



Gastronomický cestovní ruch se zaměřením na město Liberec

Bakalářská práce

Studijní program:

B6208 Ekonomika a management

Studijní obor:

Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch

Autor práce:

Michaela Rysnerová

Vedoucí práce:

Ing. Lenka Červová, Ph.D.

Katedra marketingu a obchodu





Zadání bakalářské práce

Gastronomický cestovní ruch se zaměřením na město Liberec

Jméno a příjmení: **Michaela Rysnerová**
Osobní číslo: E17000173
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch
Zadávací katedra: Katedra marketingu a obchodu
Akademický rok: **2019/2020**

Zásady pro vypracování:

1. Stanovení cílů bakalářské práce
2. Teoretická východiska – gastronomický cestovní ruch
3. Analýza gastronomického cestovního ruchu se zaměřením na kavárny ve městě Liberec
4. Formulace závěrů a návrh doporučení

Rozsah grafických prací:
Rozsah pracovní zprávy:
Forma zpracování práce:
Jazyk práce:

30 normostran
tištěná/elektronická
Čeština



Seznam odborné literatury:

- EVERETT, Sally. 2016. *Food and Drink Tourism*. London: SAGE Publications. ISBN 978-1446267738.
- KOTÍKOVÁ, Halina. 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-80-247-4603-6.
- MLEJNKOVÁ, Lena. 2016. *Stravovací služby*. Praha: Idea Servis. ISBN 978-80-85970-88-3.
- PAVERA, Libor a Eva KLÁNOVÁ. 2013. *Gastronomie v toku času I*. Praha: Press21. ISBN 978-80-905181-1-7.
- PROQUEST. 2019. *Databáze článků ProQuest* [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2019-09-26]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz>.
- VYSTOUPIL, Jiří, Halina KOTÍKOVÁ, et al. 2017. *Městský cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-5255-5.
- ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. 2012. *Cestovní ruch: Výkladový slovník*. 2. vyd. Praha: Linde. ISBN 978-80-7201-880-2.

Konzultant: Ing. Barbora Hodačová

Vedoucí práce:

Ing. Lenka Červová, Ph.D.
Katedra marketingu a obchodu

Datum zadání práce:

31. října 2019

Předpokládaný termín odevzdání:

31. srpna 2021

prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan

L.S.

doc. Ing. Jozefína Simová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2019

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

8. dubna 2020

Michaela Rysnerová

Anotace

Bakalářská práce pojednává o gastronomickém cestovním ruchu se zaměřením na město Liberec. S pomocí odborné literatury je popsána historie gastronomie, význam gastronomického cestovního ruchu a jeho klasifikace. Zmíněny jsou také přední národní a mezinárodní organizace spojené s cestovním ruchem, respektive s gastronomickým cestovním ruchem. Dále jsou v práci mapovány vybrané liberecké kavárny jako podniky kulinářského cestovního ruchu za účelem získání uceleného přehledu. Další částí práce jsou rozhovory s vybranými osobnostmi pohybujícími se v oblasti gastronomie v Liberci. Následuje dotazníkové šetření, které proběhlo s cílem analýzy povědomí o gastronomickém cestovním ruchu mezi respondenty a také za účelem zjištění povědomí o vybraných libereckých kavárnách.

Klíčová slova

cestovní ruch, gastronomické podniky, gastronomický cestovní ruch, gastronomie, kavárny, Liberec

Annotation

Gastronomy tourism with focus on the city of Liberec

The bachelor thesis is focused on the gastronomy tourism with a focus on the city of Liberec. With the help of specific literature, the history of gastronomy, the importance of gastronomy tourism and its classification are described. There are mentioned leading national and international organization associated with tourism, respectively with gastronomy tourism. The bachelor thesis maps selected cafes in Liberec as culinary tourism's enterprises in order to obtain a comprehensive overview. Another part of the work are interviews with selected personalities working in the field of gastronomy in Liberec. The following is a questionnaire survey, which was conducted with the aim of analysing awareness of gastronomy tourism among respondents and also in order to determinate awareness of selected cafes in Liberec.

Key Words

cafes, gastronomy, gastronomy enterprises, gastronomy tourism, Liberec, tourism

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí předkládané bakalářské práce Ing. Lence Červové, Ph.D. za její odborné vedení, cenné rady a vážené připomínky, kterými mi velmi pomohla při zpracování této práce, a za čas, který věnovala konzultacím mé práce.

Obsah

Seznam ilustrací	10
Seznam tabulek	12
Seznam zkratk	13
Úvod	14
1 Gastronomický cestovní ruch	15
1.1 Historie	15
1.2 Přední mezinárodní a národní organizace	17
1.2.1 World Food Travel Association (WFTA)	17
1.2.2 United Nations World Travel Association (UNWTO)	18
1.2.3 CzechTourism	18
1.2.4 Asociace hotelů a restaurací České republiky (AHR ČR)	19
1.3 Význam a členění	21
1.4 Trendy v gastronomii	24
2 Mapování vybraných libereckých kaváren	27
2.1 Café Terasy	27
2.2 Catfé Kočičárna	29
2.3 Dolicafe	30
2.4 FOFR KAFE	31
2.5 Jedno Kafe	33
2.6 Kafe Kytka	35
2.7 Kavárny Bez konceptu	36
2.8 Kavárna Role	39
2.9 Liberecká Kavárna	40
2.10 Mikyna Coffee & Food Point	42
2.11 Saber Cafe	43
2.12 Sweet City	45

2.13	VITA Café Bistro.....	46
2.14	Wink Café	47
3	Řízené rozhovory	50
3.1	Rozhovor s provozovatelkou kavárny Bez konceptu 2	50
3.2	Rozhovor s majitelem libereckých poboček McDonald's.....	52
4	Dotazníkové šetření.....	55
4.1	Charakteristika respondentů	55
4.2	Výsledky šetření	57
5	Shrnutí provedených analýz a vlastní návrhy a doporučení.....	64
5.1	Shrnutí informací o mapovaných kavárnách	64
5.2	Vyhodnocení řízených rozhovorů a jejich porovnání.....	66
5.3	Shrnutí dotazníkového šetření	67
	Závěr.....	69
	Seznam použité literatury.....	71
	Seznam příloh.....	75

Seznam ilustrací

Obrázek 1: Rozmístění vybraných kaváren na mapě	27
Obrázek 2: Café Terasy	28
Obrázek 3: Umístění kavárny Café Terasy na mapě	28
Obrázek 4: Catfé Kočičárna	29
Obrázek 5: Umístění kavárny Catfé Kočičárna na mapě	30
Obrázek 6: Dolicafe	31
Obrázek 7: Umístění kavárny Dolicafe na mapě	31
Obrázek 8: FOFR KAFE	32
Obrázek 9: Umístění kavárny FOFR KAFE na mapě	33
Obrázek 10: Jedno Kafe	34
Obrázek 11: Umístění kavárny Jedno Kafe na mapě	34
Obrázek 12: Kafe Kytka	35
Obrázek 13: Umístění kavárny Kafe Kytka na mapě	36
Obrázek 14: Bez konceptu	37
Obrázek 15: Umístění kavárny Bez konceptu na mapě	37
Obrázek 16: Bez konceptu 2	38
Obrázek 17: Umístění kavárny Bez konceptu 2 na mapě	38
Obrázek 18: Kavárna Role	39
Obrázek 19: Umístění Kavárny Role na mapě	40
Obrázek 20: Liberecká Kavárna	41
Obrázek 21: Umístění Liberecké Kavárny na mapě	41
Obrázek 22: Mikyna Coffee & Food Point	42
Obrázek 23: Umístění kavárny Mikyna na mapě	43
Obrázek 24: Saber Cafe	44
Obrázek 25: Umístění kavárny Saber Cafe na mapě	44
Obrázek 26: Sweet City	45
Obrázek 27: Umístění kavárny Sweet City na mapě	46
Obrázek 28: VITA Café Bistro	47
Obrázek 29: Umístění kavárny VITA na mapě	47
Obrázek 30: Wink Café	48
Obrázek 31: Wink Café Centrum	48
Obrázek 32: Umístění kavárny Wink Café na mapě	49

Obrázek 33: Umístění kavárny Wink Café Centrum na mapě.....	49
Obrázek 34: Struktura respondentů dle pohlaví.....	56
Obrázek 35: Struktura respondentů dle věku	56
Obrázek 36: Struktura respondentů dle vzdělání	56
Obrázek 37: Znalost pojmu „gastronomický CR“	57
Obrázek 38: Účast na akcích konaných v Liberci.....	58
Obrázek 39: Pohled na výběr dovolené s ohledem na gastronomii a názor na gastronomickou nabídku Liberce.....	59
Obrázek 40: Nejčastěji navštěvovaný typ kaváren.....	59
Obrázek 41: Důvody navštěvování menších soukromých kaváren	60
Obrázek 42: Znalost vybraných kaváren.....	61
Obrázek 43: Způsob, jakým se respondenti dozvěděli a zvolených kavárnách	61
Obrázek 44: Navštěvované kavárny.....	62
Obrázek 45: Nejvíce vyhledávané kavárny.....	63
Obrázek 46: Frekvence návštěv oblíbených kaváren.....	63

Seznam tabulek

Tabulka 1: Cestovatelské a gastronomické mezníky v historii	16
Tabulka 2: Počet členů Asociace hotelů a restaurací České republiky	20
Tabulka 3: Konkurenční výhody vybraných kaváren	64
Tabulka 4: Shrnutí obou rozhovorů	66

Seznam zkratk

CR cestovní ruch

FB Facebook

IG Instagram

LK Liberecký kraj

ZC zaměstnanec

Úvod

Bakalářská práce se zabývá jedním z nejdynamičtěji se vyvíjejícím typem cestovního ruchu – gastronomickým. Z cestovního ruchu se stal fenomén dnešních let. Týká se téměř každého člověka, ať už je to v roli účastníka cestovního ruchu nebo v roli místního obyvatele v centrech cestovního ruchu či v roli zaměstnance služeb v oblasti turismu.

Gastronomický cestovní ruch je nedílnou součástí cestovního ruchu, a to z důvodu, že účastníci turismu se při každé cestě nějakým způsobem stravují. Bakalářská práce vysvětluje tyto pojmy a přibližuje čtenářům význam gastronomického cestovního ruchu. Dále popisuje jeho členění, při kterém se také zabývá gastronomickými podniky a akcemi.

Hlavním cílem práce je zhodnotit gastronomickou nabídku ve městě Liberec se zaměřením na kavárny. Tento hlavní cíl lze rozložit na tři dílčí cíle:

1. Zmapovat liberecké kavárny a zhodnotit jejich pozici z hlediska diferenciacce.
2. Zjistit povědomí občanů a návštěvníků Liberce o gastronomickém cestovním ruchu.
3. Zjistit praktické rozdíly gastronomických podniků různého typu z hlediska řízení.

Bakalářská práce je zpracována ve spolupráci s Magistrátem města Liberec, a to především v oblasti libereckých kaváren, na které se velká část práce zaměřuje. Je popisována jejich lokalita, nabídka a v neposlední řadě také konkurenční výhody oproti ostatním kavárnám. Mezi ty patří netradiční nabídka nebo netradiční služby kaváren.

V další části bakalářské práce se nachází rozhovory s vybranými osobnostmi, které se pohybují v oblasti gastronomie. V prvním případě se jedná o provozovatelku jedné z nejoblíbenějších kaváren v Liberci. V případě druhém jde o majitele fastfoodové franšízy, která má v Liberci 3 pobočky. Účelem rozhovorů je ukázat, jaké jsou rozdíly v podnikání s menším kavárenským podnikem a velkým, známým fastfoodovým řetězcem.

Poslední kapitola práce obsahuje dotazníkové šetření. Dotazník se respondentů tázal na pojem „gastronomický ruch“ a na informace, které s ním úzce souvisí. Např. jestli jezdí do vybrané destinace na dovolenou s hlavním cílem poznat gastronomii dané oblasti a další otázky. V druhé části se dotazník zaměřuje na menší liberecké kavárny. Zjišťuje, které se dostaly do povědomí obyvatel a které jsou zákazníky nejvíce vyhledávané.

1 Gastronomický cestovní ruch

Definice pro pojem cestovní ruch nebo také turismus je možné v literatuře nalézt nespočet. Světová organizace cestovního ruchu UNWTO, která je spravována Organizací spojených národů (OSN), definuje cestovní ruch jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její obvyklé životní prostředí, a to na dobu kratší než jeden rok, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečně činnosti v navštíveném místě (UNWTO, 2020).

Jídlo je nejen součástí běžného života, ale také neodmyslitelnou součástí cestovního ruchu. V literatuře se stravovací služby řadí mezi základní služby spolu se službami ubytovacími a přepravními. Je ale zřejmé, že gastronomie může být sama o sobě účelem cestování.

V odborné terminologii se lze setkat s termíny „gastronomický cestovní ruch“, „kulinářský cestovní ruch“ nebo výjimečně „gurmánský cestovní ruch“ (Zelenka Pásková, 2012). Gastronomický cestovní ruch představuje takovou formu cestovního ruchu, u které je hlavním motivem k cestě gastronomie a kulinářské zážitky. Může se jednat o účast na gastronomických akcích, o zážitky spojené s konzumací pokrmů, s přípravou a prezentací jídla nebo seznámení se a ochutnání tradičních pokrmů v dané destinaci (Kotíková, 2013).

1.1 Historie

Gastronomie neoddělitelně patří do běžného života člověka už od počátků civilizace. Cestování při hledání potravy rovněž sahá až k úsvitu lidského druhu, když byl běžný lov zvěře a lidé z okolních zemí se za tímto účelem shromažďovali.

Historici v oblasti gastronomie se mnohokrát přeli o tom, kdy a jak se potravinářské praktiky vyvinuly a kdo za nimi stojí. Např. zemědělství sahá až 20 000 let zpět (některá literatura uvádí 10 000 let). Neolitická revoluce zemědělství přispěla také sběrem, lovem či rybařením. Domestikace rostlin a zvířat se stala hlavním zdrojem lidské výživy. Egypťská civilizace započala v roce 3 100 před naším letopočtem, to byla doba, kdy se lovci a sběratelé usadili v zemědělských vesnicích. První recept pochází z Mezopotámie kolem roku 2 000 př. n. l., to ale nutně neznamená, že obyvatelé Mezopotámie vynalezli vaření. Autorem první kuchařky se stal Říman Apicius ve 4. století. Jídlo a pití bylo vždy spojováno se společenskými zvyky a

způsobem života lidí (Everett, 2016). Další stručnou chronologii globálního objevování jídla a cestování obsahuje tabulka 1.

Tabulka 1: Cestovatelské a gastronomické mezníky v historii

Období	Objevitelé a jejich objevy v oblasti gastronomie
13. a 14. století	Rychlá expanze Mongolské říše, která vedla k dramatickým pokrokům v gastronomii. Tomuto pokroku velmi přispěla hedvábná stezka, jedna z hlavních obchodních cest v Asii, která usnadňovala výměnu zboží v Asii, Africe a některých částech Evropy.
Začátek 15. století	Osmanští Turci nahrazují Mongoly jako dominantní hráče v obchodě s kořením. Průzkumníci začínají hledat nové bohatství a přinášejí koření zpět do své vlasti.
1453	Dobytí Konstantinopole v roce 1453 znamená, že Osmanský stát se stal říší. Vrcholu dosáhla v roce 1590 a pokrývala obrovské části Asie, Evropy a Afriky.
1492 – 1503	Kryštof Kolumbus dokončil 4 plavby napříč Atlantským oceánem k usnadnění španělské kolonizace Nového světa vytvořením obchodních cest a kolonií. Kolumbus doufal, že se dostane do Indie, aby zajistil lukrativní obchod s kořením s Asii a porazil konkurenci.
1497	Italský průzkumník John Canot přistál v Severní Americe a objevil hojnou úroveň rybolovu tresek v Newfoundlandu a prohlásil: "Moře je plné ryb, které lze lovit nejen pomocí sítí, ale také pomocí rybářských košů".
1498	Portugalský objevitel Vasco de Gama úspěšně lokalizoval Indii. Přistál v Calicutu. Dosažením legendárních indických tras s kořením pomohl Portugalské říši zlepšit ekonomiku. První koření byly pepř a skořice, ale brzy přišly nové produkty.
1586	Plavby britského průzkumníka sira Francise Drakea. Se slávou přivezl zpět brambory, ačkoli nebyly až do 18. století v Evropě příliš populární.
1600	Společnost East India získala královskou chartu. Obchoduje se hlavně s bavlnou, hedvábím, solí, ledkem, čajem a opiem. Společnost získala monopol na obchod se všemi zeměmi východně od mysu Dobré naděje a západně od úžiny Magellan. Dovozy pepře z Javy byly po 20 let důležitou součástí obchodu.
17. století	17. století bylo opět o průzkumu a objevování. Autoři začali psát o tématech obchodu či zahraničním cestování.
17. a 18. století	Tak zvaná "Gastronomic Grand Tour". Jedná se o dobu zkoumání bohatými a středními třídami. Objevují se nová a exotická jídla a těší se velkému zájmu. Několik autorů píše o cestování, kde poskytuje také informace o jídle a pití, které si začínající turisté velmi užívají. Např. se jedná o dílo od Tobiase Smolletta <i>Travells through France and Italy</i> (1766).
19. století	Exploze objevování, zejména Afriky a Austrálie. Bohužel v této době evropské průzkumníci umírali hladem. Nesehnali v nových krajích světa potravu či dostali otravu olovem ze špatně konzervovaného jídla.

Zdroj: vlastní zpracování dle Everett (2016)

Na konci 19. století již bylo jídlo a pití z celého světa k dispozici širší populaci. Kuchyně se stávala předmětem průzkumů a součástí kultury zemí. Lidé začali toužit po ochutnávání nových jídel a po gastronomických zážitcích (Everett, 2016).

Nelze zformulovat celou historii cestování, objevování a prozkoumávání jídla do několika odstavců. S jistotou lze ale říci, že cestování za jídlem a pitím není novodobým zájmem ani nedávnou lidskou činností.

1.2 Přední mezinárodní a národní organizace

Existuje mnoho organizací, které mají za úkol podporovat rozvoj gastronomického cestovního ruchu, jak na národní, tak na mezinárodní úrovni.

1.2.1 World Food Travel Association (WFTA)

„The act of traveling for a taste of place in order to get a sense of place.“ To je odpověď ředitele mezinárodní gastronomické asociace WFTA na otázku, co je to gastronomický cestovní ruch. Ochutnáním místních chutí, poznáním gastronomických tradic a zvyklostí je možné pochopit lépe kulturu daného místa (WFTA, 2020).

WFTA byla založena v roce 2003 jako nezisková a nevládní organizace. Dnes je považována za přední světovou autoritu v oblasti cestování ve spojitosti s jídlem a pitím. Cílem organizace je vytvářet ekonomické příležitosti tam, kde se jídlo a pití setkává s cestováním a pohostinností. Její znalosti, nástroje a školení pomáhají obchodníkům či dalším organizacím využívat jídlo a pití ve své oblasti k vytváření silného pocitu z místa, který zvyšuje počet návštěvníků, kapitál cílové značky a export poptávky po potravinách a nápojích v dané oblasti. Za její misi si organizace klade zachování a podporování povědomí o gastronomických kulturách prostřednictvím pohostinnosti a cestovního ruchu. Vizí asociace je snažit se sloužit jako přední světové centrum inovací, excelence a znalostí v oblasti cestovního ruchu a s tím spojeným jídlem a pitím (WFTA, 2020).

