

UNIVERZITA PARDUBICE
FAKULTA FILOZOFICKÁ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2019

Lucie Klimszová

Univerzita Pardubice

Fakulta filozofická

Fenomén kočičích kaváren – kočka jako rovný společník

Lucie Klimeszová

Bakalářská práce

2019

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lucie Klimeszová**
Osobní číslo: **H15146**
Studijní program: **B6107 Humanitní studia**
Studijní obor: **Humanitní studia**
Název tématu: **Fenomén kočičích kaváren - kočka, jako rovný společník**
Zadávací katedra: **Katedra věd o výchově**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Práce se bude zabývat tím, co to kočičí kavárna vlastně je, úskalími jejího založení a v neposlední řadě také motivací návštěvníků takovouto kavárnu navštívit a vracet se. K vypracování bude využito hlavně kvalitativního výzkumu, ale i odborné literatury, která bude použita především v otázce týkající se interakce mezi kočkami a lidmi. Práce by měla čtenáře seznámit s fenoménem kočičích kaváren a zodpovědět veškeré otázky s tímto tématem související.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

ALGER, Janet and Steven Alger. "Beyond Mead: Symbolic Interaction between Humans and Felines." Society and Animals 5 (1): 65-81. Cambridge, UK: The White Horse Press, 1997.

ALGER, Janet and Steven Alger. Cat Culture: The Social World of a Cat Shelter. Philadelphia: Temple University Press, 2003.

MAHELKA, B. Není jenom canisterapie. In Mezinárodní seminář o zooterapiích 27.6.-1.7.2006 v Brně : sborník příspěvků. Brno : Sdružení Filia, 2003.

REISAUS, E. Kočka jako terapeut. In Mezinárodní seminář o zooterapiích 27.6.-1.7.2006 v Brně : sborník příspěvků. Brno : Sdružení Filia, 2003.

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Tomáš Retka

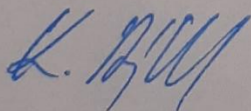
Katedra sociálních věd

Datum zadání bakalářské práce:

31. března 2017

Termín odevzdání bakalářské práce:

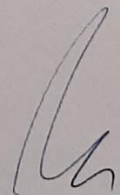
31. března 2018



prof. PhDr. Karel Rýdl, CSc.
děkan

 **Univerzita Pardubice**
Fakulta filozofická
532 10 Pardubice, Studentská 94

L.S.



Ing. Jaroslav Myslivec, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2017

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavřené licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 9/2012, bude práce zveřejněna v Univerzitní knihovně a prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 13.6.2019

Lucie Klimszová

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá kočičími kavárnami. Zaměřuje se mimo jiné i na kavárny jako takové, na domestikaci zvířat a vztah mezi kočkami a lidmi. Odhaluje to, co to kočičí kavárna vlastně je a hlavním předmětem výzkumu je motivace zákazníků navštívit kočičí kavárnu.

Klíčová slova

kočky, kavárny, kočičí kavárny, Human-Animal studies, lidé, zvířata

Title

Phenomenon of cat cafés - a cat as an equal partner

Annotation

This bachelor thesis deals with cat cafés. It focuses besides other things at cafés at all, at domestication of animals and relationship between cats and humans. It reveals what the cat café is, and the main goal of the research is motivation of customers to visit a cat café.

Keywords

cats, cafés, cat cafés, Human-Animal studies, human, animals

Obsah

Úvod.....	10
1. Zvířata ve světě lidí.....	11
1.1 Historie domestikace koček	11
1.2 Kočky ve světě lidí.....	12
1.2.1 Studie o interakci bez verbální komunikace	12
1.3 Human-Animal studies	14
2. Kavárny a kavárenství.....	16
2.1 Historie kávy	16
2.2 Historie kaváren	16
2.3 Pití kávy v České společnosti.....	17
3.3.1 Počátky českých kaváren, brněnské prvenství.....	17
3.3.2 Tradice pražských kaváren.....	Chyba! Záložka není definována.
2.4 Zvířecí, nebo jinak zvláštní kavárny	18
2.4.1 Ptačí kavárny	18
2.4.2 Psí kavárny	18
2.4.4 Mnoha-druhové kavárny	19
2.4.5 Jiné zvířecí kavárny	19
2.4.6 Jsou zvířecí kavárny kruté?	20
3. Kočičí kavárny	21
3.1 Historie, kočičí kavárny v zahraničí	21
3.2 Současnost.....	21
3.3 Kočičí kavárny v ČR.....	22
3.3.1 Kavárna kočičí	22
3.3.2 Social point	22
3.3.3 Kočičí kavárna Pohoda	23
3.3.4 Kočičí Pelíšek	23

3.4 Kočkafé Freya	23
3.4.1 Kočky v Kočkafé	24
3.4.2 Prostor v Kočkafé Freya	24
3.4.3 Spolupráce Kočkafé	25
4. Výzkumné šetření	26
4.1 Metodologie	27
4.1.1 Cíle výzkumu	27
4.1.2 Stanovení výzkumné otázky	27
4.1.3 Metoda sběru dat	27
4.1.4 Charakteristika výzkumného souboru	27
4.2 Realizace výzkumného šetření	28
4.2.1 Sběr dat	28
4.3 Vyhodnocení výsledků dotazníků	28
4.3.1 Proč navštívit kočičí kavárnu?	28
4.3.2 Mají všichni zákazníci kočičí kavárny rádi kočky?	31
4.3.3 Jak se zákazníci dozvídají o kočičích kavárnách?	32
4.3.4 Doporučili by zákazníci Kočkafé návštěvu kočičí kavárny?	34
4.3.5 Jak často navštěvují respondenti kočičí kavárnu?	35
4.3.6 Znájí zákazníci Kočkafé i jiné kočičí kavárny?	35
4.4 Vyhodnocování výsledků rozhovorů	36
4.4.1 Proč se majitelé kočičích kaváren rozhodli založit kočičí kavárnu?	36
4.4.2 Co je potřeba k tomu založit si vlastní kavárnu?	37
4.4.3 S kým kočičí kavárny spolupracují?	37
4.4.4 Jaké speciální akce se pořádají v kočičích kavárnách?	38
Závěr	39
Bibliografie	40
Internetové zdroje	41

