12. 2016 [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.jakpodnikat.cz/sleva-na-evidenci-trzeb.php>
- [22] SAINER, Matěj. Brexit – Spojené království opustilo Evropskou unii 31. 1. 2020. Co čekat dále?. In: *Lynx – online broker* [online], 31. 1. 2020 [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.lynxbroker.cz/vzdelavani/brexit/>

- [23] ANONYM 13. Operační program Životní prostředí. In: *Přehled dotací* [online], [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.prehleddotaci.cz/operacni-program/opzp/>
- [24] ANONYM 14. Až 80% dotace na elektromobily. In: *Přehled dotací* [online], [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.prehleddotaci.cz/operacni-program/oppik/dotace-elektromobily/>
- [25] SCHELBALOVÁ, Natálie. Dotace pro začínající podnikatele: Jak získat. In: *Business Animals.cz* [online], 2. 9. 2019 [cit. 4. 2. 2020]. Dostupné z: <http://www.businessanimals.cz/ba/clanky/dotace-pro-zacinajici-podnikatele/>
- [26] ANONYM 15. Daň z příjmů. In: *Měšec.cz* [online], [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.mesec.cz/danovy-portal/dan-z-prijmu/dan-z-prijmu/>
- [27] ANONYM 16. Fyzická a právnická osoba – rozdíly. In: *Comeflex Office* [online], 26. 8. 2018 [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://comeflexoffice.cz/fyzicka-nebo-pravnicka-osoba-to-je-ta-otazka/>
- [28] ANONYM 17. Nezaměstnanost v ČR, vývoj, rok 2020. In: *Kurzy.cz* [online], 9. 1. 2020. [cit. 17. 1. 2020]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/makroekonomika/nezamestnanost/>
- [29] ANONYM 18. Inflace – 2020, míra inflace a její vývoj v ČR. In: *Kurzy.cz* [online], 13. 1. 2020 [cit. 17. 1. 2020]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/makroekonomika/inflace/>
- [30] ANONYM 19. HDP 2020, vývoj hdp v ČR. In: *Kurzy.cz* [online], 14. 11. 2019 [cit. 27. 1. 2020]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/>
- [31] ANONYM 20. Průměrné mzdy - 3. čtvrtletí 2019. In: *Český statistický úřad* [online], 4. 12. 2019 [cit. 27. 1. 2020]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/prumerne-mzdy-3-ctvrtleti-2019>
- [32] ANONYM 21. Průměrné mzdy – 3. čtvrtletí 2018. In: *Český statistický úřad* [online], 4. 12. 2018 [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/prumerne-mzdy-3-ctvrtleti-2018>
- [33] URBÁNEK, Vladimír. Výhled 2020 – ekonomika v ČR zpomalí růst na 2%, zpomalí i inflace, průmysl bude selektivní. In: *Kurzy.cz* [online] 31. 12. 2019 [cit. 27. 1. 2020].

Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zpravy/525236-vyhled-2020-ekonomika-v-cr-zpomali-rust-na-2-zpomali-i-inflace-prumysl-bude-selektivni/>

[34] ANONYM 22. Vláda schválila novou odpadovou legislativu a rozhodla o zvýšení minimální mzdy o 1 250 korun. In: *Vláda ČR* [online]. 9. 12. 2019 [cit. 28. 1. 2020]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/vlada-schvalila-novou-odpadovou-legislativu-a-rozhodla-o-zvyseni-minimalni-mzdy-o-1-250-korun-178442/>

[35] ANONYM 23. Vollpension: kavárna, kde obsluhují senioři, otevřela druhou pobočku. In: *Brno today* [online], 6. 1. 2020 [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <http://www.brnotoday.cz/vollpension-kavarna-kde-obsluhuji-seniori-otevrela-druhou-pobočku/>

[36] Nielsen Admosphere. Kávu mají Češi rádi hlavně kvůli její chuti. Nejraději si ji vychutnají v prostředí domova - Nielsen Admosphere. In: *Nielsen Admosphere* [online], 9. 10. 2019 [cit. 28. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.nielsen-admosphere.cz/press/kavu-maji-cesi-radi-hlavne-kvuli-jeji-chuti-nejradeji-si-ji-vychutnaji-v-prostredi-domova/>

[37] BAUER, Lukáš. Zapomeňte na klasické kavárny. V Tokiu přišli se senzační novinkou. In: *inStory.cz* [online]. 5. 2. 2018 [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://tech.instory.cz/246-zapomente-na-klasicke-kavarny-v-toku-prisli-se-senzacni-novinkou.html>

[38] ANONYM 24. Vyplatí se elektromobil. In: *E.ON Rádce* [online], [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.eon.cz/radce/vyplati-se-elektromobil>

[39] ANONYM 25. Absolutním vítězem ekologické soutěže je aplikace Nesněženo.cz. In: *Ekonomický magazín* [online], 15. 10. 2019 [cit. 6. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.ekonomickymagazin.cz/2019/10/absolutnim-vitezem-ekologicke-souteze-je-aplikace-nesnezeno-cz/>

[40] ANONYM 26. Definice a význam Workshop. In: *Význam slova* [online], 2014-2018 [cit. 29. 11. 2019]. Dostupné z: <http://www.vyznam-slova.com/workshop>

[41] ANONYM 27. Definice Workshop. In: *Basicdefinitions.org* [online], 2019 [cit. 29. 11. 2019]. Dostupné z: <https://cs.basicdefinitions.org/5134-workshop>