1.2.2 United Nations World Travel Association (UNWTO)

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) spadá pod Organizaci spojených národů (OSN). Je odpovědná za podporu odpovědného, udržitelného a všeobecně přístupného cestovního ruchu. Jako přední mezinárodní organizace v oblasti turismu propaguje UNWTO cestovní ruch jako hybnou sílu hospodářského růstu, inkluzivního rozvoje a udržitelnosti životního prostředí. Nabízí tomuto odvětví vedoucí postavení a podporu při prosazování znalostních a turistických politik po celém světě. Prioritami UNWTO jsou začlenění cestovního ruchu do globální agendy, zlepšení konkurenceschopnosti cestovního ruchu, podpora udržitelného rozvoje cestovního ruchu, zvyšování příspěvků na turismus ke snížení chudoby a k rozvoji, podpora znalostí, vzdělávání a budování kapacit, neposlední prioritou je budování partnerství (UNWTO, 2020).

Z prvního světového fóra o gastronomickém cestovním ruchu UNWTO konaného v roce 2015 vzešly následující prohlášení. Jídlo je základním prvkem všech kultur, hlavní složkou světového nehmotného dědictví a stále důležitějším lákadlem pro turisty. Propojení mezi potravinami a cestovním ruchem poskytuje platformu pro přenos kultury, místního hospodářského rozvoje, udržitelných postupů a gastronomických zkušeností, které pomáhají při určování cílových značek a trhů a které rovněž podporují místní tradice a rozmanitost (UNWTO, 2020).

1.2.3 CzechTourism

Tato agentura vznikla pod názvem Česká centrála cestovního ruchu v roce 1993 z rozhodnutí ministra tehdejšího Ministerstva hospodářství. Od roku 2003 tato státní příspěvková organizace nese jméno CzechTourism a je zřizována Ministerstvem pro místní rozvoj. Působí v České republice jako ústřední orgán státní správy ve věcech cestovního ruchu. Je členem Evropské komise cestovního ruchu (ETC) a podílí se společně s dalšími evropskými zeměmi na marketingových aktivitách na zámořských trzích (BusinessInfo.cz, 2004).

Hlavním cílem CzechTourismu je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí, ale i v ČR. K dosažení tohoto cíle s koordinací Ministerstva pro místní rozvoj plní úkoly jako je koordinace činností v oblasti cestovního ruchu (podpora rozvoje CR, spolupráce v oblasti CR s orgány státní správy a samosprávy a dalšími institucemi). Dalším úkolem

CzechTourismu je destinační marketing – podpora a koordinace marketingových aktivit na zahraničním i domácím trhu. Vytváří image turistické destinace „Česká republika“ na obou trzích. Podporuje tvorbu produktů cestovního ruchu s šetrným přístupem k životnímu prostředí, vydává propagační materiály o ČR v potřebných jazykových verzích. S marketingem samozřejmě úzce souvisí také mediální prezentace ČR, odvětví cestovního ruchu i agentury CzechTourism. Neposledním hlavním úkolem je výzkumná a vzdělávací činnost. Provádí vzdělávací činnosti v oblasti cestovního ruchu a služeb za účelem zajištění a udržení konkurenceschopnosti subjektů CR na domácím i zahraničním trhu, působí na českou veřejnost s cílem povzbudit vstřícnost vůči turistům a zdůraznit význam turismu pro ČR (CzechTourism, 2020).

V rámci gastronomie CzechTourism realizuje projekt Ochutnejte Českou republiku neboli CzechSpecials. Jedná se o partnerský projekt agentury CzechTourism, Asociace kuchařů a cukrářů ČR a Asociace hotelů a restaurací. Cílem tohoto projektu je zatraktivnit potencionální turistické destinace a prostřednictvím gastronomických specialit je představit zahraničním i domácím turistům. Dalším účelem je popularizovat českou kuchyni v tradičním i moderním pojetí, propagovat a podporovat restaurace, které tuto kuchyni nabízejí, a v konečném důsledku do kvalitních českých restaurací přivést více hostů. CzechSpecials je zároveň certifikační značkou, která má zajistit, že v takto certifikovaných restauracích či hotelových zařízeních budou hostům poskytovány kvalitní služby a tradiční české pokrmy budou podávány v odpovídající kvalitě. Po celé České republice je možné najít 65 restaurací či hotelů, které se pyšní touto značkou. V Liberci mezi certifikované podniky patří Clarion Grandhotel Zlatý Lev a restaurace Radniční sklípek (CzechSpecials, 2020).

1.2.4 Asociace hotelů a restaurací České republiky (AHR ČR)

AHR ČR vznikla v roce 2006, když se sloučila Národní federace hotelů a restaurací se sdružením HO.RE.KA. Tato asociace sdružuje majitele či provozovatele restaurací, hotelů, penzionů, odborných škol či partnerů, kteří nabízejí produkty pro restaurační nebo ubytovací provozy. Asociace má zastoupení po celé České republice. V současné době čítá 1560 členů. Více jak 70 % z nich je členy organizace déle než 5 let. Hlavním cílem Asociace je podpora podnikatelů v oblasti gastronomie a hotelnictví. Pracuje především v oblastech lobbyingu a legislativy. Zajišťuje informace a poradenství pro své členy. Organizují akce pro své členy, kde vzdělávají, informují o trendech, zprostředkovávají kontakty, umožňují výměnu zkušeností,

propaguje své členy a spolupracuje s veřejnou správou, kraji či destinačními společnostmi (Asociace hotelů a restaurací České republiky, 2020).

Asociace hotelů a restaurací České republiky je členem Evropské konfederace hotelů, restaurací, barů a kaváren HOTREC, Hospodářské komory České republiky, Svazu obchodu a cestovního ruchu, evropského výboru Hotelstars Union, členem několika destinačních společností, pracovních týmů pro otázky ohledně kvality a copyright v rámci HOTREC a od roku 2018 je AHR ČR členem také Výkonného výboru HOTREC (Asociace hotelů a restaurací České republiky, 2020). HOTREC je sdružení zastřešující hotely, restaurace, kavárny a podobné zařízení v Evropě. Spojuje celkem 45 sdružení ve 33 zemích a je hlasem evropského pohostinství. Vize tohoto sdružení zní „*Hospitality is at the heart of the European tourism development by fostering the industry’s growth, jobs and innovation and by unlocking its potential*“. Ve volném překladu tato vize znamená, že pohostinství v rámci rozvoje evropského cestovního ruchu je podporou růstu průmyslu, zaměstnanosti a inovací a odemknutím potenciálu evropského turismu. HOTREC zastupuje a prosazuje své zájmy vůči Evropské unii a mezinárodním institucím. Podporuje sdílení znalostí a osvědčených postupů mezi svými členy s cílem inovovat. Působí také jako platforma odborných znalostí v rámci evropského pohostinství (HOTREC, 2018).

Jak již bylo uvedeno, členů čítá Asociace celkem 1 560. Co se týče členů, kteří jsou přímo z Liberce, těch má Asociace 7. Jedná se o Clarion Grandhotel Zlatý Lev, Fénix Inspiration Design Hotel, Hotel Ještěd, Penzion Jasmín, Union bar&grill, Wellness Penzion U Muzea a gastronomické zařízení zprostředkovávající catering – Luboš Schreiber. V rámci celého Libereckého kraje je členy Asociace 52 restauračních a hotelových zařízení, 8 v okrese Česká Lípa, 16 v okrese Jablonec nad Nisou, 14 v okrese Liberec a 14 v okrese Semily (Asociace hotelů a restaurací České republiky, 2020). Podrobnější informace lze najít v tabulce 2.

Tabulka 2: Počet členů Asociace hotelů a restaurací České republiky

Okres	Město/obec	Počet členů
Česká Lípa	Česká Lípa	4
Česká Lípa	Doksy	1
Česká Lípa	Nový Bor	1
Česká Lípa	Průhonice	1
Česká Lípa	Stružnice	1

Jablonec nad Nisou	Bedřichov u Jablonce nad Nisou	1
Jablonec nad Nisou	Jablonec nad Nisou	5
Jablonec nad Nisou	Josefův Důl	1
Jablonec nad Nisou	Kořenov	5
Jablonec nad Nisou	Smržovka	1
Jablonec nad Nisou	Tanvald	1
Jablonec nad Nisou	Železný Brod	2
Liberec	Chrastava	1
Liberec	Lázně Libverda	4
Liberec	Liberec	7
Liberec	Jablonné v Podještědí	1
Liberec	Šimonovice	1
Semily	Benecko	6
Semily	Harrachov	3
Semily	Rokytnice nad Jizerou	3
Semily	Studenec u Horek	1
Semily	Turnov	1

Zdroj: vlastní zpracování dle AHR ČR

1.3 Význam a členění

Důvodů, proč je gastronomie tak významnou částí cestovního ruchu a proč zájem o gastronomický cestovní ruch stále roste, je celá řada. Jedná se o autentické zážitky během cestování. Jídlo, pití, stravovací zvyky jako např. používání hůlek při konzumaci, stravovací rituály domorodců, to všechno je součástí kultury, zvyků a životního stylu místních obyvatel. Díky jídlu je tedy možné se během cestování seznámit s tamní kulturou, tradicemi a historií. Gastronomický CR je součástí kulturního turismu, protože jídlo a pití a způsob stravování jsou projevem každé kultury. Samozřejmě záleží na každém člověku, ale zážitky spojené s ochutnáváním netradičních pokrmů mohou být trvalejší než zážitky spojené s návštěvou zámků, hradů a dalších historických nebo také uměleckých pamětihodností (Kotíková, 2013).

World Food Travel Association jako důvody, které určují význam gastronomického cestovního ruchu, uvádí tyto:

- Na rozdíl od jiných služeb je stravování službou nezbytnou.

- Stravování se týká obou pohlaví.
- Stravování se týká všech etnických skupin.
- Zájem o gastronomický CR zahrnuje každou věkovou skupinu.
- Účastníci gastronomického CR pocházejí z různých příjmových skupin, tedy nabídka tohoto typu cestovního ruchu může být velmi variabilní.
- Z průzkumů vyplývá, že zájemci o gastronomický CR mají vyšší vzdělání než účastníci cestovního ruchu v průměru.

Každé místo, které je cílem gastronomického cestovního ruchu, by mělo mít svou strategii. Ta přispěje k tomu, aby turisté byli motivováni k výletu nebo návštěvě destinace kvůli místnímu jídlu a pití. Úspěšná strategie může ovlivnit destinaci řadou způsobů a výhod, jako jsou např. zaujmutí nových a znovu se vracějících turistů, zlepšení zážitků účastníků cestovního ruchu, ekonomický přínos, dobré jméno destinace a jeho šíření mezi turisty, uchování místního dědictví či vzdělávání turistů, ale i místních obyvatel o gastronomických tradicích či zvycích a mnoho dalších (WFTA, 2020)

Gastronomický cestovní ruch je velmi rozmanitý. Obecně je do něj možné zahrnout aktivity, které spočívají v návštěvě následujících objektů či akcí:

- podniky veřejného stravování,
- gastronomické destinace,
- gastronomické akce a události,
- gastronomické provozy,
- gastronomická muzea,
- farmářské a jiné trhy,
- různé typy kurzů (Kotíková, 2013).

Podniky veřejného stravování

Podniky veřejného stravování jsou nejčastějším cílem gastronomického CR. Dají se dále dělit na zařízení gurmetské, tradiční, historické a zážitkové. Tyto kategorie se mohou prolínat. Návštěvy těchto zařízení jsou často doporučovány na turistických portálech či jiných internetových stránkách nebo v průvodcích. Kategorie gurmetských zařízení představuje luxusní restaurace s exkluzivními službami. Tyto podniky se často pyšní Michelinskou hvězdou, nabízejí špičkovou gastronomii a bezchybnou obsluhu, kterým odpovídá také cenová

úroveň. Jako příklad lze uvést kodaňskou restauraci NOMA, která se několikrát umístila na předních příčkách 50 nejlepších světových restaurací. Tradiční gastronomická zařízení si zakládají na autenticitě. Nabízejí místní tradiční speciality, kladou důraz na původ a dlouhou tradici receptů. Jedná se o lidové hostince a restaurace, které účastníci CR vyhledávají pro jejich atmosféru a kuchyni. Příkladem mohou být tradiční restaurace v Toskánsku či Thajsku nebo v každé zemi, která má tradiční gastronomii. Historické podniky veřejného stravování mají dlouhou historii spolu s vlastními nezaměnitelnými recepty. Často si zakládají na tom, že se zde konala významná historická setkání či jiné události. Jako příklad lze uvést kavárnu Sacher ve Vídni, ve které se podává originální dort Sacher. Poslední kategorie podniků veřejného stravování se zaměřuje na zážitkovou gastronomii. Jejich originalita se může projevit v nabízeném sortimentu restaurace, ve způsobu jeho přípravy, ve způsobu podávání jídel či obsluhy nebo ve vybavení restaurace (Kotíková, 2013). Příkladem zážitkové restaurace může být Středověká krčma v resortu Dětenice, kde je možné nejen ochutnat jídla, která se konzumovala ve středověku, ale také shlédnout zajímavé akce, kterými se lidé dříve bavili.

Gastronomické destinace

Gastronomických destinací je po celém světě nespočet. Na prvních místech žebříčků nejvýznamnějších destinací CR je možné nalézt země jako Indie, Mexiko, Francie, Itálie, Japonsko a mnoho dalších. Regionů či menších lokalit, kterými by Česká republika účastníky mezinárodního a národního cestovního ruchu mohla zaujmout, je celá řada. Patří sem např. Jižní Morava díky vinařství či již zmiňovaný Středověký resort Dětenice.

Gastronomické akce a události

Gastronomické akce mohou být členěny dle mnoha různých hledisek, např. délky, času, místa konání, šířky veřejnosti či pořadatelů a dalších (Kotíková, 2013). Těchto akcí po celém světě existuje nespočet. V rámci města Liberce je možné zmínit např. Beko Fresh Festival nebo Čokoládový festival, které se pořádají po celé České republice. Dále Liberecký pivní festival, Festival vína Liberec či akci Vínování konanou v Oblastní galerii Liberec.

Gastronomické provozovny

V průběhu návštěv gastronomických destinací bývají na programu exkurze do potravinářských provozů, jež jsou spojené s ochutnávkou a možností zakoupení originálního výrobku. Mezi tyto

prohlídky provozoven či výroben v České republice patří pivovary či vinné sklepy. Součástí nabídky gastronomického CR mohou být také návštěvy malých zemědělských farem, kde se konají prohlídky výroben sýrů, marmelád, moštů a mnoho dalších. Jinde ve světě se oblibě těší palírny whisky (např. Irsko) nebo čokoládovny (např. Belgie) a jiné (Mlejnková, 2016).

Gastronomická muzea

Zaměření gastronomických muzeí může být velmi různorodé. Existují obecně koncipovaná muzea, ale také úzce specializovaná. V rámci České republiky je možné navštívit např. obecně koncipované Gastronomické muzeum v Praze. Mezi úzce specializovaná muzea patří např. Muzeum perníku v Toruni v Polsku či Muzeum chleba v Ulmu v Německu (Kotíková, 2013).

Farmářské a jiné trhy

Tržiště jsou známá po celém světě a samozřejmě jsou nedílnou součástí cestovního ruchu. Nejsou oblíbené pouze pro možnost zakoupení místních produktů, ale také pro svou autentičnost či možnost setkání se s místními obyvateli. V České republice získaly na oblibě farmářské trhy, kam si lidé chodí kupovat čerstvé zemědělské plodiny a potraviny převážně regionálního původu (Kotíková, 2013). V Liberci se tyto trhy pořádají např. v centru města v blízkosti OC Fórum. Nejednou se v Liberci i jiných městech konaly také africké trhy, kde je možné zakoupit např. netradiční papáju, exotické hadí ovoce, durian či dračí ovoce. Dále také kvalitní čokoládu nebo kakaové boby a mnoho dalších produktů.

Kurzy

S rostoucím zájmem o gastronomii roste také zájem o gastronomické kurzy. Tyto kurzy vaření mohou mít řadu různých podob – filetování ryb, příprava steaků, kuchyně vybrané země (mexická, italská a další) (Kotíková, 2013). Dále je možné se setkat např. s baristickými kurzy, které se v poslední době těší velké oblibě.

1.4 Trendy v gastronomii

Trendy v cestovním ruchu se neustále vyvíjejí a mění. Mezi trendy posledních let se řadí např. formy ubytování jako Airbnb či Couchsurfing, dovolené v exotických oblastech jako je Thajsko, Indonésie nebo Kapverdské ostrovy. Stále více získávají na oblibě některé formy

cestovního ruchu jako např. dobrovolnický, temný či vesmírný cestovní ruch. Velmi populární je v poslední době udržitelný cestovní ruch, jehož principy se vztahují k environmentálním, ekonomickým a sociokulturním aspektům rozvoje ČR. Roste povědomí o ekoturismu, ekohotelech apod. Cílem tohoto typu turismu je snížení ekologické stopy v odvětví (Treleaven, 2019).

