

Univerzita Palackého v Olomouci

Přírodovědecká fakulta

Katedra geoinformatiky

**PROSTOROVÁ LOKALIZACE
GASTROPRŮMYSLU NA ÚZEMÍ MĚSTA
OLOMOUCE**

Bakalářská práce

Václav ČECH

Vedoucí práce RNDr. Rostislav NÉTEK, Ph.D.

Olomouc 2022

Geoinformatika a geografie

ANOTACE

Tato bakalářská práce se zabývá hodnocením stavu gastroprůmyslu na území města Olomouce z hlediska prostorového aspektu pomocí prostorových analýz a vztahům k socioekonomickým činitelům. Prvním dílčím cílem práce je snaha na základě studia současného stavu problematiky o vymezení postavení odvětví gastroprůmyslu v rámci metodiky kulturních a kreativních odvětví (KKO), a to včetně uvedení konkrétních gastropodniků na území města, které svou působností vyjadřují značnou míru kreativity a přidané hodnoty ve svém výrobním procesu. Pomocí prostorových analýz je zkoumán aktuální stav prostorové lokalizace gastroprůmyslu na území města Olomouce, prostorové vzorce lokalit gastropodniků a vazba na socioekonomické činitele. V neposlední řadě je zhodnocen vývoj gastroprůmyslu na území Česka s konkrétními příklady vztahy na město Olomouc od počátku mapování kulturních a kreativních odvětví, ke kterému došlo v roce 2016, kde mezi hlavními katalyzátory jsou změna legislativy, rostoucí inflace a vliv pandemie COVID-19.

Záměrem této práce je i za přispění účasti významných řešitelů problematiky kulturních a kreativních odvětví na Olomoucku odpovědět na otázku, zdali má gastronomie potenciál zařadit se jako plnohodnotná disciplína do metodiky KKO, nebo zdali se bude nadále jednat pouze o hraniční disciplínu. Výsledky prostorových analýz vedou k vymezení potenciálně vhodných lokalit na území města Olomouce, které zároveň s informacemi o vývoji odvětví gastroprůmyslu v předchozích letech mohou pomoci potenciálním podnikatelům s umístěním nového gastropodniku do co nejlépe situované lokality.

KLÍČOVÁ SLOVA

gastroprůmysl; Olomouc; kulturní a kreativní odvětví; KKO

Počet stran práce: 45

Počet příloh: 23 (z toho 2 volné)

ANOTATION

This bachelor's thesis deals with the assessment of the state of the gastro-industry in the city of Olomouc in terms of the spatial aspect using spatial analyses and relations to socio-economic factors. The first sub-objective of the thesis is, based on a study of the current state of the issue, to define the position of the gastro-industry within the methodology of cultural and creative sectors (CCSs), including the introduction of particular gastro-enterprises in the territory of the city, which by their scope express a considerable degree of creativity and added value in their production process. Using spatial analyses, the current state of spatial localization of the gastro industry on the territory of the city of Olomouc, spatial patterns of locations of gastro-businesses, and the link to socio-economic factors are examined. Last but not least, this thesis contains the assessment of the development of the gastro-industry in the Czech Republic with examples related to the city of Olomouc since the beginning of the mapping of cultural and creative industries that took place in 2016, where the main catalysts are a change in legislation, rising inflation and the influence of the COVID-19 pandemic.

The aim of this thesis is to answer the question, with the participation of important investigators of the cultural and creative sectors in Olomouc, whether gastronomy has the potential to be included as a fully-fledged discipline in the methodology of CCSs, or whether it will remain to be only a frontier discipline. The results of spatial analyses lead to the identification of potentially suitable locations on the territory of the city of Olomouc, which together with information on the development of the gastro-industry sector in previous years, can help potential entrepreneurs with the localization of a new potential gastro-enterprise in the best location possible.

KEYWORDS

gastro-industry; Olomouc, cultural and creative sectors; CCSs

Number of pages: 45

Number of appendixes: 23

Prohlašuji, že

- bakalářskou práci včetně příloh, jsem vypracoval samostatně a uvedl jsem všechny použité podklady a literaturu

- jsem si vědom, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. - autorský zákon, zejména § 35 – využití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a využití díla školního a § 60 – školní dílo,

- beru na vědomí, že Univerzita Palackého v Olomouci (dále UP Olomouc) má právo nevydělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užívat (§ 35 odst. 3),

- souhlasím, aby jeden výtisk bakalářské práce byl uložen v Knihovně UP k prezenčnímu nahlédnutí,

- souhlasím, že údaje o mé bakalářské práci budou zveřejněny ve Studijním informačním systému UP,

- v případě zájmu UP Olomouc uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít výsledky a výstupy mé bakalářské práce v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona,

- použít výsledky a výstupy mé bakalářské práce nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem UP Olomouc, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly UP Olomouc na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Olomouci dne

Václav Čech

Děkuji vedoucímu práce RNDr. Rostislavu Nétkovi, Ph.D. za patřičné nasměrování, podněty a připomínky při vypracování práce. Zároveň děkuji Mgr. Radku Barvířovi, Ph.D. za poskytnuté rady a připomínky. V neposlední řadě děkuji katedře geoinformatiky UP za poskytnuté vědomosti v rámci studia, které byly nutné pro vypracování této práce.

Na závěr děkuji svým přátelům, jmenovitě Jiřímu Očenáškově a Nikole Tomášové, bez jejichž pomoci by tato práce nemohla vzniknout.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Václav ČECH
Osobní číslo: R19456
Studijní program: B1301 Geografie
Studijní obor: Geoinformatika a geografie
Téma práce: Prostorová lokalizace gastroprůmyslu na území města Olomouce
Zadávající katedra: Katedra geoinformatiky

Zásady pro vypracování

Cílem bakalářské práce je identifikovat prostorové rozmístění gastroprůmyslu v Olomouci, v návaznosti na téma kulturních a kreativních průmyslů (KKP). Na základě prostorové lokalizace aktuálního stavu provede student prostorové analýzy vedoucí k identifikaci shluků či hotspotů, prostorových vzorců a v neposlední řadě přímých i nepřímých činitelů ovlivňujících vlastní prostorové rozmístění (vliv MHD, občanské vybavenosti, sídlišť, nákupních center). Na základě změn v lokalizaci či obsazení provozoven od počátku mapování KKP v roce 2016 se student pokusí o popis strategie vedoucí ke změnám v rámci jednotlivých kategorií (rozmach kaváren, street-foodů, bister apod.), tak prostorově vymezení exponovaných oblastí (náměstí, Uhelná ul., nám.Hrdinů apod.), a to včetně vlivu pandemie covid-19. Na základě získaných informací student stanoví (ne)vhodné potenciální lokality.

Čelá práce (text, přílohy, výstupy, zdrojová a vytvořená data) se odevzdá v digitální podobě na paměťovém nosiči (CD, DVD, SD karta, flash disk). Text práce s vybranými přílohami bude odevzdán ve dvou svázaných výtiscích na sekretariát katedry. O diplomové práci student vytvoří webovou stránku v souladu s pravidly dostupnými na stránkách katedry. Práce bude zpracována podle zásad dle Voženílek (2002) a závazné šablony pro diplomové práce na KGI. Povinnou přílohou práce bude poster formátu A2.

Rozsah pracovní zprávy: max. 50 stran
Rozsah grafických prací: dle potřeby
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam doporučené literatury:

Nétek, R. (2020). Webová kartografie – specifika tvorby interaktivních map na webu. Univerzita Palackého v Olomouci. 196 s. ISBN 978-80-244-5827-4.
Diplomové práce T.Kačírkové, J. Chloupkova, J. Kohna vypracované na KGI
Kraak M.J., Brown A. Web Cartography: Developments and Prospects, 2003
Mapová knihovna Leaflet – dostupné online: <https://leafletjs.com/>
Muehlenhaus I. Web Cartography: Map Design for Interactive and Mobile Devices, 2013.
Nétek R., Burian T. (2018) Free and open source v geoinformaticce. Univerzita Palackého v Olomouci. 118s. ISBN: 9788024452913
Voženílek, V.: Diplomové práce z geoinformatiky. Olomouc, Univerzita Palackého v Olomouci, 2002. 31 s.

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Rostislav Nétek, Ph.D.
Katedra geoinformatiky

Datum zadání bakalářské práce: 4. května 2021
Termín odevzdání bakalářské práce: 4. května 2022

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
PŘÍRODOVĚDECKÁ FAKULTA
KATEDRA GEOINFORMATIKY
17. listopadu 50, 771 46 Olomouc

-1-



L.S.

doc. RNDr. Martin Kubala, Ph.D.
děkan

prof. RNDr. Vít Voženílek, CSc.
vedoucí katedry

V Olomouci dne 13. září 2021

OBSAH

ÚVOD	9
1 CÍLE PRÁCE.....	10
2 METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ.....	11
2.1 Použitá data	11
2.2 Použité metody	11
2.3 Použité programy	12
2.4 Postup zpracování.....	12
3 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY	13
3.1 Kulturní a kreativní odvětví.....	13
3.1.1 KKO a Česko.....	14
3.1.2 KKO a Olomouc	15
3.2 Gastroprůmysl.....	17
4 UKOTVENÍ GASTROPRŮMYSLU V RÁMCI KKO.....	18
5 PROSTOROVÉ ANALÝZY GASTROPRŮMYSLU NA ÚZEMÍ OLOMOUCE.....	24
5.1.1 Kategorizace.....	24
5.2 Prostorové rozmístění.....	25
5.2.1 Analýza bodového pole	25
5.2.2 Shluková analýza	27
5.2.3 Intenzita výskytu.....	28
5.3 Srovnání nad cenovou mapou	28
5.4 Analýza současného stavu	29
5.5 Ideální lokalizační podmínky	33
6 VÝVOJ GASTROPRŮMYSLU OD ROKU 2016.....	36
6.1 Změna legislativy	36
6.2 Rozmach kaváren	37
6.3 Vliv inflace a pandemie COVID-19.....	38
7 VÝSLEDKY.....	41
7.1 Ukotvení gastroprůmyslu v rámci KKO.....	41
7.2 Prostorové analýzy gastroprůmyslu na území Olomouce	41
7.3 Vývoj gastroprůmyslu od roku 2016.....	42
8 DISKUZE.....	43
9 ZÁVĚR	45
POUŽITÁ LITERATURA A INFORMAČNÍ ZDROJE	
PŘÍLOHY	

ÚVOD

Když v roce 2011 došlo k zahájení výzkumného projektu Institutu umění s názvem „Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR“, byl gastroprůmysl z mapování vynechán. Důvodem byl původní návrh řešitelského týmu, který gastronomii nepovažoval za klíčovou oblast nutnou k mapování. Pro případné vymezení ekonomických činností, spadajících do tohoto odvětví, by bylo zapotřebí provést důkladnější výzkum (Bednář a kol., 2016).

Kulturní a kreativní odvětví (KKO), někdy také kulturní a kreativní průmysly (KKP), zahrnují činnosti, jejichž základem jsou lidská kreativita, dovednost a talent, tedy činnosti mající kořeny v umělecké tvorbě a jeho potenciálu. KKO zahrnují činnosti (služba, díla, výkony a produkty) veřejné, neziskové i tržní bez ohledu na druh a způsob financování subjektu, který je provozuje nebo provádí a jsou založena na kulturních hodnotách, uměleckých a kreativních projevech. Výstupy činností KKO pak mohou mít pozitivní dopad na společnost i konkrétní jedince. Svou přidanou hodnotou přispívají ostatním hospodářským odvětvím nebo mohou být zdrojem technologických i netechnologických inovací (Žáková a kol., 2015).

Dle názoru uznávaného gastronomického kritika Pavla Maurera je Olomouc hned po Praze nejvýznamnějším centrem gastronomie v Česku (Jedličková, 2013). Olomouc je domovem nejlepší české restaurace roku 2017 *Entrée Restaurant* v čele s šéfkuchařem Přemyslem Forejtem, který i díky svému působení v médiích zásadně zviditelňuje gastro scénu v Olomouci, dále pak bistra jednoho ze tří českých michelinských šéfkuchařů Romana Pauluse nebo také konání předních gastro festivalů, jako je například *Garden Food Festival*, *Den kávy* nebo *Grand Restaurant Festival*.

Město Olomouc se v posledních letech potýká s úpadkem tzv. tradičních hospod, které byly v minulosti označovány za IV. cenovou skupinu, kdy na jejich místo v současnosti nastupují nová inovativní řešení, kdy v kontextu Olomouce se jedná především o rozmach kaváren.

Místem, které se v rámci centra města těší neobvykle vysoké popularitě, je oblast v literatuře označována jako „*olomoucká Stodolň*“, kdy se jedná o souhrn barů v průchodu zvaném *Masné krámy* a v ulicích Mlýnská a Uhelná, které jsou každodenním centrem nočního života Olomouce. Část této práce se snaží přijít na důvody zvýšené popularity právě této exponované oblasti.

1 CÍLE PRÁCE

Cílem práce je identifikovat prostorové rozmístění gastroprůmyslu na území města Olomouce, v návaznosti na téma kulturních a kreativních odvětví (KKO). Na základě prostorové lokalizace aktuálního stavu dojde k provedení prostorových analýz vedoucích k identifikaci shluků či hotspotů, prostorových vzorců a v neposlední řadě přímých i nepřímých činitelů ovlivňujících vlastní prostorové rozmístění, jako je například vliv MHD, občanské vybavenosti nebo nákupních center. Na základě změn v lokalizaci či obsazení provozoven od počátku mapování KKO v roce 2016 pak dojde k popsání strategie vedoucí ke změnám v rámci jednotlivých kategorií, tak prostorové vymezení exponovaných oblastí, a to včetně vlivu pandemie covid-19.

Zpracování práce představuje posloupnost dílčích cílů:

- Identifikace, kategorizace a ukotvení oblasti gastroprůmyslu do metodiky kulturních a kreativních odvětví
- Identifikovat prostorové rozmístění gastroprůmyslu v Olomouci
- Na základě prostorového rozmístění subjektů analyzovat prostorové korelace a následně identifikovat jejich důvody
- Nalezení míst a oblastí, která jsou vhodná pro potenciální lokalizaci nových podniků v rámci gastroprůmyslu
- Zhodnocení vývoje gastroprůmyslu od roku 2016 po současnost, vliv pandemie COVID-19 a vývoj do budoucna

Výsledek této práce může navázat na výzkumné projekty „*Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR*“ a „*Kreativní Olomouc*“ v souvislosti ukotvení odvětví gastroprůmyslu v rámci oblasti kulturních a kreativních odvětví. Výsledky prostorových analýz mohou podnikatelům nebo vedení města pomoci k rozvoji gastroprůmyslu v určitých oblastech nebo k umístění nového subjektu v oblasti gastronomie do potenciálně vhodné lokality.

2 METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ

2.1 Použitá data

Pro potřeby této práce byla vytvořena databáze tematických dat obsahující veškeré záznamy o jednotlivých subjektech z oblasti gastroprůmyslu na území města Olomouce k 31. srpnu roku 2021, která byla složena primárně z dat vycházejících z terénního šetření doplněnými o data z mapového portálu Open Street Map (OSM), která byla získána ze stránek zprostředkovatele geofabrik.de.

Vrstva s údaji o cenách pozemků z roku 2020 na území města byla získána z datového portálu statutárního města Olomouc.

Data s adresními body (RÚIAN a ROS) z roku 2016 byla poskytnuta doc. RNDr. Jaroslavem Burianem, Ph.D. na katedře geoinformatiky UP, od které byla rovněž poskytnuta data ze Sčítání lidu, domů a bytů (SLDB) z roku 2011.

Pro síťové analýzy a kartografické vizualizace byla využita data z mapového portálu Open Street Map (OSM), která byla získána ze stránek zprostředkovatele geofabrik.de, a zároveň silniční vrstva z geoportálu Ředitelství silnic a dálnic ČR (ŘSD).

2.2 Použité metody

Studium literatury a současného stavu řešené problematiky

Stěžejním dílem pro tvorbu práce a vymezení postavení gastroprůmyslu v rámci metodiky kulturních a kreativních odvětví se stala publikace RNDr. Rostislava Nétka, Ph.D. a Mgr. Petra Bilíka, Ph.D. s názvem „*Výzkum motivací aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci a návrh strategie pro posílení segmentu*“ (2020). Dále se práce opírá o diplomové práce Mgr. Jakuba Kohna (2017), Bc. Terezy Kačírkové (2020) a Bc. Jana Chloupka (2020), které byly vypracovány na katedře geoinformatiky UP.

Dotazníkové šetření

V rámci snahy o identifikaci, kategorizaci a ukotvení oblasti gastroprůmyslu do metodiky kulturních a kreativních odvětví došlo k oslovení představitelů městské, univerzitní a krajské úrovně, kteří se v minulosti zabývali projekty zaměřenými na problematiku kulturních a kreativních odvětví v rámci města Olomouce.

Řízené rozhovory

Pro lepší pochopení problematiky a potvrzení informací získaných na základě výzkumu a analýz proběhly řízené rozhovory s dlouholetými zaměstnanci v odvětví gastroprůmyslu, konkrétně s Matyášem Brančíkem z odvětví barů a Jakubem Černým z odvětví kaváren.

Geokódování dat

Data získaná terénním šetřením byla do prostředí GIS geokódována na základě propojení informací o adresách gastropodníků a dat z databáze RÚIAN a RSO.

Prostorové analýzy a metody GIS

V průběhu práce došlo k využitím následujících prostorových analýz a nástrojů GIS:

- Spatial Join
- shluková analýza – Density Based Clustering
- Kernel Density

- síťová analýza
- analýza obslužných zón
- Weighted Overlay

Kartografické vizualizace

Pro kartografickou vizualizaci výstupů byly použity následující metody dle publikace „Metody tematické kartografie“ (Voženílek, Kaňok, 2011):

- metoda bodových znaků
- metoda plošných znaků
- dasymetrická metoda

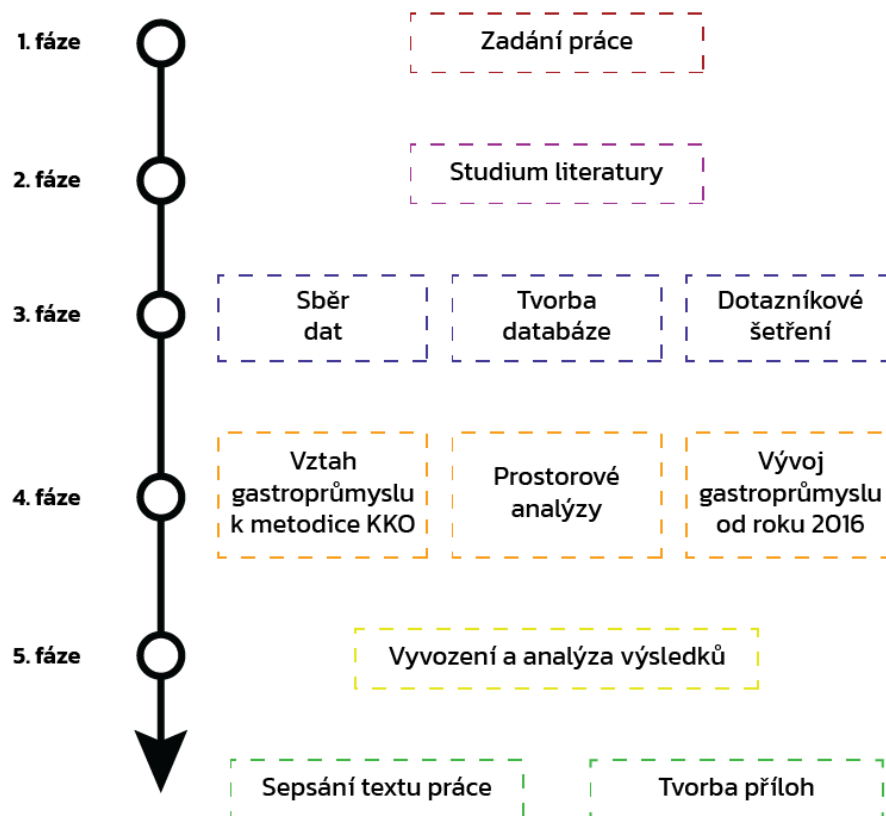
2.3 Použité programy

Pro tvorbu této bakalářské práce byly použity výhradně softwary s poskytnutou licencí Katedrou geoinformatiky Univerzity Palackého v Olomouci nebo open source softwary.

- ArcGIS Pro 2.9
- QGIS 3.20.3
- Microsoft Office 365
- Adobe Illustrator Creative Suite 6

2.4 Postup zpracování

Schématický postup zpracování je znázorněn pomocí Obr. 2.1.



Obr. 2.1 Vývojový diagram postupu zpracování

3 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY

Důležitou součástí rešerše této bakalářské práce je vymezení stěžejních pojmů související s touto prací. Základem je pochopení pojmu **kulturní a kreativní odvětví**, a to jak v obecné rovině, tak ve vztahu k Česku a městu Olomouc. Druhým pojmem je pak **gastroprůmysl** neboli **gastronomie**.

3.1 Kulturní a kreativní odvětví

Kulturní a kreativní odvětví (KKO), někdy také kulturní a kreativní průmysly (KKP), zahrnují činnosti, jejichž základem jsou lidská kreativita, dovednost a talent, tedy činnosti mající kořeny v umělecké tvorbě a jeho potenciálu. KKO zahrnují činnosti (služba, díla, výkony a produkty) veřejné, neziskové i tržní bez ohledu na druh a způsob financování subjektu, který je provozuje nebo provádí a jsou založená na kulturních hodnotách, uměleckých a kreativních projevech. Výstupy činností KKO pak mohou mít pozitivní dopad na společnost i konkrétní jedince. Svou přidanou hodnotou přispívají ostatním hospodářským odvětvím nebo mohou být zdrojem technologických i netechnologických inovací (Žáková a kol., 2015).

Termín „kulturní průmysl“ byl poprvé použit v roce 1944 představiteli Frankfurtské školy T. Adornem a M. Horkheimerem. Podle těchto filozofů se z kultury v 2. polovině 20. století postupně vytrácel prvek tzv. vysokého umění a stalo se z ní něco, s čím se dá obchodovat. Přestože průmysl a kultura měly dle jejich názorů působit jako protipóly, docházelo v moderní demokratické době čím dál většímu propojení těchto sektorů. Termín „kulturní průmysly“ byl pak použit francouzskými sociology Miegem, Morinem a Huetem v druhé polovině 60. let 20. století. Podle nich v případě kulturních průmyslů nešlo hovořit o žádné jednotné struktuře, jelikož zahrnují velkou škálu oborů lidských činností, z nichž se každý organizuje podle vlastních principů a má svou vlastní logiku (Cikánek, 2009 cit. dle Němce, 2013).

Termín „kreativní průmysly“ byl poprvé použit v Austrálii v roce 1994. Do Evropy se tento pojem dostal v roce 1997, kdy vláda Tonyho Blaira vyčlenila ve Velké Británii pro kreativní průmysly mezirezortní pracovní skupinu, v originále Creative Industries Taskforce (The Economy of Culture in Europe, 2006 cit. dle Němce, 2013). Zároveň vytvořili oficiální britskou definici kreativních průmyslů, kterou následně přebraly další státy světa: „*Kreativní průmysly jsou průmyslová odvětví, jejichž základem je individuální lidská kreativita, lidské dovednosti a talent. Zároveň jsou kreativní průmysly odvětvími s potenciálem vytvářet bohatství a pracovní místa zejména prostřednictvím využití duševního vlastnictví.*“ (Cikánek, 2009 cit. dle Němce, 2013).

Mezi nejrozvinutější státy ve směru zohledňování kultury jako ekonomického přínosu patří v současnosti Nový Zéland a Austrálie. Tyto státy započaly spojovat kulturní obraz se svým jménem, což je proces, který je dnes nazýván „kreativní ekonomikou“. Důsledkem pokroku v tomto ohledu měl na starosti především rychlý rozvoj informačních komunikačních technologií, pomocí nichž vznikali nové formy výroby, distribuce a kulturních služeb. Není tedy pochyb, že pokud mají být města v dnešní době úspěšná bez ohledu na jejich velikost, potřebují nabízet rozmanitou škálu kulturních aktivit. Na samotném čele tohoto trendu stojí Velká Británie, kde je kultura považována za hnací sílu ekonomiky a za nástroj podporující rozvoj, sociální začleňování a kulturní rozmanitost již několik let. Z hlediska podílu na HDP je britský kreativní sektor největším na světě (Nétek, Bilík a kol., 2020).

Odvětví KKO se dají vymezit na základě studie Evropské komise „The Economy of Culture in Europe“ z roku 2016. Podle této studie můžeme kulturní odvětví rozdělit na průmyslová a neprůmyslová. Průmyslová kulturní odvětví se vyznačují svou produkcí kulturních produktů pro masovou reprodukci a hromadnému šíření. Řadí se sem tedy například filmy, knihy nebo hudba). Neprůmyslová kulturní odvětví jsou typické produkcí nereprodukovatelných zboží a služeb, které bývají konzumovány na jednom místě. Jedná se například o koncerty, umělecké veletrhy nebo výstavy (The Economy of Culture in Europe, 2006 cit. dle Němce, 2013).

Kreativní odvětví používají kulturu jako vstupní hodnotu pro produkci nekulturního zboží. Kreativita je zde chápána ve smyslu využití kulturních prostředků jakožto zprostředkujících produktů při procesech tvorby nekulturních odvětví a jako zdroj inovace. Spadá sem například design, reklama a architektura (Žáková a kol., 2015).

Tab. 3.1 Vymezení kulturních a kreativních průmyslů podle Evropské komise

Sektor	Oblasti	Odvětví	Pododvětví
kulturní průmysly	oblast tradičního umění	výtvarné umění	řemesla, malířství, sochařství, fotografie
		scénická umění	divadlo, tanec, cirkus, festival
		kulturní dědictví	muzea, knihovny, archeologické naleziště, archivy
	oblast kulturních průmyslů	film a video	
		televize a rozhlas	
		videohry	
		hudba	hudební průmysly, živá hudba a vystoupení
		knih a tisk	
	kreativní průmysly	oblast kreativních průmyslů	design
architektura			
reklamní průmysl			
oblast příbuzných odvětví		výrobci PC, MP3, přehrávačů atd.	