[42] ANONYM 28. Cirkulární kavárny a restaurace. In: *Institut cirkulární ekonomiky* [online], 2019 [cit. 29. 11. 2019]. Dostupné z: <https://incien.org/cirkularnikavarny>

[43] ANONYM 29. Zero waste: 5Z k domácnosti bez odpadu – Ecoblog.cz. In: *Ecoblog.cz – Zkušenosti a recenze z ekosvěta* [online], 1. 3. 2019 [cit. 29. 11. 2019]. Dostupné z: <https://ecoblog.cz/zero-waste/zero-waste-5z-kroku-k-domacnosti-bez-odpadu/>

[44] ANONYM 30. Fair trade. In: *Fair trade* [online], 2019 [cit. 29. 11. 2019]. Dostupné z: <https://www.fairtrade.cz>

# SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

## Obrázky

|   |    |
|---|----|
| Obrázek č. 1: Příprava kávy v aeropressu klasickou i obrácenou metodou                          | 22 |
| Obrázek č. 2: Příprava kávy v chytráčkovi   | 23 |
| Obrázek č. 3: Příprava kávy ve french pressu  | 24 |
| Obrázek č. 4: Příprava kávy v chemexu   | 25 |
| Obrázek č. 5: Příprava kávy ve vakuu potu   | 26 |
| Obrázek č. 6: Příprava kávy ve V60  | 27 |
| Obrázek č. 7: Kavárna Bazén – Kasárna Karlín, Praha   | 40 |
| Obrázek č. 8: Café Exil, Literární kavárna a knihkupectví, budoir nakladatelství Garamond       | 41 |
| Obrázek č. 9: PETROF café, Hradec Králové   | 41 |
| Obrázek č. 10: Cappuccino a sušenky v Cona Coffee   | 47 |
| Obrázek č. 11: Degustační menu, cappuccino, domácí limonáda a čokoládový dortík v café Na kole  | 48 |
| Obrázek č. 12: Degustační menu v café Na kole – výběrová filtrovaná káva z Nikaraguy a Brazílie | 48 |
| Obrázek č. 13: Cappuccino a Raffaello dortík v Rychlý kafe                                      | 49 |
| Obrázek č. 14: Espresso a filtrovaná káva, štrúdl a kokosovo-čokoládový dort v Simple Cafe      | 50 |
| Obrázek č. 15: Cappuccino, dort s lesním ovocem a malinová limonáda v Café Local                | 51 |
| Obrázek č. 16: Filtr Hario V60 v LamCafé  | 52 |
| Obrázek č. 17: Cappuccino v Artičoku  | 53 |
| Obrázek č. 18: Cappuccino v PETROF café   | 54 |
| Obrázek č. 19: Cappuccino a rakvička se šlehačkou v kavárně Vozáb                               | 55 |
| Obrázky č. 20 a 21: Mapa umístění kaváren v Hradci Králové                                      | 58 |
| Obrázek č. 22: Logo Dáme si všechno - Workshop Café   | 63 |
| Obrázek č. 23: Plakát k workshopu Buď svůj kávoš  | 65 |

## Grafy

|   |    |
|---|----|
| Graf č. 1: Výzkum Nielsen Admosphere, Kde Češi pijí nejčastěji kávu | 36 |
| Graf č. 2: Výsledky analýzy konkurenčních kaváren                   | 56 |
| Graf č. 4: Možnosti přidané hodnoty v kavárně                       | 60 |
| Graf č. 5: Druhy workshopů v kavárnách                              | 60 |
| Graf č. 6: Osvojení dovedností při kurzech pro děti                 | 61 |
|   | 74 |

## **Tabulky**

|  |    |
|--|----|
| Tabulka č. 1: Zhodnocení politických faktorů působících na provozovnu                  | 34 |
| Tabulka č. 2: Zhodnocení ekonomických faktorů působících na provozovnu                 | 35 |
| Tabulka č. 3: Zhodnocení sociokulturních faktorů působících na provozovnu              | 37 |
| Tabulka č. 4: Zhodnocení technologických faktorů působících na provozovnu              | 37 |
| Tabulka č. 5: Zhodnocení ekologických faktorů působících na provozovnu                 | 38 |
| Tabulka č. 6: Hodnocení Cona Coffee  | 46 |
| Tabulka č. 7: Hodnocení café Na kole   | 48 |
| Tabulka č. 8: Hodnocení Rychlý kafe  | 49 |
| Tabulka č. 9: Hodnocení Simple Cafe  | 50 |
| Tabulka č. 10: Hodnocení Cafě Local  | 51 |
| Tabulka č. 11: Hodnocení LamCafé   | 52 |
| Tabulka č. 12: Hodnocení kavárny Artičok   | 53 |
| Tabulka č. 13: Hodnocení PETROF Cafě   | 54 |
| Tabulka č. 14: Hodnocení kavárny Vozáb   | 55 |
| Tabulka č. 15: Náklady na pořízení spotřebičů a profesionálního kavářenského inventáře | 64 |
| Tabulka č. 16: Zařízení objektu  | 64 |
| Tabulka č. 17: Náklady na realizaci workshopu  | 66 |
| Tabulka č. 18: Výpočet ceny workshopu pro účastníky                                    | 66 |

# PŘÍLOHA

Vizualizace „Dáme si všechno - workshop café“



Zdroj: Vlastní