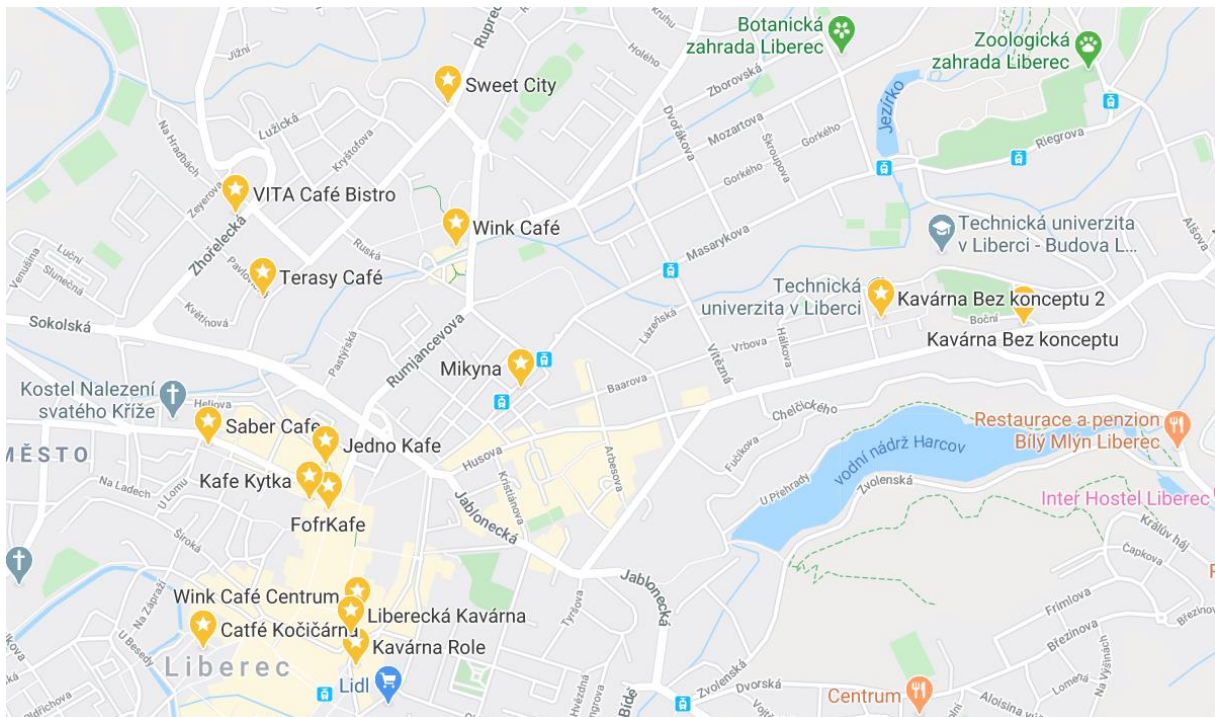
Zrovna tak trendů v gastronomii a gastronomickém cestovním ruchu se v současné době nachází nespočet. Zde je malý výčet vybraných z nich:

- Cestování po České republice dle Gastromapy Lukáše Hejlíka. Kniha Gastromapa Lukáše Hejlíka 365 nabízí 365 oblíbených gastronomických podniků po celé České republice tohoto herce a foodblogera. Je rozčleněna do 31 kapitol, přičemž pro každou je charakteristické něco jiného. Kapitoly čtenářům radí, kam na např. na snídani, kam s dětmi, kam na koktejl, kam na rychlou kávu, kam na maso, kam na burger, kam na sladké apod. V knize se nachází několik libereckých podniků (Hejlík, 2019). Samozřejmě tato Gastromapa existuje také v elektronické podobě, a to pod názvem Gastromapa Lukáše Hejlíka.
- Zájem o zdravý způsob stravování. Pojmy, jenž se v této souvislosti s gastronomií spojují, jsou označovány zkratkou F. L. O. S. S. Zkratka zahrnuje první písmena slov fresh (čerstvý, svěží), local (místní), organic (používá se označení bio), seasonal (sezónní), sustainable (udržitelný) (Kotíková, 2013). Každé z těchto slov označuje také samostatný trend v oblasti gastronomie. V současné gastronomii je moderní připravovat pokrmy z čerstvých a místních surovin dle sezónnosti.
- Lokální menu. Stále stoupá zájem o lokální produkty, lidé preferují potraviny od regionálních výrobců a farmářů. Zákazníky stále více zajímá skutečný původ surovin, způsob pěstování či chovu (Datinská, 2020).
- Důraz na životní prostředí. Udržitelnost ovlivňuje jak dění v restauracích, tak i celý potravinářský průmysl. Provozy se zaměřují na kompostování, nákupy v ekologických baleních, výměnu jednorázových plastů za vratné či jedlé. V menu restaurací se nacházejí čím dál tím častěji pokrmy ze zbytků či vnitřností a opomíjených částí masa (Datinská, 2020).

- Interaktivní a zážitková gastronomie. Hosté mají rádi osobní kontakt s restaurací a jejími kuchaři. Výhodu to přináší také pro danou provozovnu, protože získá přímou zpětnou vazbu od hostů (Datinská, 2020).
- Sdílení na sociálních sítích. Sociální sítě jsou neodmyslitelnou součástí dnešní doby. Samotné restaurace, ale hlavně také jejich zákazníci sdílí fotografie (prostředí, pokrmů) na svých profilech. Nejen, že tím ukazují, kam vycestovali, co ochutnali, co zažili, ale také udělají podnikům reklamu a přilákají tak nové zákazníky.
- A mnoho dalších trendů jako street food, festivaly jídla, vína a pивní festivaly, rybolov a mořské plody, jednoduchost – ne přemrštěné a přezdobené pokrmy, již zmíněné kurzy vaření či cestování na farmy a sady za účelem práce (WFTA, 2020).

2 Mapování vybraných libereckých kaváren

Tato kapitola pojednává o vybraných kavárnách v Liberci. Kavárny byly až na výjimky zvoleny převážně v centru města či nedaleko od něj. U každého podniku lze nalézt informace o lokaci, nabídce, dále fotografii exteriéru kavárny a další informace. U některých kaváren je možno nalézt hodnocení z portálů Tripadvisor nebo Restu, a to v případě, že se zde nachází více jak 15 recenzí. Na obr. 1 je možné vidět mapu, na které jsou žlutou hvězdou označeny vybrané kavárny, o nichž se zmiňuje tato kapitola.



Obrázek 1: Rozmístění vybraných kaváren na mapě
Zdroj: Google, 2020

2.1 Café Terasy

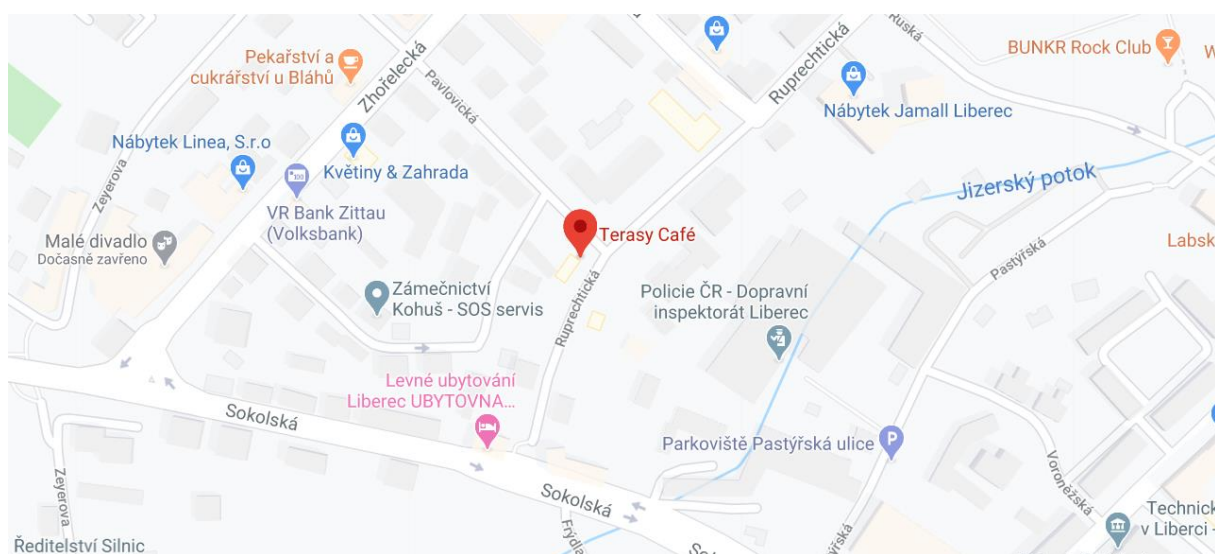
Café Terasy se nachází v ulici Pavlovická, v liberecké čtvrti Pavlovice, viz obrázek 3. Kromě kavárny propojené s vinárnou lze v budově nalézt také apartmány k ubytování a wellness. Kavárna a vinárna disponuje zajímavým toskánským interiérem a velmi širokou nabídkou. Nabízí samozřejmě kvalitní kávu, nealkoholické i alkoholické nápoje a také sladké i slané občerstvení jako žitný chléb, čerstvé bagety, panini či uzeniny a sýry k vínu. V letních měsících kavárna otevírá svým zákazníkům příjemné venkovní posezení. Kromě gurmánských zážitků

kavárna nabízí také zajímavé akce jako výstavy fotografií, ochutnávky vín, večery s kvízy či živé koncerty (Café Terasy, 2020). U budovy je k dispozici několik parkovacích míst. Zákazníci se do kavárny dopraví snadno také městskou hromadnou dopravou např. linkami 12, 24 nebo 26, kde vystoupí na zastávce U Dvora a zbývá jim jen pár kroků do kavárny. Na obrázku 2 je možné vidět exteriér kavárny.



Obrázek 2: *Café Terasy*

Zdroj: vlastní



Obrázek 3: *Umístění kavárny Café Terasy na mapě*

Zdroj: Google, 2020

2.2 Catfé Kočičárna

Kavárna Catfé Kočičárna se nachází v centru Liberce, v ulici 1. Máje, viz obr. 5. Jak je možné vidět na obr. 4, již na první pohled kolemjdoucí pozná, že se jedná o kočičí kavárnu. Je první tohoto typu v Liberci. Zakladatelé kavárny chtěli vytvořit místo plné pozitivní energie, kterou mají vyzařovat právě kočky. Kočičí obyvatelé kavárny pocházejí ze spolku Šance zvířatům. Kočky z kavárny je možné adoptovat. Adopce funguje na bázi dočasných domácích depozit neboli dobrovolníků, kteří zajišťují zvířatům individuální péči. Co se nabídky kavárny týče, nabízí dva druhy kvalitní, čerstvě pražené kávy. V kuchyni připravují bagety, toasty či dezerty. Další dezerty, které si kavárna nechává dovážet, jsou cupcaky, cheesecaky či cakepops, což jsou dortová lízátka. Kavárna nabízí také řadu alkoholických i nealkoholických nápojů. Pořádají se zde také výstavy fotografií či obrazů jak od zkušených, tak od začínajících umělců, a přednášky, obzvláště na téma ochrany zvířat a přírody (Catfé Kočičárna, 2020). Parkování v těsné blízkosti kavárny možné není, ale lze využít parkovacího domu obchodního centra Fórum či jiných míst v centru.



Obrázek 4: Catfé Kočičárna

Zdroj: vlastní



Obrázek 5: Umístění kavárny Catfé Kočičárna na mapě

Zdroj: Google, 2020

2.3 Dolicafe

Kavárna Dolicafe sídlí v Ampérově ulici, viz obr. 7. V areálu se spolu s kavárnou nachází také moderní zubní klinika. Dolicafe disponuje širokou nabídkou pro své zákazníky. Samozřejmě nabízí kvalitní kávu, další teplé i studené, alkoholické i nealkoholické nápoje. Zákazníci sem chodí především na snídaně, kterých kavárna připravuje velké množství. Jedná se o míchaná vajíčka na mnoho způsobů, vaječné omelety, ovesné kaše či domácí jogurty. Dále kavárna nabízí dezerty v podobě dortů, pohárů, bábovek či sušenek. Jako hlavní chody připravuje saláty, sendviče nebo bagety. Dolicafe mezi jinými kavárnami vyniká systémem „Drive-in“. Pokud zákazník spěchá a nemá čas jít posedět, může si kávu či dezert zakoupit z auta u výdejového okénka. Rovněž kavárna umožňuje pořádání velkých akcí v jejich prostorách pro 30 až 50 osob (Dolicafe, 2020). Zákazníci mají možnost zaparkovat přímo v areálu nebo je možné se do kavárny dopravit městskou hromadnou dopravou, linkami č. 22 či 31, které jezdí do Průmyslové zóny Jih, jež je v blízkosti kavárny. Exteriér budovy je možné vidět na obr. 6.



Obrázek 6: Dolicafe

Zdroj: vlastní



Obrázek 7: Umístění kavárny Dolicafe na mapě

Zdroj: Google, 2020

2.4 FOFR KAFE

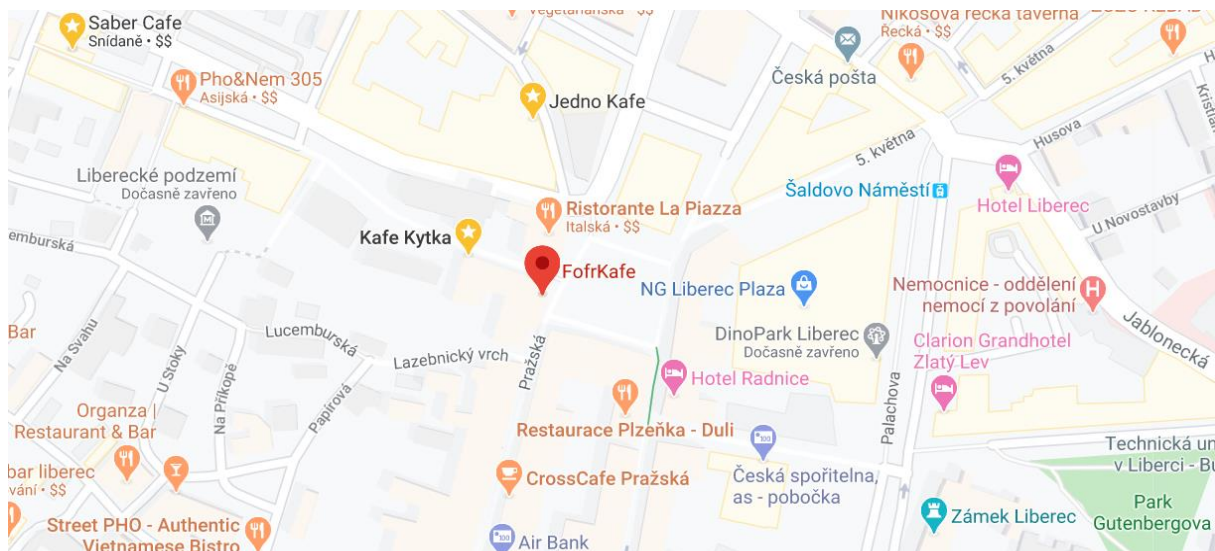
Kavárna FofrKafe leží v centru města na náměstí Dr. E. Beneše, viz obr. 9. Ačkoli je schovaná pod podloubím, cedule upoutá zákaznickovu pozornost, jak je možné vidět na obr. 8. O tomto podniku se zmiňuje Gastromapa Lukáše Hejlíka, který ho hodnotí velmi pozitivně. Kavárna

získala své jméno podle toho, že majitelé přesně takovou rychlou „fofr kávu“ vždy ráno ve spěchu postrádali (Hejlík, 2019). Podnik nabízí výběrovou kvalitní kávu a další teplé i studené nápoje. V nabídce se nachází také řada alkoholických a nealkoholických nápojů. Ze sladkého zde zákazníci naleznou dorty, zákusky, koláče či jogurty na mnoho způsobů. Veškeré dezerty jsou bez lepku, bez cukru a bez laktózy. Každý den připravují také sendviče, toasty a chleby. Kavárna má svůj stánek také v budově školy gymnázia Doctrina s názvem FofrKafe – Canteen. Studenti a učitelé si zde mohou koupit svačinu, lehký oběd, zákusek nebo jen posedět se spolužáky či s kolegy. Podnik nabízí také mezi kavárnami trochu netradiční službu. Je možné si objednat jejich stánek FofrKafe Na cestách na soukromou či firemní akci (FofrKafe, 2019). V letních měsících kavárna disponuje příjemným venkovním posezením s výhledem na Benešovo náměstí s dominantou liberecké radnice. Na portálu Tripadvisor má podnik výborné hodnocení, a to nejvyšší možné - 5,0. Nenajde se zde ani jedna negativní recenze (Tripadvisor, 2020).



Obrázek 8: FOFR KAFE

Zdroj: vlastní



Obrázek 9: Umístění kavárny FOFR KAFE na mapě

Zdroj: Google, 2020

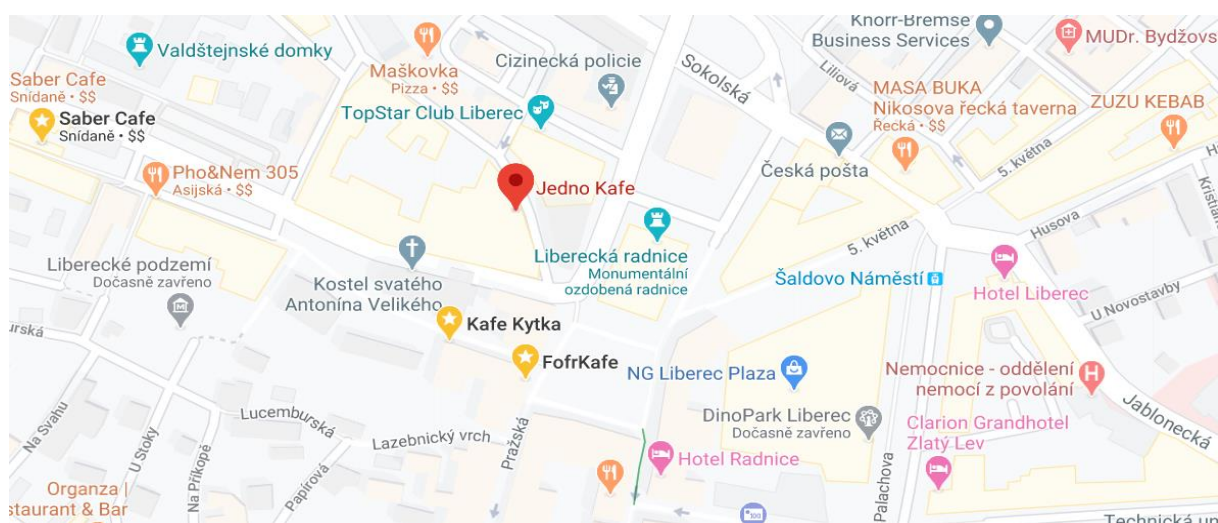
2.5 Jedno Kafe

Kavárna Jedno Kafe se nachází v centru Liberce, v ulici Frýdlantská, viz obr. 11. Tento podnik rovněž zmiňuje Gastromapa Lukáše Hejlíka, který z něj byl nadšený. Jejich kávová limonáda dokonce získala ocenění v podobě značky Regionální produkt z Jizerské hory (Hejlík, 2019). Oproti jiným kavárnám má Jedno Kafe trochu netradiční nabídku. Zákazník si totiž nevybírám z káv jako cappuccino, latte, flat white, americano apod., ale pouze si zvolí, zda chce čistou kávu, kávu s menším nebo větším množstvím mléka či méně intenzivní filtrovanou kávu. Nabízí samozřejmě také další teplé i studené, nealkoholické i alkoholické nápoje a slané i sladké občerstvení. Do další netradiční nabídky kavárny patří workshopy. Zákazník se může přihlásit na jeden ze dvou workshopů, a to All about Espresso & Latte Art či All about Brewing & Sensory, které pořádají několikrát do měsíce a každý účastník zaplatí 2 500 Kč. Stejně jako kavárna FofrKafe nabízí i Jedno Kafe službu cateringu. Pokud zákazník pořádá například konferenci, teambuilding či svatbu, má možnost objednat si stánek s kávou a drobným občerstvením (Jedno Kafe, 2019). Exteriér kavárny je možné vidět na obr. č. 10.