Přílohy.....	43
--------------	----

Seznam tabulek

Tabulka 1.....	29
Tabulka 2.....	29
Tabulka 3.....	31
Tabulka 4.....	32
Tabulka 5.....	32
Tabulka 6.....	33
Tabulka 7.....	34
Tabulka 8.....	35
Tabulka 9.....	35

Úvod

Téma kočičích kaváren jsem si vybrala, protože mne velice zajímá. První kočičí kavárny známe ze světa, kde je tento trend velice rozšířený. Koncem roku 2014 jsem zaznamenala založení první kočičí kavárny v Praze a velice mne tento koncept zaujal, dříve jsem se s ním nesečkala. V příštích letech se kočičí kavárny staly v České republice fenoménem, o kterém se stále častěji mluví a pořád vznikají nové kočičí kavárny, které se různě liší. Postupem času jsem zjistila, že to je u nás neprobádané téma a rozhodla jsem se ho prozkoumat více do hloubky.

Tato práce je rozdělená do dvou částí – teoretické a praktické.

V teoretické části je rozebrané téma zvířat a lidí, zabývá se domestikací koček, soužití člověka a kočky a tzv. Human-Animal studies. Dalším tématem, které je v práci rozebrané, jsou kavárny. Historie kávy a kaváren, jak se začal kávovník šířit po celém světě a jak se rozvinul fenomén kaváren. Nechybí zde ani zmínka o zvířecích kavárnách, které v dnešní době běžně existují po celém světě. Posledním velkým tématem teoretické části práce jsou konkrétně kočičí kavárny. Kde vznikaly první kočičí kavárny, co to vlastně je a jak fungují u nás v České republice i s příklady jednotlivých kaváren.

K vypracování výzkumu jsem využila dotazníků, pomocí kterých jsem získala odpovědi od zákazníků kočičích kaváren. Mým hlavním cílem bylo zjistit, jaké jsou jejich motivace k návštěvě kočičí kavárny. Metodu rozhovoru jsem využila při komunikaci s majiteli vybraných kočičích kaváren. U nich mne především zajímalo, jaké jsou jejich domněnky o motivacích jejich zákazníků k návštěvě jejich kavárny a také kdo jsou podle nich jejich zákazníci. Poslední metodou využitou při vypracování praktické části bylo vlastní pozorování v kočičí kavárně Kočkafé Freya, kde jsem vykonávala odbornou praxi trvající 80 hodin. Tato kavárna byla hlavním prostorem pro vypracování této práce.

Výzkumnou otázku jsem se rozhodla rozdělit do dvou a v závěru je porovnat. Zní: Jaké jsou představy provozovatelů o motivaci zákazníků navštěvovat jejich kočičí kavárnu? Jaké důvody k návštěvě kočičích kaváren uvádějí jejich návštěvníci?

1. Zvířata ve světě lidí

Již desítky tisíciletí jsou zvířata součástí lidských životů. Nebylo tomu ale vždycky tak, jak je tomu dnes. V pravěku živočichové sloužili jako lovná zvěř, tedy potrava. Postupem času, s nástupem neolitu, se ale z člověka jako lovce a sběrače stal člověk zemědělec. Tím začal proces zajetí, zdomácnění a ochočení divokých zvířat člověkem, kterému říkáme domestikace (Bryl, Matyáščík, 2005). Uvádí se, že zemědělská revoluce, která sestávala z počátku zemědělství a domestikace zvířat, byla jednou z nejvýznamnějších událostí v dějinách lidstva. Zvířata pomáhala člověku v hospodářství, využívala se jejich síla, vedlejší produkty a samozřejmě byla stále využívána pro vlastní konzumaci. (Komárek, 2011, s. 138-139) Industrializace a urbanizace přesunuly lidi z farem a ti ztratili kontakt se zvířaty vyjma rodinných mazlíčků. Tím ustoupil instrumentální pohled na zvířata jako „zdroje a nástroje využívané pro lidský prospěch“. Tím, že se lidé stahovali do svého soukromého života, začali nacházet podobnosti mezi sebou a svými domácími mazlíčky. Věřili, že jejich mazlíčci mají emocionální život a cítí emoce jako je láska, náklonnost, poslušnost, loajalita, důvěryhodnost apod. Tato víra přetrvává dodnes (Alger, 1997, s. 65-66).

Zvířata jako rovní společníci lidí, které nazýváme „domácí mazlíčci“, jsou však otázkou posledních pár staletí. L. Pinzová ve svém textu v knize *Natura et cultura I.* charakterizuje pojem domácí mazlíček třemi podmínkami – tato zvířata mají přístup do domácností lidí, dostávají individuální a osobní jména a na rozdíl od ostatních zvířat je nejíme. Proměna vztahu mezi zvířaty a člověkem v průběhu staletí nepřišla sama od sebe, šlo to ruku v ruce s proměnou vztahů mezi různými společenskými vrstvami. Lze říci, že se vztah nejen ke zvířatům, ale i k celé přírodě vyvíjel podle společenské situace v dané kultuře. Největším rozdílem ve vztahu ke zvířatům je v jejich chápání. Dříve se kladl důraz především na jejich zábavnost a dekorativnost, dnes na ně nahlížíme jako na společníky a přátele, kteří na své vlastníky mohou mít terapeutický vliv. (Pinzová, 2014, s. 137-143) Již od nejstarších dob se objevují zmínky o jevu držení zvířat „jen tak“ pro zábavu a jako společníky. (Komárek, 2011, s. 160)

1.1 Historie domestikace koček

Kočka domácí, kterou známe z dnešních domácností, je pravděpodobně zdomácnělá kočka divoká plavá (*Felis silvestris lybica*). Kočka plavá byla domestikovaná na Blízkém Východě – Turecku, Iráku a Izraeli a odtud byla člověkem rozšířena na Kypr a do Egypta.