3.1.1 KKO a Česko

U KKO neexistuje žádné jednotné vymezení, a tak každý stát tuto problematiku vnímá rozdílně. Zároveň chybí i jednotná definice a kritérium pro vnímání umění a kultury. Prvotním základem pro vymezení KKO v Česku slouží studie „The Economy of Culture in Europe“ z roku 2006 a Zelená kniha vydaná Radou Evropské unie v roce 2010 (Žáková a kol., 2015, cit. dle Kačirkové, 2020).

Dále se za jednu z prvních aktivit dá považovat ministerská konference „*Fórum pro kreativní Evropu*“, která se uskutečnila v roce 2009 pod záštitou Ministerstva kultury ČR v rámci předsednictví České republiky v Evropské unii a vystoupila zde řada osobností v oblasti sociologie a kreativity (Kohn, 2017).

Převratem bylo zahájení výzkumného projektu Institutu umění s názvem „*Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR*“ v roce 2011. Projekt měl za cíl vymežit a získat kompletní, kvantitativní a kvalitativní informace o stavu jednotlivých odvětví KKO. Výstupem projektu byla v roce 2015 „*Metodika mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni*“ (Bednář a kol., 2016). Tato metodika popisuje pracovní postup pro analýzu jevů a zjišťování stavu a potřeb jednotlivých odvětví KKO na daném území. Hlavním cílem této metodiky je vytvoření a popsání postupu pro mapování jednotlivých odvětví KKO na lokální a regionální úrovni – tzn. na úrovni měst, krajů a regionů vymezených na základě potřeb zadavatelů. Dále má pak metodika za cíl vytvořit jednotný systém mapování, podle kterého je možné jednotlivé územní celky porovnávat a zároveň tento systém opakovaně aplikovat na určitém místě a získávat tak výsledky porovnatelné v různých časových obdobích. Prvotní studie byly zaměřeny na města Zlín, Brno a Pardubice (Kohn, 2017).

Podle Ragnara Siila, bývalého náměstka estonského ministra kultury, který se výrazně podílel na strategickém uchopení a podpory KKO v Estonsku, nelze při podpoře rozvoje kreativních odvětví kopírovat přístupy zahraničních států a musí dojít k vytvoření vlastního modelu. Každý stát, kraj nebo město mají totiž své silné i slabé stránky. Nejprve je při mapování KKO vždy nutné vědět, co má daná oblast k dispozici a s kým je dobré se podílet na mapování a budování vědomostní základny. Nezbytnost je mít dobré politiky a zákonodárce, kteří si uvědomují důležitost kreativních průmyslů a jsou ochotni přijmout nové strategie. Všechny tyto kroky jsou důležitým předpokladem pro využití potenciálu kreativních odvětví (Žáková a kol., 2015).

3.1.2 KKO a Olomouc

Myšlenka mapování KKO v Olomouci vznikla v roce 2015 z iniciativy Jana Žúrka a Radka Palašáka, který se zároveň stal vedoucím projektu „*Kreativní Olomouc*“. Projekt vznikl pod záštitou Univerzity Palackého v Olomouci, statutárního města Olomouc, Olomouckého kraje a Institutu umění – Divadelního ústavu a jeho hlavním cílem bylo zjištění aktuálního stavu, struktury a dynamiky jednotlivých odvětví KKO na území města Olomouce. Během počátků mapování došlo k zjištění, že na fungování KKO se podílí velké množství subjektů mimo hranice města, které je nutné je do mapování zahrnout. Oblast mapování byla tedy rozšířena na území okresu Olomouc. Jelikož je mapování KKO specifické velkými rozdíly v rámci vymezení pro určitou oblast, bylo pro mapování nezbytně nutné upravit vymezení jednotlivých odvětví tak (*viz tab. 3.2*), aby co nejlépe vystihovalo charakteristiku kulturních a kreativních průmyslů na Olomoucku (Kohn, 2017).

Hlavním hybatelem výzkumu KKO je aktivita Univerzity Palackého v Olomouci. Již v roce 2014 se univerzitní výzkumná skupina rozhodla mapovat KKO v olomoucké aglomeraci za účelem návaznosti budoucích projektů, které budou mít za cíl:

- analyzovat aktuální stav KKO v regionu za účelem lepšího podchycení vytyčené sféry, koordinace a efektivní podpoře
- nabídnout servis ze strany Univerzity Palackého a podnítit symbiotické efekty, které budou mít za následek zesílení vlivu, strategické prosazení a větší viditelnost subjektů KKO

- upravit funkce a role Univerzity Palackého tak, aby docházelo k lepší reakci na aktuální dění a potřeby a byla vybavena na zrychlený vývoj oborů i proměnu postavení KKO v národním i globálním měřítku

Na základě podnětů se podařilo konceptualizovat dění na již tradičně ukotvených oborech a nastartovat řadu procesů ovlivňujících jak dění v úrovni vedení instituce, tak projektové řízení a konání, ale i proměňujících uvažování jednotlivých členů akademické obce a kateder, mezi které například patří katedra geoinformatiky nebo katedra divadelních a filmových studií (Nétek, Bilík a kol., 2020).

Tab. 3.2 Vymezení KKO zohledňující specifika olomouckého regionu dle Palaščáka a Bilíka (2017)

Kulturní sektor	Kulturní průmysly	Kreativní průmysly
Kulturní dědictví	Vývoj softwaru	Design
Scénická umění	Hudba	Reklama
Výtvarné umění	Literatura, knihy a tisk	Architektura
Kulturní a umělecké vzdělávání	Film a video, televize a rozhlas	Oděvnictví a módní design

Celkově bylo zjištěno 1 211 ekonomicky aktivních subjektů, z čehož téměř čtvrtina spadala do odvětví *Literatura, knihy a tisk*. Počet zaměstnaných lidí v odvětvích KKO činil 5 175, kde největší zastoupení (1 242) mělo odvětví *Vývoj softwaru*. Toto odvětví také dosahovalo nejvyššího ročního obrátu, který přesahoval 1,6 mld. korun z celkových 4,7 mld. korun. Jde tedy o více než třetinu celkového obrátu všech subjektů KKO na Olomoucku (Palaščák, Bilík a kol., 2017).

Nedílnou součástí získávání informací v rámci mapování bylo i šetření pomocí focus groups. V roce 2019 z iniciativy řešitelského týmu probíhala série *12 kulatých stolů*, kde docházelo k hloubkovým rozhovorům přímo se zástupci jednotlivých sfér KKO. Tato iniciační aktivita měla za cíl identifikovat silné stránky, slabé stránky a potenciální příležitosti olomoucké aglomerace z pohledu stakeholderů a zástupců komerčních i nekomerčních subjektů v oblasti KKO. Na základě analýzy a vyhodnocení získaných informací došlo k ustanovení obecně platných poznatků, které prochází napříč všemi odvětvími KKO, dále pak poznatků týkajících se jednotlivých odvětví a konkrétní, lehce realizovatelné opatření, které mohou v jednotlivých oborech zlepšit situaci do budoucna. Podle dotazovaných zástupců jednotlivých subjektů je nezpochybnitelným benefitem města primárně jeho atmosféra a velikost. Za konkrétní příklady se dá brát kombinace parků s historickým centrem, docházková vzdálenost a dopravní dostupnost. Naopak zde subjektům chybí viditelná podpora ze strany municipalit nebo nedostatečná koordinace (Nétek, Bilík a kol., 2020).

První stěžejní fáze mapování KKO v Olomouci probíhala v letech 2015–2017 v rámci projektu „*Kreativní Olomouc*“. Druhá stěžejní fáze probíhala v letech 2019–2020 v rámci projektu „*Výzkum motivací aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci a návrh strategie pro posílení segmentu*“, která byla mj. zaměřena i na problematiku brain drain a výrazně zohledňovala nasazení nástrojů GIS. V současné době projekt „*Kreativní Olomouc*“ vydává například katalogy „*Design*“, ve kterých dochází k seznámení se s prací tvůrců v subjektech KKO nejen v olomouckém regionu, ale i na Jesenicku a Šumpersku.

3.2 Gastroprůmysl

Pojem gastroprůmysl, někdy také jako gastronomický průmysl, není nikde přesně definován. V kontextu práce je možné ho chápat jako souhrn subjektů zabývajících se pohostinstvím a gastronomií. Pojem gastronomie znamená nauku o vztahu potravy a kultury, v užším slova smyslu pak jde o vztah mezi přípravou, servírováním a konzumací jídel (Muzeum gastronomie, 2021). Dále lze pojem vyjádřit jako kuchařské či kulinářské umění, jehož základními složky jsou kultivace chuti, vzhledu a vůně pokrmu, kultivace prostředí, v němž je pokrm podáván a ideový kontext pokrmu (Žáková a kol., 2015). Pro mnohé je ovšem gastronomie pouze hypotetický konstrukt. Jedná se o případ, kdy je existence gastronomie pouze odvozena a neexistuje žádný její objektivní důkaz. Ve skutečnosti vlivem kulturních, geografických a sociálních základů dochází k překrývání s mnoha jinými oblastmi, povoláními a řemesly (Ivanović a kol., 2008).

Gastronomie se v posledních stovkách let rozvinula neuvěřitelně rychle. Za první velký milník se dá brát období renesance, kdy docházelo k více exponovanému a nápaditému způsobu přípravy pokrmů, především pak díky objevům z Nového světa, jako byly brambory, kukuřice, pepř nebo čokoláda. Významnou osobou v dějinách gastronomie je Francouz Marie-Antoine Carême, který jako jeden z prvních u přípravy jídel kladl důraz především na precizní úpravu a prezentaci jak pokrmů, tak i prostředí, ve kterém byl pokrm podáván a je zakladatelem tzv. *haute cuisine*, tedy gastronomie vysoké úrovně, se kterou se v dnešní době můžeme setkat v hotelech či luxusních restauracích. Na jeho dílo navázal Georges Auguste Escoffier, který se ovšem na rozdíl od svého předchůdce snažil klást důraz spíše na jednoduchost přípravy a chuť pokrmu než jeho estetický vzhled. Další důležité body v historii gastronomie souvisí s vědeckými objevy a inovacemi, jako je například objev plynových vařičů, ledniček nebo různých způsobů uchovávání a úpravy jídel (Dahbi, 2015).

Dle názoru uznávaného gastronomického kritika Pavla Maurera, který je i zároveň pořadatelem významného gastronomického festivalu *Grand Restaurant Festival*, je Olomouc hned po Praze nejvýznamnějším centrem gastronomie v Česku (Jedličková, 2013). Olomouc je místem nejlepší české restaurace roku 2017 *Entrée Restaurant* v čele s šéfkuchařem Přemyslem Forejtem, který i díky svému působení v televizních pořadech a na sociálních sítích zásadně zviditelňuje gastro scénu v Olomouci. Dále pak bistra jednoho ze tří českých michelinských šéfkuchařů Romana Pauluse nebo také konání předních gastro festivalů, jako je například *Garden Food Festival*, *Den kávy* nebo *Grand Restaurant Festival*. Zároveň se vedle celorepublikových akcí v Olomouci konají i akce čistě regionálního charakteru, například *Tvarůžkový festival*.

Nejednou se Olomouc umístila i v publikaci „*Skrytá Evropa*“ od světově proslulých průvodců Lonely Planet, kteří Olomouc umístili na první místo v seznamu padesáti skrytých míst Evropy. Mimo tradiční turistické atrakce, jako je například orloj na Horním náměstí, má na umístění vliv také místní gastronomie (Kamenský, 2014).

Nejaktuálnější novinkou z oblasti gastronomie v rámci regionu je návrat šéfkuchaře Tomáše Juříka, který po zkušenostech z michelinské restaurace *La Degustation Bohême Bourgeoise* bude nově dělat šéfkuchaře v *Bistru Helen* v *Galerii Šantovka*, které bylo oceněno v prestižní publikaci *TopLife Czech* (Tauberová, 2022).

4 UKOTVENÍ GASTROPRŮMYSLU V RÁMCI KKO

Když v roce 2011 došlo k zahájení výzkumného projektu Institutu umění s názvem „*Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR*“, byl gastroprůmysl z mapování vynechán. Důvodem byl původní návrh řešitelského týmu, který gastronomii nepovažoval za klíčovou oblast nutnou k mapování. Pro případné vymezení ekonomických činností, spadajících do tohoto odvětví, by bylo zapotřebí provést důkladnější výzkum (Bednář a kol., 2016).

O potenciálním zařazení gastroprůmyslu do KKO se poprvé zmiňuje Žáková (2015), která se opírá o samotnou definici gastronomie, na kterou se dá pohlížet jako na kuchařské a kulinářské umění. Jedná se tedy o užité umění se základními složkami v kultivaci chuti, vzhledu a vůně pokrmu, kultivace prostředí, ve kterém je pokrm podáván a ideový kontext pokrmu. Další možností, jak na gastroprůmysl v rámci KKO pohlížet, je souvislost s uměleckými řemesly a kulturním dědictvím. V kontextu kulturního dědictví se jedná o typické regionální pokrmy, jakými jsou např. pardubický perník, valašské frgály či štramberské uši, v kontextu uměleckých řemesel se pak jedná o obory např. pekař, včelař či perníkář. O tom, že má gastroprůmysl své místo v KKO podle Žákové (2015) svědčí i to, že v zahraničních podpůrných a rozvojových programech pro KKO se mimo „klasická“ odvětví objevují i projekty na podporu gastronomie. Jako příklad uvádí Investiční fond pro kulturní a kreativní průmysly z Valonska.

Dle určitých definic KKO se dá gastronomie brát jako typ tradičního umění, tedy, že produkované zboží či služba bývá určena k okamžité konzumaci na místě. S nutnou potřebou vědomostí, dovedností a zkušeností v tradičních řemeslech můžeme hovořit i o prolnutí s nehmotným kulturním dědictvím. Jedním z hlavních problémů gastronomie je ovšem míra přidané kreativity jedince a duševní vlastnictví. Pokud budeme na gastronomii nahlížet pouze jako na pokrm určený ke konzumaci, tak se zpravidla bude jednat o zpracování jiného díla, které již bylo několikrát implementováno a výsledný produkt tak není v ničem jedinečný. Zároveň produkt samotnou konzumací zaniká. Pro hlubší náhled do problematiky došlo autorem práce k oslovení významných představitelů a řešitelů metodiky kulturních a kreativních odvětví na Olomoucku.

Jednou z možností, jak tento problém vyřešit, by bylo nepohlížet v kontextu gastronomie pouze na samotný pokrm, ale také např. na způsob servírování či prostředí a interiér, ve kterém je pokrm podáván. **Ondřej Martínek**, PR specialista oddělení komunikace Univerzity Palackého v Olomouci, který je profesně důkladně obeznámen s gastronomickou a kulturní scénou v Olomouci, „*přichází s myšlenkou, že pokud daný gastronomický subjekt mimo podávání pokrmů slouží i k jiným účelům, konkrétně tedy k účelům v souvislosti, s již ukotvenými odvětvími KKO, jako je např. konání koncertů, divadelních představeních či výstavě obrazů, lze jej v tomto případě do KKO zařadit.*“ V Olomouci takových případů můžeme nalézt hned několik.

Na základě této definice se jako vhodný prostor jeví **Bistro&bar Konvikt**, který krom restaurace a kavárny je i pravidelným dějištěm divadelních představení a výstav. Zároveň zde hraje roli i samotný interiér, jelikož se místo nachází v jádru barokního jezuitského konviktu z 17. století.

Ke spojení kavárny s divadlem dochází v případě **Café na cucky**, která se nachází v prostorách *Divadla na cucky* na Dolním náměstí. Vedle divadla a kavárny je součástí tohoto kreativního centra také *Galerie XY*, která je zaměřena na prezentaci současného výtvarného umění.

Unikátním konceptem je i kreativní centrum **Galerie Telegraph** na Jungmannově ulici. V roce 2020 na popud známého sběratele umění Roberta Runtáka zde došlo k vytvoření prostoru spojující kavárnu a restauraci s rozlehlou galerií, rezidenčním uměleckým ateliérem, divadlem a kinem. Zároveň se v prostorách galerie odehrávají různé diskotéky, workshopy či bussiness talky. Díky výborné dopravní dostupnosti a světovému věhlasu pana majitele má **Galerie Telegraph** potenciál být častým cílem tuzemských i zahraničních turistů (Vitásek, 2020).

Místem spojující kulturu a kreativitu s gastronomií je i bezesporu **Jazz Tibet Club** v ulici Sokolská. Vedle restaurace, která si důkladně zakládá na vlastní výrobě veškerých produktů a úzké spolupráci s lokálními dodavateli, bývá klub také pravidelným dějištěm koncertů a vystoupení tuzemských a zahraničních hudebních umělců napříč všemi žánry (Jazz Tibet Club, ©2018). Jedním z těch největších bylo například v roce 2018 vystoupení světoznámého neworleanského skladatele a trumpetisty Terence Blanchada.

Inovativním přístupem k výzdobě interiéru se prezentuje kavárna **Café Trieste** na Dolním náměstí. Kavárna totiž zároveň funguje i jako prodejní galerie, kde si zákazníci mohou zakoupit vystavované obrazy či fotografie a v důsledku toho mají možnost návštěvníci pokaždé spatřit v kavárně něco jiného. Zároveň byl samotný design kavárny navrhován Pavlem Křížem, jedním z nejvýraznějších českých architektů, který svou prací stojí i za otevřením *Entrée Restaurant*. Cílem provozovatele pana Radima Petra je zároveň i otevřít kavárnu v některém z olomouckých parků, kde zároveň vidí velký potenciál pro divadelní či jiná kulturní představení, která by mohla kulturní hodnotu města pozvednout (Pelíšek, 2022).

Mezi dalšími subjekty na území města, které svou působností mají potenciál propojit gastronomii s KKO, lze zařadit například: **Cafe Gallery JOLA, Fishi Sushi, Bar Rytmus, Druhý domov, Kikafe, Café Restaurant Caesar, Olomouc Gaming Center, Letňák, Nabalkoně** nebo designová kavárna **Café New One**.

Podle **Jakuba Kordy**, který se v rámci KKO v minulosti zabýval projektem „*Výzkum umění a kulturních průmyslů*“ a v současnosti funguje mj. i jako inovační inkubátor Olomouckého kraje, se dá gastroprůmysl do KKO zařadit částečně. Problematikou je totiž podle něj šíře sektoru. „*V řadě reálných „manifestací“ totiž nemá s konceptem kreativity moc společného (představa vývařoven, low-cost bister atd.), naopak ve verzi vysoké gastronomie, nových konceptů (např. typu „croblivy“) a více smyslového pojetí je asi přijatelným odvětvím, pro něž je důležitou osou právě kreativní jedinec.*“ Ve finále je v případě gastronomie platný stejný argument, jako v legitimizovaných oblastech KKO – některé konkrétní projevy a příklady jsou průměrnými realizacemi, které nenaplnují představu o kreativním jádru, naopak u jiných lze vystopovat výjimečné a inovativní postupy. Gastronomii v jejich vrcholných projevech lze vnímat jako syntézu kulinářských inovací, designu, výtvarného pojetí (např. ve způsobech servírování) nebo „gesamtkunstwerku“ (např. typu *Entrée Restaurant* – syntéza celkového konceptu, designu interiéru, používaného nádobí atd.).

Obdobný názor, tedy ten, že se gastroprůmysl řadí na pomezí KKO, zastává i místopředseda Asociace nezávislých divadel ČR a radní Olomouckého kraje pro oblast kultury a památkové péče, **Jan Žůrek**. „*S gastronomií je to dle jeho slov obdobné, jako s oblastí IT, tedy jde o to, do jaké míry je v dané oblasti dominantní využití kreativity ve výrobním procesu.*“ Kreativita je pak přirozeně podstatná i sekundárně v marketingu či v rámci systému distribuce. Vliv „gastronomické scény“ je podstatný na kvalitu života, značku města a také jako faktor ovlivňující příznivé podmínky pro rozvoj KKO ve městě.

Přímým zastáncem pro zařazení gastroprůmyslu do odvětví KKO je **Petr Bilík**, odborný asistent na Katedře divadelních a filmových studií UP, hybatel sféry KKO v rámci města i státu a mj. zakladatel platformy *Kreativní Olomouc*. „Podle něj má kvalitní gastronomie v současné době vysokou přidanou hodnotu a míru kreativity, která je ve výrobním procesu vyvinuta.“ Dále podle něj dochází k čím dál častějšímu prolínání s odvětvími, které svou činností již do KKO spadají. Jde například o design, architekturu, fotografii, marketing nebo knižní produkci. Dále má gastronomie spojení s kulturními programy, kde se zpravidla jedná o výstavy a hudební nebo taneční představení. Z hlediska marketingu a ekonomie v rámci gastroprůmyslu dochází i ke klastrování a spill out effects. Z vlastní zkušenosti také registruje nový trend, kdy světové galerie dnes již běžně nabízí k prodeji umění spojené s gastronomií nebo kuchařky. Příkladem takového místa je rakouská galerie umění *Albertina*.

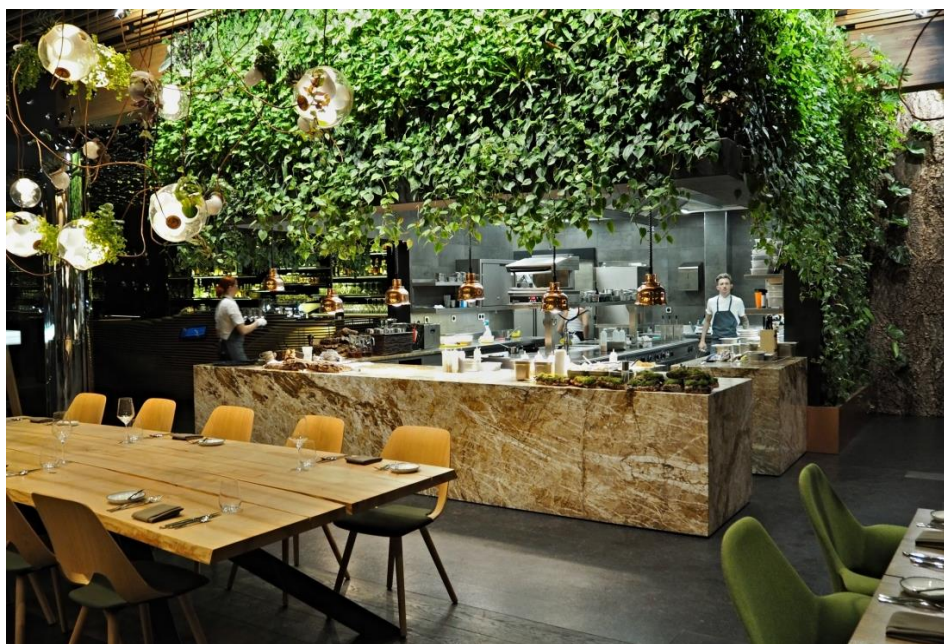
Pokud by **Radek Palašćák**, významný iniciátor a hybatel mapování oblasti kulturních a kreativních odvětví v Olomouci, který rovněž působí jako externista na Cyrilometodějské teologické fakultě UP, měl odpovědět pouze na otázku, zdali je vhodné gastronomii do metodiky kulturních a kreativních odvětví zařadit nebo nikoliv, přikláněl by se k volbě pro její zařazení. V širším kontextu se podle něj ovšem jedná spíše o pomezí disciplínu. Není pochyb, že se jedná o odvětví s vysokou mírou kreativity, zejména pokud jde o nějakým způsobem originálně uchopený gastronomický koncept s přidanou hodnotou, a především s výraznou vazbou na lokální zdroje typu potraviny, umělecká tvorba či řemesla. Svým způsobem se může jednat o horizontální téma, které gastronomii propojuje s oblastmi kultury, umělecké tvorby, kreativity a obchodními aktivitami. Faktorem, který dosti výrazně limituje jednoznačné zařazení gastroprůmyslu do oblasti KKO, je neschopnost přesně definovat hranici určující které gastropodniky splňují určitou normu nutnou pro zařazení a které ne. „*Takovou hranici podle něj ani pravděpodobně definovat nelze, což tvoří největší úskalí při vyčleňování originálních konceptů a restaurací prezentujících se gastronomií ve vrcholné formě.*“

Podnikem, který by dle odpovědí všech výše dotazovaných měl být hlavním příkladem propojení gastronomie a KKO, je **Long Story Short** (Obr. 4.1). V roce 2017 došlo v prostorách bývalé pevnosti či vojenské pekárny ze 17. století v ulici Koželužská k otevření tohoto designového hostelu, jehož součástí je i kavárna a restaurace s domácí pekárnou. I díky ojedinělému designu, kdy dochází ke spojení historické budovy s moderním interiérem, zaujal hostel pozornost prestižního magazínu *Wallpaper* či britského deníku *The Guardian*, který jej zařadil na listinu deseti nejlepších novodobých hostelů po celém světě. Součástí konceptu *Long Story Short* je i důraz na společenský život kolem hostelu, kdy samotná majitelka Eva Dlabalová organizuje různé akce spojené mj. i s gastroprůmyslem, jako je například ochutnávka tvarůžků či návštěva místních barů. I proto není hostel navštěvován pouze turisty, ale i místními obyvateli (Černá, 2019). Přímou uvnitř hostelu se nachází i část zvaná *Cooking Bar Café*. Prostor, který byl původně určen jako kuchyně pro hosty hostelu, byl postupem času zpřístupněn i kolemjdoucím zákazníkům. Tato část *Long Story Short* je především zaměřena na přípravu snídaní a dezertů čistě z lokálních surovin a také teplých nápojů, kterým je například organický čaj či filtrovaná káva, pro kterou se v rámci hostelu vžil název „*Long Story Short Ranní filtr*“. V přízemí budovy se nachází část zvaná *Eatery & Bakery* s restaurací zaměřenou na přípravu jídla jak z lokálních sezónních surovin, tak i různých chutí světa. V návaznosti na historii objektu spjatou s oborem pekařství je *Eatery & Bakery* zaměřena i na výrobu domácího pečiva a dezertů. V neposlední řadě je tento prostor místem konání kulturních a společenských akcí nebo dějištěm svateb (Long Story Short, ©2019).