Obrázek 10: Jedno Kafe

Zdroj: vlastní



Obrázek 11: Umístění kavárny Jedno Kafe na mapě

Zdroj: Google, 2020

2.6 Kafe Kytka

Kavárna Kafe Kytka se nachází v Kostelní ulici, pouze za rohem v těsné blízkosti kavárny FofrKafe, jak je vidět na obr. 13. Stejně jako o FofrKafe a o Jedno Kafe píše i o Kafe Kytce Lukáš Hejlík ve své Gastromapě. Pár majitelů spojil své koníčky do jednoho podniku – kavárnu, ve které se prodávají květiny (Hejlík, 2019). Kavárna do své nabídky řadí samozřejmě velký výběr káv či čajů, studené nealkoholické i alkoholické nápoje. Dále nabízí sladké i slané občerstvení. Ze sladkého si zákazníci mohou vybrat mezi dorty a cheesecaky, u slaného mohou zvolit chléb či toast. Co je ale v nabídce kavárny nejzajímavější, jsou krásné květiny. Mají několik druhů, např. pivoňky, růže, zvonky, jiřiny či čechravu. Květiny je možné si objednat telefonicky stejně jako v klasických květinářstvích. Portál Tripadvisor hodnotí kavárnu známkou 4,5 (Tripadvisor, 2020). Restu ještě lepší známkou - 4,6. Nachází se zde převážně velmi pozitivní reakce, jediné věci, na které si někteří zákazníci stěžují, je dlouhá doba čekání a silná vůně květin (Restu, 2020). Vzhled kavárny je možné vidět na obr. 12.



Obrázek 12: Kafe Kytka

Zdroj: vlastní



Obrázek 13: Umístění kavárny Kafe Kytka na mapě

Zdroj: Google, 2020

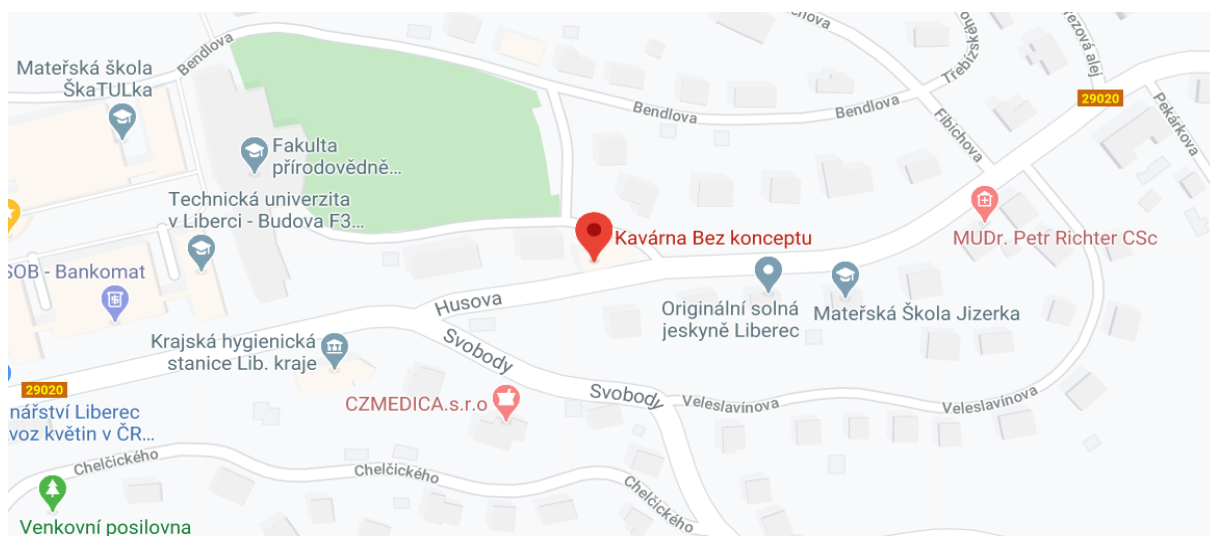
2.7 Kavárny Bez konceptu

Podnik Bez konceptu má v Liberci dvě provozovny. Jako první byla otevřena kavárna na Husově ulici ve Starém Harcově, viz obr. 15. Na portálu Tripadvisor se nachází na vrcholu žebříčku 10 nejlepších kaváren v Liberci. Pyšní se recenzemi od 157 zákazníků se známkou 4,5. Návštěvníci píší velmi pozitivní komentáře, jediné, na co si stěžují, je obsluha a cena. Naopak velmi chválí prostředí kavárny, její vzhled, který je možné vidět na obr. 14, a výborné produkty (Tripadvisor, 2020). Kavárna nabízí velké množství teplých a studených, nealkoholických a několik alkoholických nápojů. Velmi rádi svoji nabídku obměňují, aby byla vždy zajímavá a ze sezónních surovin. Zákazníci sem chodí často na chutné snídaně jako např. lívance, vejce na několik způsobů – omelety, míchaná vajíčka, Benedikt, dále bagely, anglickou snídani, tortilly či jogurty. Přes den si ke kávě či jinému nápoji mohou dát sendviče, bagety, ciabatty či quiche a ze sladkého dorty, cheesecaky nebo jiné dezerty. Mezi netradiční nabídku kavárny spadají jejich speciální piknikové koše. Půjčují svým zákazníkům veškeré vybavení a připraví piknikový koš z celého jejich sortimentu dle zákaznickova přání (Bez konceptu, 2017). Zákazníci sem mohou dorazit během několika desítek minut pěšky z centra nebo se dopravit autobusy městské hromadné dopravy linkami č. 15 nebo 29.



Obrázek 14: Bez konceptu

Zdroj: vlastní

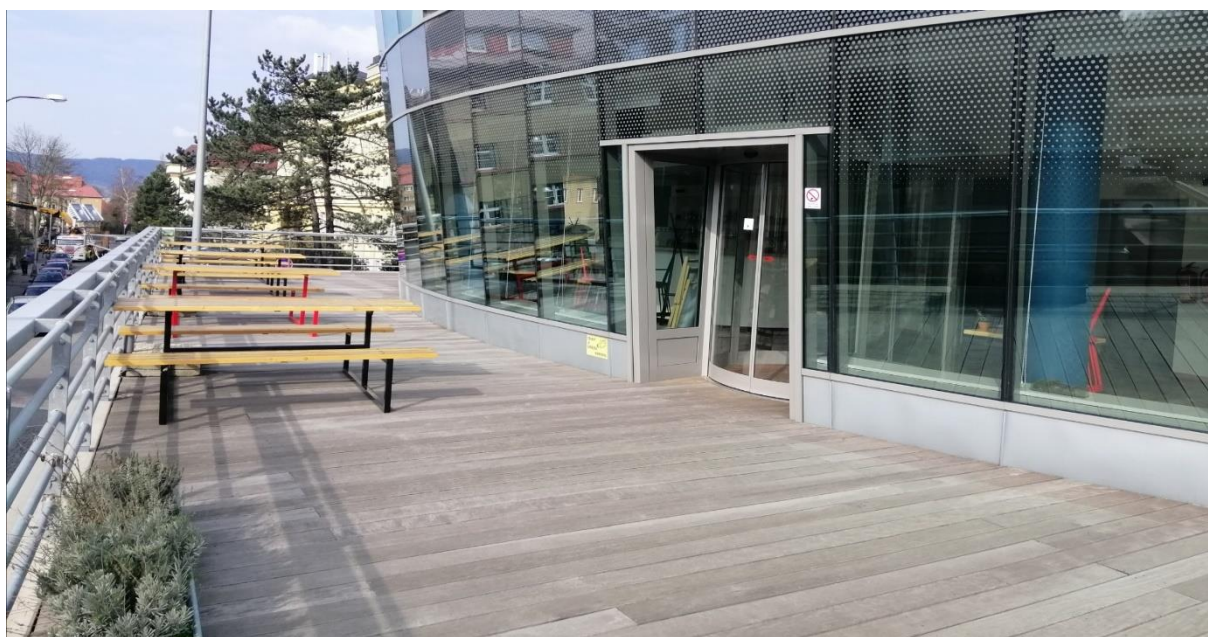


Obrázek 15: Umístění kavárny Bez konceptu na mapě

Zdroj: Google, 2020

Druhá provozovna, jejíž exteriér je možné vidět na obr. 16, byla otevřena v loňském roce nedaleko od té první, a to v budově rektorátu Technické univerzity v Liberci, v ulici Studentská, viz obr. 17. Nabídka druhé provozovny je obdobná jako v kavárně na Husově. Více je možné se dočíst v kapitole 3.1, kde se nachází rozhovor s provozovatelkou. Dopravit se do kavárny je

možné zcela stejným způsobem, městskou hromadnou dopravou linkami č. 15 nebo 29. Samozřejmě je možné jet do kaváren automobilem, ale není zde příliš mnoho míst k zaparkování. Obzvláště u kavárny na Husově, kde jsou pouze 3 místa k zaparkování přes silnici od podniku. Bez konceptu 2 má na portálu Tripadvisor nejlepší možné hodnocení – 5,0. Není možné zde nalézt ani jednu negativní recenzi. Zákazníci velmi chválí příjemné prostředí kavárny, přátelskou obsluhu a chutné produkty (Tripadvisor, 2020). Obě kavárny disponují několika stoly venkovního sezení, což je možné vidět na obrázcích 14 a 16.



Obrázek 16: Bez konceptu 2

Zdroj: vlastní



Obrázek 17: Umístění kavárny Bez konceptu 2 na mapě

Zdroj: Google, 2020

2.8 Kavárna Role

Kavárna Role se nachází přímo v centru Liberce, v Rumunské ulici, viz obr. 19. Vzhled kavárny je možné vidět na obr. 18. Podnik nabízí nespočet druhů káv, čajů i dalších teplých nápojů, stejně tak velké množství studených nealkoholických nápojů. Do nabídky alkoholických nápojů se řadí několik odrůd vín, značek piv a druhů destilátů a aperitivů. Dále si zákazník do kavárny může dojít na snídani i oběd, ze snídaní nabízí vajíčka na několik způsobů – míchaná, hemenex či omelety. V čase obědů i v pozdějších hodinách podnik nabízí saláty, bagety, žitné chleby, toasty, palačinky, noky na několik způsobů či grilovaný hermelín. Ze sladkého si zákazníci mohou vybrat mezi zmrzlinovými poháry, cheesecaky a dalšími dorty. Nespočet dortů nabízí kavárna také v bezlepkové podobě. Předností podniku je pečení dortů na zakázku. Zákazník si může vybrat mezi 35 druhy dortů, které mu zaměstnanci po předchozí domluvě připraví (Kavárna Role, 2020). V letních měsících kavárna pro své zákazníky otevírá venkovní posezení.



Obrázek 18: Kavárna Role

Zdroj: vlastní



Obrázek 19: Umístění Kavárny Role na mapě

Zdroj: Google, 2020

2.9 Liberecká Kavárna

Liberecká Kavárna, nebo také Kavárna Liberec, jak se jí velice často říká, i tak znějí webové stránky podniku, sídlí v Moskevské ulici, viz obr. 21. Exteriér kavárny je možné vidět na obr. 20. Podnik byl otevřený v loňském roce, je tedy moderně vybavený a zařízený. Nabízí kvalitní kávu a velké množství studených nápojů jako jsou limonády či smoothie a další nealkoholické nápoje. Liberecká Kavárna se od většiny jiných kaváren odlišuje tím, že má otevřeno i v pozdních večerních hodinách, a zákazníci sem mohou přijít posedět i v tuto dobu. Připravují mnoho alkoholických míchaných nápojů, destilátů a aperitivů. Na jídlo sem zákazníci zavítají spíše v ranních a dopoledních hodinách na snídani. Kavárna v této části dne připravuje vejce na několik způsobů – hemenex, omelety, míchaná vejce či avokádo s volským okem, dále toasty, lívance nebo jogurty. Od jedenácti hodin se tato nabídka mění na obědovou, ve které podnik svým zákazníkům může připravit grilované kuře, uzeného lososa či camembert s ovocem (Liberecká Kavárna, 2019). S dopravou zde nemohou nastat žádné komplikace, podnik je vzdálený několik desítek metrů od autobusového terminálu Fügnerova. Pokud zákazník jezdí automobilem, může využít např. parkovacího domu obchodního centra Fórum.



Obrázek 20: Liberecká Kavárna

Zdroj: vlastní



Obrázek 21: Umístění Liberecké Kavárny na mapě

Zdroj: Google, 2020

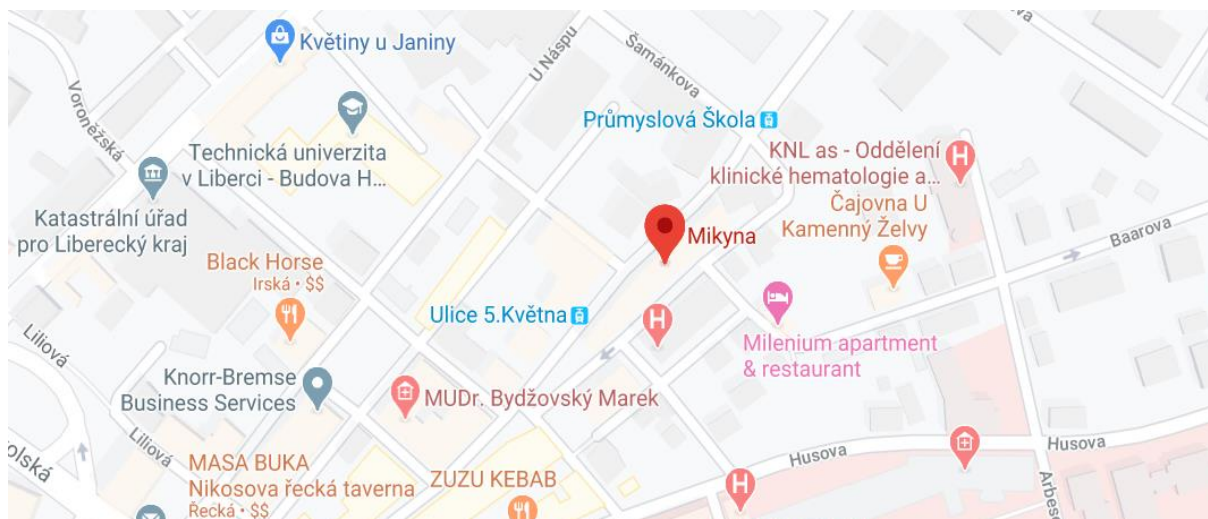
2.10 Mikyna Coffee & Food Point

Kavárna Mikyna sídlí v ulici 5. května, viz obr. 23. Tento podnik je spolu s FofrKafe, Jedno Kafe a Kafe Kytka uveden v Gastronomapě Lukáše Hejlíka. Tento gastronomický nadšenec tvrdí o kavárně Mikyna, že je nejlepším vegetariánským podnikem v České republice (Hejlík, 2019). Kavárnu si v roce 2015 otevřeli dva foodblogeři a setkali se s velkým úspěchem. Svým zákazníkům nabízí snídaně jako např. termix, jogurt, kmínový chléb, topinku či omeletu. Od jedenácti hodin zákazníci mohou přijít také na obědové menu, které je každý den jiné. Vždy zahrnuje polévku a minimálně dva až tři hlavní chody. Jak již bylo zmíněno, vše je vegetariánské. Samozřejmě do stálé nabídky patří také teplé a studené nápoje, sladké zákusky či chlebičky a sendviče z žitného chleba (Mikyna Point, 2020). Kavárna se pyšní druhou příčkou v žebříčku 10 nejlepších kaváren v Liberci na portálu Tripadvisoru. Je zde hodnocena známkou 4,5 a naprostá většina recenzí obsahuje slova „nejlepší brunch“, čili spojení snídaně a oběda do jednoho jídla (Tripadvisor, 2020). Vzhled kavárny je možné vidět na obr. 22. Zákazníci se do kavárny mohou vydat pěšky, z centra města je to pouze několik stovek metrů nebo se mohou dopravit tramvají č. 2 nebo 3, které jezdí směrem do Lidových sadů.



Obrázek 22: Mikyna Coffee & Food Point

Zdroj: vlastní



Obrázek 23: Umístění kavárny Mikyna na mapě

Zdroj: Google, 2020

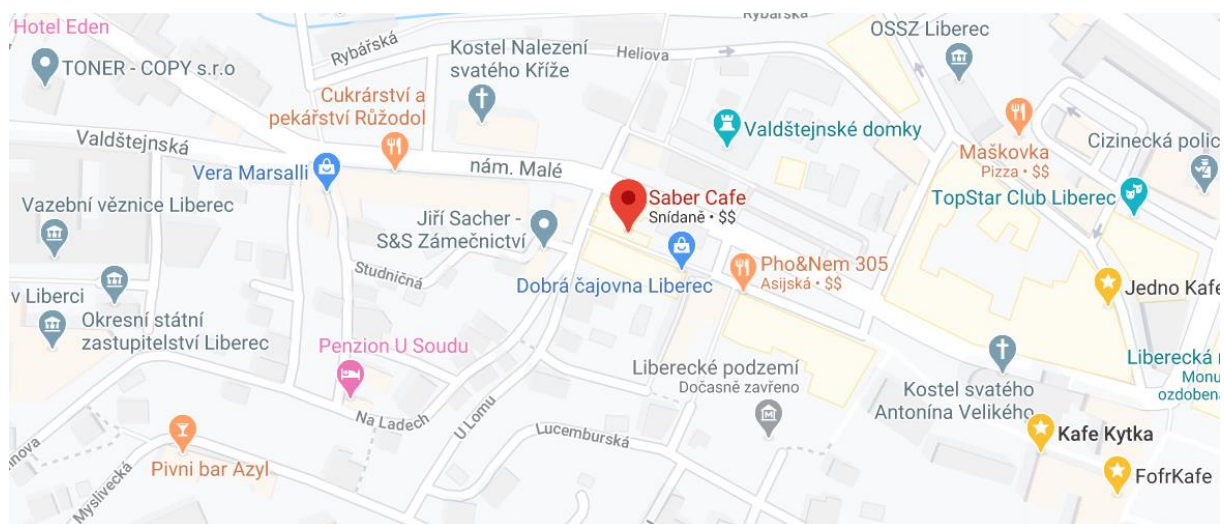
2.11 Saber Cafe

Kavárna Saber Cafe se nachází na Malém náměstí, jak je možné vidět na obr. 25. Na portálu Restu má velmi dobré hodnocení, a to 4,6. Stejně jako u předchozí kavárny Mikyna Coffee & Food Point, i zde lidé chválí lidé brunch. Dále považují za velmi zdařilé dvoupatrové prostředí kavárny (Restu, 2020). Exteriér kavárny je možné vidět na obr. 24. Na portálu Tripadvisor se podnik umístil na sedmém místě v žebříčku deseti nejlepších kaváren v Liberci. Také zde téměř není možné nalézt jinou recenzi než „výborná snídaně“, popř. „výborný brunch“ (Tripadvisor, 2020). Zákazníci sem tedy ve většině případů chodí na brzké i pozdní snídaně, mezi kterými kavárna nabízí např. anglickou snídani, vajíčka na pět způsobů, quiche, párky či toasty. Ze sladkého si hosté mohou vybrat lívance na několik způsobů, jogurty, ovesné kaše, dorty, koláče či croissanty. Mimo tuto nabídku hosté mají možnost ochutnat sendviče či bagety. A v neposlední řadě kavárna nabízí řadu teplých a studených, alkoholických i nealkoholických nápojů (Saber Cafe, 2015). Doprava je možná opět pěšky, kavárna je velmi blízko k centru, či linkami č. 12 a 36 MHD na zastávku Malé náměstí, odkud se pouze přejde silnice.