Proces domestikace koček byl velice dlouhý. Zdroje nejčastěji uvádí, že první kostra kočky divoké uložená společně s lidskými kostrami byla stará 9 500 let a byla objevená na

Kypru. Přímý důkaz o domestikaci koček pochází z Číny starý 5 300 let. Nejvíce informací o dávném chovu koček je z Egypta. Dochovaly se umělecké předměty vyrobené 1 950 let před naším letopočtem ukazující, že už tehdy byly kočky součástí lidských obydlí. (Tucker, 2017, s. 39)

Zvířata, která prošla procesem domestikace se běžně velice liší od svých divokých předků. Jsou to odlišnosti, které vznikly jak zásahem člověka, tak samovolně čistým soužitím zvířete a člověka. U koček je to ale odlišné – kočky se fyzicky téměř nezměnily a je velice složité rozlišit kočku domácí od té divoké. Proto je studium procesu domestikace koček tak komplikované – nelze určit, kdy kočky vstoupily do lidských životů jako domácí mazlíčci, protože po fyzické stránce jsou prakticky stále stejné. (Tucker, 2017, s. 37-39)

1.2 Kočky ve světě lidí

V předchozí podkapitole se řešila domestikace koček z pohledu fyziologických změn a takového prvotního zásahu koček do lidského života. Kočky jsou ale velice specifické svou povahou, a právě ta je možná tím jediným, co odlišuje kočku divokou od kočky domácí.

Komárek ve své publikaci dokonce uvádí, že kočky jsou jedním z druhů, které se k člověku dobrovolně přidali a dá se říci, že se k němu doslova vnutili. Je doložené, že kočičí mňoukání podobající se dětskému kňourání, je jedním ze způsobů, jak se vetřít do lidské společnosti. U divokých koček totiž mňoukají pouze koťata komunikující s matkou. (2011, s. 137, 142)

Kočky jsou tedy vítanými společníky lidí už odnepaměti. Otázka, zda si člověk ochočil kočky nebo kočka člověka, zůstane nezodpovězena, avšak benefity z tohoto vztahu vyplývající je možné zmínit ihned. Příkladem nám může být felinoterapie, která se v dnešní době sice teprve rozvíjí a je jen málo koček, které jsou pro terapii vhodné, ale dnes je již ověřené, že jsou kočky chytré, empatické a lidem osamělým nebo v duševní nepohodě opravdu prospěšné. Následující kapitola přiblíží vztah mezi kočkami a jejich majiteli.

1.2.1 Studie o interakci bez verbální komunikace

Janet a Steven Algerovi ve své studii „Beyond Mead: Symbolic Interaction between Humans and Felines“ (1997, s. 65-81), tedy ve studii o symbolické interakci mezi lidmi a kočkami, nejdříve popisují výzkumy, na kterých své zkoumání postavili. Těmi výzkumy jsou studie Bogdana a Taylora, kteří v roce 1989 vydali práci „Relationships with severely disabled people: The social construction of humanness“, v níž popisovali proces budování sociální identity bez

použití komunikace mezi pečovateli a jejich těžce postiženými partnery. Jde o to, jak neznepříjemnění lidé nahlíží na ty evidentně zdravotně postižené. Přestože je na nemocných na první pohled vidět jejich postižení a omezení, což by mohlo být nežádoucí, zdraví lidé na ně nahlíží jako na ceněné a milované lidské bytosti. Bogdan a Taylor na tomto základu stanovili čtyři dimenze procesu vnímání neznepříjemněných lidí znepříjemněné lidi tak, aby přes jejich postižení nezapomněli na jejich lidskost. Těmito dimenzemi jsou chápání druhého jako bytost schopnou přemýšlet, rozumět a pamatovat si, vnímání jeho individuality, specifických vlastností a jedinečnosti, vidění odezvy od druhého a vymezení druhému místo v zaběhlých rituálech a rutinách (1989, s. 135, s. 141-145). Na tuto studii navazuje roku 1993 Sanders se zjištěním, že identické důkazy aplikují majitelé psů na své mazlíčky. Začal tedy na základě studie Bogdana a Taylora zkoumat na podobných principech vztah mezi psi a jejich páničky. (1993, s. 210)

Sandersovy poznatky o vztahu člověk-pes (1993) aplikovali Algerovi na majitele koček. Během tohoto výzkumu bylo zapotřebí mít stále na paměti Sandersovu poznámku, že psi mají vysoce sociální povahu a dlouhou historii intimního vztahu s lidmi. Kočka je sice též velmi dlouho spojována s lidmi, avšak je vnímána zcela odlišně. Je o nich smýšleno jako o rezervovaných, nezávislých a lhostejných k lidským potřebám. Pro replikování Sandersova pokusu na kočky je tedy důležité nahlížet na vytváření symbolické interakce jako na běžný atribut u zvířat. Algerovi věřili, že různé druhy zvířat projevují schopnost symbolické interakce za různých podmínek a okolností v závislosti na povaze jejich vztahu s lidmi. Dále očekávali, že vzhledem k tomu, jak lidé přistupují jinak ke kočkám než ke psům, bude odlišný i způsob odhalení sociální interakce. Pro získání potřebných informací využili vlastních poznatků a rozhovorů s dvaceti vybranými majiteli koček. (1997, s. 72-73)

Na základě odpovědí zjistili, že kočky dle svých majitelů prokazují silné kognitivní schopnosti. Přemýšlejí, definují a hodnotí situace (fyzické i sociální) a umí vyřešit dílčí problémy. Kočky jsou dle majitelů dokonce schopné zvažovat budoucí možnosti a rozhodovat se na základě vnějších podmínek a minulé zkušenosti.