Obr. 4.1 *Long Story Short* (Zdroj: Jakub Hájek, 2022)

Dalším příkladem gastropodniku, který má bezesporu nejen mimoměstský, ale i mezistátní přesah, je restaurace **Entrée Restaurant** (Obr. 4.2), která se nachází v budově bývalého divadla v Ostravské ulici. Vedle samotného pokrmu lidé toto místo navštěvují především kvůli neotřelému interiéru a způsobu podávání jídla, kde je na první pohled zřetelná vysoká přidaná hodnota kreativity a návštěvníci tak mají z návštěvy i jiný zážitek než pouze samotnou konzumaci. Restaurace otevřená na podzim roku 2015 se i za přispění šéfkuchaře Přemysla Forejta stala v roce 2017 vítězem ankety gastronomického kritika Pavla Maurera o nejlepší tuzemskou restauraci, kde se mimo samotné jídlo hodnotí i interiér a obsluha. Podle slov Kateřiny Bortlové, manažerky restaurace, pochází až pětina všech hostů ze zahraniční. Zároveň vyzorovala trend, kdy, zatímco v minulosti hosté navštěvovali *Entrée Restaurant* jako součást celkové návštěvy města, tak momentálně jezdí do Olomouce primárně za návštěvou restaurace (ČTK, 2017).

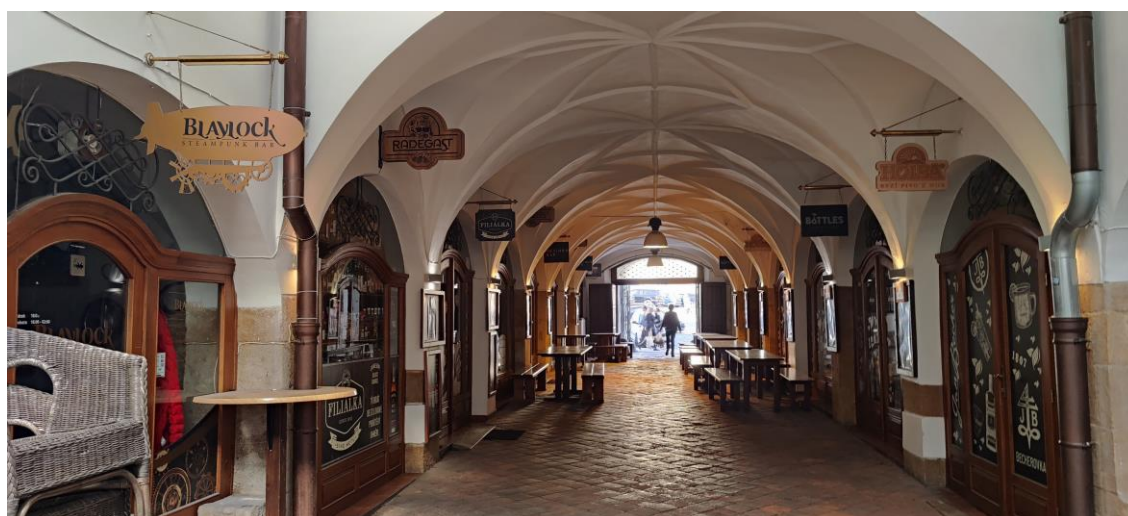


Obr. 4.2 *Entrée Restaurant* (Zdroj: Lucy's Diary, 2015)

Jedním z faktorů, který může pozvednout přidanou hodnotu gastronomických provozoven, především tedy v centru města a městské památkové rezervaci, je schválená metodika Radou města Olomouce z února 2021, která má za cíl omezit vizuální smog. Tato metodika, která vznikla ve spolupráci s orgány památkové péče a pracovníky odboru strategie a řízení, poskytuje provozovatelům podrobný návod, jak postupovat při umísťování reklamy, aby vizuálně nenarušovala historické centrum města. V rámci kaváren a restaurací je v metodice také popsán postup pro vhodné prostorové rozmístění předzahrádek, aby svou estetikou nenarušovaly městskou památkovou rezervaci a zároveň aby nebyl omezen pohyb chodců. Pro provozovatele by měl být motivací za účelem zredukování vizuálního smogu i příspěvek od města, který dosahuje výše až 10 tisíc korun (Blokša, 2021). Mezi nejhorší případ výskytu vizuálního smogu se dá v rámci města uvažovat ulice Denisova (Obr. 4.3). Naopak ideálním případem, jak by správně mohlo vypadat uvádění reklamních ploch a názvů gastronomických zařízení v centru města, je pasáž *Masné krámy* (Obr. 4.4) na Dolním náměstí. Zde jsou názvy jednotlivých barů vyvedeny stejně pomocí cedule umístěné v prostoru nad dveřmi, zpravidla vždy ve stejné barvě a velikosti. Mimo názvy obdobný případ platí i pro reklamní plochy a výlohy, které se napříč celou pasáží drží jednotného designu. Mimo gastronomii se za ideální případ dá také považovat *Galerie Šantovka*, kde jsou názvy jednotlivých obchodů po vnějším obvodě vyvedeny výhradně stejnou barvou.



Obr. 4.3 Ukázka vizuálního smogu v ulici Denisova



Obr. 4.4 Ukázka sníženého vizuálního smogu v prostorách *Masných krámů*

Nejnovějším místem propojující gastronomii s kulturou je prostor zvaný **Olodvorek** (Obr. 4.5), který byl vybudován v létě roku 2021 v prostorách nevyužitého dvora na Dolním náměstí, kde dochází k pravidelnému konání hudebních vystoupení, divadelních představení či vernisáží. Podle Šimona Pelikána, který se v rámci města proslavil především projektem pojízdného baru *Ološlap*, je cílem dvora propojit různé kulturní akce s nejrůznějším občerstvením, čemuž má napomoci i samotné umístění, charakter a atmosféra místa. Prostory dvora jsou doprovázeny uměleckými díly lokálních sochařů a malířů Ondřeje Olivy a Marcela Hubáčka (Šverdík, 2021).



Obr. 4.5 Dvůr *Olodvorek*

Na základě poznatků získaných ze studia řešení problematiky v předešlých projektech a názorů odborníků na metodiku kulturních a kreativních odvětví se gastronomie nejpravděpodobněji jeví jako pomezí disciplína, kterou nejde na základě konkrétních kritérií klasifikovat jako plnohodnotné odvětví. Není pochyb, že gastronomie napříč všemi směry vyznačuje značnou míru přidané kreativity, která je ve výrobním procesu zahrnuta, ať už se jedná o způsob přípravy či podávání pokrmu, interiéru gastronomického podniku nebo o vazbu a prolínání s jinými, v metodice kulturních a kreativních odvětví již zaběhlými sektory. Tím největším problémem je ovšem širší samotného sektoru, kdy není možné na stejnou úroveň řadit například některý z podniků, které jsou v kapitole uvedeny výše, se závodní vývařovnou nebo stánkem rychlého občerstvení, kde je míra vyvinuté kreativity ve výrobním procesu na první pohled zásadně odlišná, avšak stále se ve všech případech jedná o nedílné součásti gastroprůmyslu. V Olomouci je k nalezení celá řada gastronomických podniků, která se svou kreativitou a způsobem vedení liší nejen od ostatních podniků v rámci města, ale i státu, kdy se může jednat o vazbu k prvkům kulturního charakteru, zvoleného způsobu řešení interiéru nebo samotné přípravě finálního produktu. Avšak neexistuje konkrétní hodnota či hranice, která by dokázala přesně určit, jakou míru kreativity daný gastronomický podnik vyvíjí a jedná se spíše o subjektivní pohled. Proto je v momentálním stavu obtížné zařadit gastronomii do oblasti metodiky kulturních a kreativních odvětví jako plnohodnotnou disciplínu a nejlepším řešením se jeví její zachování statusu jako disciplína pomezí.

5 PROSTOROVÉ ANALÝZY GASTROPRŮMYSLU NA ÚZEMÍ OLOMOUCE

Jelikož část práce je zaměřena na potenciální zařazení gastroprůmyslu do KKO, opírají se následující prostorové analýzy o diplomové práce vypracované na katedře geoinformatiky UP, jejichž náplní byla rovněž problematika kulturních a kreativních odvětví. Konkrétně se jedná o práce Chloupka (2020), Kačírkové (2020) a Kohna (2017), kteří se rovněž zabývali problematikou mapování a analýz subjektů KKO. Vedle použitých metod dochází k obdobnému přístupu i v nastavení použitých nástrojů.

Výraz „mapování“ ve spojitosti s KKO neměl v prapočátku prostorový nebo kartografický význam a prostorové aspekty se pomocí nástrojů GIS řešily velmi málo, omezeně a nekoncepčně. První komplexnější práci v Česku ilustrující možnosti nasazení GIS, GIT a kartografie v problematice KKO je magisterská práce Kohna (2017), která měla za cíl implementovat GIS zpracování do mapování KKO a sestavit podrobný pracovní postup pro prostorové zpracování KKO geoinformatickými metodami.

Na výsledky práce posléze navázaly bakalářské práce Chloupka (2020), který se zabýval odlivem mozků, tedy odchodem vysoce kvalifikovaných či zkušených jedinců z dané oblasti kvůli ekonomické či sociální situaci, a Kačírkové (2020), která se pomocí statistických a geoinformatických metod snažila o zhodnocení stavu lokalizace KKO v Olomouci a hledání vzájemné podmíněnosti a souvislosti s fakty založenými na socioekonomických a demografických datech.

5.1.1 Kategorizace

Pro potřeby analýz bylo v první řadě nutné sestavit databázi, která by obsahovala záznamy o všech gastronomických zařízeních na území města. První část tvorby databáze se skládala z identifikování všech provozoven pomocí dostupných internetových zdrojů, které byly následně na základě adres geokódovány do prostředí GIS. Druhou částí byla pak validace aktuálnosti provozoven, které byly v databázi uvedeny. V místech potenciálního hotspotu a míst, které by mohli jednoznačně mít na následující analýzy vliv, byla validace provedena terénním šetřením. V místech s potenciálně menším vlivem byla validace provedena například aktivitou jednotlivých podniků na sociálních sítích či podle data poslední recenze na turistických a mapových portálech.

Všechny provozovny byly na základě svého zaměření pro potřeby této práce klasifikovány do následujících kategorií:

- **Hospody a restaurace:** Subjekty se zaměřením na prodej pokrmů a nápojů převážně určeným ke konzumaci na místě samém s otevírací dobou zaměřenou kolem času oběda a večerních hodin.
- **Kavárny a čajovny:** Subjekty se zaměřením na prodej teplých nápojů a drobných pokrmů převážně určeným ke konzumaci na místě samém bez určitého zaměření otevírací doby.
- **Fast food, street food a bistra:** Subjekty se zaměřením na prodej teplých pokrmů s cílem co nejrychlejšího obsloužení zákazníka. Otevírací doba je zaměřena na odpolední a večerní hodiny a převážně cílí na náhodné kolemjdoucí. Servírování pokrmu bývá zpravidla uzpůsobeno ke konzumaci vestoje nebo v pohybu.
- **Bary a vinotéky:** Subjekty se zaměřením na prodej alkoholických nápojů, bez teplé kuchyně a s otevírací dobou zaměřenou na večerní hodiny.

5.2 Prostorové rozmístění

V úvodu této kapitoly došlo k analýze prostorového rozmístění bodů pocházejících z vytvořené databáze všech subjektů oblasti gastroprůmyslu na území města Olomouce, a to již v rámci jednotlivých kategorií. Následně byla zkoumána vzdálenost mezi jednotlivými body pomocí shlukové analýzy a také intenzita výskytu bodů v ploše.

5.2.1 Analýza bodového pole

K 1. srpnu 2021 bylo na území města zjištěno 403 funkčních provozoven v oblasti gastroprůmyslu.

Dle očekávání mají nejvyšší zastoupení provozovny spadající do kategorie **hospody a restaurace** s počtem 194, tedy téměř polovina všech subjektů v oblasti gastroprůmyslu. K nejvyšší koncentraci hospod a restaurací v Olomouci dochází na Dolním náměstí, kde se nachází hned 7 provozoven. Dále je pak zvýšená koncentrace provozoven v ulicích vedoucích z centra města směrem k hlavnímu vlakovému nádraží, tedy v ulicích Komenského a Masarykova tř. Z prostorového rozmístění gastroprůmyslu se dá říct, že výskyt a rozmanitost kategorií provozoven směrem od středu města klesá. Zatímco ve středu města nalezneme zastoupení všech kategorií, v okrajových částech města, jako jsou například Topolany nebo Chomoutov, dochází k výskytu pouze hospod a restaurací, které zpravidla slouží pouze místním obyvatelům.

U **kaváren a čajoven** je koncentrace ve středu města daleko patrnější, než u hospod a restaurací. Mimo okolí nákupních center a hlavního vlakového nádraží se takřka nikde jinde nevyskytují. Celkem je v této kategorii na území města 77 provozoven. V Olomouci dochází v posledních letech k velkému rozmachu kaváren. Například provozovny *Long Story Short Eatery & Bakery*, *KAFE JAK LUSK*, *Kafe na Rohu*, *Café 27* nebo *Owl's Cafe* byly uvedeny do provozu v posledních pěti letech.

Ke zvýšenému výskytu **fast foodů, street foodů a bister** dochází v okolí nákupních center, jako je například *OC Haná* či *Galerie Šantovka*. Obdobně jako u hospod a restaurací dochází k většímu výskytu i v ulicích vedených z centra města k hlavnímu vlakovému nádraží. Celkově je v Olomouci 67 provozoven fast foodů, street foodů a bister. Největší novinkou poslední doby v tomto odvětví je znovuotevření pobočky McDonald's v centru města na náměstí Národních hrdinů. Původní provozovna na Horním náměstí byla zavřena v roce 2015 z důvodu odlivu klientely v historickém jádru města. V Olomouci tou dobou byly zároveň již provozovny na Horním Lánu a v *Galerii Šantovka*. K otevření došlo v září roku 2020 v prostorech bývalého divadla *Mír* či *Edison* (Tauberová, 2020).

Barů a vinoték se v Olomouci nachází 65. K největší koncentraci provozoven dochází na ulicích Mlýnská, Uhelná a v průchodu zvaném *Masné krámy* na Dolním náměstí. Souhrnně se pro toto místo výskytu občas používá označení „*olomoucká Stodolně*“ podle stejnojmenné ostravské ulice, která je také pro svůj zvýšený výskyt barů známá. Tento termín byl formálně poprvé použit v projektu *Nětka a Bilíka* s názvem „*Výzkum motivací aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci a návrh strategie pro posílení segmentu*“ (2020). K vybudování barů v průchodu *Masné krámy* došlo v roce 2010, kdy došlo ke zrušení zdejší asijské tržnice.

Tab. 5.1 Rozložení gastroprůmyslu v jednotlivých katastrálních územích

Katastrální území	Celkem	Hospody a restaurace	Kavárny a čajovny	Fast food, street food a bistra	Bary a vinotéky
Bělidla	2	0	0	2	0
Černovír	2	1	0	0	1
Droždín	3	3	0	0	0
Hejčín	6	4	1	1	0
Hodolany	36	17	10	6	3
Holice u Olomouce	7	6	1	0	0
Chomoutov	2	2	0	0	0
Chválkovice	7	7	0	0	0
Klášteří Hradisko	1	1	0	0	0
Lazce	13	11	1	1	0
Lošov	4	2	1	0	1
Nedězí u Olomouce	1	1	0	0	0
Nemilany	2	0	0	0	2
Neředín	12	7	2	0	3
Nová Ulice	40	21	7	7	5
Nové Sady u Olomouce	19	8	3	3	5
Nový Svět u Olomouce	2	2	0	0	0
Olomouc-město	209	78	49	40	42
Pavlovičky	2	2	0	0	0
Povel	7	4	0	0	3
Radíkov u Olomouce	1	1	0	0	0
Řepčín	12	4	2	6	0
Slavonín	6	5	0	1	0
Svatý Kopeček	4	4	0	0	0
Topolany u Olomouce	2	2	0	0	0
Týneček	1	1	0	0	0
Celkem	403	194	77	67	65

5.2.2 Shluková analýza

Shlukové analýzy byly prováděny jak nad jednotlivými kategoriemi gastroprůmyslu, tak i nad celkem samotným. Byl pro to využit nástroj *Density-based Clustering* v prostředí ArcGIS Pro 2.9 a jako optimální počet bodů pro vytvoření shluku byl po otestování různých variant nastavení určen na minimálně čtyři při maximální vzdálenosti 100 metrů od sebe.

Dle očekávání na základě analýzy bodového pole dochází k největšímu shluku všech **gastropodniků** v oblasti Horního a Dolního náměstí přes ulici Ostružnická až k ulici Denisova a nám. Republiky (Obr. 5.1). Ve stejném směru pak dochází ke vzniku shluků okolo ulic Komenského, 1. máje a Masarykova tř. Dále lze vyzorovat vliv obchodních center *Galerie Šantovka*, *OC Haná* a *Olomouc City* a oblasti okolo hlavního vlakového nádraží a tř. Kosmonautů. Poslední shluk gastropodniků lze nalézt v okolí ulice tř. Svornosti.



Obr. 5.1 Místa shluků gastropodniků na území Olomouce

Pro kategorii **hospody a restaurace** má největší shluk původ v okolí Terezké brány na tř. Svobody, kde lze například nalézt podniky *Drápal*, *Plán B* nebo *Moritz*. Shluk dále vede přes Dolní náměstí (podniky *Hanácká hospoda* či *U Červeného Volka*) až k Hornímu náměstí a obchodnímu domu *Koruna*, kde lze nalézt *Restaurant U Mořice* nebo *Pick'n'Eat*. K dalšímu významnému shluku v rámci této kategorie dochází na křižení ulic Dukelská a Masarykova tř.

Pro shluky kategorie **fast foodů, street foodů a bister** je patrný vliv nočních klubů. Mimo obchodních center *Galerie Šantovka* a *Olomouc City* dochází ke shlukování v ulici Riegerova a v ulicích v okolí Dolního náměstí, kde se nachází noční kluby *Varna* a *Belmondo*. Krom shlukové analýzy tomuto tvrzení napovídá i samotná otevírací doba některých provozoven rychlého občerstvení, která je orientována do pozdních večerních až brzkých ranních hodin právě v závislosti na otevírací dobu nočních klubů.

Oblast **kaváren a čajoven** má největší koncentraci v ulici Ostružnická a Denisova, kde se vyskytuje hned 10 (12,98 %) všech provozoven této kategorie. Dále se kavárny shlukují okolo *Galerie Šantovka* a na Horním a Dolním náměstí. Odvětví **bary a vinotéky** zaujímá primárně oblast v okolí ulic Mlýnská, Uhelná a průchodu *Masné krámy* směrem k Dolnímu náměstí, kde se nachází 21 provozoven, tedy téměř jedna třetina všech barů a vinoték na území města.

5.2.3 Intenzita výskytu

Pro zkoumání intenzity výskytu bodů v ploše byl v prostředí ArcGIS Pro 2.9 použit nástroj *Kernel Density*, kde byl po otestování různých variant nastavení určen optimální rádius vyhledávání (*Search radius*) na hodnotu 400 metrů a velikost pixelu výsledného rasteru na 10 centimetrů.

Výsledek analýzy a následná vizualizace svým prostorovým rozmístěním téměř přesně kopíruje předcházející shlukovou analýzu (Obr. 5.1), kde pro všechny **gastropodniky** (gp) dochází k maximální hodnotě 349,91 gp/km², a to v oblasti centra města (Obr. 5.2). Kategorie **hospody a restaurace** dosahuje maximální hodnoty 141,90 gp/km², **bary a vinotéky** 99,26 gp/km² a **kavárny a čajovny** poté 89,33 gp/km². Nejmenší intenzitu výskytu vykazují kategorie **fast food, street food a bistra**, kde maximální hodnota dosahovala 58,90 gp/km².



Obr. 5.2 Intenzita výskytu gastropodníků na území města Olomouce

5.3 Srovnání nad cenovou mapou

V souvislosti s prostorovým rozmístěním bylo provedeno i srovnání nad cenovou mapou města z roku 2020, které je dostupná z datového portálu statutárního města Olomouce. Z prostorového aspektu jsou nejdražší pozemky jednoznačně ve středu města. Na první pohled je i patrné, že pozemky směrem na západ, které mají své využití především k bydlení, tolik na ceně neklesají, jako pozemky na východě města, kde je soustředěná průmyslová výroba. Nástrojem *Spatial Join* došlo k připojení jednotlivých gastronomických subjektů k údajům o ceně pozemku.

Na pozemku, jehož cena přesahuje 4 000 Kč/m², se nachází 38,95 % (157) všech přiřazených provozoven. Veškeré tyto subjekty se nachází v historické části středu města nebo na ulicích Komenského a 1. máje, tedy směrem z centra města k nádraží.

V rozmezí 4 000 – 3 001 Kč/m² bylo zjištěno 10,66 % (43) provozoven. Vedle okrajové části centra města se jich nejvíce nachází v části Neředín a Nová Ulice. V cenovém rozpětí 3 000 – 2 001 Kč/m² se vyskytuje 15,38 % (62) provozoven, v rozpětí 2 000 – 1 001 Kč/m² pak 23,82 % (96) provozoven. Pouze 3 gastropodniky, tedy 0,74 % z přiřazených, se vyskytuje na pozemku s maximální cenou 1 000 Kč/m². Jedná se výhradně o gastropodniky umístěné v nejokrajovějších částech města, kterými konkrétně jsou: *Moravský Grunt* v Topolanech, *Nutrend World* ve Chválkovicích a *Perfect Menu* v Holici. 10,45 % gastropodníků (42) se nachází v oblasti s neznámou hodnotou o ceně pozemku.

5.4 Analýza současného stavu

V úvodu této kapitoly dochází ke zkoumání geografických vztahů mezi jednotlivými subjekty gastroprůmyslu a nekvantifikovatelnými geografickými daty za pomoci síťových analýz. Pro potřeby analýz byl ze silniční sítě OSM vytvořen *Network Dataset* a jelikož byly analýzy brány pouze pro pěší chůzi, došlo k odstranění linií, které nejsou lidem pro chůzi určeny. Při analýzách byla uvažována rychlost pohybu člověka 5 km/h. Nejprve byl hledán vztah mezi subjekty gastroprůmyslu a **zastávkami městské hromadné dopravy**. Analýza byla provedena přes nástroj *Service Area* a jako vzdálenost byly zvoleny hodnoty 100, 200 a 500 metrů.

Díky vysoké hustotě pokrytí zastávek v celém městě se do vzdálenosti 500 m nachází 92,80 % (374) všech provozoven. Provozovny, které jsou od zastávky vzdáleny více, než zkoumaných 500 m, se zpravidla nachází v okrajových částech města, kde je pro celou část například pouze jedna zastávka MHD. Do vzdálenosti 200 m se vyskytuje 77,91 % (314) provozoven, ve vzdálenosti 100 m se pak vyskytuje 66,50 % (268) všech provozoven na území města.

Obdobný vztah byl hledán i v souvislosti s **městskou památkovou zónou**. Přímo v památkové zóně města je umístěno 36,97 % (149) subjektů gastroprůmyslu, tedy přes třetinu všech provozoven ve městě. Do vzdálenosti 500 m se pak vyskytuje více než polovina provozoven, konkrétně 55,33 % (223).

V rámci města se vyskytují i gastropodniky, které neakceptují platby pomocí kreditních či debetních karet a návštěvníci jsou odkázáni pouze na hotovost. Proto došlo o analýze dostupnosti gastropodníků k **bankomatům**. K nejlepší dostupnosti dochází v oblasti okolo Horního náměstí a Náměstí Hrdinů, kde sídlí většina bank na území města, které v rámci své pobočky nabízejí i bankomaty. Do vzdálenosti 100 m od bankomatu se nachází 22,82 % (92) gastropodníků, v blízkosti 500 m má pak bankomat 56,82 % (229) gastropodníků.

Dále byla analyzována vazba mezi gastropodniky vůči **kulturním a volnočasovým lokalitám**, mezi které byla vybrána divadla, galerie, muzea, historické památky, sportoviště a obecně místa s potenciálem kulturního či volnočasového využití. Ve vzdálenosti 100 m od zkoumané lokality se nachází 48,88 % (197) gastropodníků. Jedná se o gastropodniky převážně v městské památkové zóně a centru města, které je svým historickým jádrem plně pokryté lokalitami s kulturním či volnočasovým využitím. V dostupnosti 200 m se vyskytuje 61,78 % (249) gastropodníků, do vzdálenosti 500 m pak 74,44 % (300).

Dalším prvkem, který by potenciálně mohl mít vliv především na kategorii hospody a restaurace, je výskyt **parkovacích míst** v blízkosti gastropodníků. Na základě výsledků analýz dochází k nejlepší dostupnosti parkovišť v jihovýchodní části města. Zároveň jako u všech již zkoumaných aspektů klesá dostupnost od středu města směrem k okrajovým částem. Do 100 m od parkoviště se v rámci Olomouce nachází 49,62 % (200) gastropodníků, parkovací místo do 200 m má 84,61 % (341) gastropodníků, do vzdálenosti 500 m pak 96,52 % (389). Procentuální dostupnost parkovišť je tak obdobná dostupnosti zastávek městské hromadné dopravy.

Následující analýzou bylo zkoumání dostupnosti **obchodů a obchodních center**. Větší obchodní centra typu: *OC Haná*, *Olomouc City* či *Galerie Šantovka* samy o sobě obsahují ve svých prostorách značný počet gastropodníků. Vzdálenost k obchodům může hrát v případě gastropodníků i roli v nutnosti akutního zásobování. Do vzdálenosti 100 m od obchodu či obchodního centra se v Olomouci nachází 15,38 % (62) gastropodníků. V blízkosti 500 m se pak nachází 46,89 % (189) gastropodníků. Na základě nízkých

hodnot v porovnání s předešlými analýzami je pravděpodobně vazba mezi obchody a gastropodniky méně důležitá. Místem s nejlepším pokrytím dostupnosti je opět střed města, kde se v úzkém sledu nachází *Galerie Šantovka*, *Albert* v ulici tř. Svobody, *Galerie Moritz* a *Billa* v ulici Hynaisova.