Obrázek 24: Saber Cafe

Zdroj: vlastní



Obrázek 25: Umístění kavárny Saber Cafe na mapě

Zdroj: Google, 2020

2.12 Sweet City

Kavárna Sweet City se nachází na Ruprechtické ulici, viz obr. 27. Její venkovní vzhled je možné vidět na obr. 26. Podnik byl založen v roce 2013 a mezi ostatními kavárnami vyniká především svou pražírnu Nordbeans. Součástí kavárny je také obchod s čerstvě praženou kávou a doplňky pro její přípravu. Filosofii podniku je nabídnout zákazníkům co nejlepší zážitek z konzumace kávy a také odbornou radu výběru kávy či doplňků. Mimo tyto speciální služby kavárna nabízí také pro své zákazníky baristické kurzy. Jedná se např. o základní baristický kurz, kurz alternativní přípravy, základní kurz latte art či kávové degustace. Ceny kurzů se pohybují v rozmezí od 1 750 Kč do 1 900 Kč, trvají 3 až 4 hodiny a jednoho kurzu se může zúčastnit 4 až 8 osob. Zakladatelé pražírny i její zaměstnanci vytvářejí pro své klienty blog, kam umisťují návody na přípravu různých druhů káv nebo zajímavé články o kávě. Další službou je možnost objednat si stánek Nordbeans/Sweet City. Tento stánek zaměstnanci přivezou kamkoli, kam si zákazník určí – svatby, firemní prezentace, gourmet akce nebo oslavy všeho druhu. Mimo tyto speciality si zde hosté mohou dát samozřejmě dort či jiný zákusek dle aktuální nabídky (Nordbeans, 2020). Zákazník se dopraví buď autem, přičemž zaparkovat může podél silnice vedle kavárny, nebo autobusovými linkami č. 14 či 25 městské hromadné dopravy nebo samozřejmě pěšky, kavárna je nedaleko od libereckého plaveckého bazénu.



Obrázek 26: Sweet City

Zdroj: vlastní



Obrázek 27: Umístění kavárny Sweet City na mapě

Zdroj: Google, 2020

2.13 VITA Café Bistro

Kavárna VITA Café sídlí na Zhořelecké ulici, viz obr. 29. Podnik svým zákazníkům nabízí snídaně, mezi kterými si hosté můžou vybrat z míchaných vajec, farmářských párků s pečivem, opečeným žitným chlebem s avokádem či řepovým humusem, ovesnou kaší nebo jogurty. Mimo snídaně si zde lidé mohou objednat bagety, tortilly či toasty a ze sladkého je možnost výběru z dortíků nebo sklenicových dezertů. Dále kavárna nabízí samozřejmě také řadu teplých a studených, nealkoholických i alkoholických nápojů. Pokud zákazník bude mít zájem, kavárna je schopna pro něj zajistit také cateringové služby (VITA Café Bistro, 2020). V teplém počasí mají hosté možnost využít příjemnou terasu. Přímo v areálu kavárny je malé parkoviště pro zákazníky. Další možnosti jsou autobusová spojení z centra linkami MHD č. 13, 24 nebo 26. Exteriér kavárny je možné vidět na obr. 28.



Obrázek 28: VITA Café Bistro

Zdroj: vlastní



Obrázek 29: Umístění kavárny VITA na mapě

Zdroj: Google, 2020

2.14 Wink Café

Poslední vybranou kavárnou je podnik Wink Café, který se nachází na Tržním náměstí, viz obr. 32. Kavárna nedávno otevřela druhou provozovnu, v Zámečnické ulici, viz obr. 33. Nově otevřená kavárna se nachází v centru města, čemuž odpovídá také její název – Wink Café Centrum. Provozovny svým zákazníkům nabízejí samozřejmě výbornou kávu, ale také další teplé i studené, alkoholické i nealkoholické nápoje. Mimo to do nabídky patří také velké množství dortů, koláčů, sendvičů, toastů či tortill (Wink Café, 2020). Co se dopravy do kavárny Wink Café Centrum týče, pěšky je podnik od autobusového terminálu Fügnerova vzdálený několik desítek metrů. Pokud by zákazník jel automobilem, lze ho zaparkovat v parkovacím

domě obchodního centra Fórum či jiném parkovacím místě v centru města. S parkováním u první provozovny Wink Café je to mnohem snazší, hned před kavárnou se nachází rozlehlé parkoviště. Pokud by zákazník cestoval autobusem, využil by linek MHD č. 14, 18, 25 či 34. Samozřejmě je tu také možnost dojít do kavárny pěšky, jak již bylo zmíněno, nachází se na Tržním náměstí naproti plaveckému bazénu čili nedaleko centru. Vzhled exteriérů obou provozoven je možné vidět na obr. 30 a 31.



Obrázek 30: Wink Café

Zdroj: vlastní



Obrázek 31: Wink Café Centrum

Zdroj: vlastní



Obrázek 32: Umístění kavárny Wink Café na mapě

Zdroj: Google, 2020



Obrázek 33: Umístění kavárny Wink Café Centrum na mapě

Zdroj: Google, 2020

Kaváren se ve městě Liberec nachází několik desítek. Každá z nich je nějakým produktem nebo nabízenou službou výjimečná. Shrnutí výsledků a návrhy, k čemu je požit, je možné nalézt v kapitole 5.1.

3 Řízené rozhovory

Pro řízené rozhovory byly vybrány odlišné podniky. Jedním z nich je menší liberecká kavárna Bez konceptu 2, která sídlí v budově rektorátu Technické univerzity v Liberci. Druhým podnikem vybraným pro rozhovor byl fastfoodový řetězec McDonald's, který mimo jiné také nabízí kvalitní kávu a příjemné prostředí pro své zákazníky.

Tyto podniky byly zvoleny z důvodu jejich odlišnosti. Kavárna Bez konceptu je soukromý podnik, kde si své podniky řídí sám majitel a jeho provozovatelé, naopak ve fastfoodovém řetězci nemají hlavní slovo majitel a provozovatel všech tří libereckých poboček, nýbrž centrála společnosti McDonald's sídlící v Praze.

3.1 Rozhovor s provozovatelkou kavárny Bez konceptu 2

Majitelem obou libereckých kaváren Bez konceptu je pan Pavel Hlad. Provozovatelkou kavárny Bez konceptu 2, se kterou proběhl rozhovor, je v současnosti paní Iveta Milfajtová. Rozhovor se uskutečnil dne 27. 1. 2020 v samotné kavárně. Provozovatelce byly kladeny otázky ohledně otevření nové kavárny, nabídky, dodavatelů, zaměstnanců a mnoho dalších.

Majitel po vystudování ekonomické školy cestoval po celém světě a po svém návratu neměl žádné plány, které povolání by chtěl vykonávat. Přišel tedy s nápadem podnikat v odvětví gastronomie a otevřel si vlastní kavárnu Bez konceptu.

Kavárna se setkala s úspěchem a zákazníků stále přibývalo, majitel se tedy rozhodl pro otevření druhé pobočky. Nová pobočka kavárny Bez konceptu byla otevřena v březnu 2019. Zrekonstruování proběhlo během pár měsíců. Interiér si navrhla sama provozovatelka, rovněž si sama s předstihem plánovala pohovory s uchazeči, ze kterých si následně vybrala své budoucí zaměstnance. Bylo potřeba také na kavárnu upozornit, což proběhlo především prostřednictvím sociálních sítí. Opět práce samotné provozovatelky, která jí zůstala až do současné doby, kdy si sama spravuje stránky na Instagramu a Facebooku.

Provozovatelka v oboru pracuje 15 let. Dříve sama podnikala, vlastnila svoji kavárnu v centru Liberce. Poté začala pracovat pro pana Hlada, se kterým v současné době spolupracuje již 6 let. Jak již bylo naznačeno, druhá pobočka kavárny Bez konceptu již v tomto prostoru, v budově

rektorátu v univerzitním areálu, otevřená byla. To bylo také místo, kde provozovatelka započala svou kariéru v této kavárně.

Zaměstnanci v čele s provozovateli a majiteli konkurenci příliš nevnímají. Mají vybudovanou vlastní klientelu svých zákazníků. Vztahy mezi majiteli či provozovateli libereckých kaváren jsou přátelské a nepociťují nikterak velkou rivalitu. Zákazníci v kavárně Bez konceptu 2 jsou podle provozovatelky z 90 % studenti. Zákazníci mohou problém shledávat v parkování, to je také jeden z důvodů, proč většina klientely druhé pobočky jsou studenti či další lidé z Technické univerzity. Dle slov provozovatelky, pokud zákazníci dojíždějí z větší vzdálenosti než z Liberce, využijí služeb kavárny na Husově ulici. O zahraniční klientelu ovšem nouzi nemá, protože kavárnu navštěvují především již zmiňovaní studenti, a to i ti, kteří přijeli na Technickou univerzitu studovat v rámci studijního programu Erasmus.

Ve výběru dodavatelů surovin a majetkového vybavení mají provozovatelé volnou ruku. Například kávovar má provozovna v pronájmu, a to pod podmínkou, že od dané firmy budou odebírat kávu. Jedná se o italskou kávu Trucillo, která vyrábí výběrovou kávu i směs, či čerstvě praženou kávu některé z místních pražírů jako Nodrbeans, La Boheme nebo Doubleshot.

Co se týče dortů, které kavárna nabízí, mají dezerty výhradně domácí výroby. Obě pobočky mají svoji cukrářku, která dorty peče. Ovšem nejedná se pouze o dorty, kavárna nabízí také snídaně, například lívance, vejce, omelety, ovesné kaše či anglickou snídani, které jsou rovněž připravovány vlastními zaměstnankyněmi. Pouze chléb není přímo z kavárenské kuchyně, ale dovážený z liberecké pekárny. Velké kavárenské řetězce jako například Costa Coffee či Starbucks nenabízí domácí dorty či snídaně, takže v tomto směru provozovatelka shledává výhodu menšího kavárenského podniku. Další výhodou je dle jejího názoru rodinná atmosféra, se kterou se v řetězci ve většině případů nelze setkat. Není zde mnoho míst pro sezení a střídá se mnoho zákazníků denně, kdežto do menších kaváren chodí stálí zákazníci, které obsluha zdá a cítí se být váženými hosty. Naopak nevýhodou může být otevírací doba kavárny, jelikož není otevřená o víkendy a ve všední dny je otevírací doba pouze do devatenácti hodin. Ovšem první kavárna Bez konceptu je přístupná zákazníkům každý den až do dvaceti hodin, takže hosté mohou využít téměř stejné služby. Otevírací doba a samozřejmě také tržby menší pobočky jsou z velké části závislé na částech akademického roku, při období bez výuky není zákazníků takové množství jako v průběhu semestru.

Majitel do budoucna zatím neplánuje otevírat další pobočky své kavárny, ačkoli jsou velmi úspěšné. Jak říká provozovatelka, v dnešní době je těžké podnikat v tomto oboru. Nájmy jsou velmi drahé a kvalitních, pokorných zaměstnanců je málo. Fluktuaci vnímají i kavárny Bez konceptu. V současné době je práce mnoho a potenciální zaměstnanci si vybírají, v jakém oboru, prostředí a s jakou pracovní dobou chtějí zaměstnání vykonávat. Jakmile nejsou spokojeni, odcházejí vyzkoušet jiný podnik či jiný obor. Pro provozovatelku je pracovní kolektiv klíčový, jelikož tvoří kavářenskou atmosféru. V pobočce Bez konceptu pracují pouze další dva pracovníci na hlavní pracovní poměr a tři zaměstnanci na dohodu o pracovní činnosti. Z pohledu zaměstnavatele dává provozovatelka přednost ideálně studentům z univerzity, kteří mají práci blízko a vyplní jí mnoho hodin v otevírací době mezi jejich výukou i po ní. To není jediný důvod, proč se studenty provozovatelka ráda spolupracuje. Líbí se jí, že s mladí lidé jsou tvární, nebojí se změn a je ráda, když může své zaměstnance učit vše od počátku, než že by měla zaučovat zaměstnance z jiných kaváren, kteří mají své návyky a snaží se je aplikovat do její provozovny.

3.2 Rozhovor s majitelem libereckých poboček McDonald's

Společnost McDonald's v Liberci vlastní celkem 3 pobočky. Nejstarší z nich se nachází v ulici České mládeže, v blízkosti Obchodního centra Nisa. Další pobočku, otevřenou v roce 2013, je možno nalézt v Sousedské ulici vedle hypermarketu Globus. Třetí a zároveň nejnovější pobočkou je restaurace na Soukenném náměstí v Obchodním centru Fórum. Majitelem všech tří libereckých poboček je pan Ing. Radek Janalík. Rozhovor s ním proběhl dne 28. 1. 2020 v jedné z poboček, a to v blízkosti hypermarketu Globus. Panu majiteli byly kladeny obdobné otázky jako provozovatelce kavárny Bez konceptu. Mluvil tedy o svých zaměstnancích, dodavatelích, ale také o otevírání nových restaurací či spolupráci s vedením společnosti McDonald's pro Českou republiku a Slovensko.

Majitel libereckých poboček společnosti McDonald's má za sebou dlouhou kariéru u firmy. Hned po vystudování Strojní fakulty Technické univerzity v Liberci začal pracovat v liberecké pobočce na Benešově náměstí. Do restaurace nastoupil v rámci programu Manager Trainee, a díky tomu se stal za devět měsíců vedoucím restaurace, ne ovšem v Liberci. Po třech měsících na Benešově náměstí pan Janalík odešel do restaurace v Hradci Králové a poté do Prahy, kde byl jedním z hlavních aktérů otevírání nové pobočky. V roce 2003 se stal generálním ředitelem McDonald's v Maďarsku, o pět let později byl jmenován do funkce generálního ředitele

pro Českou republiku a Slovensko. Podle majitelových slov už bylo na čase jít dělat něco jiného, a proto se stal franšizantem libereckých restaurací.

Již zmiňovaná restaurace na Benešově náměstí byla uzavřena v roce 2013 z důvodu ukončení nájemní smlouvy. Majitelé budovy chtěli smlouvu obnovit, ovšem provozovatelé restaurací McDonald's chtěli interiéry své restaurace razantně změnit. To jim umožněno nebylo ze strany památkářů, takže se rozhodli hledat nové prostory pro novou restauraci.

V roce 2018 otevíral restauraci po pěti letech opět v centru Liberce, konkrétně v OC Fórum. Ze strany obchodního centra byl velký zájem mít mezi svými obchody značku McDonald's, takže oslovili pana Janálíka, který ve spolupráci s centrálou společností pobočku rád v centru znovuotevřel. Dle slov majitele, zřízení nové pobočky může mít trvání několika let, záleží na dané lokalitě. Centrála společnosti McDonald's sleduje pravidelně různými analýzami, kde by mohla být potenciálně nová restaurace, načež osloví daného franšizanta v okolí s předstihem alespoň jeden rok. Je potřeba si zajistit zaměstnance, připravit management na vedení restaurace.

Konkurenci majitel příliš nevnímá, samozřejmě ji sleduje, ale nenechává se jí ovlivnit. V oblasti rychlého občerstvení je McDonald's dle jeho slov v Evropě číslo jedna. Přišel se svou značkou jako první do ČR a již téměř třicet let ji buduje a propaguje. Co se týče kavárenského hlediska, McCafé je jedna z nejrozšířenějších kaváren v České republice. Ani tam se majitel konkurencí necítí ohrožen. Ačkoli se za den v kavárně vystřídají stovky zákazníků, mají své stálé milovníky jejich kávy, kteří se k nim rádi vrací.

Zákazníci restaurací a kaváren McDonald's jsou velmi různí. Pobočky navštěvují hosté každého věku, a to především z důvodu, že si tam každý může přijít na své. Nabídka společnosti je velmi široká a zákazníci mají možnost velkého výběru. Dětsí hosté uvítají hračky v dětských menu, žáci a studenti rychlé menu s malým burgerem a hranolky. Na své si přijdou také milovníci sladkého v podobě zmrzlin či zákusků v kavárně. Samozřejmě McDonald's nenabízí pouze nezdravé burgery, ale v nabídce se najdou také saláty nebo ovoce či jogurty.

Zaměstnanci jsou jedna z klíčových oblastí jakéhokoli podnikání. Restaurace McDonald's se potýkají s relativně velkou fluktuací zaměstnanců. Je to především z toho důvodu, že společnost zaměstnává studenty a ti si v dnešní době rádi vybírají brigádu, která jim vyhovuje. V tomto ohledu je dle slov majitele McDonald's skvělý zaměstnavatel. Pracují zde, jak již zmiňovaní

studenti, tak i například maminky s malými dětmi. Práci u této společnosti zaměstnanci vyhledávají hlavně z důvodu flexibilních směn. Ty si totiž mohou naplánovat podle sebe, jak jim vyhovuje. Pan majitel si váží každého svého zaměstnance a je rád, když jsou jeho lidé spokojení.

V oblasti surovin a dalších potřebných věcí k provozu restaurací a kaváren má společnost jasně dané své dodavatele, které nesmí samovolně měnit. Spolupracuje s několika málo firmami, kteří jim dodávají suroviny, chemii či energie a další komodity spojené s provozem poboček. Když něco v restauracích není zrovna k dispozici nebo se vyskytne jiný problém, nelze kontaktovat jinou firmu, od které by byla nápravná opatření rychlejší či levnější. To může být samozřejmě pro franšizanty nevýhodou, ale v jiných aspektech se ovšem stává výhodou. Jedná se o dlouhodobé spolupráce, kde si firmy vycházejí vstříc.

Co se plánuje do budoucna týče, centrála společnosti McDonald's chce otevírat zhruba pět nových poboček ročně v rámci České republiky. Mezi nimi se nachází i oblast Liberecka, diskutuje se o městech jako Jablonec nad Nisou či Česká Lípa, kde už kdysi společnost restauraci otevírat chtěla, ale nakonec z plánu sešlo. Majitel libereckých restaurací je samozřejmě těmto variantám otevřený, ale jak již bylo řečeno, otevírání nové restaurace je dlouhodobý proces a vše je zatím pouze představa, o které se jedná. Plánuje se v rámci libereckého kraje ještě jedna lokalita, ale majitel více prozradit nechce. Věří tomu, že do dvou až tří let minimálně jedna restaurace určitě v kraji přibude.

Cílem rozhovorů bylo poukázat na rozdíly v řízení menšího kavárenského podniku a velkého fastfoodového řetězce. Detailní porovnání je možné najít v kapitole 5.2.