Všichni majitelé koček, stejně jako Sandersovi majitelé psů, viděli své kočky jako individuality s výraznými a jedinečnými osobnostmi. Majitelé identifikovali své kočky na základě charakteristik jako je temperament, vystupování, hravost, rozjímavost a inteligence. V popisování jejich koček se značně odrážela minulost dané kočky nebo chování kočky k cizím

lidem, k ostatním kočkám a jaký mají vztah přímo k majitelům. Též uvádějí, že se kočičí osobnost postupem času proměňuje.

Sandersovi majitelé psů vnímali své mazlíčky jako bytostně emocionální bytosti, a to nejen ve smyslu prožívání emocí, ale především i schopnosti naladění se na emoce majitele. Stejně tak většina majitelů koček považuje své mazlíčky za empatické a nápomocné ve stavech smutku nebo rozrušení. (Alger, Alger, 1997, s. 76)

Majitelé koček považují své mazlíčky za autentické členy rodiny. Podřizují se jim denní rutiny a majitel si se svou kočkou vytváří i své vlastní. Ať už se jedná o večerní rutinu před spaním nebo o rutinu spojenou s hraním si. Tyto rutiny pak představují společnou realitu mezi vlastníkem a kočkou vzniklou během každodenních interakcí. Tato sdílená realita je základem vnímání majitelů a jejich koček, že jsou rodina.

Z těchto poznatků tedy vyplývá, že Symbolická interakční teorie se nezabývá pouze vztahem člověk-člověk, ale i člověk-zvíře a zvíře-zvíře. Taková symbolická interakce se tedy odehrává v kontextu „přirozených interakčních rituálů“ (Collins, 1989). Tyto rituály dávají vznik kolektivním reprezentacím, které mohou být v budoucnu zúčastněnými stranami vyzvány, aby znovu vyvolaly solidaritu skupiny lidí a zvířat. Smýšlení koček také zahrnuje jak praktické, tak sociální cíle symbolické interakce. Praktickými cíli rozumíme doslovné vidění věcí z jiné perspektivy, sociálními cíli myslíme chápání záměru nebo emocí druhého. Existuje tedy stále více důkazů, že symbolická interakce je rozšířena v celé říši zvířat a umožňuje jim efektivněji přežít v širokém spektru prostředí. (Alger, Alger, 1997, s. 73-80, Sanders, 1993, s. 210-223)

1.3 Human-Animal studies

Stat' o oboru Human-Animal studies (Vandrovcová, 2015) informuje o teoriích a metodách tohoto oboru i různými pohledy, jak lze na tuto problematiku zkoumat. Je to nový a velice rozmanitý obor. V textech lze tato lidsko-zvířecí studia najít i pod názvy Animal studies, či Antropozoologie. Související je i disciplína Critical Animal studies, která upozorňuje na týrání, utlačování a zneužívání zvířat.

Lidé zabývající se problematikou Human-Animal Studies se snaží poukázat na rozdílnost vztahů lidí ke zvířatům. Jak zmiňuje Vandrovcová (2017), na jedné straně chováme domácí mazlíčky, které milujeme, nedáme na ně dopustit, ale zároveň je jíme, zabíjíme po statisících, testujeme na nich kosmetiku a provádíme na nich všemožné experimenty. Záleží tedy na významu daného zvířete, který mu společnost připiše a podle toho se s ním jedná.

Zvířata mají v našich životech obrovské zastoupení na mnoha úrovních, ať už co se týče mytologie nebo přímé interakce, a přesto do nedávna neexistoval obor, který by se hlouběji zabýval vztahy mezi zvířaty a lidmi.

Animal studies se o zvířata zajímají opravdu ze všech úhlů. Z oblasti ekonomiky to mohou být zvířata jako věc na prodej, z oblasti enviromentalismu jsou zvířata darem od přírody, z hlediska osobní dimenze to jsou zvířata, jakožto společníci (Vandrovcová, 2017).

Podle Vandrovcové (2015, s. 29) díky Animal studies nastanou ve 21. století radikální změny v chápání jiných bytostí, než jsou lidi, chce společnost zbavit zarytého antropocentrismu.

2. Kavárny a kavárenství

2.1 Historie kávy

Místem, ze kterého pocházejí kávovníky je Etiopie a odtud se během válečných tažení ve 13.-14. století rozšířily do dnešního Jemenu, kde se následně začaly pěstovat. Až do konce 18. století se káva pěstovala výhradně na Arabském poloostrově – pro Araby to byla většina jejich příjmů a vývoz zelených kávovníkových zrn byl přísně trestán. Zrna byla záměrně znehodnocována, aby nebylo možné si mimo Arábii kávovník vypěstovat. (Svět kávy.cz)

Kávovník se rozšířil do celého světa hlavně díky Holanďanům, kteří počátkem 17. století tajně přivezli zelená kávová zrna z Jemenu a začali ve svých zámořských koloniích tyto keře pěstovat. Koncem 18. století dokonce předběhli Araby v produkci kávy. Netrvalo dlouho a kávovníky se rozšířily do Střední Ameriky a oblasti Karibiku. V polovině 18. století se semena kávovníku dostala i do Brazílie, která je v současnosti největším světovým producentem kávy. O další rozšíření kávy se zasadili především Angličané a Španělé, kteří pěstovali kávovníky ve svých koloniích. (Svět kávy.cz)