V neposlední řadě byl zkoumán vztah k **nočním klubům**, které svou přítomností ve středu města ovlivňují především přidružené bary a fast foody. Důkazem je například otevírací doba barů v prostorách ulic Mlýnská a Uhelná, které je společně s otevírací dobou fastfoodů v prostorách náměstí orientována do pozdních večerních hodin právě v návaznosti na noční kluby, kde mezi ty nejdůležitější se řadí *Belmondo* v Mlýnské ulici a *Varna* v ulici Riegerova. Do 100 m od nočního klubu se v rámci města nachází 17,88 % (72) gastropodníků, do vzdálenosti 500 m pak 37,71 % (152) gastropodníků.

Dále byla zkoumána **hustota výskytu gastropodníků na 1 000 obyvatel** v rámci jednotlivých katastrálních území Olomouce, k čemuž byla využita data o počtu obyvatel ze *SLDB 2011*. Dle očekávání největší hustotu vykazuje katastrální území Olomoucké město, kde hodnota dosahuje 17,9 gp/1 000 ob. Mezi další území s nejvyšší hodnotou se řadí okrajové části města, kde jsou vysoké hodnoty podmíněny nízkým počtem obyvatel. Patří zde katastrální území Řepčín s hodnotou 9,66 gp/1 000 ob. či území Lošov, Topolany u Olomouce a Svatý kopeček, kde hustota výskytu ve všech případech mírně překračuje hodnotu 5 gp/1 000 ob. Mezi území s nejnižší hustotou výskytu patří oblasti s nejvyšším počtem obyvatel v rámci města, kde území Nové Sady u Olomouce vykazuje hustotu 1,38 gp/1 000 ob., území Neředín 1,24 gp/1 000 ob. a území Povel, kde je hodnota hustoty 0,80 gp/1 000 ob. Katastrálním územím s nejnižší hodnotou výskytu v rámci města je Klášterní Hradisko, 0,55 gp/1 000 ob.

Na základě dat a provedených analýz je jednoznačná koncentrace gastropodníků ve středu Olomouce a blízkém okolí, kde se jich nachází více než 50 % v rámci celého města. Hlavní vliv na tuto koncentraci má bezesporu křížení velkého množství autobusových a tramvajových linek, které zde na zastávkách *Tržnice*, *Okresní soud* a *Náměstí hrdinů* tvoří společně vedle hlavního vlakového nádraží důležitý uzel městské hromadné dopravy. Místa s dostupností 100 m od zastávky současně kopírují i výsledky analýzy o intenzitě výskytu z *podkapitoly 5.2.3*. Mimo MHD poskytuje centrum města také širokou nabídku placených či volně přístupných parkovacích ploch. Ve středu města se ku příkladu dá využít parkoviště v blízkosti zastávky *Tržnice plocha*, u obchodu *Billa* v ulici Hynaisova či placené parkoviště pod Horním náměstím v blízkosti *Moravského divadla Olomouc*. V tomto směru hraje velký vliv mj. i parkovací plocha v *Galerii Šantovka*, kterou lidé krom návštěvy obchodního centra využívají zároveň i za účelem následné pěší návštěvy města. Zvýšená možnost využití libovolného dopravního prostředku má tak za následek každodenní proudění velkého množství osob právě centrem Olomouce. Právě *Galerie Šantovka*, největší obchodní centrum v rámci Olomouckého kraje, které je situováno do středu města, bývá kromě obsáhlé nabídky gastropodníků také častým dějištěm gastronomických událostí, jakými jsou například *Burger Street Festival* či pivní festivaly. Ve prospěch prosperity centra města mohou také být významné okolní parky *Čechovy sady*, *Bezručovy sady* a *Smetanovy sady*, které se s centrem města prolínají. Vliv na koncentraci mají i prvky občanské vybavenosti, konkrétně výskyt jednotlivých bankovních společností, které podobně jako gastropodniky jsou většinou situovány do středu města a nabízí tak lidem snadnou dostupnost k bankomatům. V neposlední řadě sehrává značný vliv výskyt nočních klubů ve středu města, jejímž návštěvám zpravidla předchází využití okolních barů a hospod. Z těchto důvodů tedy nejpravděpodobněji dochází k nejvyšší intenzitě výskytu gastropodníků veškerých kategorií právě ve středu města a jeho blízkém okolí.

Místem, které se v rámci centra města těší neobvykle vysoké popularitě, je oblast v literatuře označována jako „**olomoucká Stodolní**“. Tento souhrn barů v průchodu **Masné krámy** a v ulicích **Mlýnská** a **Uhelná** je každodenním centrem nočního života v rámci města. Na téma „**olomoucká Stodolní**“ proběhl řízený rozhovor s **Matyášem Brančíkem**, barmanem s dlouholetými zkušenostmi právě z barů umístěných v této lokalitě. Podle něj jsou zdejší gastropodniky strategicky dobře umístěny v blízkosti ostatních činitelů, které mají výrazný vliv na potenciální návštěvu jednoho z barů. Tím nejzásadnějším je výborná dopravní dostupnost, jelikož se tyto ulice nachází v blízkosti zastávky *Tržnice* a *Okresní soud*, kde dochází k výraznému křížení velkého množství autobusových a tramvajových linek, což umožňuje přístup i lidem ze vzdálenějších částí města či dokonce z okolních obcí. Dále hraje výraznou roli blízkost náměstí a městské památkové zóny, kdy především lidé nepocházející z Olomouce zakončují svou návštěvu historického centra města spojenou s prohlídkou památek právě ve zdejších barech. Podle Brančíka je ovšem velice zásadní i vazba na noční kluby. Na základě jeho zkušeností lidé totiž neradi chodí do nočních klubů přímo, ale většinou předtím stráví čas v barech či hospodách. Jelikož se noční klub *Belmondo* nachází přímo v Mlýnské ulici, tak z důvodu krátké vzdálenosti nutné pro přesun jsou právě využívány bary v blízkém okolí, tedy ku příkladu ty v prostorách *Masných krámů*. Tomuto tvrzení napovídá i otevírací doba jednotlivých barů, která je v návaznosti na noční kluby situována do večerních či brzkých ranních hodin. Zároveň současná generace mladších návštěvníků netráví už takové množství času v barech pitím piva, ale právě různých alkoholových nápojů, jako jsou například míchané drinky s tvrdým alkoholem a z toho hlediska je tato oblast pro ně ideální, jelikož si mohou vybrat podnik, který jim vyhovuje nejvíce. Vhodnou lokalitu umístění podporuje i výsledek zjištěný z výše uvedených prostorových analýz, kdy oblast „**olomoucké Stodolní**“ má všechny zkoumané aspekty v maximální vzdálenosti do 200 metrů.

Zatímco gastropodniky v okolí centra města bývají zaměřeny na různorodé návštěvníky, tak hospody a restaurace v okrajových částech města jsou zpravidla výhradně navštěvovány místními obyvateli, kteří žijí v nedaleké blízkosti od konkrétního gastropodniku. Takovým příkladem může být restaurace **Bohemia** na Rožňavské ulici (*Obr. 5.3*), která si podle slov majitele Miroslava Lanta neklade za cíl v žádném případě hrát na vysokou gastronomii, ale snaží se uzpůsobit chod a atmosféru restaurace tak, aby došlo k maximální spokojenosti pravidelných návštěvníků. Takzvaní „štamgasti“ dokážou na oplátku tento rodinný přístup ocenit a rádi se do restaurace opakovaně vrací (Vránová, 2022a). Obdobné to je i v nedaleké pivnici **Radegast** na ulici Jánského, kde byl podle majitele Jindřicha Kolovrátníka vliv pravidelných návštěvníků zásadní především v období pandemie COVID-19. Během uzavření podniku využívali pravidelní návštěvníci výdejního okénka, kde pivnici podpořili zakoupením piva v PET lahvi, a přitom strávili čas rozhovorem se zaměstnanci (Vránová, 2022b). Pro gastropodniky v okrajových částech města hraje vliv i výskyt dočasných událostí lokálního charakteru. V případě restaurace *Bohemia* to může být ku příkladu momentální výstavba tramvajové tratě v ulicích *Zikova* a *Schweitzerova*, kdy početná skupina zaměstnanců stavby v rámci obědové přestávky využívá právě jim aktuálně nejbližší gastropodnik. V neposlední řadě je pro tyto podniky vlivem rodinnější atmosféry typické stírání rozdílů mezi pravidelným návštěvníkem a zaměstnancem, kdy mezi sebou používají například familiární oslovení nebo návštěvníci mají možnost vybrat si televizní program, který bude zrovna na obrazovkách v gastropodniku vysílán.



Obr. 5.3 Restaurace *Bohemia* v ulici Rožňavská

Gastropodnikem umístěným v okrajové části města, který ovšem nemá za cílovou skupinu místní obyvatele, je pivovar a restaurace **Chomout** v městské části Chomoutov (Obr. 5.4). Produkty z místního pivovaru, který byl založen v roce 2014, bývají poslední dobou více častěji dodávány pro další hospody, bary a restaurace, a to nejen v Olomouci, ale i co se okolních obcí týče. Zároveň je možnost pronájmu areálu za účelem pořádání svatebních hostin či exkurzí samotného pivovaru. *Chomout* tak kromě lidí z městské části Chomoutov bývá častým místem návštěv lidí převážně z centra města nebo turistů z okolních měst či dokonce zemí. Jedním z takových návštěvníků byl i v létě roku 2017 Andrew Austen Luck, někdejší profesionální hráč americké NFL za tým Indianapolis Colts a ve své době jeden z nejlépe vydělávajících sportovců na světě.



Obr. 5.4 Pivovar a restaurace *Chomout* v okrajové části města Chomoutov

Zdárnějším příkladem gastropodniku umístěného v okrajové části města, který má mimoměstský přesah, je již v kapitole 4. zmiňovaná restaurace **Entrée Restaurant**. Restaurace otevřená na podzim roku 2015 se stala v roce 2017 vítězem ankety gastronomického kritika Pavla Maurera o nejlepší tuzemskou restauraci a podle slov manažerky restaurace pochází až pětina hostů ze zahraničí (ČTK, 2017). K propagaci a zvýšené návštěvě turistů zároveň napomáhá i mediální známost šéfkuchaře restaurace Přemysla Forejta.

5.5 Ideální lokalizační podmínky

Poslední fáze této kapitoly je zaměřena na identifikaci potenciálně vhodné lokality pro vybudování nového gastropodniku v rámci všech jednotlivých kategorií. Pro tuto analýzu byl v prostředí ArcGIS Pro 2.9 využit nástroj *Weighted Overlay*, kde došlo ke kombinaci rasterových vrstev vytvořených z analýz dostupnosti a obslužných zón z podkapitoly 5.4. Pro každou kategorii bylo nutno přistupovat individuálně co se zvolení vrstev a jejich vah pro výpočet týče. Hodnoty vah byly vybrány na základě vazeb zkoumaných činitelů k jednotlivým kategoriím gastropodníků a po subjektivním uvážení autora práce.

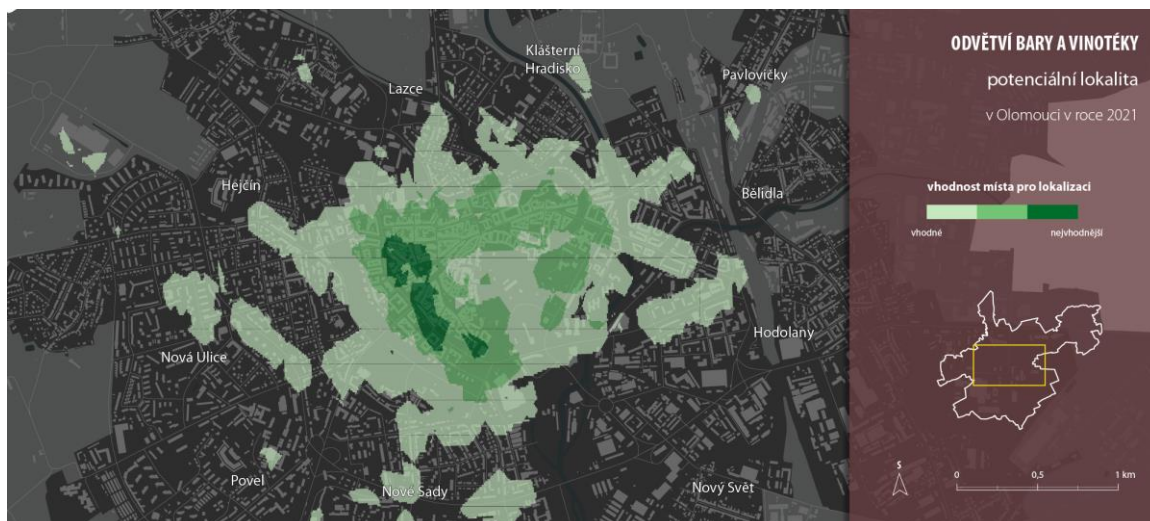
Nejprve byla snaha identifikovat místo pro umístění potenciálně nového gastropodniku v rámci kategorie **hospody a restaurace**. Nejvyšší váha byla nastavena pro vzdálenost od parkovacích míst (25 %), která hraje velkou roli především v dobách oběda, kdy lidé během přestávky ve své pracovní zpravidla době dojíždějí na oběd právě autem. Obdobně důležitá váha byla nastavena i pro dostupnost městské hromadné dopravy (20 %). Váha pro volnočasové a kulturní lokality byla nastavena na 15 %, pro obchody, noční kluby a centrum města pak 10 %. Kategorie hospod a restaurací má ze všech zkoumaných kategorií nejmenší vazbu na centrum města, proto byla váha nastavena na menší hodnotu než v případě následujících analýz. Zároveň v případě hospod ve večerních hodinách dochází k upuštění od teplé kuchyně k zaměření na prodej alkoholických nápojů, čímž začínají okrajově spadat do kategorie barů s potenciální vazbou na noční kluby. Nejmenší váha (5 %) byla nastavena pro bankomaty a parky.



Obr. 5.5 Potenciální lokalita pro umístění gastropodniku v rámci kategorie hospody a restaurace

Místem s nejvyšším potenciálem pro umístění nové hospody či restaurace je oblast vedoucí ulicí tř. Svobody a její blízké okolí. Další ulice s vysokým potenciálem jsou: Palackého, 8. května, Pekařská, Koželužská a Aksamitova (Obr. 5.5).

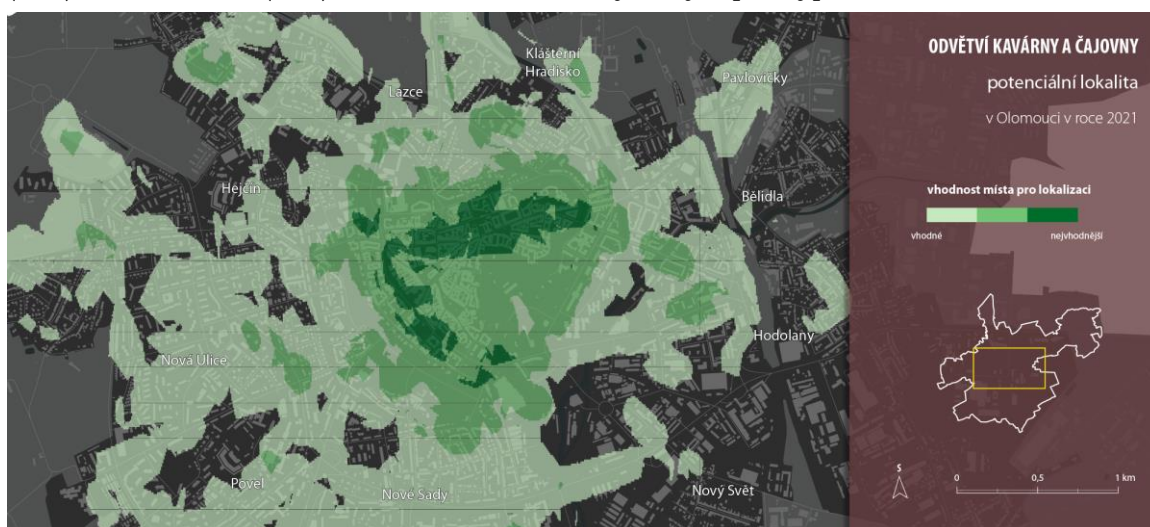
Následně byla analyzována kategorie **bary a vinotéky**, pro které na základě rozhovoru s Matyášem Brančíkem a zjištěných prostorových vazeb byla nastavena nejvyšší váha (30 %). Druhou nejvyšší váhu má vazba na městskou hromadnou dopravu (25 %). Bary a vinotéky bývají navštěvovány především za účelem konzumace alkoholických nápojů, čímž odpadá důležitost vazby na parkovací plochy (0 %) a tak způsob dopravy pomocí MHD zde hraje zásadní roli. Pro vzdálenost od centra města byla nastavena váha 15 %, pro bankomaty společně s volnočasovými a kulturními lokalitami pak 10 %. Nejmenší váha (5 %) byla nastavena pro obchody a parky.



Obr. 5.6 Potenciální lokalita pro umístění gastropodniku v rámci kategorie bary a vinotéky

Místo s nejvyšším potenciálem se nachází díky vlivu nočních klubů v ulicích: Riegerova, 28. října, Barviřská, Pavelčákova, Mlýnská, Uhelná a v prostorách plochy dnes již bývalé městské tržnice (Obr. 5.6).

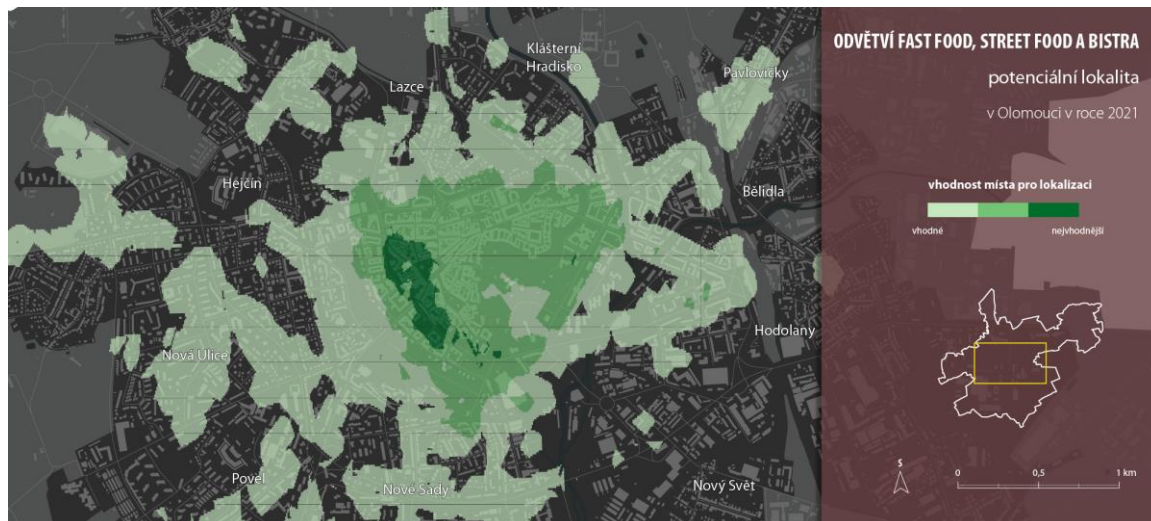
Pro kategorii **kavárny a čajovny** byla nastavena nejvyšší váha pro kulturní a volnočasové lokality (25 %). V souvislosti s výskytem kaváren především v oblasti Horního náměstí a ulici Ostružnická byla zvolena váha pro dostupnost MHD a centra města na 20 %. Dále byla zahrnuta dostupnost parků (15 %), parkovišť (10 %), obchodů (5 %) a bankomatů (5 %). Vazba na noční kluby nebyla pro výpočet zahrnuta.



Obr. 5.7 Potenciální lokalita pro umístění gastropodniku v rámci kategorie kavárny a čajovny

Kategorie kaváren a čajoven zaujímá ze všech analýz největší plochu s nejvhodnějším potenciálem pro umístění nového gastropodniku (Obr. 5.7). Tato lokalita vesměs kopíruje trend zjištěný z analýzy o intenzitě výskytu z *podkapitoly 5.2.3.*, kdy se jedná o kontinuální plochu vedoucí z ulice tř. Svobody, kolem Horního náměstí a ulice Riegerova, přes ulice 8. května, Pekařská, Ostružnická, Sokolská až k prostorám náměstí Republiky a k ulicím 1. máje a Komenského, které směřují k hlavnímu vlakovému nádraží.

Poslední analýzou byla snaha identifikovat novou potenciální lokalitu pro umístění **fast foodu, street foodu** nebo **bistra**. Pro dostupnost MHD, kulturních a volnočasových lokalit společně s nočními kluby došlo k nastavení stejné váhy pro výpočet (20 %). Dále pak do analýzy vstupovaly vrstvy s dostupností do centra města (15 %), k parkovištím (10 %), obchodům, bankomatům a parkům (vše 5 %).



Obr. 5.8 Potenciální lokalita pro umístění gastropodniku v rámci kategorie fast food, street food a bistra

V případě této kategorie se opět jedná o ulice tř. Svobody, Pavelčákova, Lafayettova, Riegerova, Horní náměstí, Švédská, Barvířská a 8. května. Podobně jako v případě barů a vinoték vykazuje vysoký potenciál prostor bývalé městské tržnice. Místem, kterým svým nejlepším potenciálem vyniká těmto obvyklým lokalitám na základě analýz, je ulice U Reálky v blízkosti Přírodovědecké fakulty UP, která se nachází v ulici 17. listopadu (Obr. 5.8).

6 VÝVOJ GASTROPRŮMYSLU OD ROKU 2016

V poslední části této práce je zkoumána změna a vývoj gastroprůmyslu od počátku mapování kulturních a kreativních odvětví na území města Olomouce, ke kterému došlo v roce 2016. První část je zaměřena na vývoj v důsledku změny legislativy, kdy z důvodu zavedení protikuřáckého zákona a elektronické evidence tržeb došlo na území Česka mj. k úpadku tradičních a venkovských hospod. V důsledku této změny došlo k nástupu inovativních řešení, kdy v případě Olomouce se převážně jednalo o rozmach kaváren a pražiren. V neposlední řadě je zkoumán dopad inflace a pandemie COVID-19 na odvětví gastroprůmyslu na území Česka a města Olomouce.

6.1 Změna legislativy

Jedním z největších milníků roku 2016, který ovlivnil způsob fungování celkového gastroprůmyslu na území Česka, bylo schválení zákona č. 65/2017 Sb., jehož součástí byl i úplný **zákaz kouření cigaret** a jejich alternativ napříč všemi gastropodniky. Zákon vstoupil oficiálně v platnost v květnu roku 2017 a největší dopad měl především na gastropodniky v minulosti označovány jako IV. cenová skupina, tedy ty s nižší kvalitou, bez teplé kuchyně a s primárním zaměřením na prodej alkoholických nápojů s nižší cenou především stále se opakujícím zákazníkům, pro které kouření při konzumaci piva bylo neodmyslitelnou součástí. Gastropodniky bez možnosti využití předzahrádek tak zprvu dosahovaly skoro polovičního poklesu tržeb, a to především v důsledku nízké návštěvnosti v odpoledních a večerních hodinách (Echo24, VOŠ 2017). Spíše než k poklesu prodeje tabákových výrobků, což bylo jedním z účelů zákona, došlo k poklesu prodeje piva. Zatímco rok od uvedení zákona se spotřeba cigaret na osobu snížila o 1,2 %, u piva došlo podle Martiny Ferencové, výkonné ředitelky pivovarského svazu, k meziročnímu poklesu 2,1 % (ČTK, Ekonomika 2018). I přes negativní dopad na vybrané gastropodniky nelze opomenout účinnost zákona z hlediska respiračních a srdečních onemocnění, kdy rok od uvedení zákona byl zaznamenán pokles hospitalizovaných pacientů s akutním srdečním infarktem o 7 %, v případě astmatu u pacientů do 60 let dokonce o 11,5 % (Šrajbrová, Fryčková, 2018). Se zavedením a ponecháním zákona podle průzkumu Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy z roku 2018 souhlasilo 71 % Čechů. V rámci kuřáků, kteří v Česku tvoří čtvrtinu populace, se zákonem souhlasilo 28 % z nich a zároveň si také více začali uvědomovat svůj dopad na nekuřáky. Podle stejného průzkumu za pokles prodeje piva a úpadek tradičních hospod nemohl ani tak protikuřácký zákon, jako změna preference návštěvníků, kteří místo piva začali preferovat víno, tvrdý alkohol a míchané drinky. Tato změna byla způsobena tím, že do gastropodniků začali chodit noví návštěvníci, které v minulosti od návštěvy odrazovaly právě zakouřené prostory. Naopak bývalí návštěvníci, kteří gastropodniky navštěvovali právě kvůli pivu a cigaretě, začali více využívat tzv. „garážové hospody“ a kuřácké kluby, kde za vstupní poplatek bylo kouřit umožněno nadále (ČTK, 2018b).

Druhým milníkem, který měl nezanedbatelný dopad na odvětví gastroprůmyslu, bylo zavedení **elektronické evidence tržeb (EET)** v prosinci roku 2016. Hlavním cílem EET bylo zprostředkovat okamžitou komunikaci mezi jednotlivými podnikateli a Finanční správou České republiky, což mělo napomoci k přiznávání příjmů a tím pádem většího přínosu do státního rozpočtu z daní. Zavedení EET ovšem bylo spojeno i s vysokými provozními náklady, jako je například pronájem softwaru či zavedení internetového připojení (Beková, Plesníková, 2016). Právě na základě nutnosti přiznávání veškerých příjmů a zvýšených nákladů ještě před samotným zavedením EET ukončilo působnost

téměř tisíc provozoven, především opět z oblasti tradičních či venkovských hospod a restaurací, kteří svoji živnost provozovali na hraně tzv. šedé ekonomiky. Dopad EET se tím pádem opět podepsal na poklesu spotřeby piva, jelikož začalo docházet k menšímu odběru ([tov], [bož], Novinky, 2016). V důsledku pokrytí nákladů spojených se zavedením elektronické evidence tržeb došlo ke skokovému zdražení napříč gastroprůmyslem i o 15 % a to i navzdory tomu, že gastropodniky byly vládou vykompenzovány daňovou slevou ve výši 5 000 Kč a snížením sazby DPH na 15 %. Podle Petra Jonáše, provozovatele penzionu v obci Ostružná, vyjdou náklady na provoz EET zhruba na 300 000 Kč ročně (Svoboda, 2016). Rok po zavedení EET bylo nuceno ukončit svou působnost nad 3 000 gastropodníků, kdy se z největší části jednalo o venkovské a tradiční hospody a restaurace (ČTK, 2018a).