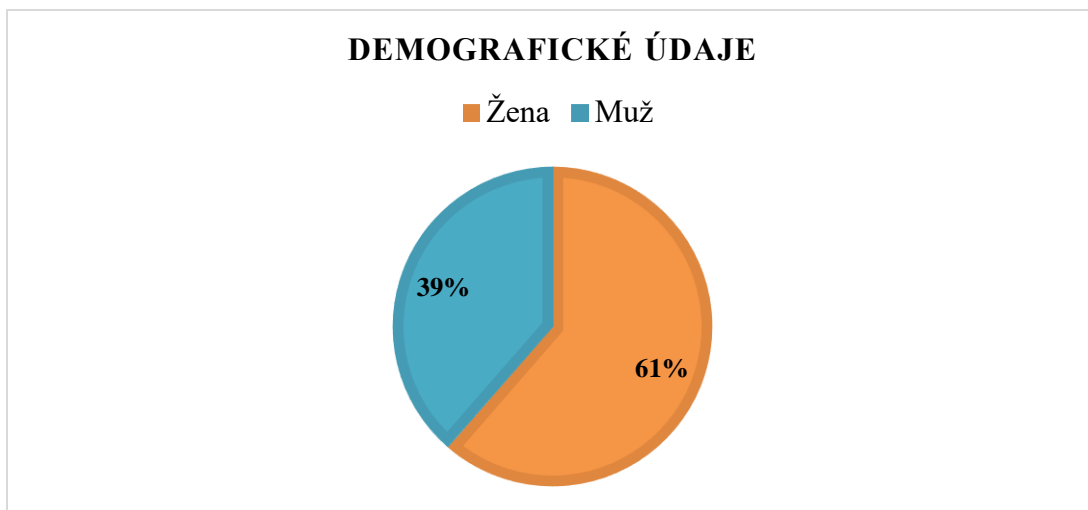
4 Dotazníkové šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit povědomí obyvatel Liberce o gastronomickém cestovním ruchu, zda se mezi nimi najdou tací, kteří jsou jeho aktivními účastníky, a při výběru své dovolené navštíví danou oblast především kvůli tamní gastronomii. V další části dotazníku bylo zjišťováno povědomí obyvatel o vybraných libereckých kavárnách a návštěvnost daných podniků.

Pro sběr dat byla zvolena metoda elektronického a osobního dotazování prostřednictvím strukturovaného dotazníku (viz Příloha A). Respondenty tvořili obyvatelé a návštěvníci Liberce. Dotazník byl umístěn prostřednictvím Facebooku na internet s odkazem na přímé vyplnění v aplikaci Survio. V této podobě bylo zpět obdrženo 191 odpovědí. Přibližně 300 dotazníků bylo rozdáno osobně při návštěvách kaváren, a to v podnicích Bez konceptu, Jedno Kafe, VITA Café Bistro a v kavárenských řetězcích McCafé. Dále byly dotazníky sbírány mezi studenty Technické univerzity v Liberci, co se týče středních škol, sběr probíhal především mezi studenty Gymnázia F. X. Šaldy, Gymnázia a Střední odborné školy pedagogické Jeronýmova, Obchodní akademie či Střední průmyslové školy strojní a elektrotechnické. Dalších několik desítek dotazníků bylo rozdáno zaměstnancům České správa sociálního zabezpečení, Okresní správy sociálního zabezpečení a zaměstnancům libereckých poboček McDonald's. Sběr odpovědí v těchto zařízeních probíhal na základě osobních kontaktů ze stran příbuzných, přátel a kolegů v zaměstnání. Tímto způsobem bylo vráceno 112 kusů dotazníků. Celkem tedy dotazník vyplnilo 303 respondentů.

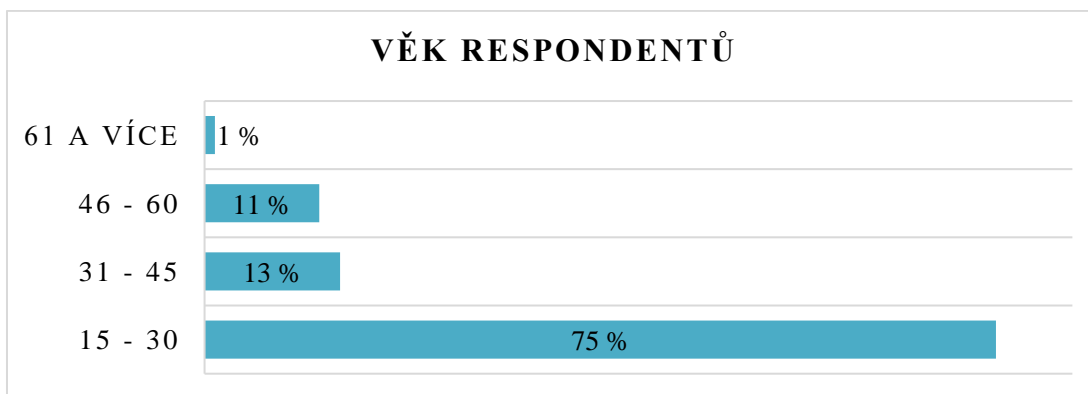
4.1 Charakteristika respondentů

V rámci vyplněných dotazníků bylo z celkového počtu 303 respondentů 61 % žen a 39 % mužů, jak je možné vidět na obr. 34. Ze 75 % odpovídali lidé ve věkovém rozmezí 15 – 30 let. Necelým 13 % dotazovaným bylo 31 – 45 let, téměř 11 % 46 – 60 let a pouze necelému procentu více než 61 let (viz obr. 35). Téměř u poloviny respondentů bylo nejvyšší dosažené vzdělání střední škola s maturitou, následovala ukončená základní škola s téměř 29 %. Téměř 19 % respondentů bylo absolventy vysoké školy a nejméně dotazovaných vystudovalo vyšší odbornou školu či odborné učiliště (viz obr. 36). Průzkum vzdělání je ale v tomto případě spíše orientační údaj, neboť někteří respondenti jsou právě z řad studentů středních a vysokých škol.



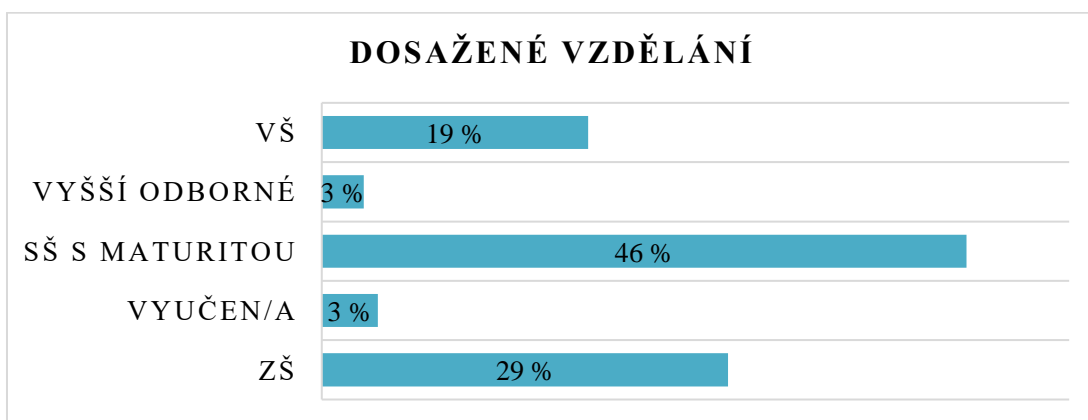
Obrázek 34: Struktura respondentů dle pohlaví

Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek 35: Struktura respondentů dle věku

Zdroj: vlastní zpracování

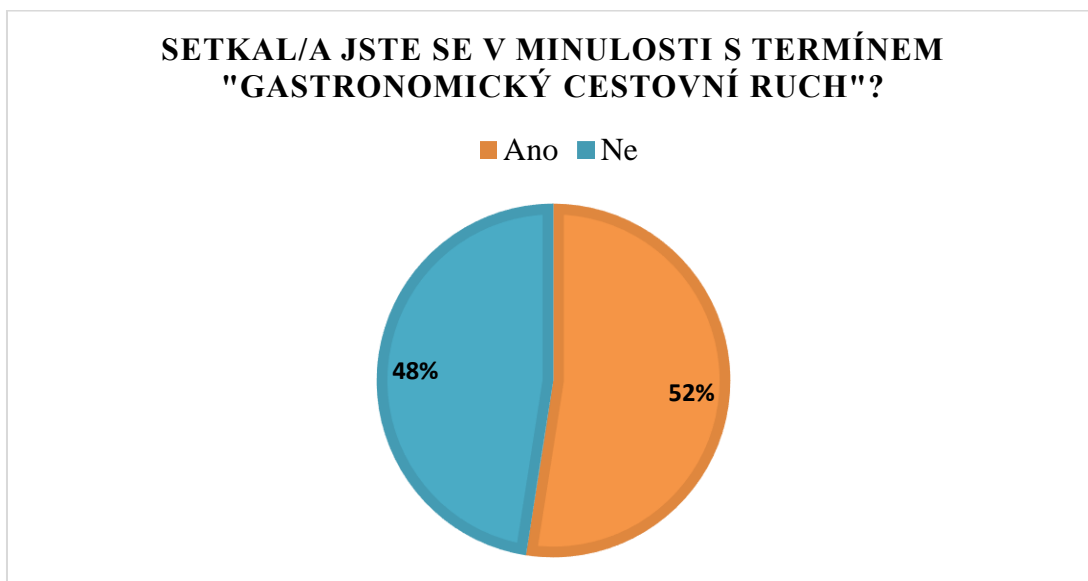


Obrázek 36: Struktura respondentů dle vzdělání

Zdroj: vlastní zpracování

4.2 Výsledky šetření

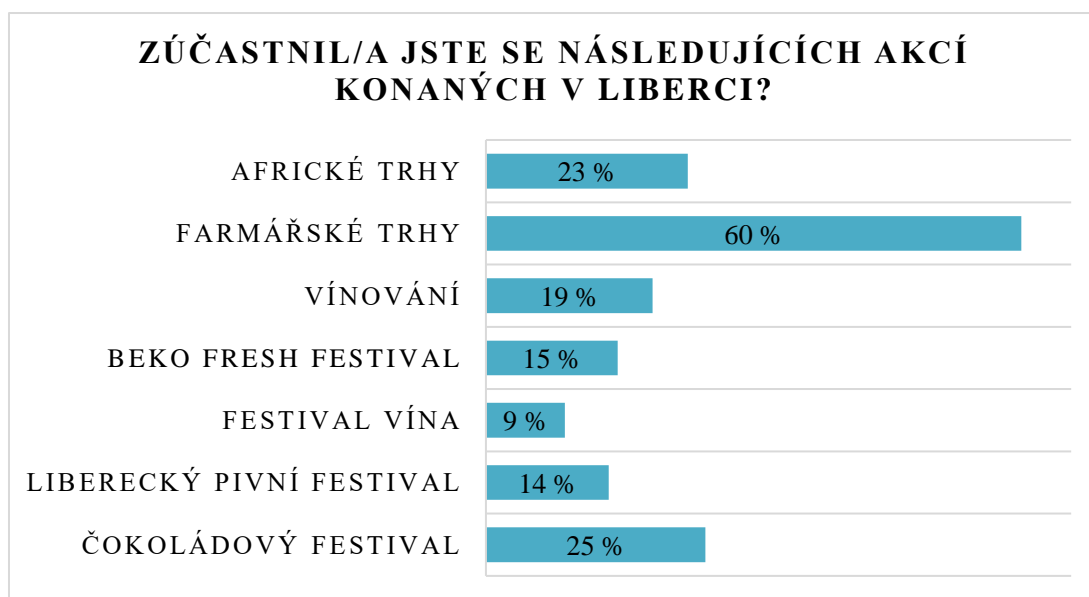
Respondenti byli osloveni s dotazem, zda se již v minulosti setkali s pojmem „gastronomický cestovní ruch“. Odpovědi jsou znázorněny na obr. 37. Lze konstatovat, že na základě sečtených odpovědí z dotazníkového šetření určité povědomí o pojmu „Gastronomický cestovní ruch“ mezi lidmi je. S malým procentuálním rozdílem převyšují kladné odpovědi, 52 % respondentů se ve svém životě setkalo s pojmem „gastronomický cestovní ruch“.



Obrázek 37: Znalost pojmu „gastronomický CR“

Zdroj: vlastní zpracování

U druhé otázky měli respondenti za úkol vybrat liberecké akce, kterých se účastnili, popř. měli možnost dopsat nějakou další akci konanou v Liberci, které byli účastníkem. Jak je možno vidět na obr. 38, velmi oblíbené jsou trhy, především farmářské. Dále jsou oblíbené čokoládové festivaly či akce Vínování. Mezi otevřené odpovědi často patřily Tatrhy, Oktoberfest nebo Masopustní bál.

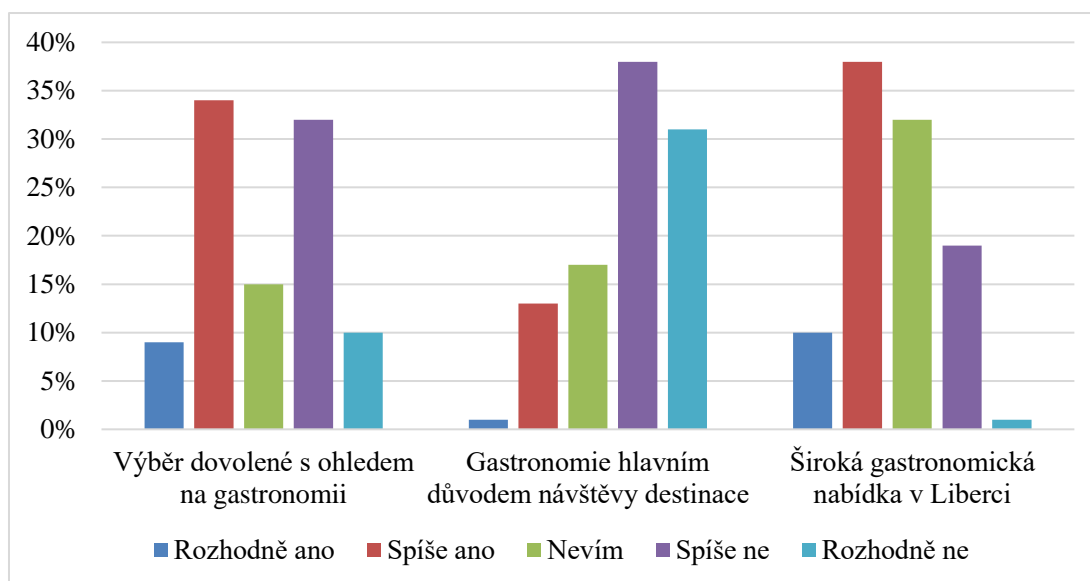


Obrázek 38: Účast na akcích konaných v Liberci

Zdroj: vlastní zpracování

Třetí otázka respondentům nabídla tabulku, ve které měli zodpovědět 3 podotázky, z nichž poslední podotázku bylo možnost rozvést. Otázky se týkaly výběru destinace pro dovolenou s ohledem na gastronomii v dané oblasti a liberecké gastronomie. Jak vyplývá z prvního sloupce z grafu na obr. 39, 43 % respondentů ve výběru dovolené zohledňuje gastronomii ve zvolené destinaci. Druhý sloupec v grafu již ale ukazuje, že pouze 1 % respondentů vyrazí do destinace výhradně za gastronomií daného místa.

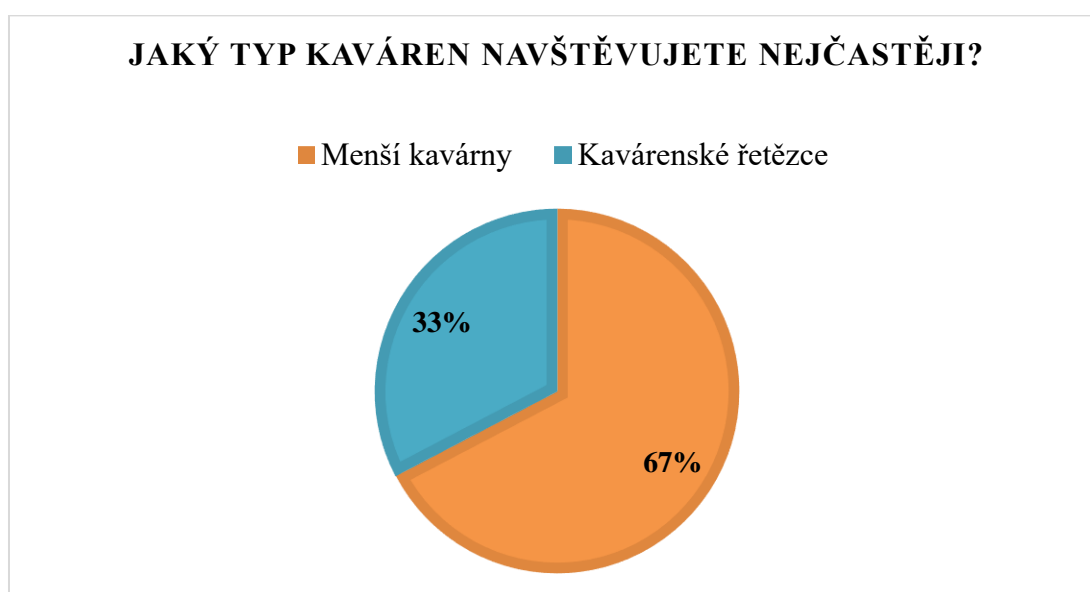
Co se gastronomické nabídky Liberce týče, jak ukazuje třetí sloupec v grafu na obr. 39, 48 % respondentů se domnívá, že město má v této oblasti obyvatelům co nabídnout. V dotazníku byla možnost uvést, čím konkrétně dle respondentů Liberec v tomto oboru disponuje. Zde se velmi často vyskytovaly odpovědi jako „Výborné podniky“, „Velké množství restaurací, kaváren nebo akcí“, „Rozmanitost podniků“ či vypsání konkrétní podniky, které respondenti rádi navštěvují, jako např. Steak House, Sakura’s, Omam – svět na talíři, Kofein Plac, Chicago Bar & Grill, FÆNCY FRIES, Coyote Diners & Bar, Bistro Široká či Maškovka



Obrázek 39: Pohled na výběr dovolené s ohledem na gastronomii a názor na gastronomickou nabídku Liberce

Zdroj: vlastní zpracování

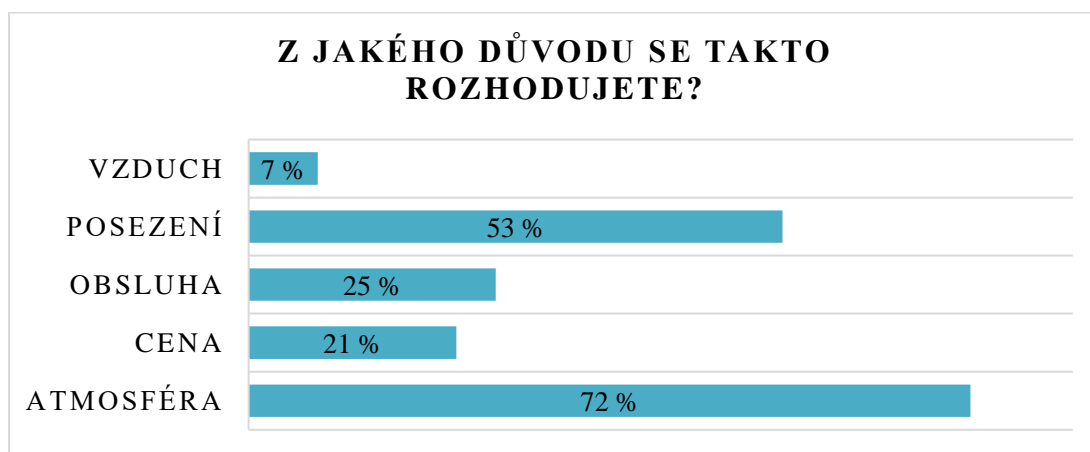
Další otázka se týkala typu kaváren, které respondenti navštěvují raději. Více jak dvě třetiny respondentů, konkrétně 67 % (viz obr. 40), raději navštěvují menší kavářenské podniky než velké řetězce jako např. Starbucks či Costa Coffe. Následující vyhodnocení další otázky vysvětluje důvod, proč tomu tak je.