2.2 Historie kaváren

Pití kávy se na rozdíl od jejího pěstování rozšířilo z Arabského poloostrova již v 15. století do blízkých zemí Orientu a zároveň s tím zde začaly hojně vznikat kavárny, konkrétně v Mekce, kde původně sloužily k náboženským účelům, ale postupem času se z nich stalo místo pro setkávání s přáteli, diskutování o politice a hraní her. Politické debaty byly důvodem pro několikaleté uzavření kaváren v Mekce, avšak v té době už fungovaly kavárny v Egyptě a tato móda popíjení kávy na veřejnosti se šířila do Turecka. V Turecku ale do kaváren směli jen muži (to funguje dodnes), a kromě popíjení kávy se zde též diskutovalo o politice a kultuře. Pití kávy se zde velice ujalo především mezi intelektuály a tento zvyk se postupně rozšířil do Evropských zemí. Nejprve se jednalo o velká přístavní města jako jsou Benátky, Marseille, Londýn, Hamburk, Amsterdam. Už do konce 17. století se pití kávy a její podávání v kavárnách rozšířilo i do vnitrozemských států a stalo se to běžným téměř po celé Evropě. První kavárna na českém území byla otevřena v Brně roku 1702 a druhá v Praze roku 1714 pod malostranskou Mosteckou věží. (Kávovary.info)

Jak je uvedeno na předchozích řádcích, již první kavárny nebyly jen místem, kde by se jen ochutnávala a popíjela káva, ale netrvalo dlouho a začali se zde scházet intelektuálové, studenti, umělci, malíři, hudebníci, literáti, politici i bohémové, kteří tu tvořili a diskutovali mezi sebou o aktuálních tématech. (Dörflová, Dyková, 2009).

V současné době je ve spojitosti s politikou často slyšet označení určité skupiny lidí „Pražskou kavárnou“. Termín Pražská kavárna v tomto smyslu označuje lidi z celé České republiky, intelektuály, kteří veřejně diskutují o politických problémech. Možná z toho důvodu, že dříve k těmto diskuzím docházelo právě v prostředí kaváren, se dnes vydralo na povrch toto slovní spojení, přestože už jsou tyto diskuse spíše otázkou sociálních sítí.

2.3 Pití kávy v České společnosti

Heřman Černín z Chudenic a Kryštof Harant z Polžic a Bezdruzic byli pravděpodobně úplně první Češi, kteří okusili kávu během svých cest do Cařihradu. Poznali tak koncem 16. století, jak oblíbený nápoj káva je u Arabů a Turků. Trvalo ale velice dlouhou dobu, než se z pití kávy u nás stala tradice a zvyk, nejen kvůli její vysoké ceně. (Čerstvá káva.cz)

Káva a kavárny se u nás nejvíce rozšířily v období První republiky. Káva se začala stávat symbolem nového životního stylu. Během druhé světové války však přišel velký úpadek a místo kávy se prodávaly kávové náhražky jako je cikorka nebo melta. Po válce byly soukromé pražírny znárodněny a většina prvorepublikových kaváren byla zrušena. Kávy i kávovarů byl nedostatek a ty které byly, byly drahé. Proto se do obliby mnoha lidí dostal tzv. „turek“. Byl to nejlevnější způsob přípravy kávy. Přestože je dnes situace odlišná a káva se stala dostupnou široké veřejnosti, stále existuje mnoho příznivců turecké kávy. (Čerstvá káva.cz, b)

2.3.1 Počátky českých kaváren, brněnské prvenství a tradice pražských kaváren

Karel Altman (1993) uvádí, že první kavárnu na našem území založil v Brně Turek Achmat v roce 1702. Počátek kaváren v českých zemích tedy přišel už před více než třemi sty lety. Karel Hašek ve svém článku užívá výstižné přirovnání, že „*dnešní kavárny se těm prvorepublikovým podobají asi tolik, co cikorka espresso*“ (2008). Kavárna nikdy nebyla místem, kde by se pouze popíjela a ochutnávala káva.

Trvalo několik desítek let, než se káva rozšířila do Prahy a zbytku republiky. Až počátkem 18. století, kdy byla káva v Evropě rozšířena a hojně vznikaly nové kavárny, založil roku 1714 první kavárnu v Praze Armén Deodat (Polák, 1936). Na našem území káva lidem moc nechutnala a pili ji převážně bohatí měšťané, kteří si ji mohli dovolit, protože byla velice drahou záležitostí. Zprvu se káva kvůli své hořké chuti prodávala pouze v lékárnách jako žaludeční lék. Postupem času se s kávou seznámilo i služebnictvo, a tak se káva dostala mezi obyčejné lidi. Brzy začaly vznikat další kavárny a některé z nich fungují v Praze dodnes. Za zmínku určitě stojí Café Restaurant Louvre na Národní třídě, kavárna Slavia nacházející se proti Národnímu divadlu nebo Kavárna Savoy též v blízkosti Národního divadla. Poslední uvedená

kavárna Savoy je proslavená prý nejkrásnějším stropem z 2. poloviny 19. století. (Čerstvá káva.cz, b)

2.4 Zvířecí, nebo jinak zvláštní kavárny

To, že existují hudební kavárny, literární kavárny, internetové kavárny a podobně specializované kavárny bylo zmíněno výše. V této kapitole si představíme o něco exotičtěji zaměřené podniky, především právě kavárny. Zvířecí kavárny spojují požitek z kávy s přítomností živých zvířat. Především v Japonsku je trend kaváren se zvířaty velice oblíbený a je jich zde nejvíce v nejrůznějších podobách. Zvířecí kavárny se liší především ve formě placení – v kavárnách tohoto typu se neplatí za to, co konzumujete, nýbrž za množství času zde stráveného. (Animal cafes, 2015)

2.4.1 Ptačí kavárny

První kategorií zvířecích kaváren jsou ptačí kavárny. V těchto kavárnách jsou nejčastěji k vidění sovy, korely nebo různé druhy papoušků. Existují však i kavárny s dravci. V Japonsku je ptačích kaváren asi kolem dvaceti a každá je jiná. V jedné jsou ptáci umístěni v klecích, ve druhé je velká voliéra, tudíž je možné na ně pouze koukat, ve třetí dostanete k nápoji na ruku sovičku, kterou si vyberete.