6.2 Rozmach kaváren

Právě úpadek těchto tradičních hospod dal za následek vzestupu novým inovativním řešením v rámci gastroprůmyslu. Na území města Olomouce se jednalo především o rozmach kaváren a pražírén. Ku příkladu provozovny: *KAFE JAK LUSK*, *Kafe na Rohu*, *Café 27*, *Coffee Library*, *FABBRICA DI CAFFÉ*, *KOFI KOFI*, *Trouble Cafe*, *Pikola Espresso*, *Traffic Coffee* nebo *Owl's Cafe* byly uvedeny do provozu právě v období od roku 2016. Pro podrobnější informace na toto téma proběhl řízený rozhovor s **Jakubem Černým**, dlouholetým zaměstnancem v oblasti kaváren a pražírén, který momentálně působí v **Kafe Kodó** v Ostružnické ulici, která právě vykazuje nejvyšší intenzitu výskytu kaváren na území města. Podle jeho názoru se pod významem slova „kavárna“ v minulosti ukrývaly spíše cukrárny s primárním zaměřením na prodej sladkého pečiva a dezertů. Samotná káva byla až druhořadá, kdy hlavním cílem bylo dosáhnout co nejmenších nákladů i za cenu nákupu levnějších kávových zrn či špatného způsobu přípravy, která nejen že znehodnotila chuť kávy, ale zároveň ji mohla udělat zdraví škodlivou. Změna začala probíhat na přelomu let 2016 a 2017, kdy v Olomouci začaly vznikat stále častěji koncepty s primárním zaměřením právě na pražení a přípravu kávových nápojů. Z prvopočátku bylo hlavním problémem nevole lidí zaplatit vyšší částku za kávu, která byla spojená s vyšší náročností přípravy a nákladnější technikou, avšak v současné době jsou lidé stále více schopni ocenit kvalitně připravenou kávu a tím pádem i ochotni za ni dát více peněz. Hlavní myšlenkou vedoucí k úspěchu kaváren je podle Černého taková příprava kávy, která vyhovuje nejvíce samotnému podniku a neohlíží se nutně na požadavky zákazníků. Díky tomuto konceptu dokáže být konkurenceschopných i více kaváren na malém prostoru, jelikož si zákazníci dokážou díky rozdílnému přístupu jednotlivých kaváren vybrat právě takovou, která jim vyhovuje nejvíce. Ku příkladu *Kafé Kodó* je jedna z mála kaváren zaměřená na přípravu kávy primárně z tmavých zrn, přestože světový trend je momentálně káva světlá, která se do světa dostala ze skandinávských zemí. Díky tomu jim tak nedělá problém konkurence v oblasti Ostružnické ulice a náměstí, jelikož svým konceptem zaměřují odlišnou cílovou skupinu. Vedle přípravy kávy se olomoucké kavárny také liší především svým prostředím a celkovou filozofií chodu podniku. Vedle klasického konceptu kavárny je dalším způsobem ku příkladu propojení kavárny s kulturními či neotřelými designovými prvky, jako tomu je v případech **Café Trieste**, **Galerie Telegraph** či **Café New One**. Dále se pak může jednat o tzv. „espressobary“ kdy se v prostorách kavárny zpravidla nenachází prostor k sezení a káva je tak podávána za účelem „to go“, tedy s sebou v kelímku nebo s možností vypítí přímo na baru. K takovému způsobu dochází většinou v kavárnách, které se mimo prodej kávy zabírají především jejím pražením či cíleným rychlým obslužením zákazníka. V rámci města se nachází také unikátní koncept

v podobě gastropodniku **CoffeeCat**, kde zákazníkům zpříjemňují pobyt v kavárně všudypřítomné kočky, které si v případě zájmu mohou i adoptovat. Podle Černého za zmínku stojí také kavárna **Naše Café**, která se zaměřuje ve spolupráci s neziskovou organizací *p-centrum* na zaměstnávání osob po ukončené léčbě závislostí a umožňuje jim tak návrat a zařazení se zpět do sociálního života. Veškeré tyto aspekty se zároveň odráží i na společenské charakteristice návštěvníků jednotlivých kaváren. *Kafé Kodó* (Obr. 6.1) bývá navštěvována především staršími lidmi kvůli svému zaměření na tmavou kávu s vyšší cenou, mladší generace a studenti pak vyhledávají spíše kavárny se zaměřením na kávu světlou či s ojedinělým prostředím. Výjimkou na poli kaváren v rámci města je obchodní řetězec **Starbucks** v přízemním poschodí *Galerie Šantovka*, který spíše než ze způsobu přípravy a chutě kávy těží ze svého věhlasného jména. V neposlední řadě je podle Černého také důležitá spolupráce mezi lokálními pražírnami a kavárnami, kdy právě pražírny typu *Henri*, *Kikafé* či *Kafé Kodó* dodávají své produkty mj. i do vybraných kaváren napříč městem.



Obr. 6.1 Kavárna a pražírna *Kafé Kodó*

6.3 Vliv inflace a pandemie COVID-19

Zvýšený růst inflace v posledních letech se citelně projevuje i v odvětví gastroprůmyslu. Jedním z hlavních ukazatelů je poměr růstu cen baleného piva oproti pivu čepovanému, kdy podle dat Českého statistického úřadu došlo v případě baleného piva za posledních 10 let ke zdražení průměrné ceny z 10 Kč na 11,30 Kč. U piva točeného byl ovšem poměr růstu cen daleko vyšší. Zatímco v roce 2012 bylo točené pivo v průměru dvakrát dražší oproti pivu balenému, dnes je tomu i za přispění rapidní inflace třikrát tolik. Lidé tak stále více preferují zůstat doma a kupovat pivo balené, které se díky vývoji technologických postupů vyrovnává svou vlastností chuti pivu točenému a motivace lidí navštěvovat hospody pouze za účelem točeného piva je tak nižší (Kovanda, 2022). Podle Pavla Maurera, zakladatele *Prague Food Festivalu*, se zájem a motivace o návštěvy gastropodníků ani v nejbližší době vlivem zdražování a následků pandemie nezvýší. Lidé podle něj budou chodit daleko méně, než tomu bylo před pandemií a návštěva hospod nebo restaurací se tak stane z pravidelného ojedinělým. Právě vliv pandemie COVID-19 měl zásadní vliv na vývoj gastroprůmyslu v posledních dvou letech. Jedním z těch nejzásadnějších byl odliv personálu, který si v důsledku pandemie našel jinou, bezpečnější práci a podle Maurera je riskantní pro bývalé zaměstnance či provozovatele se do oblasti gastroprůmyslu vracet zpět. Podle Tomáše Karpíška, zakladatele sítě *Ambiente*, pandemie pouze urychlila dlouho trvající pokles zájmu o službu v oblasti

gastroprůmyslu. Řešením tohoto problému by bylo zkvalitnění školství, propagace oboru a větší investice do vzdělávání zaměstnanců (Jansová, 2022). Dalším možným řešením, jak vyplnit nedostatek personálu, by aktuálně mohlo být zapojení nově příchozích uprchlíků z Ukrajiny. Zvýšený zájem o práci registrují především globální franšizy *Starbucks* nebo *McDonald's*, se kterými mohou mít zahraniční pracovníci zkušenosti již ze svých zemí a zároveň zde není vyžadována absolutní znalost češtiny. Podle člena představenstva Asociace malých a středních živnostníků ČR Luboše Kastnera se ovšem mimo franšizy nedaří provozovatele gastropodniků tyto potenciální zaměstnance dostatečně oslovovat. Problémem je podle něj absence jednotné organizace, která by tuto záležitost umožňovala. Tomuto problému má podle prezidenta Asociace hotelů a restaurací ČR Václava Stárka napomoci nově vzniklý portál *Jobs4ua.cz*, kde by pracovní místo v gastroprůmyslu mohly najít především ukrajinské ženy, kterým by díky flexibilní pracovní době zbyl i čas na řešení nutných povinností. Podle Stárka by ovšem angažování uprchlíků v rámci gastroprůmyslu problémem s nedostatkem personálu vyřešilo pouze krátkodobě, jelikož se po konci konfliktu budou chtít vrátit zpět do své země (Očenášková, 2022). Podle názoru spolumajitele pražské sítě restaurací *Together* Davida Petříka by ovšem zájem zahraničních uchazečů mohl napomoci zaplnění pracovních míst v oblasti gastroprůmyslu i jiným způsobem, konkrétně přiměním k návratu bývalých členů personálu, kteří si od ztráty pracovního místa v důsledku pandemie nestihli najít nové zaměstnání a najednou by ze strachu z potenciální konkurence mohli přemýšlet o návratu na původní pozici (Kinkor, 2022).

Není pochyb, že nařízené vládní restriktce spojené s pandemií COVID-19 nejvíce postihnuly právě sektor gastroprůmyslu. Nutnost prokázání se o bezinfekčnosti či zkrácená otevírací doba měly vliv na pokles tržeb z důvodu menšího počtu zákazníků, na který provozovatelé gastropodniků reagovali propouštěním personálu či zdražováním cen, kdy se během prvního roku pandemie jednalo v průměru o tříprocentní meziroční nárůst, na kterém se podílela i rostoucí inflace. Zásadní vliv sehrál i odliv turistů, kteří na určitých místech Česka tvořili 30–50 % návštěvníků gastropodniků (Očenášková, 2021). Právě vliv absentujících turistů se zásadně odrazil například na produkci a spotřebě piva, kdy za první rok pandemie došlo v Česku k výrobě 20,1 milionu hektolitrů, což znamenalo meziroční pokles o 6,9 %. Vedle produkce došlo i ke snížení průměrné roční spotřeby piva na osobu na 135 litrů, což s meziročním poklesem 7 litrů znamenalo nejnižší průměrnou roční spotřebu v Česku od 60. let minulého století (ČTK, 2021). Důležitým bodem s negativním dopadem byla pro gastropodniky i povinnost v důsledku pandemie zkrácení otevírací doby, kdy podle Ferencové gastropodniky s povinností zavřít před desátkou hodinou večerní utrpěly v průměru třicetiprocentní denní ztrátu tržeb (Ekonomika, ČTK, 2020).

I přes současně relativně uklidněnou situaci budou následky pandemie na odvětví gastroprůmyslu dlouhodobého charakteru, které změní chování jak provozovatelů, tak i dodavatelů a návštěvníků. V případě provozovatelů bude docházet k méně častému otevírání nových gastropodniků, jelikož primární snaha bude zaměřena na alokování zdrojů do obnovy a propagace gastropodniků stávajících. Zároveň je i očekáváno pokračování kladení většího důrazu na bezpečnost potravin a dezinfekci prostorů v důsledku nařízení přísnějších hygienických postupů během pandemie. Dále je očekáváno větší zachování bezkontaktního přístupu, což ponese za následek vznik nových gastropodniků se zaměřením na pouhé vyzvednutí jídla pěší chůzí či automobilem (tzv. drive-through) po předchozí objednávce pomocí telefonátu nebo přes aplikaci. Právě rozvoz a donáška jídel se během pandemie těšila velké oblibě mezi spotřebiteli, kteří zároveň začali i vyhledávat gastropodniky věhlasných šéfkuchařů.

V rámci města se tak ku příkladu může jednat o bistro *Bistro Paulus* v čele s michelinským šéfkuchařem Romanem Paulusem, které právě rozvoz jídla nabízí. V neposlední řadě je očekávána větší vazba na zdroje lokálních dodavatelů, která má zamezit rizikovější zavislosti na zahraničních zdrojích (Reinstein, 2020).

Od počátku pandemie COVID-19 až po konec roku 2021 vykazalo změnu stavu na území města Olomouce celkem 26 gastropodníků, avšak absolutní hodnota od doby před pandemií zůstala nezměněná. Podle zjištěných informací došlo k **uzavření desíti následujících gastropodníků**: *Peaky Blinders Bar*, *Cabaret Café Bar*, *Domino Bar*, *Restaurace Tropic*, *Benada Restaurant*, *U Puškaře* (Obr. 6.2), *MTrojka*, *Bar U Démona* a dva gastropodníky se zaměřením na prodej rychlého občerstvení, kdy jeden se nacházel v prostorách ulice Riegerova a druhý na třídě Svobody.

Během stejného období došlo k **nově otevření rovněž deseti gastropodníků** na území města, konkrétně se jedná o: *Pan Parmezán*, *AXIOM Pub*, *Mr. Sushito*, *Bistro DaG*, druhá pobočka kavárny *KAFE JAK LUSK* v ulici Pavelčákova, *Restaurace Stodola*, *KAFE NA ROHU*, *Coffee Library*, *Fabbrica di caffè* a mobilní kavárny *KOFI KOFI* (Obr. 6.3), která střídá své umístění mezi Náměstím Hrdinů a náměstím Republiky. U pěti gastropodníků došlo ke **změně majitele**, kdy namísto *Maffia Caffè*, *Mexicana*, *Bistro Thang Long*, *Kaštánek* a *Beer bar Na Stojáka* vznikly nově *Café 27*, *Restaurace Slovanský dům*, *Pick'n'Eat*, *Vyhoukaná sova* a *Jerry's Bar*. Ojedinelým případem je veganská restaurace *Hrášek*, která byla v březnu roku 2021 otevřena v ulici 1. máje, avšak koncem roku 2021 došlo k její uzavření.



Obr. 6.2 Uzavřená hospoda U Puškaře



Obr. 6.3 Nově otevřená mobilní kavárna KOFI KOFI (Zdroj: Lukáš Hrabálek, 2022)

7 VÝSLEDKY

7.1 Ukotvení gastroprůmyslu v rámci KKO

Pro potřeby této části práce nejdříve došlo k podrobnému seznámení s pojmy *gastronomie* a *kulturní a kreativní odvěti*, někdy také v minulosti uváděny jako *kulturní a kreativní průmysly*. Na základě načerpaných poznatků došlo k hledání shod a rozdílů mezi jednotlivými pojmy. Následně došlo k oslovení představitelů a řešitelů metodiky kulturních a kreativních odvětví (KKO) na území Olomouce. Po analýze všech získaných informací se gastroprůmysl nejpravděpodobněji jeví jako pomezí disciplína s nezanedbatelným přesahem v rámci metodiky kulturních a kreativních odvětví, kdy tím největším úskalím je šíře sektoru a je obtížné stavět na stejnou úroveň například podnik typu *Entrée Restaurant* se stánkem rychlého občerstvení, kdy se v obou případech bezesporu jedná o součást gastroprůmyslu, avšak míra přidané kreativity je na první pohled značně odlišná. Pokud by mělo dojít pouze k vyčlenění konkrétních gastropodniků s potenciálem pro zařazení do KKO, tak nastává problém definovat přesnou hranici, která by přesně oddělovala kreativní podniky od nekreativních. Na území města je možno nalézt několik gastropodniků s viditelnými prvky přidané kreativity, avšak jedná se pouze o subjektivní pohled na problematiku, kdy podle názoru Mgr. Radka Palašáka to, co někomu může přijít jako gastropodnik s vysokou kreativitou, nemusí být nutně kreativita, ale jen určitá póza samotného gastropodniku. Na vyčlenění gastroprůmyslu jako pomezí disciplíny se vyjma Mgr. Petra Bilíka, Ph.D., který je pro jeho plné zařazení, shodovali i všichni oslovení představitelé.

7.2 Prostorové analýzy gastroprůmyslu na území Olomouce

Pro potřeby prostorových analýz bylo nejprve nutné pomocí terénního šetření získat data a sestavit databázi zaznamenávající údaje o veškerých funkčních gastropodnicích na území města Olomouce, kterých bylo k 31. srpnu 2021 **403**. Následně došlo k vlastní kategorizaci dat do následujících odvětví:

- **hospody a restaurace** s celkovým počtem provozoven 194
- **kavárny a čajovny** s celkovým počtem provozoven 77
- **fast food, street food a bistra** s celkovým počtem provozoven 67
- **bary a vinotéky** s celkovým počtem provozoven 65

Dále došlo ke hledání shluků, kde podmínkou pro jejich utvoření byl výskyt minimálně čtyř gastropodniků do maximální vzdálenosti 100 metrů. K místu největšího shluku v rámci odvětví gastroprůmyslu dochází v oblasti Horního a Dolního náměstí přes ulici Denisova a Ostružnická až k náměstí Republiky. Další významné shluky byly zjištěny v okolí obchodních center, hlavního vlakového nádraží a v ulicích Komenského, 1. máje a Masarykova tř. Pro kategorii bary a vinotéky je největším místem shlukování oblast „*olomoucké stodolně*“, tedy oblasti *Masných krámů* společně s ulicemi Mlýnská a Uhelná, kde se nachází třetina provozoven této kategorie na území města. Kavárny a čajovny mají největší koncentraci v ulicích Ostružnická a Denisova (10 gastropodniků), v případě kategorie fast foodů, street foodů a bister jde o ulici Riegerovu, kde je zároveň obdobně jako u barů a vinoték patrná koncentrace v blízkosti nočních klubů.

Zkoumaná intenzita výskytu pomocí nástroje *Kernel Density* vykazuje obdobný trend, kdy hlavní oblastí je okolí Dolního a Horního náměstí (349,91 gp/km²), která dále pokračuje přes ulice Komenského a 1. máje směrem k vlakovému nádraží.

Koncentrace gastropodniků ve středu města, kde se nachází téměř polovina všech provozoven, je zapříčiněna významným křížením městské hromadné dopravy, širokou nabídkou parkovacích ploch, obchodním centrem *Galerie Šantovka*, historickým jádrem města spojeným s kulturními a volnočasovými lokalitami a v neposlední řadě i výskytem nočních klubů. Zároveň je patrný odlišný přístup gastropodniků umístěných ve středu města od těch nacházejících se v okrajových částech, které cílí především na místní obyvatele.

V neposlední řadě došlo pomocí nástroje *Weighted Overlay* ke snaze o určení potenciálně vhodné lokality pro umístění nového gastropodniku v rámci jednotlivých kategorií na základě vytvořené klasifikace. Po kombinaci vytvořených rasterových vrstev a nastavení vah pro výpočet na základě informací zjištěných z předchozích analýz a subjektivního uvážení autora práce se místa s ideálními lokalizačními podmínkami napříč všemi kategoriemi vyskytují v ulicích v blízkosti centra města, kdy se jedná o ulice: tř. Svobody, Riegerova, Pavelčákova, 8. května, Pekařská, Barvířská, Lafayetteova či v prostorách Horního a Dolního náměstí. Jediným místem s nejvyšším potenciálem, které se nenachází v bezprostřední blízkosti středu města, je pro kategorii fast foodů, street foodů a bister ulice U Reálky.

7.3 Vývoj gastroprůmyslu od roku 2016

V poslední kapitole teoretické části práce došlo ke zkoumání změny stavu gastroprůmyslu od počátku mapování kulturních a kreativních odvětví, ke kterému došlo v roce 2016. Hlavními činiteli jsou změna legislativy v podobě zavedení elektronické evidence tržeb a protikuřáckého zákona současně s vlivem rostoucí inflace a globální pandemie COVID-19.

Vliv protikuřáckého zákona a zavedení elektronické evidence tržeb nejvíce postihl především tradiční a venkovské hospody, které se pohybovaly na hraně tzv. šedé ekonomiky. Ztráta příjmů spojených s odchodem stálých zákazníků, pro které bylo kouření v gastropodnicích nedílnou součástí a s vysokými náklady spojenými s provozem systému pro evidenci tržeb byla pro mnohé z nich likvidační (ČTK, 2018).

Úpadek těchto tradičních hospod dal za následek nástupu novým inovativním řešením, kdy se v kontextu Olomouce jedná především o rozmach kaváren a pražiren, kdy na základě rozhovoru s Jakubem Černým z *Kafě Kodó* je hlavním důvodem odlišný přístup jednotlivých kaváren v podobě přípravy a pražení kávy a odklonění od vazby na cukrárenství a prodej sladkého pečiva. Díky odlišnému přístupu a způsobu chodu jednotlivých kaváren nedochází k takové kompetitivnosti mezi kavárnami, jelikož každá z nich cílí na odlišnou cílovou skupinu zákazníků.

Vliv rostoucí inflace je vedle celkového zdražení služeb v odvětví gastroprůmyslu nejvíce patrný na příkladu změně poměru cen mezi baleným a točeným pivem. Zatímco v roce 2012 bylo točené pivo v průměru dvakrát dražší, v současné době je to hodnota již trojnásobná (Kovanda, 2022). Vliv pandemie měl především za následek odliv personálu z odvětví gastroprůmyslu, který si stihl najít nová pracovní místa a nemá tak motivaci se do oblasti gastronomie vracet zpět. V současné době by bylo možné chybějící personál nahradit lidmi přicházejícími vlivem konfliktu z Ukrajiny, kteří by mohli obsadit místa v gastropodnicích s minimálním nárokem na znalost češtiny (Kinkor, 2022). Od počátku pandemie po konec roku 2021 došlo v Olomouci k uzavření 10 gastropodniků, 10 jich bylo nově otevřeno a 5 prošlo změnou majitele. Ojedinelým případem byla restaurace *Hrášek*, která v době pandemie byla nově otevřena a následně svou působnost i ukončila.

8 DISKUZE

V prvopočátku práce bylo myšlenkou vytvoření databáze gastropodníků z dat mapového portálu Open Street Map (OSM), avšak po následné kontrole došlo k zjištění, že tato data jsou místy velice neaktuální a v některých případech neodpovídají skutečnému rozmístění. Z tohoto důvodu došlo k vytvoření databáze na základě terénního šetření, které zároveň pomohlo autorovi práce k lepšímu uchopení problematiky. Data z OSM tak pro tvorbu databáze byla využita v minimálním množství.

V průběhu práce dochází ke kombinaci dat z rozdílných let z důvodu nedostupnosti či v době tvorby práce neexistence dat aktuálnějších, což potenciálně může mít za následek odlišnost v zjištěných výsledcích oproti reálnému stavu. Tematická data pocházejí z roku 2021, datová sada s údaji o cenách pozemků na území Olomouce z roku 2020, vrstva s adresními body (RÚIAN a ROS) z roku 2016 a data o počtu obyvatel ze Sčítání lidu, domů a bytů z roku 2011.

Datová sada s údaji o cenách pozemků na území Olomouce (*podkapitola 5.3.*) nepokrývá celou plochu města, proto z 403 bodů došlo k přiřazení pouze 361 bodů, kde 4 body nebyly přiřazeny vůbec a 38 bodů nemá známou hodnotu pozemku, na kterém se nachází. Mezi hlavní místa s početným výskytem gastropodníků a s absentující hodnotou o ceně pozemku patří ulice Legionářská a 17. listopadu.

Pro vyhledání vhodného místa pro potenciální umístění nového gastropodniku v *podkapitole 5.5* došlo původně při výpočtu i k zahrnutí údajům o cenách pozemku. Po provedení prvotních analýz bylo ovšem od těchto dat při výpočtu upuštěno, jelikož výsledná místa s nejvhodnějším potenciálem pro lokalizaci se nacházela např. v průmyslových zónách či okrajových částech města, kde jsou ceny pozemků nejlevnější. Než na ceně pozemku je podle autora práce tedy zásadnější vazba na střed města, čemuž odpovídá současné rozmístění již existujících gastropodníků a výsledky zjištěné z *podkapitoly 5.4.*

Přestože podle dat Českého statistického úřadu byl rozdíl v počtu obyvatel žijících na území města mezi lety 2011 (99 529 ob.) a 2021 (99 496 ob.) minimální, došlo v tomto desetiletém období k vybudování nových obytných prostor, kde mezi ty největší lze zařadit projekty *Holandská čtvrť* a *Švýcarské nábřeží*, které by mohly potenciálně ovlivnit rozložení obyvatelstva v rámci města, což by se mohlo promítnout rozdílnými výsledky v analýze o hustotě výskytu gastropodníků na 1 000 obyvatel v rámci jednotlivých katastrálních území v Olomouci a bylo by vhodné analýzu provést po zpřístupnění dat ze Sčítání lidu, domů a bytů 2021 znovu.

V mapových výstupech a přílohách rasterového typu dochází k problému vyskytující se mřížky překrývající daný výstup zkoumané analýzy. Po konzultaci s RNDr. Alenou Vondrákovou, Ph.D., LL.M. by se tento problém měl projevit pouze v digitální podobě a při tisku by mělo dojít k jeho odstranění.

Výsledky analýz z *podkapitoly 5.5* byly porovnány se dvěma nově vzniklými gastropodniky z kategorie kaváren a čajoven. Prvním příkladem je v *podkapitole 6.3* zmiňovaná mobilní kavárna *KOFI KOFI*, která střídá své umístění mezi náměstím Republiky a stykem ulice Riegerova s Náměstím hrdinů. Druhým příkladem je od roku 2022 nově vzniklý podnik zaměřený na prodej ledových čajů s názvem *Geicha*, který je rovněž umístěn v ulici Riegerova. Oba tyto gastropodniky se tak nachází v lokalitě, které na základě výsledků analýz vyšla pro kategorii kaváren a čajoven jako ta s nejlepším lokalizačním potenciálem a do jisté míry tak může vypovídat o správnosti provedení analýzy.

Místem pro potenciální lokalizaci gastropodniku s lokálním charakterem a zaměřením na místní obyvatele by mohl být prostor mezi ulicemi Jeremiášova, Durychova a Schweitzerova, kde momentálně probíhá dokončení výstavby tramvajové tratě a v budoucnu by zde podle územní studie statutárního města Olomouce (registrační číslo studie: 75448244) měly vzniknout obytné prostory.