Obrázek 40: Nejčastěji navštěvovaný typ kaváren

Zdroj: vlastní

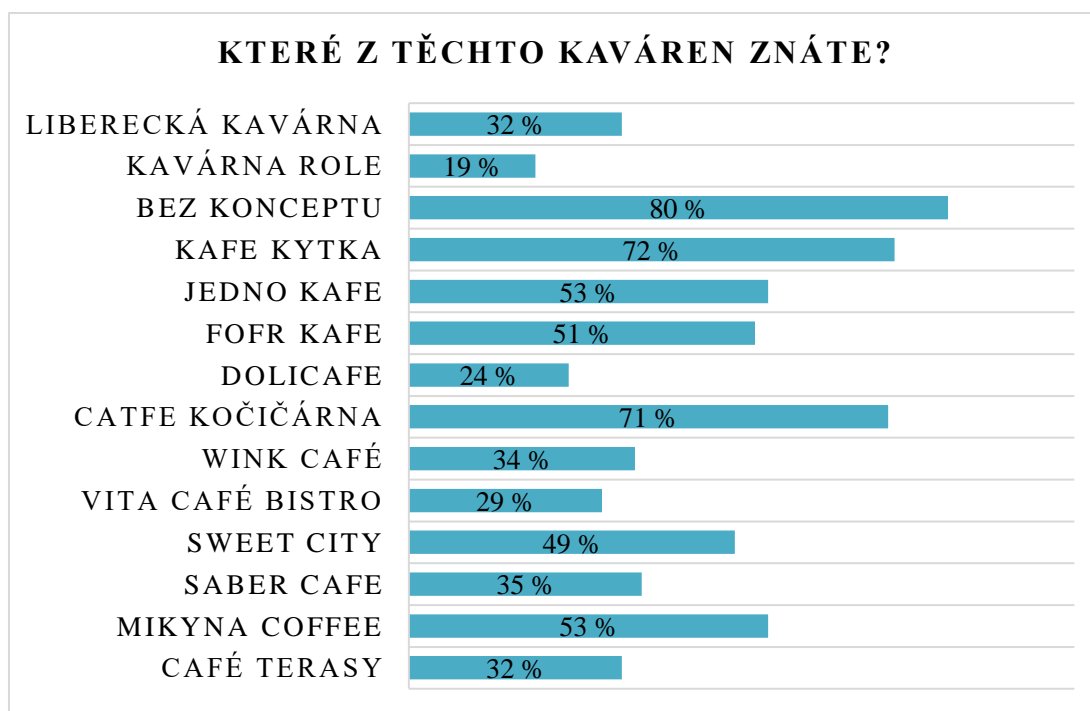
Lidé, kteří raději využívají služeb menších kaváren, se takto rozhodují na základě důvodů, které lze vyčíst z obr. 41. Respondenti mohli zvolit max. 3 z uvedených možností. Nejčastěji se jedná o příjemnou atmosféru a pohodlné posezení. Ti respondenti, kteří raději navštěvují velké kavárenské řetězce, uvádějí, že jim pobočky vyhovují z toho důvodu, že zde najdou kvalitní kávu či již znají nabízený sortiment z dalších provozoven v rámci Libereckého kraje nebo ČR. Dalším důvodem je, že si tam mohou zajít pro rychlou kávu s sebou do kelímku, když jsou zrovna v místě kavárny, ale nemají čas si dát kávu na místě a posedět u ní.



Obrázek 41: Důvody navštěvování menších soukromých kaváren

Zdroj: vlastní zpracování

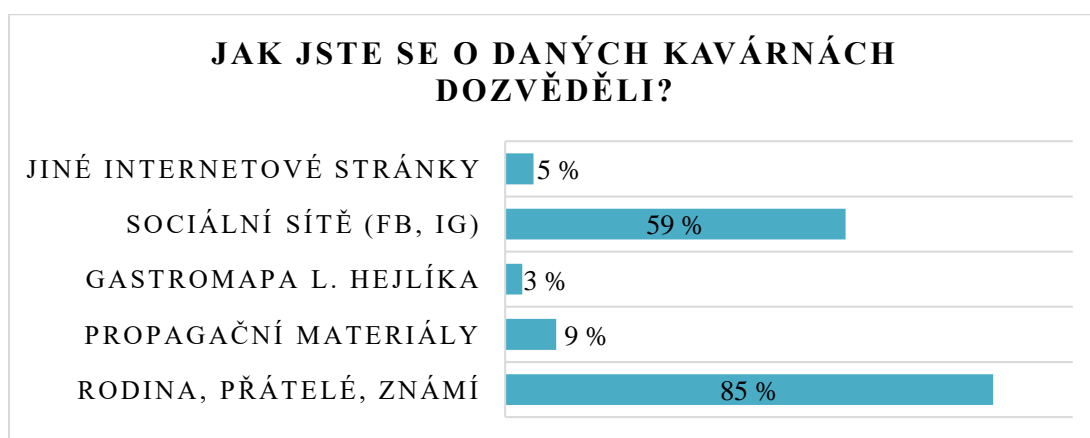
V další otázce byli respondenti dotazováni na znalost kaváren. Dostali k výběru 14 libereckých kaváren, z nichž měli zaškrtnout ty, které znají, ať už z vlastní návštěvy nebo jen z doslechu. Kolik respondentů zná vybrané kavárny, je možno vyčíst z obr. 42. Následující otázka poté ukazuje, odkud se o daných kavárnách dozvěděli. Nejznámějšími menšími libereckými kavárnami jsou Bez konceptu, Kafe Kytka a Catfé Kočičárna. Naopak nejméně známými jsou kavárny Role a Dolicafe.



Obrázek 42: Znalost vybraných kaváren

Zdroj: vlastní zpracování

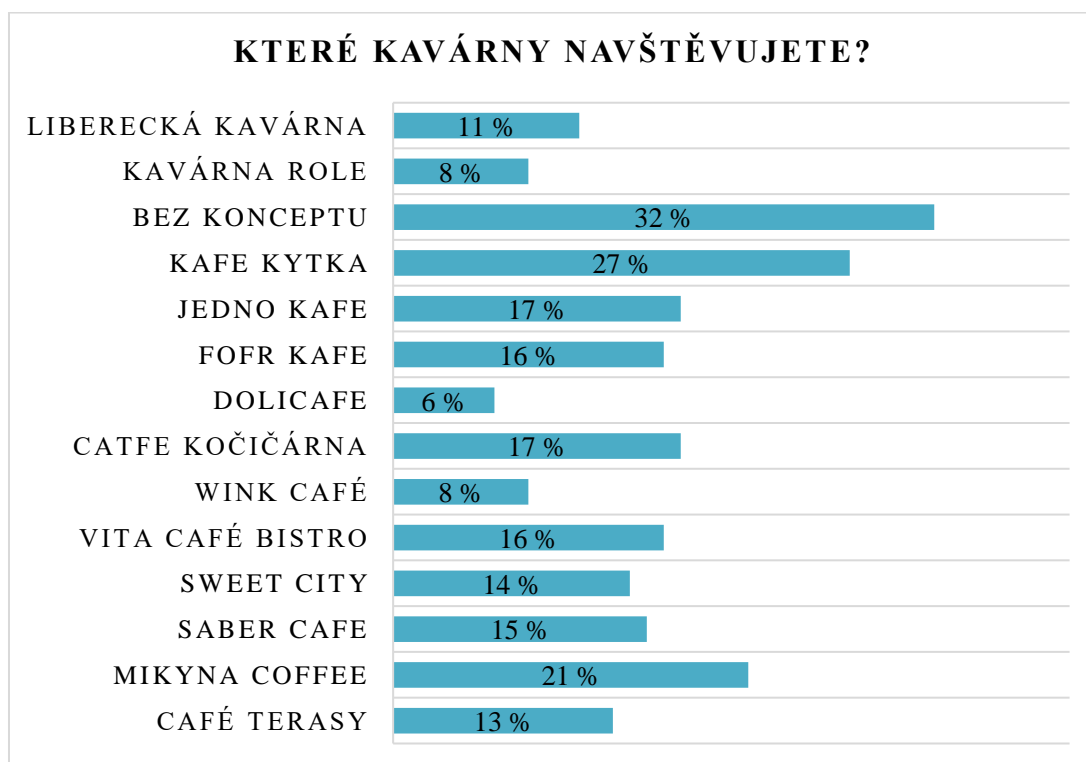
Následující otázka se zaměřuje na zdroj, odkud respondenti vybrané kavárny znají. Bylo možné zaškrtnout pouze 2 z uvedených možností. Jak je vidět na obr. 43, 85 % respondentů zná nimi zaškrtnuté kavárny od své rodiny, svých přátel či známých. Téměř 60 % dotazovaných se o daných kavárnách dozvěděli na sociálních sítích Facebook či Instagram. Dalšími důvody, odkud respondenti kavárny znají a uvedli je do dotazníku, jsou ty, že většina kaváren se nachází v centru a vidají je při cestě do školy nebo do zaměstnání.



Obrázek 43: Způsob, jakým se respondenti dozvěděli o zvolených kavárnách

Zdroj: vlastní zpracování

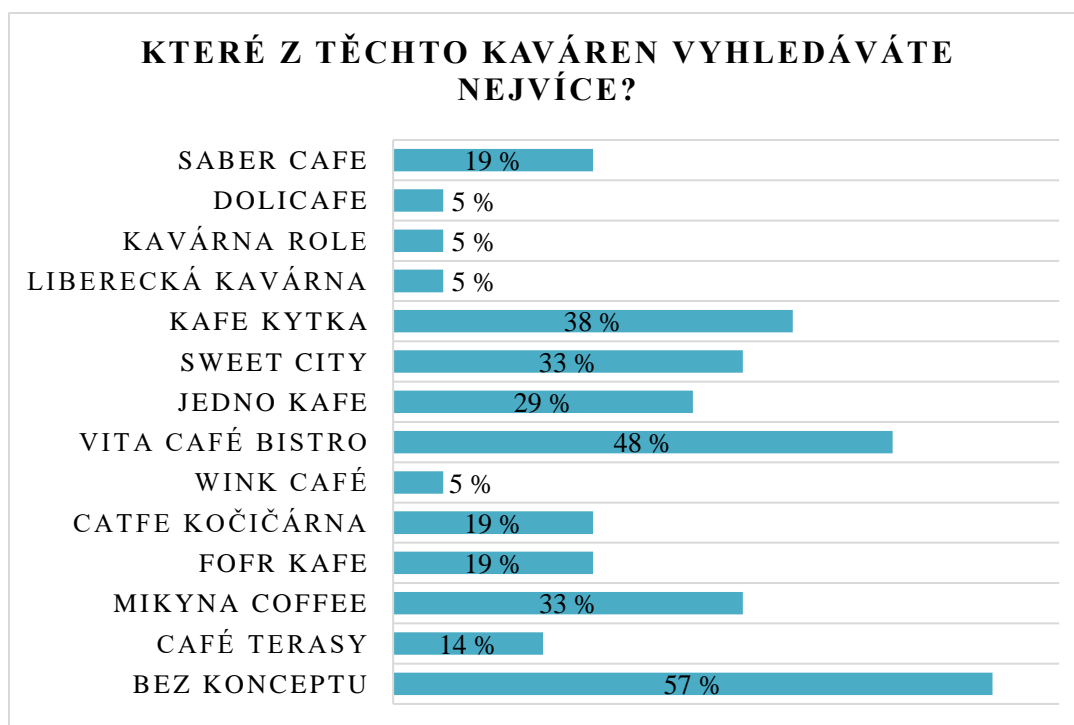
Dále se dotazník zaměřil na návštěvnost kaváren. Jak vyplývá z obr. 44, zrovna tak jako nejnámější je i nejnavštěvovanější kavárnou kavárna Bez konceptu. Navštěvuje ji téměř třetina respondentů. Velmi navštěvovanými kavárnami jsou také Kafe Kytka, kde zákazníci mohou koupit také krásné květiny a Mikyna Coffee & Food Point, která je oblíbená především u vegetariánů. Na čtvrtém místě se umístily kavárny Jedno Kafe a Catfe Kočičárna, která je známá z toho důvodu, že zde zákazníci mohou vidět, či si dokonce pohladit několik koček, které v kavárně žijí.



Obrázek 44: Navštěvované kavárny

Zdroj: vlastní zpracování

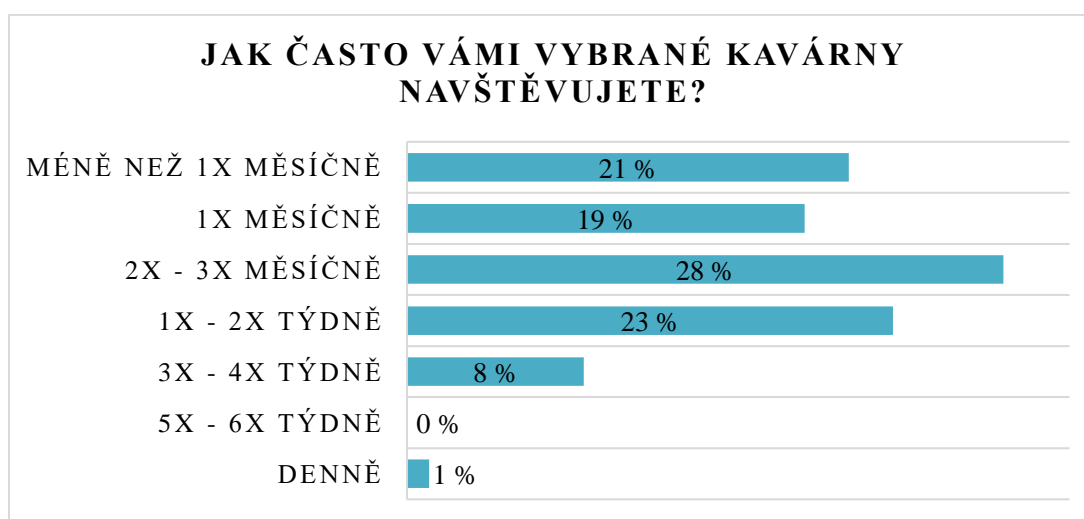
Zrovna tak jako u předchozí otázky vítězí kavárna Bez konceptu, která, jak vyplývá z odpovědí (viz obr. 45), je velmi oblíbená. Nově se mezi předními odpověďmi objevila kavárna VITA Café Bistro. Následuje opět Kafe Kytka, Mikyna Coffee & Food Point a také nově kavárna Sweet City. Nejméně vyhledávané jsou kavárny Dolicafe, Role, Liberecká Kavárna a Wink Café s pouze 5 % respondentů.



Obrázek 45: Nejvíce vyhledávané kavárny

Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 46 znázorňuje, jak často respondenti jimi vybrané kavárny navštěvují. 28 % respondentů navštíví svoji oblíbenou kavárnu 2x – 3x měsíčně, což byla nejčastější odpověď. 23 % dotazovaných pro svoji oblíbenou kávu chodí 1x – 2x týdně. Pouze 1 % respondentů navštěvuje jimi vybranou kavárnu denně.



Obrázek 46: Frekvence návštěv oblíbených kaváren

Zdroj: vlastní zpracování

5 Shrnutí provedených analýz a vlastní návrhy a doporučení

Tato kapitola obsahuje vyhodnocení jednotlivých analýz bakalářské práce. Zahrnuje také návrhy a doporučení, jakým způsobem je možné s výsledky analýz nakládat.

5.1 Shrnutí informací o mapovaných kavárnách

V Liberci se kavárenských podniků nachází několik desítek. Návštěvníci kaváren mají možnost velmi velkého výběru, kam zajít na kávu a zákusek či jiné občerstvení (viz kapitola 2). Téměř každý z podniků nabízí služby nebo produkty, kterými se od ostatních liší, zajímavosti, které nabízí málokterá jiná kavárna, nebo dokonce žádná jiná. Tyto konkurenční výhody shrnuje tabulka 3. Díky těmto konkurenčním výhodám je možné, aby existovalo a prosperovalo tak velké množství kaváren v jednom městě.

Tabulka 3: Konkurenční výhody vybraných kaváren

Kavárna	Konkurenční výhoda
Bez konceptu	možnost vypůjčení piknikového koše a veškerého vybavení pro piknik
Café Terasy	vinotéka, netradiční večery – koncerty, výstavy fotografií či kvízy
Catfé Kočičárna	kočičí kavárna, adopce koček, výstavy fotografií, přednášky
Dolicafe	system "Drive in" - výdej kávy i občerstvení zákazníkům do auta
FOFR KAFE	možnost objednání stánku FofrKafe Na cestách na různé akce
Jedno Kafe	velmi netradiční nabídka káv, workshopy pro zákazníky, stánek na cestách
Kafe Kytka	květinářství, vázání květin na objednávku pro jakoukoliv příležitost
Kavárna Role	velké množství bezlepkových zákusků, pečení 35 druhů dortů na zakázku
Liberecká Kavárna	ve večerních hodinách se kavárna mění v bar s příjemným posezením

Mikyna Coffee & Food Point	čistě vegetariánské bistro, které ale neurazí žádného milovníka masa
Saber Cafe	jedny z nejlepších snídaní a brunchů v Liberci, velký prostor - 2 patra
Sweet City	pražírna Nordbeans, pořádání baristických kurzů pro zákazníky
VITA Café Bistro	cateringové služby, netradiční nabídka snídaní, soukromé parkoviště přímo v areálu
Wink Café	výborné dorty a zákusky, pečení dortů na zakázku

Zdroj: vlastní zpracování

Cílem této analýzy bylo zmapovat vybrané liberecké kavárny. Její výsledky mohou být využity pro účely Magistrátu města Liberec (MML). V práci jsou uvedeny nejznámější a nejnavštěvovanější menší kavárny, které může informační centrum města použít ve svých materiálech, kterými přiláká mnoho návštěvníků z různých koutů republiky. Výsledné informace je možné použít k několika zajímavým variantám, jak zaujmout návštěvníky města turistickou nabídkou.

Jednou z možností může být tvorba letáků inspirovaných zmiňovanou Gastromapou Lukáše Hejlíka. Tedy vytvořit plakát, případně mapu, kde budou umístěny zajímavé kavárny či restaurace, které rozhodně stojí za návštěvu při cestě do Liberce. Provozovny, které se od ostatních něčím liší a turista bude mít důvod se do nich znovu vracet. Tyto prospekty by mohly také nalákat nové foodblogery či influencery, zmiňovaly by je ve svých příspěvcích, a tím by rovněž nalákaly do města řadu turistů.