Ptačí kavárny nevznikají jen v tisíce kilometrů vzdáleném Japonsku. Nejbližší ptačí kavárna, kde žije šest sov, z nichž dle majitelů má každá jinou povahu a během své návštěvy se můžete se všemi seznámit, pohladit si je i je z ruky nakrmit, se nachází v Rusku, v Moskvě. Nese název Owl House a jak uvádějí na svých internetových stránkách, je možné zde odpočívat, pracovat, poznat z blízka sovy, se kterými se člověk běžně nedostane do tak blízkého kontaktu, nebo si zahrát nějakou z deskových her volně k zapůjčení. (Owldom.ru)

Tyto kavárny jsou jedny z nejkontroverznějších především proto, že sovy nebo dravci nejsou běžní mazlíčci a po skončení kavárny je složité umístění těchto ptáků.

2.4.2 Psí kavárny

Psí kavárny, jak už název napovídá, jsou kavárny, ve kterých se u kávy můžete pomazlit se psy. Ve většině těchto kaváren je kolem deseti psů spíše menších plemen. V psí kavárně Dog Heart from Aquamarine v Tokiu je v současnosti šestnáct psů – trpasličí pudlové, biglové a jeden zlatý retrívr. Nabízejí i možnost „pronájmu“ psa, kterého si vyberete a můžete s ním jít do blízkého parku na procházku, jinak je možné s v určené místnosti za vrátky hrát se všemi členy

psího personálu. (Dog-Heart.ico.bz) Za vrátky je klasická kavárna, kde si můžete bez zvířat vychutnat nápoj. Psí kavárny jsou poměrně hlučné, neboť psí obyvatelé často štěkají.

Psí kavárny nejsou jen záležitostí Japonska, psí kavárny existují například i ve Spojených státech amerických. V Los Angeles se nachází dokonce umístovací psí kavárna s názvem The Dog Cafe, ze které si tedy můžete odnést psího mazlíčka domů. (TheDogCafela.com)

2.4.4 Mnoha-druhové kavárny

V Japonsku posunuli fenomén zvířecích kaváren daleko za hranice představitelného a v dnešní době zde fungují kavárny s mnoha živočišnými druhy najednou. Lze říci, že jsou to takové minizoo.

Vhodným příkladem může být Moff Animal Cafe v Tsukubě. Nutno na začátek podotknout, že tato kavárna je jedním z menších mnoha-druhových podniků. V kočičí herně se nachází asi dvanáct koček, mají tu voliéru se sovami různých velikostí a jinými dravými ptáky. Další místnost je určena drobným zvířatům a zde je možné vidět morčata, králíky, činčily, ježky, leguána, malá kuřátka, želvy, papoušky, kteří sedávají návštěvníkům na ramenou a spoustu dalších. U personálu je možné si zakoupit krmení pro jednotlivé druhy a nakrmit je. Obsluha také zodpoví veškeré otázky a pomůže s neodbytnými papoušky. Je zde dostatek míst k sezení a knihy s časopisy o zvířatech. (Moff-cafe.jp)

Výčet zvířat však není u konce, v těchto kavárnách lze nalézt téměř každé zvíře, na které si člověk vzpomene – tučňáky, vydry, kohouty, kozy, pásovce apod.

Podobný typ kavárny se nachází i v maďarském hlavním městě, Budapešti. Je to první kavárna svého druhu v Evropě, byla založena roku 2014, jmenuje se Zoo Cafe a žije v ní šedesát pět zvířat dvaceti druhů včetně tukana, tarantule, chameleona nebo papouška kakadu. (Zoocafe.hu)

Je na pováženou, zda se tyto podniky dají ještě nazvat zvířecími kavárnami, poněvadž přestávají být kavárnou a začínají se stávat zábavními parky se zvířaty, pro které zde nemusejí být ideální podmínky.

2.4.5 Jiné zvířecí kavárny

Hadí kavárnu Tokyo Snake center obývá třicet pět hadů dvaceti různých druhů z celého světa a žádný z nich není jedovatý. Lidé se sem chodí na hady dívat, ale je možné si každého hada i

vzít do rukou a seznámit se s ním. Mnoho návštěvníků sem jde překonat svůj strach z hadů. (Snakecenter.jp)

V Severní Koreji je možné navštívit kavárnu Thanks Nature Cafe založenou v roce 2011, kde dělají návštěvníkům společnost dvě ovečky. Podle jejich facebookových stránek je během letních měsíců ale bere majitel kavárny zpět na farmu, aby se v kavárně netrápily horkem. Ideální čas pro návštěvu této kavárny je tedy podzim a zima. (TNcafe)

Jak je vidět, v dnešní době už je možné si založit podnik téměř s jakýmikoli zvířaty. Nejdůležitější je, aby výdělek nebyl důležitější než zvířata.