9 ZÁVĚR

Tato práce se zabývá identifikací prostorové lokalizace gastroprůmyslu na území města Olomouce včetně návaznosti na téma kulturních a kreativních odvětví (KKO) a vývojem od počátku mapování KKO, které proběhlo v roce 2016.

Prvním dílčím cílem této práce bylo vymezení postaví odvětví gastroprůmyslu v rámci metodiky kulturních a kreativních odvětví, kdy pro získání relevantních informací došlo k oslovení vybraných osob, které se jak v minulosti, tak i v současnosti problematikou KKO zabývají na univerzitní, městské i krajské úrovni. Na základě získaných poznatků došlo k zjištění, že se gastronomie v rámci metodiky jeví jako pomezí disciplína, kterou od plnohodnotného statusu dělí problematika šíře sektoru a neschopnost určit přesnou hranici, která by dokázala zjistit míru přidané kreativity a objektivně vyčlenit konkrétní gastropodniky.

Z výsledků analýz je patrná koncentrace prostorové lokalizace ve středu města, kde hlavními katalyzátory jsou socioekonomické činitele typu: křížení linek městské hromadné dopravy, široká nabídka parkovacích ploch, vztah k volnočasovým a kulturním lokalitám, které jsou tvořeny především historickým jádrem města, dostupnost bankomatů a vazba na noční kluby. V důsledku zjištěných informací na základě prostorových analýz a poznatků z rozhovorů se zaměstnanci jednotlivých gastropodníků tato práce prezentuje místa s potenciálem pro lokalizování nového gastropodniku v rámci jednotlivých kategorií vycházejících z vytvořené klasifikace.

V závěrečné části práce je zkoumán vývoj odvětví gastroprůmyslu od roku 2016, kdy mezi nejdůležitější změny patřila změna legislativy v podobě zavedení protikuřáckého zákona a elektronické evidence tržeb, která měla za následek úpadek tradičních a venkovských hospod a nástupu inovativních řešení v rámci odvětví gastroprůmyslu. V případě Olomouce se jedná o nástup a rozmach kaváren a pražiren, které upustily od primárního zaměření na prodej sladkého pečiva a začaly se primárně věnovat správnému způsobu přípravy a podávání kávy. Dále se práce zabývá vlivem inflace a pandemie COVID-19 na odvětví gastroprůmyslu, kde hlavními indikátory jsou zvýšení cen v gastropodnicích a nedostatek personálu. Na závěr je na základě dostupných informací zkoumána změna uzavření či nově otevření gastropodníků v průběhu pandemie, kterou vykazalo 26 provozoven.

Záměrem této bakalářské práce bylo vymezení postavení odvětví gastroprůmyslu v metodice kulturních a kreativních odvětví, kdy zjištěné výsledky mohou pomoci řešitelům této problematiky při rozhodování v budoucích projektech. Výsledky prostorových analýz mohou podnikatelům nebo vedení města pomoci k rozvoji gastroprůmyslu v určitých oblastech nebo k umístění nového subjektu v oblasti gastronomie do potenciálně vhodné lokality.

POUŽITÁ LITERATURA A INFORMAČNÍ ZDROJE

BEDNÁŘ, Pavel, Markéta, DUBOVÁ a kol. Metodika mapování kulturních a kreativních průmyslů na lokální a regionální úrovni ČR. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2016 [cit. 2021-10-24]. ISBN 978-80-7008-372-7. Dostupné z WWW: <https://prospero.idu.cz/publikace/metodika-mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-na-lokalni-a-regionalni-urovni/>

BEKOVÁ, Adéla, Lucie, PLESNÍKOVÁ (2016) Elektronická evidence tržeb. *Novinky.cz* [online]. 25. 1. 2016 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z WWW: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/elektronicka-evidence-trzeb-40096572>

BLOKŠA, Lukáš (2021). Z centra Olomouce zmizí vizuální smog. *Hanácký Večerník* [online]. 10. 2. 2021 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z WWW: <https://www.hanackyvecernik.cz/zpravy/olomouc/z-centra-olomouce-zmizi-vizualni-smog>

CIKÁNEK, Martin. Kreativní průmysly: příležitost pro novou ekonomiku. Praha: Institut umění, 2009. ISBN 978-80-7008-231-7.

ČERNÁ, Michaela (2019). Nenašla žádný dobrý hostel. Tak vybuodovala olomoucký Long Story Short. *Forbes* [online]. 3. 5. 2019 [cit. 2022-02-18]. Dostupné z WWW: <https://forbes.cz/nenasla-zadny-dobry-hostel-tak-vybudovala-olomoucky-long-story-short/>

DAHBI, Rita. The cultural development of gastronomy Culinary art versus future trends [online]. Videň, 2015. bakalářská práce (Bc.). MODUL University Vienna [cit. 2021-11-19]. Dostupné z WWW: https://www.modul.ac.at/uploads/files/Theses/Bachelor/Dahbi_Rita_-_Thesis.pdf

ECHO24, VOŠ (2017). Protikuřácký zákon – hospody přišly o velkou část tržeb. *Echo24.cz* [online]. 20. 7. 2017 [cit. 2022-04-17]. Dostupné z WWW: <https://m.echo24.cz/a/wiLHU/protikuracky-zakon--hospody-prisly-o-velkou-cast-trzeb>

EKONOMIKA, ČTK (2020). Po 22. hodině vytočíme třetinu obratu, tvrdí hospody a žádají alespoň 60 minut navíc. *Aktuálně.cz* [online]. 22. 9. 2020 [cit. 2022-04-19]. Dostupné z WWW: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/ve-22-hodin-by-mohly-byt-posledni-objednavky-zada-svaz-pivov/r~1c77c3a8fcd511ea80e60cc47ab5f122/>

CHLOUPEK, Jan. Prostorové vyhodnocení fenoménu brain drain obyvatel města Olomouce. Olomouc, 2020. bakalářská práce (Bc.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Přírodovědecká fakulta

IVANOVIĆ, Slobodan a kol. Gastronomy as a Science in the Tourism and Hospitality Industry [online]. Opatija, Chorvatsko: Conference: 19th Biennial International Congress Tourism and Hospitality Industry 2008 New Trends in Tourism and Hospitality Management, 2008 [cit. 2021-12-02]. Dostupné z WWW: https://www.researchgate.net/publication/305721672_GASTRONOMY_AS_A_SCIENCE_IN_THE_TOURISM_AND_HOSPITALITY_INDUSTRY

JANSOVÁ, Petra (2022). Gastronomii zase čeká těžký rok. Restauracím stále chybí personál. *Newstream* [online]. 4. 1. 2022 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z WWW: <https://www.newstream.cz/enjoy/gastronomii-ceka-nelehky-rok-restauracim-stale-chybi-personal>

Jazz Tibet Club [online]. 2018–2022 [cit. 2022-03-21]. Dostupné z WWW: <https://jazztibet.cz/o-nas>

JEDLIČKOVÁ, Lenka (2013). Olomouc je městem vysoké gastronomie. Ochutnejte! *Statutární město Olomouc* [online]. 9. 1. 2013 [cit. 2021-11-03]. Dostupné z WWW: <https://www.olomouc.eu/aktualni-informace/aktuality/13522>

KAČÍRKOVÁ, Tereza. Prostorové analýzy dat kreativních průmyslů Olomouce. Olomouc, 2020. bakalářská práce (Bc.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Přírodovědecká fakulta

KAMENSKÝ, Stanislav (2014). Olomouc je nejblyžší skrytá perla Evropy, láká Lonely Planet. *iDNES.cz* [online]. 5. 6. 2014 [cit. 2022-01-15]. Dostupné z WWW: https://www.idnes.cz/olomouc/zpravy/lonely-planet-zvolil-olomouc-cislem-jedna-mezi-skrytymi-krasami-evropy.A140605_2071202_olomouc-zpravy_stk

KOHN, Jakub. Podpora GIS pro mapování kreativních průmyslů v regionu Olomouc. Olomouc, 2017. diplomová práce (Mgr.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Přírodovědecká fakulta

KOVANDA, Lukáš (2022). Do hospody na pivo už jen svátečně. Rozdíl v cenách točeného a baleného piva už je propastný. *Newstream* [online]. 25. 3. 2022 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z WWW: https://www.newstream.cz/money/do-hospody-na-pivo-uz-jen-svatecne-rozdil-v-cenach-toceneho-a-baleneho-piva-uz-je-propastny?utm_source=www.seznam.cz&utm_medium=sekce-z-internetu

Long Story Short [online]. 2019–2022 [cit. 2022-03-21]. Dostupné z WWW: <https://www.longstoryshort.cz/eatery-bakery>

NĚMĚC, Michal. Význam kulturních a kreativních průmyslů v Evropské unii, České republice a hl. m. Praze [online]. Útvar rozvoje hlavního města Prahy, Odbor strategické koncepce, 2013 [cit. 2021-10-24]. Dostupné z WWW: https://web.archive.org/web/20140524041443/http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/soubory/data/strategicky_plan/Analzy/kulturni-a-kreativni-prumysly-mn_unor2013.pdf

NĚTEK, Rostislav, Petr BILÍK a kol. Motivace aktérů kreativních průmyslů v olomoucké aglomeraci: Strategie a doporučení pro posílení segmentu. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020. ISBN 978-80-244-5844-1

OČENÁŠKOVÁ, Adéla (2022). Desetitisíce Ukrajinek mohou najít práci v gastronomii. Vyřešily by nouzi o personál. *Aktuálně.cz* [online]. 14. 4. 2022 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z WWW: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/ukrajinky-mohou-vyplnit-mezeru-po-pracovnicich-v-gastronomii/r~2798b3f8b9a011ec9ba00cc47ab5f122/>

OČENÁŠKOVÁ, Adéla (2021). Češi chodí do restaurací méně, raději si posedí doma. S dražším menu počítají. *Aktuálně.cz* [online]. 1. 8. 2021 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z WWW: <https://zpravy.aktualne.cz/finance/nakupovani/cesi-chodi-do-restauraci-mene-s-prateli-se-sejdou-doma-se-zd/r~efb859e6f10b11eb94d2ac1f6b220ee8/>

PALAŠČÁK, Radek, Petr BILÍK a kol. Kulturní a kreativní průmysly na Olomoucku. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. ISBN 978-80-244-5253-1.

PELÍŠEK, Petr (2022). Trieste Caffé, kousek italské atmosféry v srdci Olomouce. *Olomoucký deník* [online]. 6. 3. 2022 [cit. 2022-04-13]. Dostupné z WWW: https://olomoucky.denik.cz/zpravy_region/trieste-caffe-dolni-namesti-olomouc-radim-petr.html

REINSTEIN, Bruce (2020). COVID-19 will forever change the foodservice industry. *QSRweb.com* [online]. 3. 4. 2020 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z WWW: <https://www.qsrweb.com/articles/covid-19-will-forever-change-the-foodservice-industry/>

SVOBODA, Jakub (2016). Hospodští chtějí zdrazit, daňové úlevy jim nestačí. *Novinky.cz* [online]. 29. 11. 2016 [cit. 2022-04-19]. Dostupné z WWW: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/hospodsti-chteji-zdrazit-danove-ulevy-jim-nestaci-40016458>

ŠRAJBROVÁ, Markéta, Markéta FRYČKOVÁ (2018). Lékaři: Protikuřácký zákon funguje. Počet infarktů klesl až o 13 procent, ubylo i astmatiků. *Aktuálně.cz* [online]. 9. 4. 2018 [cit. 2022-04-19]. Dostupné z WWW: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/lekari-protikuracky-zakon-funguje-pocet-infarktu-klesl-az-o/r~9085c8643a7511e894960cc47ab5f122/>

ŠVERDÍK, Michal (2021). V centru Olomouce na nevyužitém dvorku vznikl prostor pro živou kulturu. *Olomoucká drbna* [online]. 28. 6. 2021 [cit. 2022-04-25]. Dostupné z WWW: <https://olomoucka.drba.cz/zpravy/kultura/22518-v-centru-olomouce-na-nevyuzitem-dvorku-vznikl-prostor-pro-zivou-kulturu.html>

TAUBEROVÁ, Daniela (2022). Olomoucké gastro má další hvězdu. Do Helen zamířil kuchař z La Finesty. *Olomoucký deník* [online]. 14. 3. 2022 [cit. 2022-04-13]. Dostupné z WWW: <https://olomoucky.denik.cz/podnikani/bostro-helen-olomouc-gastro-kuchar-tomas-jurik-140322.html>

TAUBEROVÁ, Daniela (2020). McDonald's se vrací do centra Olomouce. Už chystá pobočku. *Olomoucký deník* [online]. 9. 6. 2020 [cit. 2021-11-03]. Dostupné z WWW: https://olomoucky.denik.cz/zpravy_region/mcdonald-s-mekac-olomouc-namesti-hrdinu-2020.html

The Economy of Culture in Europe [online]. Evropská komise, 2006 [cit. 2021-10-24]. Dostupné z WWW: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf

[TOV], [BOŽ], NOVINKY (2016). Před zavedením EET zavírá v Česku přes tisíc hospod. *Novinky.cz* [online]. 30. 11. 2017 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z WWW: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/pred-zavedenim-eet-zavira-v-cesku-pres-tisic-hospod-40016530>

VÍTÁSEK, Petr (2020). Otevřela významná a ambiciózní galerie. A není v Praze! *Olomoucký deník* [online]. 7. 9. 2020 [cit. 2022-03-11]. Dostupné z WWW: <https://www.denik.cz/moje-penize/otevrela-vyznamna-a-ambiciozni-galerie-a-neni-v-praze-20200907.html>

VOŽENÍLEK, Vít a Jaromír KAŇOK. Metody tematické kartografie: vizualizace prostorových jevů. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci pro katedru geoinformatiky, 2011. ISBN 978-80-244-2790-4.

VRÁNOVÁ, Magda (2022a). „Bohémka“ na Nových Sadech: velký výběr obědů, věrní hosté i obsluha. *Olomoucký deník* [online]. 4. 4. 2022 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z WWW: <https://olomoucky.denik.cz/podnikani/bohemia-roznavska-nove-sady-olomouc-2022.html>

VRÁNOVÁ, Magda (2022b). Pivnice na olomouckém sídlišti „frčí“ už 29 let, lákají na menička i pivo z tanku. *Olomoucký deník* [online]. 22. 3. 2022 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z WWW: <https://olomoucky.denik.cz/podnikani/pivnice-radegastovna-janskeho-povel-olomouc-jindrich-kolovratnik.html>

ŽÁKOVÁ, Eva, Pavel BEDNÁŘ a kol. Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR – svazek I.: Vymezení, kvantitativní mapování a strategické dokumenty [online]. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2015 [cit. 2021-10-24]. ISBN 978-80-7008-332-1. Dostupné z WWW: <https://prospero.idu.cz/publikace/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-i-svazek/>

ČTK (2021). Bez turistů pivní rekordy blednou. Loni se v Česku vypilo nejméně piva od 60. let. *Aktuálně.cz* [online]. 20. 4. 2021 [cit. 2022-04-19]. Dostupné z WWW: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/vyroba-piva-loni-klesla-o-6-9-procenta-lide-ho-vypili-nejmen/r~87ab772aa1b011ebb2f60cc47ab5f122/>

ČTK, EKONOMIKA (2018). Se zákazem kouření v restauracích souhlasí 71 % lidí. Za menší spotřebu piva nemůže, ukázal průzkum. *Aktuálně.cz* [online]. 28. 5. 2018 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z WWW: <https://zpravy.aktualne.cz/finance/nakupovani/se-zakazem-koureni-v-restauracich-souhlas-71-lidi-za-mensi/r~85fd96ec625211e89297ac1f6b220ee8/>

ČTK (2018a). Loni kvůli EET zaniklo 3 000 hospod a restaurací, tvrdí podnikatelé. *iDNES.cz* [online]. 8. 1. 2018 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z WWW: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/eet-kolik-skoncilo-hospod-restaurace-krach.A180108_142545_ekonomika_pas

ČTK (2018). Rok se zákazem kouření nesnížil výběr daně. Podle pivovarů však vznikají garážové hospůdky. *Aktuálně.cz* [online]. 29. 5. 2018 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z WWW: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/rok-s-protikurackym-zakonom-neprinesl-nizsi-vyber-dane-podle/r~5d76db22632c11e896cd0cc47ab5f122/>

ČTK (2017). V nejlepší restauraci roku Entrée host utratí průměrně 1200 korun, měsíčně ji navštíví 2000 lidí. *Olomoucká drbna* [online]. 6. 12. 2017 [cit. 2022-02-18]. Dostupné z WWW: <https://olomoucka.drba.cz/zpravy/spolecnost/6702-v-nejlepsi-restauraci-roku-entree-host-utrat-prumerne-1200-korun-mesicne-ji-navstivi-2000-lidi.html>

PŘÍLOHY

SEZNAM PŘÍLOH

Vázané přílohy

- Příloha 1 Mapa prostorové lokalizace odvětví „*gastroprůmysl*“
- Příloha 2 Mapa prostorové lokalizace odvětví „*hospody a restaurace*“
- Příloha 3 Mapa prostorové lokalizace odvětví „*fast food, street food a bistra*“
- Příloha 4 Mapa prostorové lokalizace odvětví „*kavárny a čajovny*“
- Příloha 5 Mapa prostorové lokalizace odvětví „*bary a vinotéky*“
- Příloha 6 Mapa míst shluků odvětví „*gastroprůmysl*“
- Příloha 7 Mapa míst shluků odvětví „*hospody a restaurace*“
- Příloha 8 Mapa míst shluků odvětví „*fast food, street food a bistra*“
- Příloha 9 Mapa míst shluků odvětví „*kavárny a čajovny*“
- Příloha 10 Mapa míst shluků odvětví „*bary a vinotéky*“
- Příloha 11 Mapa intenzity výskytu odvětví „*gastroprůmysl*“
- Příloha 12 Mapa intenzity výskytu odvětví „*hospody a restaurace*“
- Příloha 13 Mapa intenzity výskytu odvětví „*fast food, street food a bistra*“
- Příloha 14 Mapa intenzity výskytu odvětví „*kavárny a čajovny*“
- Příloha 15 Mapa intenzity výskytu odvětví „*bary a vinotéky*“
- Příloha 16 Mapa srovnání odvětví „*gastroprůmysl*“ nad cenovou mapou města
- Příloha 17 Mapa vlivu pandemie COVID-19 na odvětví „*gastroprůmysl*“
- Příloha 18 Mapa potenciálních míst lokalizace odvětví „*hospody a restaurace*“
- Příloha 19 Mapa potenciálních míst lokalizace odvětví „*fast food, street food a bistra*“
- Příloha 20 Mapa potenciálních míst lokalizace odvětví „*kavárny a čajovny*“
- Příloha 21 Mapa potenciálních míst lokalizace odvětví „*bary a vinotéky*“

Volné přílohy

- Příloha 22 Poster
- Příloha 23 SD karta

GASTROPRŮMYSL

prostorová lokalizace
v Olomouci v roce 2021

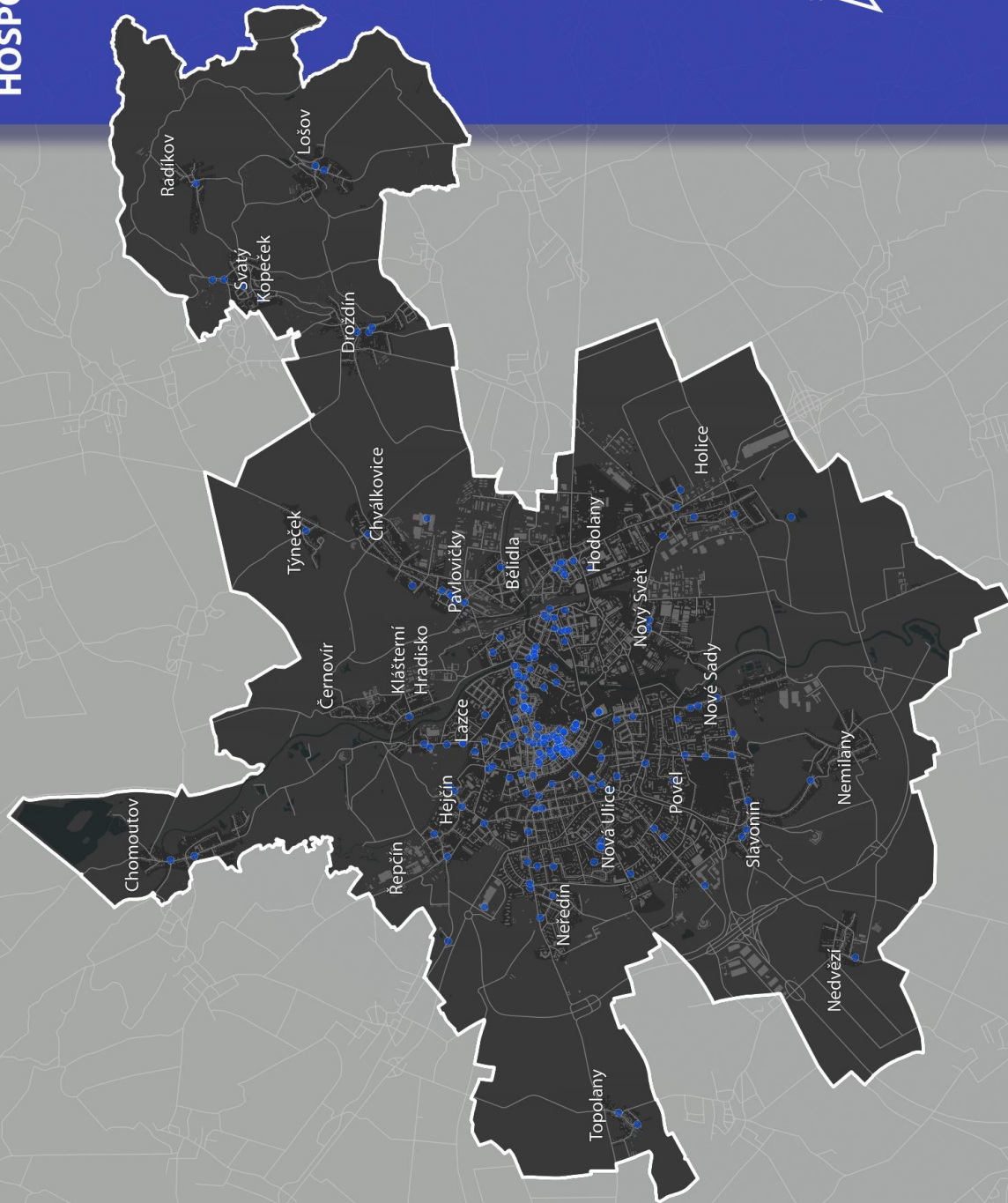
Odvětví gastroprůmyslu

- bars a vintetky
- fast food, street food a bistra
- kavárny a čajovny
- hospody a restaurace



HOSPODY A RESTAURACE

prostorová lokalizace
v Olomouci v roce 2021



FAST FOOD, STREET FOOD A BISTRA

prostorová lokalizace

v Olomouci v roce 2021



KAVÁRNY A ČAJOVNY

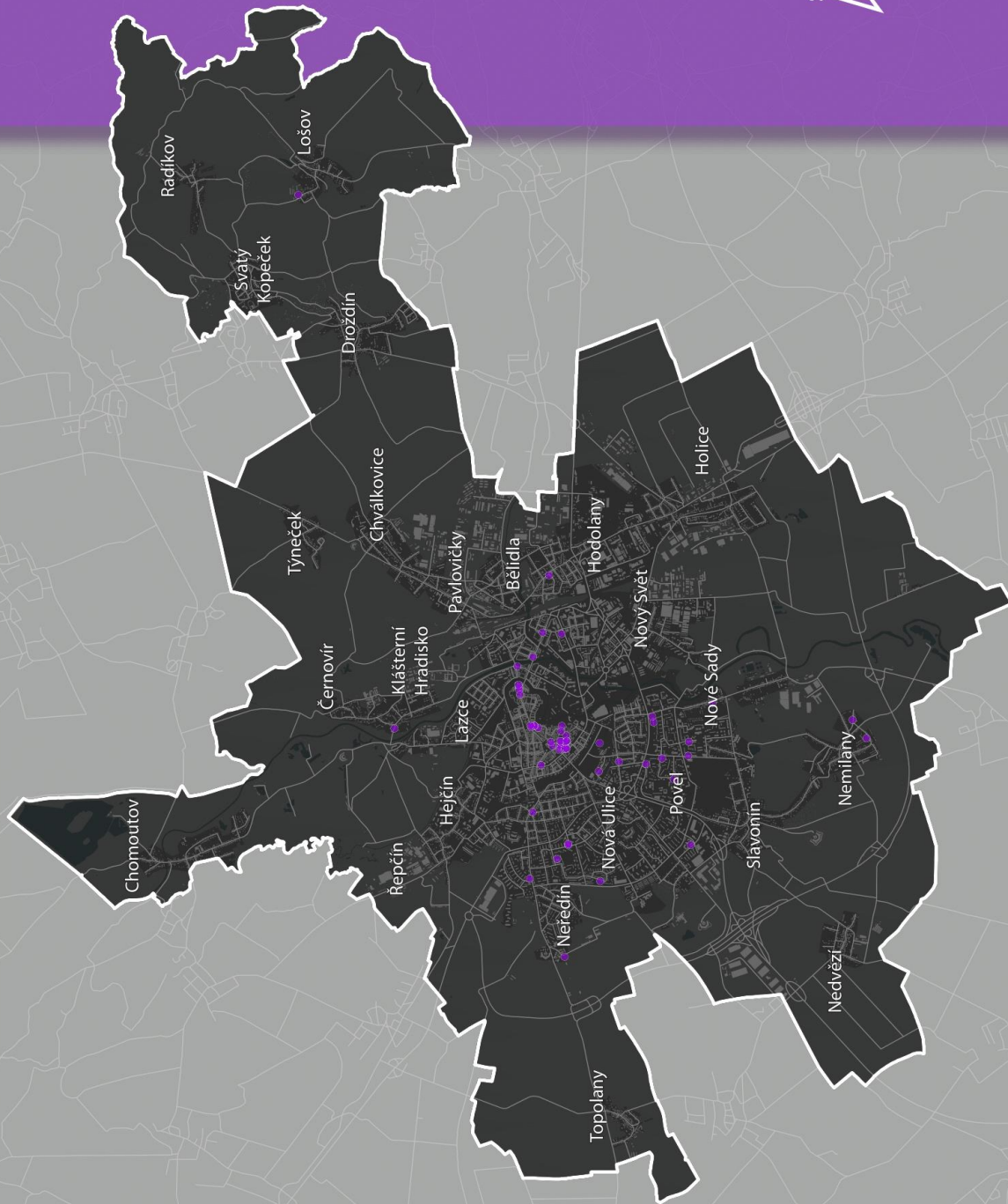
prostorová lokalizace
v Olomouci v roce 2021