Další možností by mohl být web nebo také leták, který by gastronomické zážitky propojoval s jinou nabídkou města. V Liberci se nachází několik desítek atraktivit, ať už to jsou historické stavby či nějaké jiné zajímavosti. Bylo by možné vytvořit trasované cesty městem, kde by byly zahrnuty kavárenské zařízení i tyto atraktivity. Jednou variantou by mohl být výlet, kde by den začal ranním posezením v kavárně, která je vyhlášená svými snídaněmi a brunchi Saber Cafe. Náplní dopoledne by mohla být prohlídka městské radnice s obědem ve vyhlášeném bistro Mikyna Coffe & Food Point. Odpoledne by zaplnil několik desítek kroků vzdálený plavecký bazén a po sportovním výkonu by stačilo přejít silnici a posilnit se zákuskem a kávou v kavárně

Wink Café. Tento a mnoho dalších tipů na celodenní program by mohly obsahovat webové stránky či letáky dostupné v informačním centru MML.

5.2 Vyhodnocení řízených rozhovorů a jejich porovnání

Z řízených rozhovorů sepsaných v kapitole 3 lze vyvodit určité výhody i nevýhody pro oba typy provozovatelů kaváren. V případě řetězce McDonald's lze konstatovat, že určitou nevýhodou jsou „svázané ruce“. Provozovatel musí striktně dodržovat firemní politiku. V oblasti nabídky zboží nemůže inovovat. Je povinen prodávat výhradně sortiment, který je daný v celorepublikové nabídce tohoto řetězce. Rovněž musí nakupovat suroviny či stroje a další služby od předem určených dodavatelů. Kavárny Bez konceptu si mohou vybrat, od jakých dodavatelů budou nakupovat své suroviny a majetkové zařízení. Další shrnutí obou rozhovorů je možné vidět v tabulce 4.

Tabulka 4: Shrnutí obou rozhovorů

	Bez konceptu 2	McDonald's
Typ provozovny	soukromý podnik	franšíza
Počet provozoven	2 provozovny	3 pobočky
Vedení podniku	1 provozovna - 1 provozní obě provozovny - 1 majitel	1 pobočka - 1 vedoucí a vlastní management všechny provozovny - 1 provozní a 1 majitel
Zaměstnanci	stejný poměr stálých ZC a brigádníků	převážně brigádníci
Fluktuace	nízká	vysoká
Zákazníci	převážně studenti a stálí zákazníci	zákazníci každého věku, rodiny s dětmi, stálí zákazníci McCafé kavárny
Nabídka	zákusky, teplé i studené nápoje	snídaňová i hlavní menu, dezerty a zákusky, studené i teplé nápoje
Dodavatelé	volná ruka ve výběru surovin či zařízení	dodavatelé určení ředitelstvem společnosti

Propagace	převážně sociální sítě (FB, IG)	sociální sítě (FB, IG), bannery
Konkurence	provozovatelé kaváren konkurenci nevnímají, mají mezi sebou přátelské vztahy	majitel konkurenci rovněž nevnímá, považuje McDonald's za č.1 na trhu mezi fastfoody
Plány do budoucna	zatím se neplánují otevřít třetí provozovnu	otevření 4. pobočky v LK během několika let

Zdroj: vlastní zpracování

Použité zkratky: FB – Facebook, IG – Instagram, LK – Liberecký kraj, ZC – zaměstnanec

5.3 Shrnutí dotazníkového šetření

Z vyhodnocení dotazníkového šetření (viz kapitola 4) vyplývá, že pojem „gastronomický cestovní ruch“ není příliš známým termínem. V minulosti se s ním setkalo 52 % respondentů. Téměř polovina respondentů myslí na gastronomii destinace, kterou se chystají navštívit. Ve většině případů ale gastronomie není hlavní důvod, proč lidé jezdí na dovolené do destinací, které vybírají.

Také zhruba polovina dotazovaných se domnívá, že město Liberec má z hlediska gastronomie co nabídnout. Obyvatelům se líbí liberecké gastronomické podniky a rovněž také gastronomické akce, které jsou ve městě pořádány. Nejvíce vyhledávanými akcemi jsou farmářské a africké trhy. V oblíbě mají respondenti dotazníků také akce spojené s konzumací vína či piva.

Liberecké kavárny jsou mezi jeho obyvateli velmi oblíbené. 67 % respondentů dotazníkového šetření vyhledává spíše menší kavárny a dává jim přednost před velkými kavárenskými řetězci, které mají své provozovny po celé České republice a v zahraničí. Především se takto rozhodují z důvodu hezčí atmosféry a příjemnějšího posezení. Nejvíce vyhledávanými libereckými kavárnami jsou Bez konceptu, Mikyna Coffee & Food Point, VITA Café Bistro, Kafe Kytka či Sweet City. Svoje vyhledávané kavárny respondenti navštěvují několikrát do měsíce, 23 % z nich dokonce každý týden. K šíření povědomí o kavárnách dochází především prostřednictvím rodiny, přátel a známých a v druhé řadě v tomto případě dobře fungují sociální sítě jako Facebook či Instagram, díky kterým se potencionální zákazníci dozvídají o oblíbených libereckých kavárnách.

Této analýzy může využít opět MML, ale také samotné kavárny. Na vyžádání jim budou výsledky poskytnuty. Udělají si přehled o konkurenčních výhodách ostatních kaváren, díky tomu mohou rozšířit své služby nebo sortiment, a také si více zakládat na výhodě, která jejich kavárnu činí odlišnou od ostatních. Dále výsledky mohou využít ke zlepšení své konkurenční pozice, že tuto službu nebo produkt nějakým způsobem více ozvláštní či je začnou více propagovat, aby byly pro kavárnu charakteristické. Ty kavárny, které nejsou příliš známé a o jejich konkurenčních výhodách není mezi občany takové povědomí, mohou zapracovat na své propagaci formou sociálních sítí, letáků apod.

Závěr

Bakalářská práce se věnovala jedné z nejrychleji se vyvíjejících forem cestovního ruchu. Gastronomie je oborem, který lidem přináší uspokojení, radost a potěšení. Jídlo je neodmyslitelnou součástí cestovního ruchu. Ať už je to pouze z toho důvodu, že v každé destinaci člověk konzumuje, nebo z důvodu, že člověk vyhledá destinaci za účelem toho, aby zde ochutnal tradiční kuchyni a objevoval gurmánské zážitky.

Hlavním cílem práce bylo zhodnotit gastronomickou nabídku města Liberec. Jedním cílem dílčí části bylo zmapovat vybrané liberecké kavárny. Téma práce bylo zvoleno díky návrhu Magistrátu města Liberce. Pro jeho účely a také účely samotných kaváren mohou výsledky analýzy sloužit. V práci byly uvedeny návrhy, jak by výsledky mohly být využity. Město za jejich pomoci může tvořit zajímavé letáky a kavárny si udělají přehled o konkurenčních výhodách, ze kterých mohou těžit. Velmi netradičními nabídkami jsou např. piknikové koše a veškeré potřebné vybavení k uspořádání pikniku, které nabízí kavárna Bez konceptu či rozšiřující se trend baristických kurzů či workshopů, které svým zákazníkům nabízejí kavárny Jedno Kafe a Sweet City.

Bakalářská práce měla rovněž za úkol charakterizovat cestovní ruch, resp. gastronomický cestovní ruch a s ním spojené pojmy, historii, klasifikaci a trendy cestovního ruchu. Trendů v gastronomii je obrovské množství. V posledních letech se ale velmi řeší udržitelnost. Tu podporují přední mezinárodní i národní organizace, velké gastronomické podniky v čele se známými světovými kuchaři. Oblíbeným trendem v České republice je Gastromapa Lukáše Hejlíka. Turisté si najdou podnik, který je zaujme, mohou s sebou na cestu přibalit knihu 365 a v restauraci či kavárně si do ní mohou nechat dát razítko. Pro podnik je to výborná reklama, které se dostalo i několika libereckým podnikům, a to zmiňovaným kavárnám FofrKafe, Jedno Kafe, Kafe Kytka a Mikina Coffee & Food Point. Dále se Gastromapa zmiňuje o Hospodě Domov, baru Jungle Gin, stánku s kávou Kofein Placu a bistru Široká.

Dalším cílem dílčí části bakalářské práce bylo analyzovat za pomoci dotazníkového šetření znalost gastronomického cestovního ruchu, a především znalost gastronomického prostředí ve městě Liberec. Hlavní důraz byl kladen na menší kavárenské podniky, ale také akce konané v Liberci. Tyto výsledky zmapovaly, které akce jsou nejvíce vyhledávané a které méně. Výstup

by mohl také sloužit Magistrátu města Liberec při organizaci a povolování gastronomických akcí.

Mezi respondenty se našli tací, kteří by ve městě uvítali více gastronomických akcí. Obyvatelé Liberce by jistě ocenili více festivalů s netradičními pokrmy, s ukázkami světových kuchyních a další. Není zde ani příliš kurzů vaření či jiných zajímavých gastronomických kurzů, o které by gastronomičtí nadšenci jistě měli zájem. Trendem jsou dárkové poukazy tohoto typu a v tomto směru je zde pro město velká příležitost.

Kavárenských podniků je v Liberci několik desítek. Klíčem k úspěchu kavárny je odlišit se zajímavou nabídkou, s tím také musí každá nová kavárna vstoupit na trh, aby se v tomto množství podniků uživila. Jak vyplývá z dotazníků, bylo by dobré, kdyby ve městě bylo více netradičních gastronomických provozoven, které jsou něčím výjimečné a není jich tohoto typu mnoho. Oblíbená je raw strava či vegetariánská a veganská kuchyně. V celkovém měřítku ale respondenti velmi chválí rozmanitost a nabídku gastronomických zařízení, pouze některým chybí zmíněný typ občerstvení.

Seznam použité literatury

Citace

Asociace hotelů a restaurací České republiky. 2020. *O asociaci*. [online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://www.ahrcr.cz/o-asociaci/>

Bez konceptu. 2017. *Bez konceptu - Husova* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <http://www.bezkonceptu.cz/husova/>

Bez konceptu. 2019. *Bez konceptu 2 - Studentská* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <http://www.bezkonceptu.cz/studentska/>

BusinessInfo.cz. 2004. *Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism* [online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/ceska-centrala-cestovniho-ruchu/>

Café Terasy. 2018. *Vinárna & Kavárna - Terasy Café* [online]. [cit. 2020-03-12]. Dostupné z: <https://www.terasycafe.cz/vinarna-kavarna/>

Catfé Kočičárna. 2020. *První liberecká kočičí kavárna* [online]. [cit. 2020-03-12]. Dostupné z: <http://www.catfe-kocicarna.cz/>

CzechSpecials. 2020. *Představení projektu* [online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://www.czechspecials.cz/certification/predstaveni-projektu>

CzechTourism. 2020. *Základní informace* [online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>

DATINSKÁ, Blanka. 2020. 11 trendů na rok 2020. *Jídlo a radost*. [online]. [cit. 2020-02-25]. Dostupné z: <https://www.jidloaradost.ambi.cz/clanky/11-trendu-na-rok-2020/>

Dolicafe. 2020. *Dobrá liberecká kavárna... A vaše* [online]. [cit. 2020-03-12]. Dostupné z: <https://www.dolicafe.cz/>

EVERETT, Sally. 2016. *Food and Drink Tourism*. London: SAGE Publications. ISBN 978-1446267738.

FofrKafe. 2019. *Kavárna Liberec* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.fofrkafe.cz/kavarna-liberec>

Google. 2020. *Mapy Google* [online]. [cit. 2020-03-12]. Dostupné z: <https://www.google.com/maps/>

HEJLÍK, Lukáš. 2019. *Gastromapa Lukáše Hejlíka: 365*. Praha: Došel karamel. ISBN 978-80-906960-6-8.

HOTREC. 2018. *Mission & Vision* [online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://www.hotrec.eu/about-us/mission-vision/>

Jedno Kafe. 2019. *Jde nám hlavně o chuť* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.jedno-kafe.cz/o-nas>

Kavárna Role. 2020. *Café Kavárna Role* [online]. [cit. 2020-03-14]. Dostupné z: <https://www.kavarna-role.cz/>

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

Liberecká Kavárna. 2019. *Kavárna Liberec* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.kavarnaliberec.cz/#eluidfc32c588>

Mikyna Point. 2020. *Mikyna Coffee & Food Point* [online]. [cit. 2020-03-14]. Dostupné z: <https://mikynapoint.cz/o-nas/>

MLEJNKOVÁ, Lena. 2016. *Stravovací služby*. Praha: Idea Servis. ISBN 978-80-85970-88-3.

Nordbeans. 2020. *Kavárna Sweet City* [online]. [cit. 2020-03-14]. Dostupné z: <https://www.nordbeans.cz/kavarna-sweet-city/>

PROQUEST. 2019. *Databáze článků ProQuest*. [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>

Restu. 2020. *Restaurace Liberec* [online]. RESTU. [cit. 2020-03-12]. Dostupné z: <https://www.restu.cz/>

Saber Cafe. 2015. *Saber Cafe snídaně* [online]. Fredericco. [cit. 2020-03-14]. Dostupné z: <http://saber-cafe.cz/#restaurant>

TRELEAVEN, Sarah. 2019. *2019 in review: From Indigenous tourism to riding the rails, the year's positive travel trends: The past year brought plenty of distressing headlines for travel: heat waves, airplane disasters and the ravages of overtourism. But the tourism industry showed signs of heading in some positive directions. Here are five trends that we hope will continue in 2020* [online]. [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/2382090479/6CB12D720CC4761PQ/19?accountid=17116>

Tripadvisor. 2020. *Restaurace - Liberec* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.cz/Restaurants-g274702-Liberec_Liberec_Region_Bohemia.html

UNWTO. 2020. *About Us* [online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/about-us>

UNWTO. 2020. *Glossary of tourism terms* [online]. [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

UNWTO. 2020. *Why Tourism?* [online]. [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/why-tourism>

UNWTO. 2020. *1ST UNWTO WORLD FORUM ON FOOD TOURISM* [online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/archive/global/event/1st-unwto-world-forum-food-tourism>

Vita Café Bistro. 2020. *Kavárna | Vita Café Bistro | Liberec* [online]. Hospitality Digital. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://vitacafebistro.eatbu.com/?lang=cs>

World Food Travel Association. 2020. *About Us* [online]. [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://worldfoodtravel.org/about-us/>

World Food Travel Association. 2020. *State of the Food Travel Industry Report* [online]. [cit. 2020-02-21]. Dostupné z: <https://worldfoodtravel.org/annual-food-travel-industry-report/>

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. 2012. *Cestovní ruch: Výkladový slovník*. 2. vyd. Praha: Linde. ISBN 978-80-7201-880-2.

Bibliografie

PAVERA, Libor a Eva KLÁNOVÁ. 2013. *Gastronomie v toku času I*. Praha: Press21. ISBN 978-80-905181-1-7.

VYSTOUPIL, Jiří, Halina KOTÍKOVÁ, et al. 2017. *Městský cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-5255-5.

Seznam příloh

Příloha A – Dotazníkové šetření	76
---------------------------------------	----

Příloha A – Dotazníkové šetření

Vážená paní, vážený pane,

jsem studentkou 3. ročníku Technické univerzity v Liberci. Chtěla bych Vás požádat o vyplnění dotazníku, který se týká gastronomického cestovního ruchu. Dotazník vyplňte za předpokladu, že jste z Liberce či blízkého okolí. Výsledky budou zpracovány v mé bakalářské práci.

1. Setkal/a jste se v minulosti s termínem „gastronomický cestovní ruch“?

- Ano
- Ne

2. Zúčastnil/a jste se následujících akcí konaných v Liberci?

	ANO	NE
Čokoládový festival		
Liberecký pivní festival		
Festival vína Liberec		
Beko Fresh Festival		
Vínování		
Farmářské trhy		
Africké trhy		

2.1. Pokud jste byl/a účastníkem další gastronomické akce, uveďte které.

.....

3. Vyjádřete pomocí stupnice.

	Rozhodně ano	Spíše ano	Nevím	Spíše ne	Rozhodně ne
Dbáte při výběru dovolené na gastronomii v dané oblasti?					
Je gastronomie hlavním důvodem, proč destinaci navštívíte?					
Domníváte se, že Liberec má z hlediska gastronomie co nabídnout?					

3.1. Pokud se domníváte, že Liberec v této oblasti má co nabídnout, uveďte konkrétně.

.....

4. Jaký typ kaváren navštěvujete nejčastěji?

- Menší kavárny
- Velké kavářenské řetězce (Costa Coffe, CrossCafe či Starbucks)

5. Z jakého důvodu se takto rozhodujete? Vyberte max. 3 možnosti.

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Atmosféra | <input type="checkbox"/> Posezení |
| <input type="checkbox"/> Cena | <input type="checkbox"/> Vzduch |
| <input type="checkbox"/> Obsluha | <input type="checkbox"/> Jiné: |

6. Zaškrtněte, prosím, které z těchto kaváren znáte.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Café Terasy | <input type="checkbox"/> Kavárna Role |
| <input type="checkbox"/> Catfé Kočičárna | <input type="checkbox"/> Liberecká Kavárna |
| <input type="checkbox"/> Dolicafe | <input type="checkbox"/> Mikyna Coffee & Food Point |
| <input type="checkbox"/> FOFR KAFE | <input type="checkbox"/> Saber Cafe |
| <input type="checkbox"/> Jedno Kafe | <input type="checkbox"/> Sweet City |
| <input type="checkbox"/> Kafe Kytka | <input type="checkbox"/> VITA Café Bistro |
| <input type="checkbox"/> Kavárny Bez konceptu | <input type="checkbox"/> Wink Café |

7. Jak jste se o daných kavárnách dozvěděli? Vyberte max. 2 možnosti.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Rodina, přátelé, známí | <input type="checkbox"/> Sociální sítě (Facebook, Instagram) |
| <input type="checkbox"/> Propagační materiály (letáky, plakáty) | <input type="checkbox"/> Jiné internetové stránky |
| <input type="checkbox"/> Gastromapa Lukáše Hejlíka | <input type="checkbox"/> Jiné: |

8. Nyní, prosím, zaškrtněte kavárny, které navštěvujete.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Café Terasy | <input type="checkbox"/> Kavárna Role |
| <input type="checkbox"/> Catfé Kočičárna | <input type="checkbox"/> Liberecká Kavárna |
| <input type="checkbox"/> Dolicafe | <input type="checkbox"/> Mikyna Coffee & Food Point |
| <input type="checkbox"/> FOFR KAFE | <input type="checkbox"/> Saber Cafe |
| <input type="checkbox"/> Jedno Kafe | <input type="checkbox"/> Sweet City |
| <input type="checkbox"/> Kafe Kytka | <input type="checkbox"/> VITA Café Bistro |
| <input type="checkbox"/> Kavárny Bez konceptu | <input type="checkbox"/> Wink Café |

9. Které z těchto kaváren vyhledáváte nejvíce? Vypište max. 3.

.....

10. Jak často Vámi vybrané kavárny navštěvujete?

- 1x denně
- 5 – 6x týdně
- 3 – 4x týdně
- 1 – 2x týdně
- 2x – 3x měsíčně
- 1x měsíčně
- Méně než 1x měsíčně

11. Jste?

- Žena
- Muž

12. Kolik Vám je let?

- 15 – 30
- 31 – 45
- 46 – 60
- 61 a více

13. Jaké je Vaše dosažené vzdělání?

- ZŠ
- Vyučen/a
- SŠ s maturitou
- Vyšší odborné
- VŠ

Děkuji za Váš čas.