2.4.6 Jsou zvířecí kavárny kruté?

Carey Finn ve svém článku (2019) na portálu tokyocheapo.com předkládá druhý, a to protichůdný pohled na zvířecí kavárny, konkrétně na ty japonské, ovšem lze to vztáhnout na tyto kavárny po celém světě. V Japonsku ve velkoměstech je velký problém mít domácího mazlíčka. Právě z toho důvodu se v roce 2004 rozpoutal obrovský boom zvířecích kaváren, kam si lidi mohou zajít pohladit a pochovat, případně nakrmit nebo jen pozorovat živá zvířata.

Autor článku upozorňuje na fakt, že ne ve všech zvířecích kavárnách je o zvířata dobře postaráno. Bohužel jde v mnoha zvířecích kavárnách především o zisky a na zvířata už se nedostává. Dochází k obviněním ze sedace¹, nedostatku veterinární péče včetně toho, že mnohá zvířata nejsou kastrována, z narušování přirozeného spánkového cyklu, chronického stresu apod. Některé kavárny jsou ze strany úřadů zavírány kvůli nevhodným podmínkám pro zvířata a porušováním zákonů. Po zavření těchto podniků nastávají problémy s umístěním zvířecích obyvatel.

Finn v textu apeluje na návštěvníky těchto kaváren, aby měli oči na stopkách a v případě jakýchkoli pochybností o vhodném zacházení ke zvířatům informovali příslušné úřady.

Na závěr je zapotřebí podotknout, že ne všechny tyto kavárny jsou problematické, pouze je třeba se nad touto problematikou zamyslet. Pokud není chod kavárny v souladu s místními zvířecími obyvateli, neměla by taková kavárna být v provozu.

¹ Utlumení zvířat za pomoci farmakologických prostředků

3. Kočičí kavárny

Předchozí kapitoly představily vztah mezi kočkami a lidmi i prostředí kaváren, jejich vývoj a byly zde zmíněny zvláštnosti kolem této formy pohostinství. V následujících řádkách se tyto dvě velké kapitoly spojí a tím odpoví na otázku, co to jsou kočičí kavárny.

Kočičí kavárny jsou tedy místem, kde je káva a klid spojená s kočičí přítomností. V dnešní době existují po celém světě a dělají radost všem milovníkům koček. Kočičí kavárny všude po světě mají různou podobu a různá pravidla. V některých kavárnách je stanovená cena za strávenou hodinu, v některých kavárnách automaticky přičítají určitou částku k účtu, tzv. kočičí couvert. Zpravidla jsou ale kočičí kavárny místem, kde naleznou domov kočky z útulků, týrané kočky a kočky žijící na ulici. Dostanou zde potřebnou veterinární péči i dostatek pozornosti. Z některých kočičích kaváren je dokonce možné si kočku adoptovat.

3.1 Historie, kočičí kavárny v zahraničí

První kočičí kavárna na světě vznikla roku 1998 na Taiwanu ve městě Taipei a funguje dodnes, což je zjevné i z jejich facebookových stránek Nekocafe1998. Je o ní informováno v internetovém průvodci po Taipei (Taipei expat, 2018) pod názvem Kitten Coffee Garden, její název se však v průběhu let již několikrát změnil. Před rokem měli v této kavárně dvanáct koček, dva psi a jednoho ptáka. (Nekocafe1998)

Tato kavárna se těšila velkému úspěchu především u Japonců a v roce 2004 vznikla druhá kočičí kavárna v japonské Osace. Jmenuje se Neko no Jikan, což v překladu znamená čas koček. Neko no Jikan je také stále v provozu a majitel poskytuje možnost rezervace soukromého domu s libovolným počtem koček. (Nekonojikan.com)

Během pár let se tento fenomén rozšířil po vzoru Japonska takřka po celém světě.

3.2 Současnost

Jak bylo zmíněno výše, kočičí kavárny v dnešní době existují po celém světě. V Asii existují mimo Japonska a Taiwanu i například v Singapuru nebo v Thajsku. Kočičí kavárnu můžeme navštívit i v Americe, Kanadě a Mexiku. Kávu za přítomnosti koček si vychutnáme také v Austrálii a na Novém Zélandu. Co se týče Evropy, kavárny tohoto typu nalezneme téměř v každém státě.

3.3 Kočičí kavárny v ČR

Po červenci roku 2014, kdy vznikla v Karlových Varech první kočičí kavárna Cat's cafe, se tento fenomén po celé České republice rychle rozšířil. V říjnu téhož roku vznikla kavárna tohoto typu Praze, Kočkáfé Freya, o které bude řeč později.

V současnosti je kočičími kavárnami pokryta téměř celá Česká republika. Tyto kavárny jsou v Praze hned čtyři, v Brně a v Ostravě tři, dvě jsou v Kroměříži, po jedné jsou v Ústí nad Labem, Žďáru nad Sázavou, v Pardubicích je kočičí kavárna Pohoda, v Českých Budějovicích je kavárna Bystrokočko, Táboře, Plzni, Písku, Opavě, Olomouci, Kladně.

Spousta kočičích kaváren, které u nás vznikly už taky do dneška zanikly, je to například první vzniklá kočičí kavárna Cat's café v Karlových Varech, nebo kočičí kavárna Artičok v Hradci Králové. Kavárna Artičok musela skončit teprve nedávno kvůli bezohlednosti zákazníků vůči místním kočkám.²

Následující text se blíže zaměří na konkrétní kočičí kavárny, které mnou byly navštíveny, nebo byl dělán rozhovor s jejich majiteli a je možné k nim přispět vlastními poznatky a zkušenostmi.