BARY A VINOTÉKY

prostorová lokalizace

v Olomouci v roce 2021



GASTROPRŮMYSL

místa s hluků

v Olomouci v roce 2021



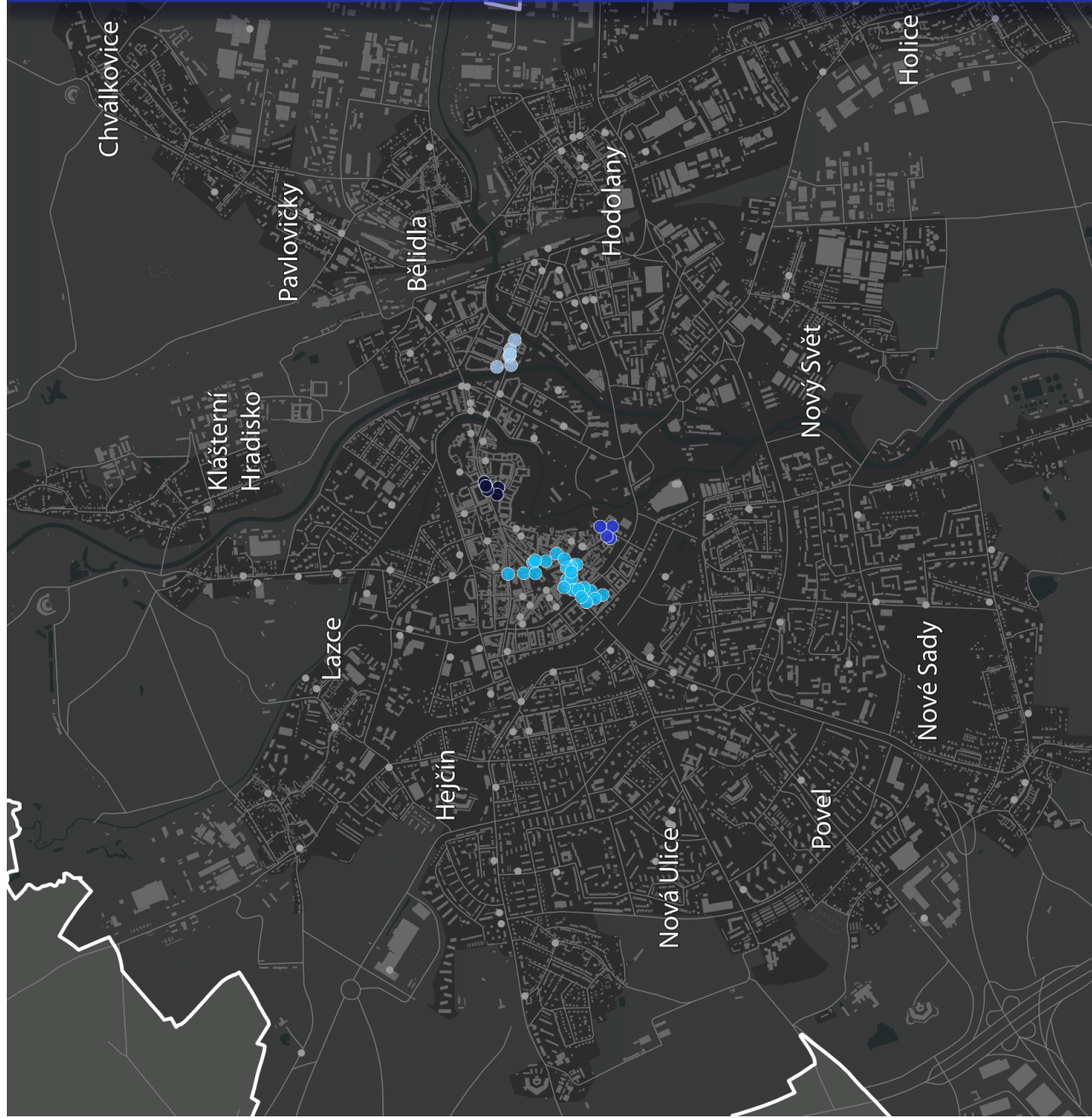
Václav ČECH, Olomouc, 2022
podklad: © Prispěvatelé OpenStreetMap, IŠD ČR
kartografické zobrazení: UTM zone 33N

Priloha 6



HOSPODY A RESTAURACE

místa shluků
v Olomouci v roce 2021



FAST FOOD, STREET FOOD A BISTRA

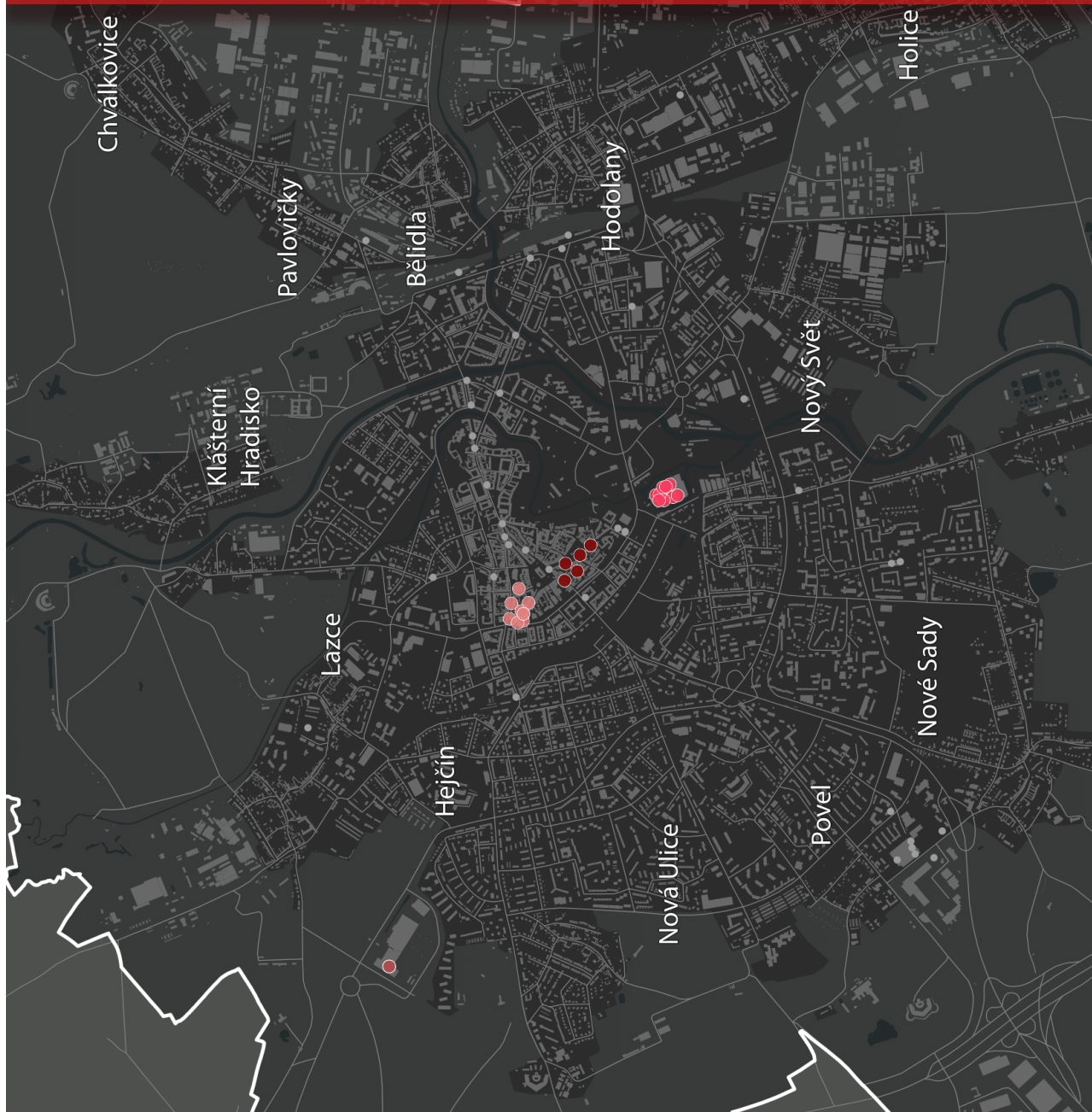
místa shluků

v Olomouci v roce 2021



Václav ČECH, Olomouc, 2022
podklad: © Prispěvatelé OpenStreetMap, IŠD ČR
kartografické zobrazení: UTM zóna 33N

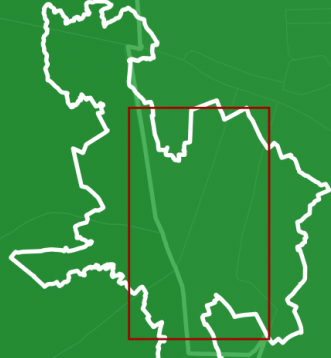
Priloha 8



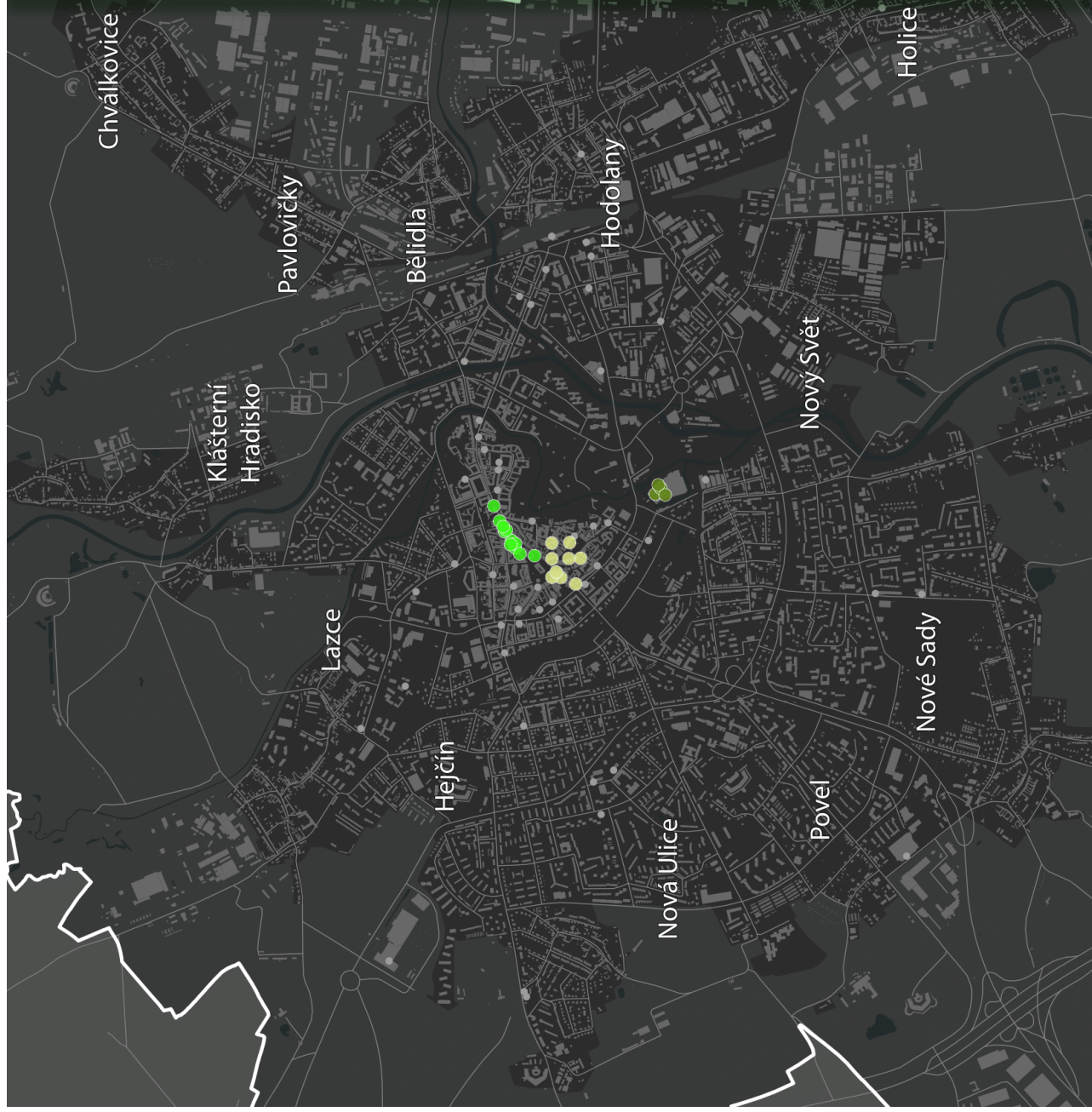
KAVÁRNY A ČAJOVNY

místa shluků

v Olomouci v roce 2021



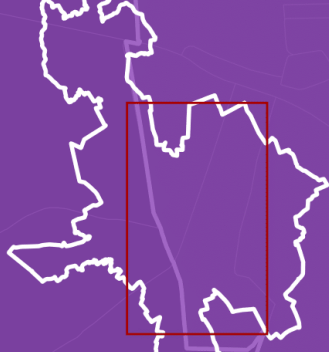
Václav ČECH, Olomouc, 2022
podklad: © Pripovětelé OpenStreetMap, IŠD ČR
kartografické zobrazení: UTM, zóna 33N
Příloha 9



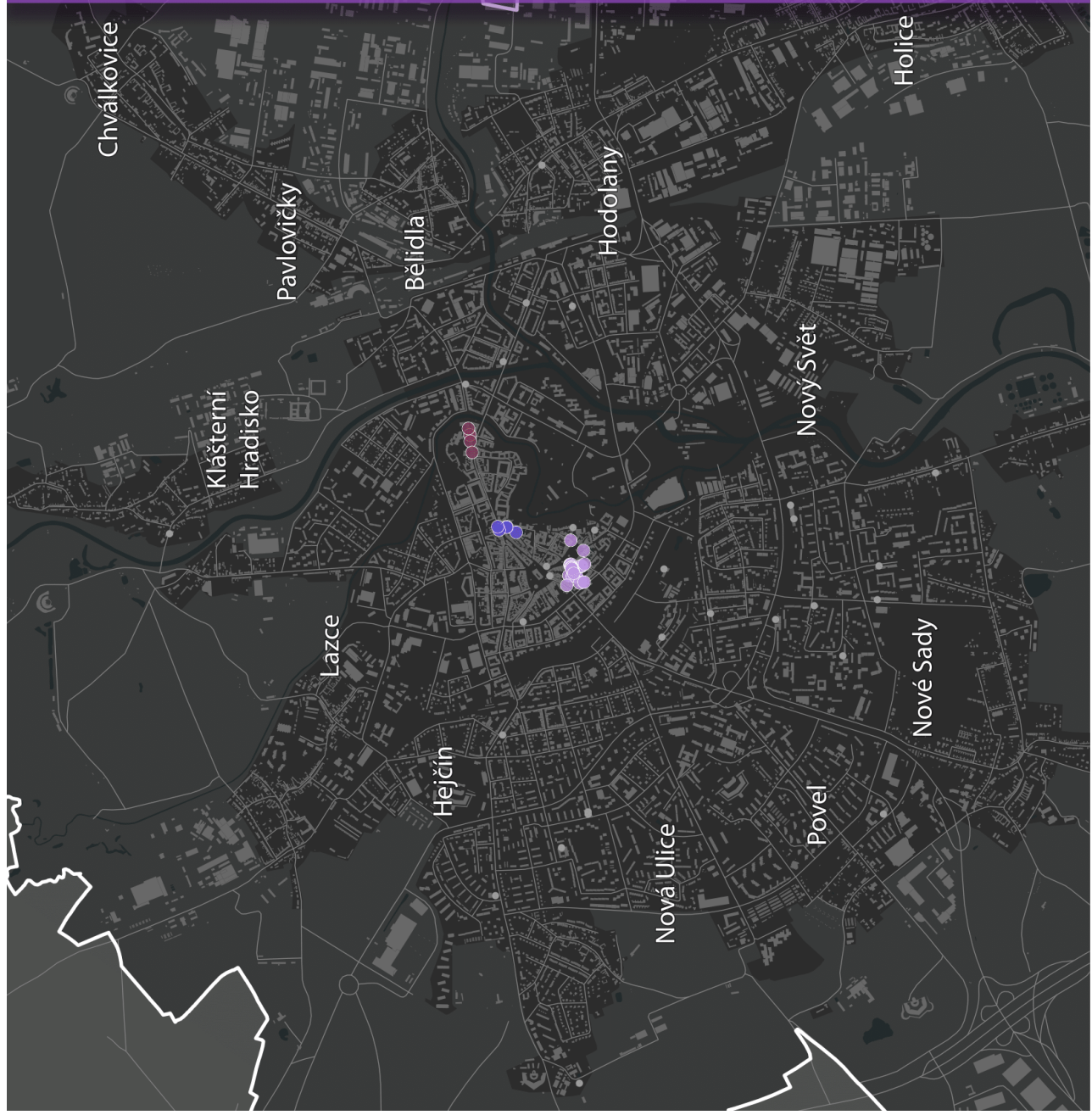
BARY A VINOTÉKY

místa shluků

v Olomouci v roce 2021



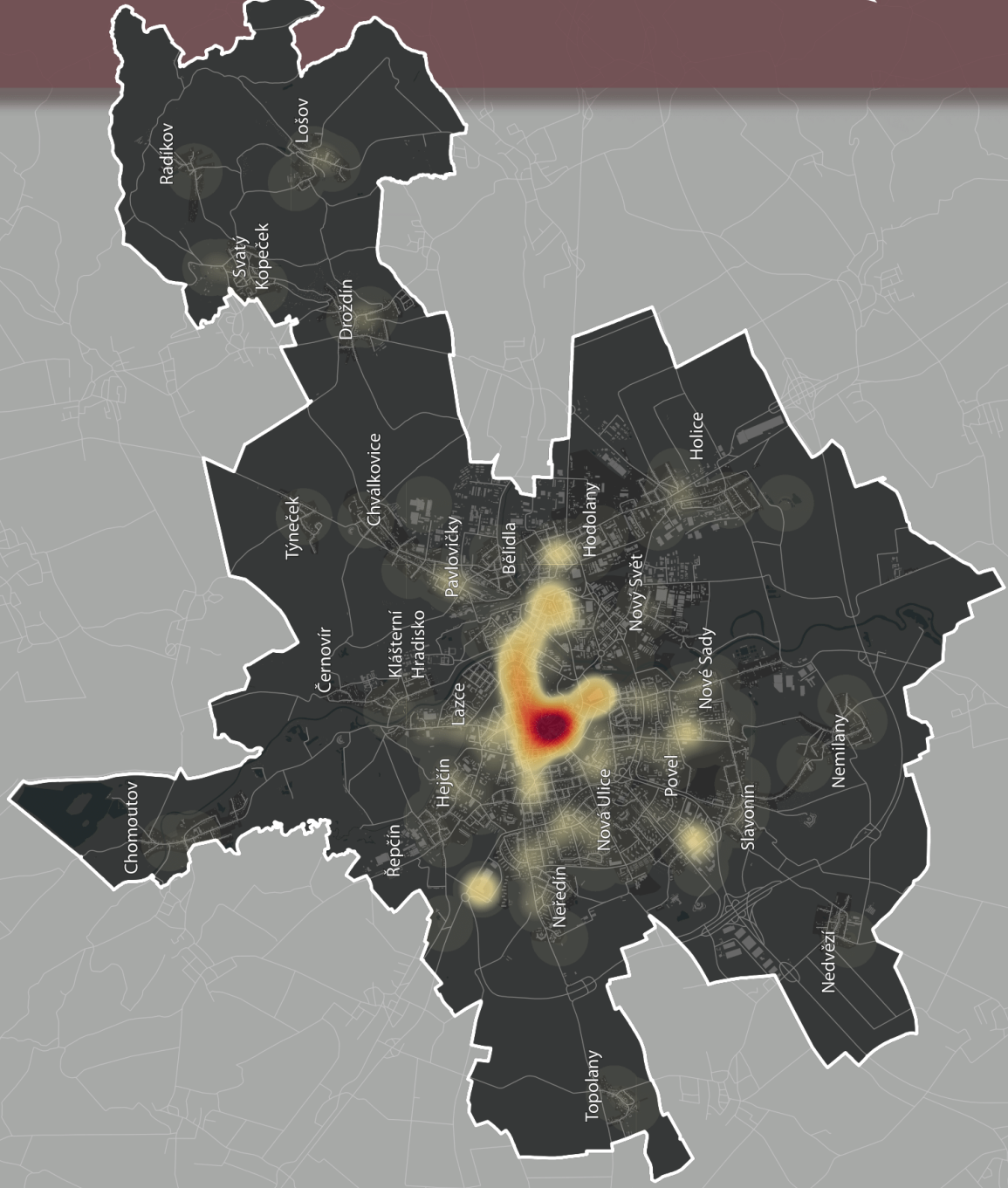
Václav ČECH, Olomouc, 2022
podklad: © Prispěvatelé OpenStreetMap, RSDB, CR
kartografické zobrazení: UTM zóna 33N
Příloha 10



GASTROPŘŮMYSL

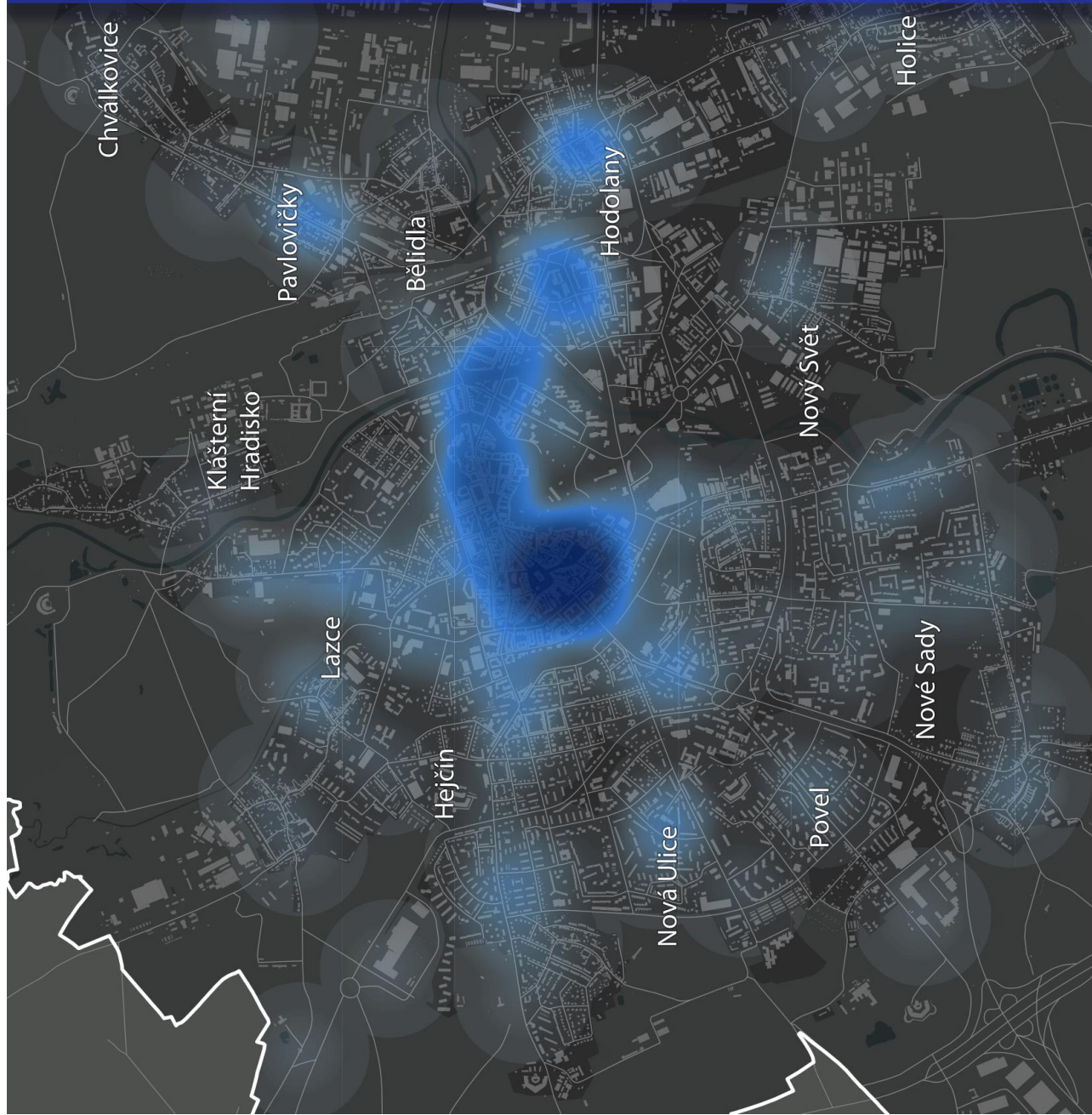
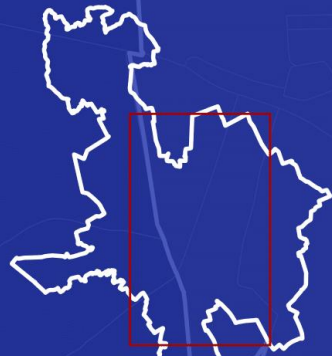
intenzita výskytu

v Olomouci v roce 2021



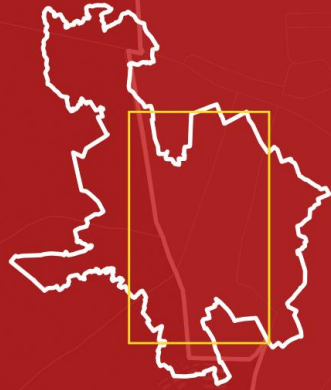
HOSPODY A RESTAURACE

intenzita výskytu
v Olomouci v roce 2021



FAST FOOD, STREET FOOD A BISTRA

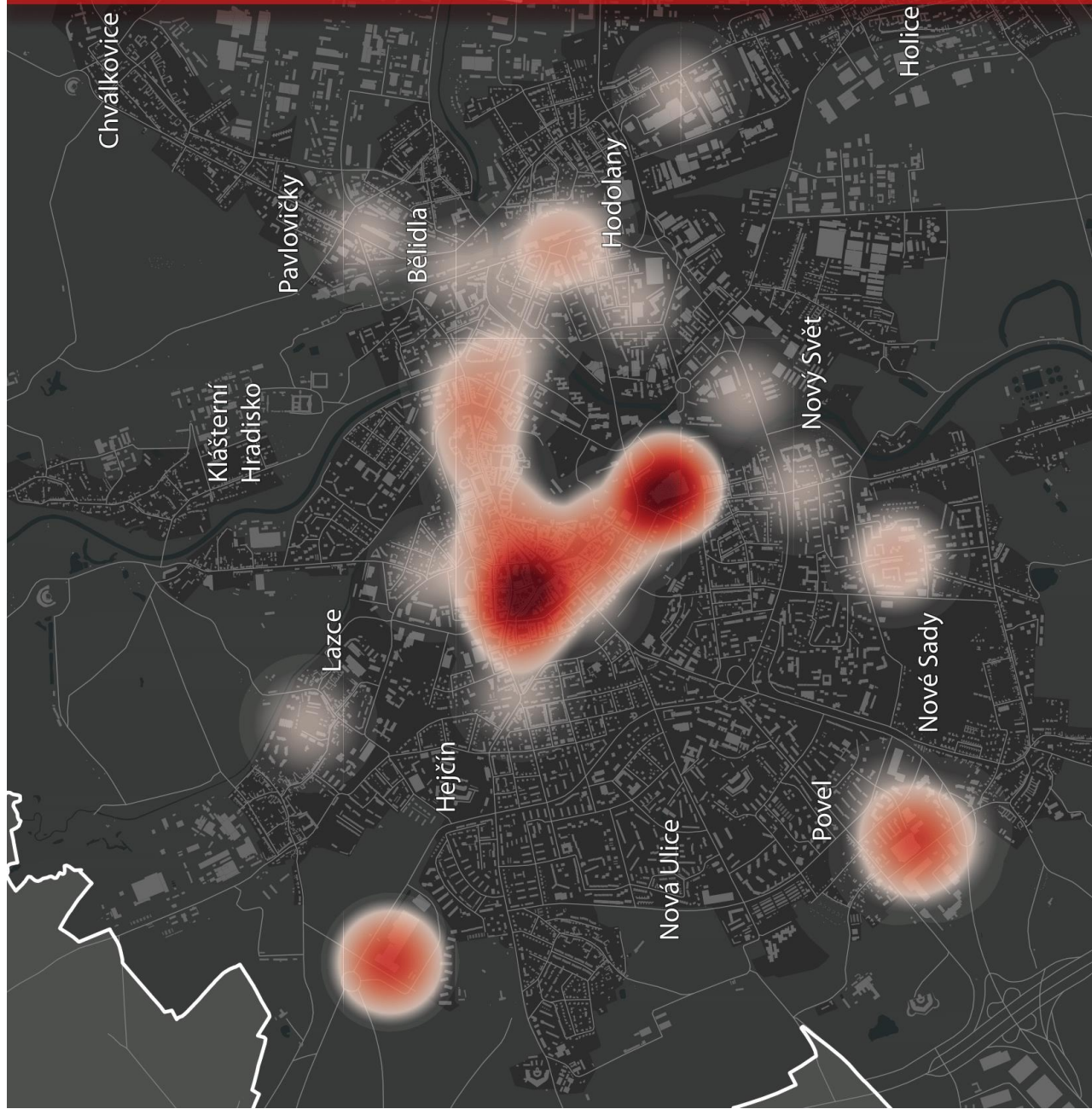
intenzita výskytu
v Olomouci v roce 2021



gp = gastropodník

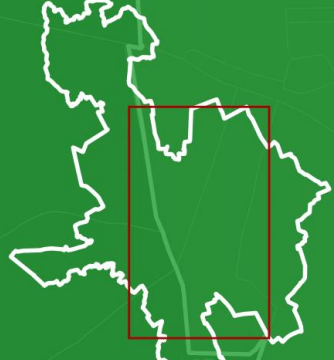


Václav ČECH, Olomouc, 2022
podklad: © Pripověřitelé OpenStreetMap, RSD ČR
kartografické zobrazení: UTM zóna 33N
Příloha 13



KAVÁRNY A ČAJOVNY

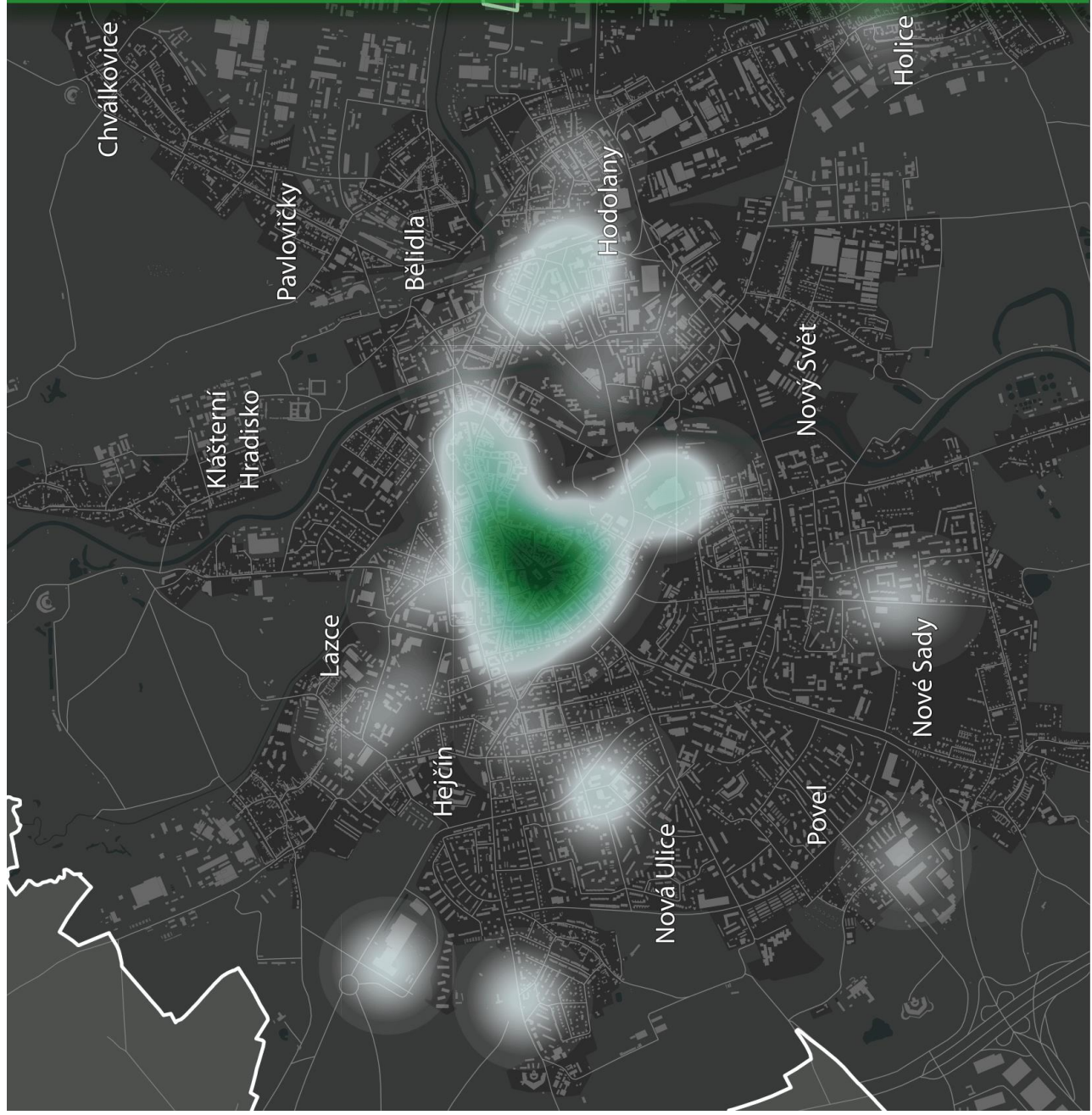
intenzita výskytu
v Olomouci v roce 2021



Intenzita výskytu

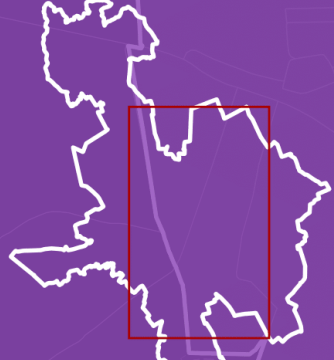


gp = gastropodnik



BARY A VINOTÉKY

intenzita výskytu
v Olomouci v roce 2021



Intenzita výskytu



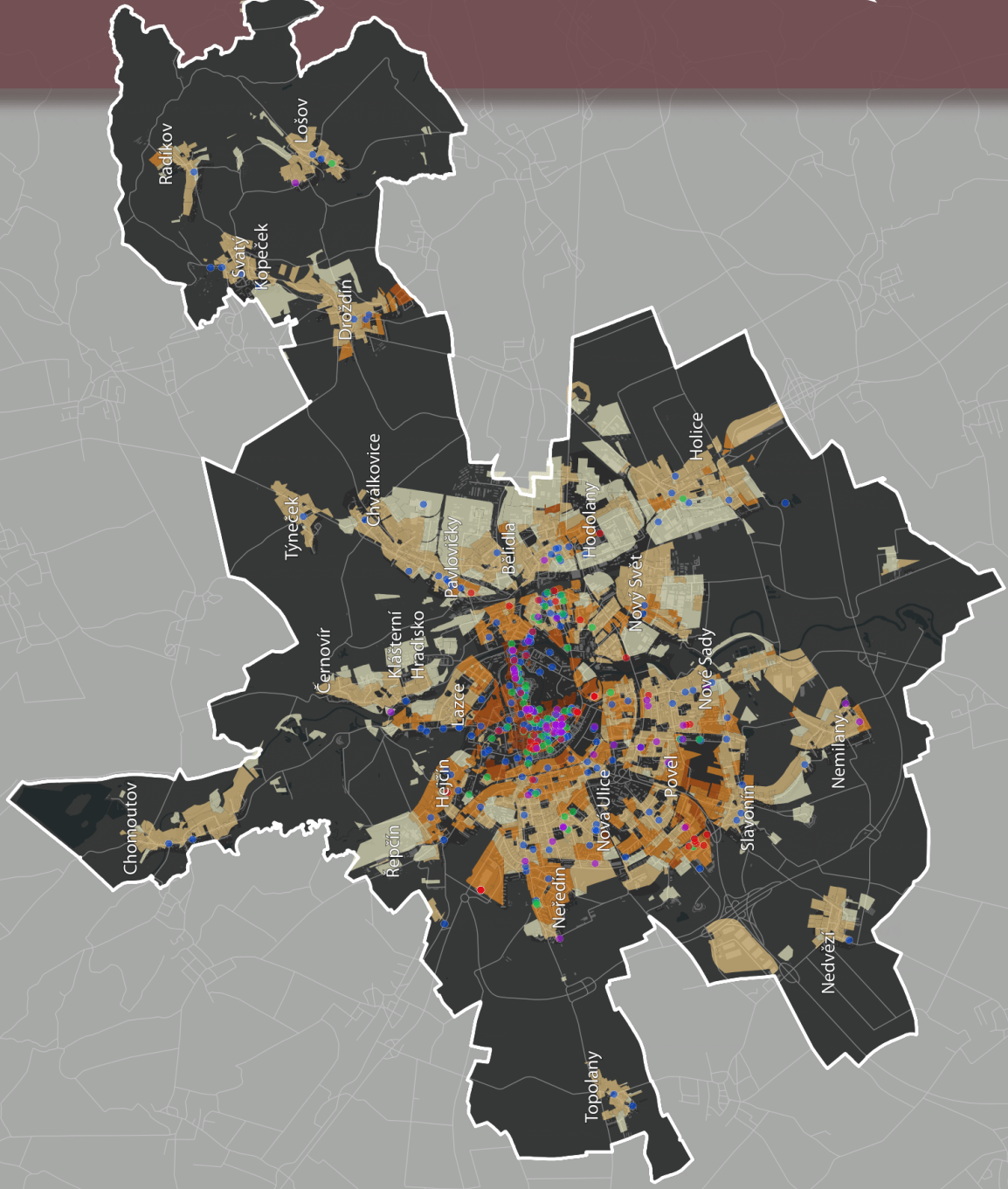
gp = gastropodník



GASTROPRŮMYSL

stovnění nad cenovou mapou

v Olomouci v roce 2021



VLIV COVIDU-19

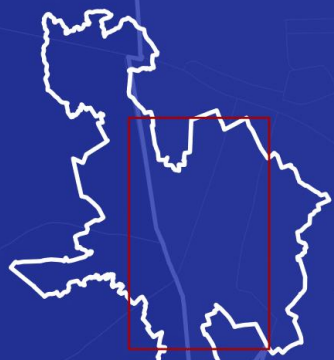
na odvětví gastroprůmyslu
v Olomouci v roce 2021



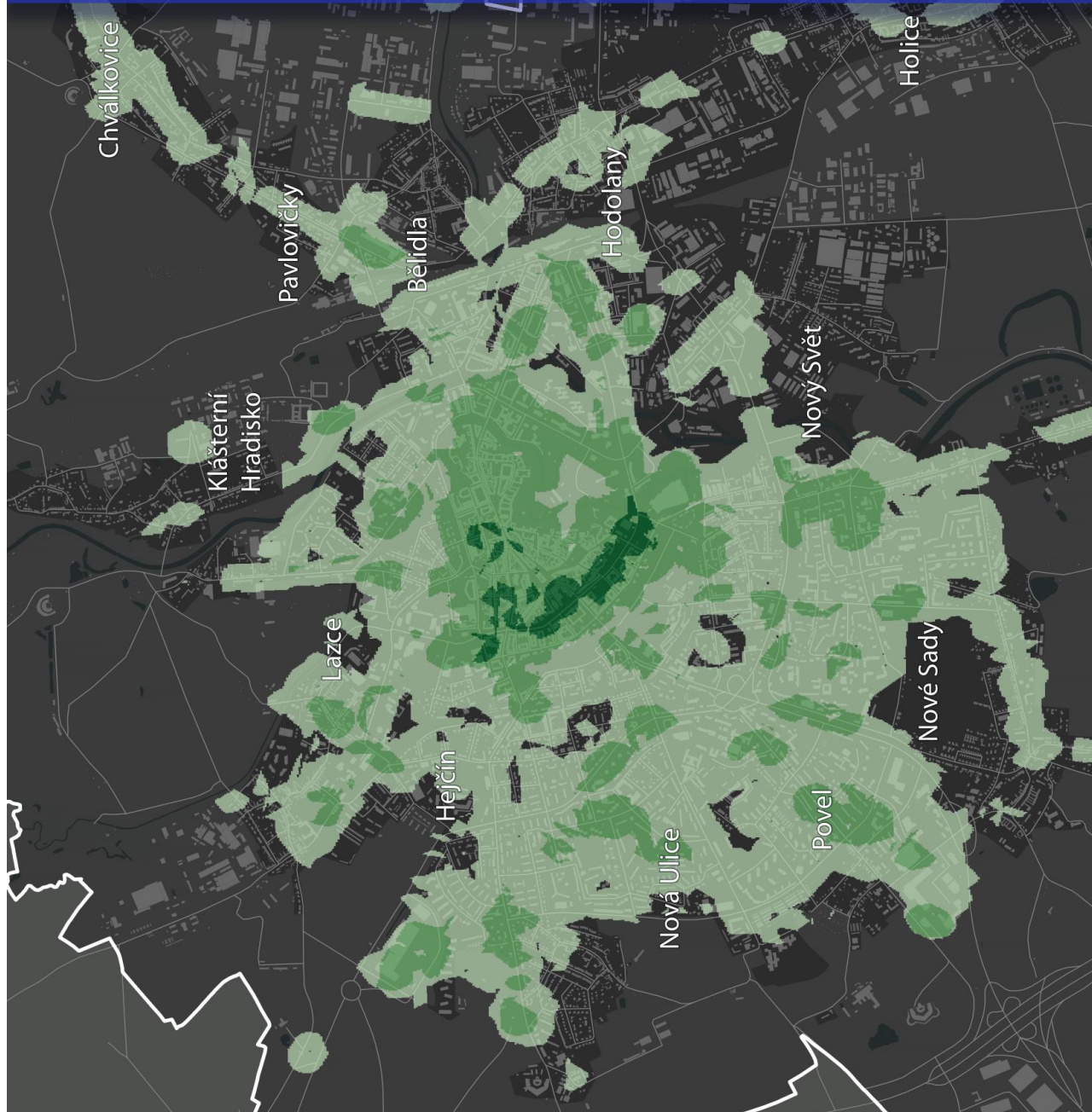
HOSPODY A RESTAURACE

potenciální místo lokalizace

v Olomouci v roce 2021



Vhodnost místa pro lokalizaci

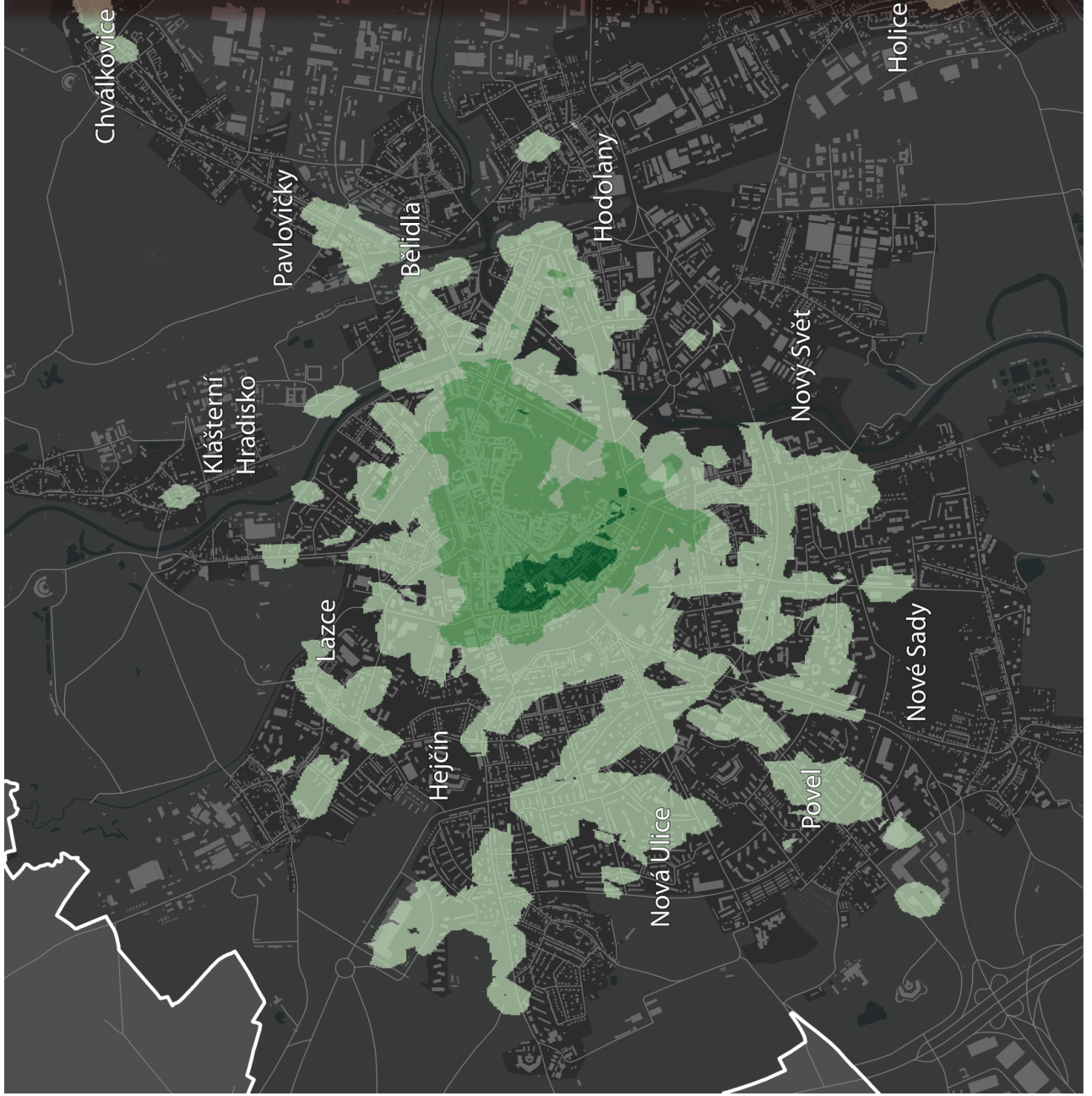


FAST FOOD, STREET FOOD A BISTRA

potenciální místo lokalizace
v Olomouci v roce 2021



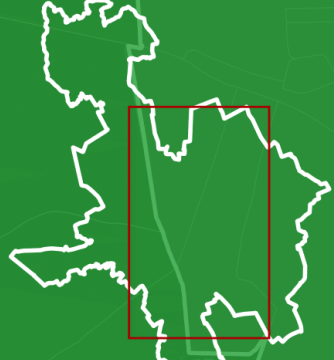
Vhodnost místa pro lokalizaci



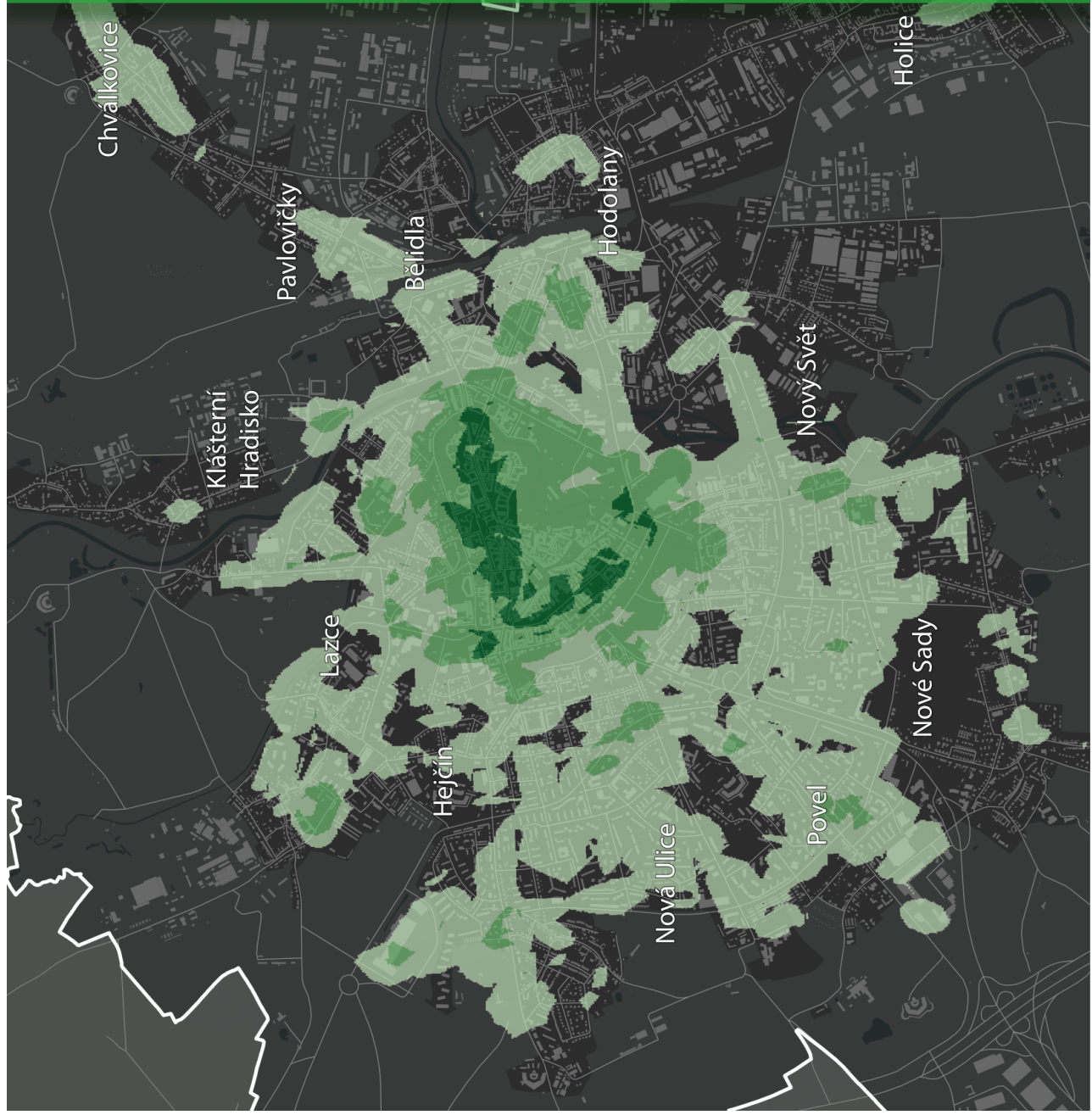
KAVÁRNY A ČAJOVNY

potenciální místo lokalizace

v Olomouci v roce 2021



Vhodnost místa pro lokalizaci



BARY A VINOTÉKY

potenciální místo lokalizace

v Olomouci v roce 2021



Vhodnost místa pro lokalizaci