3.3.1 Kavárna kočičí

Kavárna kočičí sídlí na Pražském Karlíně a je jednou z nejznámějších kočičích kaváren v Praze, což se potvrdilo i v mnoha zodpovězených dotaznících, které jsem rozdávala v konkurenční pražské kavárně. Byla založena koncem roku 2014 a jak je napsáno na jejich stránkách a sociálních sítích, zaměřuje se především na dospělé zákazníky, kteří si potřebují po práci odpočinout ve společnosti koček. Děti tu zde tedy vítány nejsou. Ke každé objednávce je zde přičten tzv. kočičí couvert, který činí 25 Kč a jde přímo na výdaje spojené s kočkami. Kavárna je dvoupatrová, ale i přesto si zde bez rezervace zákazníci hledají místo jen těžko. V současné době obývá prostory 10 koček, které jsou nalezené, z útulků nebo dříve týrané a zde našly nový domov.

3.3.2 Social point

Kočičí kavárna Social point není klasickou kočičí kavárnou tak, jak je známe. V této kavárně, která se nachází v Praze blízko Palackého náměstí, se platí za každou hodinu zde strávenou. Hodinová taxa zde momentálně činí 80 korun. V ceně je zahrnuta káva nebo čaj a dva muffiny nebo jiné volně dostupné občerstvení. Není zde klasická obsluha. Zákazníci zde mohou hrát

² Vlastní výzkum, rozhovor s již bývalou majitelkou kavárny Artičok

deskové či konzolové hry, koukat na filmy, pracovat na počítači nebo jen na gauči posedět a popovídat si s přáteli. To všechno samozřejmě za přítomnosti koček, které jsou převážně z útulku.

3.3.3 Kočičí kavárna Pohoda

Kočičí kavárna Pohoda je jednou z kaváren, kde jsem měla příležitost si promluvit s paní majitelkou. Ta se se svým manželem rozhodla v roce 2016 založit v Pardubicích vlastní podnik, ve kterém mohou žít kočky z místního depozita. S tímto depozitem majitelé úzce spolupracují a vlastně všechny kočky, které zde uvidíte, pochází právě odtud. Jako jedna z mála kaváren u nás poskytují kočkám adopci. Funguje to ale jen částečně, kavárna má své kočky, které zde dožijí a jednou za čas si do kavárny vezmou mladší kočku z depozita, které hledají nový domov. Prostor je to otevřený a příjemný, laděný do dřevěného stylu. I zde se ke každé objednávce přičítá kočičí couvert, avšak na rozdíl od Kavárny Kočičí zde činí pouhých 5 korun. Pohodu často navštěvují i stacionáře a domovy seniorů, jejichž klienti si chodí hladit a chovat kočky. Funguje zde tedy i neoficiální felinoterapie, což byl původní záměr obou majitelů. Součástí kavárny je malá výloha s dárkovými předměty, které si může každý zákazník koupit a tím přispět na kočky v kavárně i v depozitu. Dnes je kočičí kavárna Pohoda jedinou kočičí kavárnou ve východních Čechách.³

3.3.4 Kočičí Pelíšek

Brněnský kočičí Pelíšek je vůbec první umístovací kočičí kavárnou u nás. Vlastní ji mladý pár milující kočky a kávu. Svou kočičí kavárnu založili v dubnu 2016 a první adopce zde proběhla během pár dní. Do roka adoptovali sto koček a dvoustá adopce proběhla v lednu 2018.

V kavárně bývá dle slov majitelů mezi šesti a deseti kočkami, které hledají nový domov. Pokud si odtud nechcete odnést chlupatý dáreček, můžete si v jejich přítomnosti dát výbornou kávu nebo zákusek.

Kočičí Pelíšek intenzivně spolupracuje s útlkem Opuštěné kočičí tlapky, pro který pořádají pravidelné akce a výtěžek z nich putuje právě na kočky z tohoto útulku. Všechny kočky, jejichž společnost těší návštěvníky Pelíšku, pocházejí právě odtud. (Motlová, 2017)

3.4 Kočkafé Freya

Kočkafé Freya je první kočičí kavárna v Praze a sídlí na Žižkově. V této kavárně byl prováděn hlavní výzkum pro vypracování této práce a byla mi na několik měsíců druhým domovem.

³ Vlastní výzkum, rozhovor s majitelkou kočičí kavárny Pohoda

Vykonávala jsem zde totiž i odbornou praxi, tudíž jsem se zapojila do každodenního chodu této kavárny.

3.4.1 Kočky v Kočkafé

Tato kavárna není umístovací, tudíž zde všechny kočičky i dožijí. V současné době bydlí v kavárně devět koček. Oliver, Zrzinka, Nox, Minnie, Keliška, Terinka, Muffin, Bořivoj a Matýsek. Každá z koček je něčím specifická, a i když jsou si některé vzhledově podobné, podle chování jdou rozeznat velice snadno. Oliver je například specifický tím, že lehá lidem na ramenu a za krkem, tam to má nejraději. Zrzinka byla pojmenovaná díky její barvě srsti, a protože byla dříve týraná, tak přišla o jedno oko a na druhé je skoro slepá, tudíž je potřeba na ní jít opatrně a pokud si s ní zákazníci chtějí hrát, tak si musejí vzít hračku s rolničkou. Nox i Minnie jsou oba černí, ale Nox má bílou náprsenku, a tak je od sebe lze poznat. Keliška je nejchlupatější kočkou v Kočkafé. Povahově je přesně taková, jak si lidé představují kočky. Když jí hladíte a ona si to nepřeje, nebojí se to dát najevo. Pokud ale má náladu, vydrží ležet a nechá se hýčkat klidně celé odpoledne. Terinka je zase specifická svými bílými ponožkami a větším bříškem. Mnozí návštěvníci si myslí, že je březí, ale není – je kastrovaná stejně jako ostatní kočky v kavárně. Je to též obrovský mazel, ale na břicho se jí sahat nesmí. Bořivoj přišel ke svému jménu podle ulice kde Kočkafé sídlí, Bořivojova, kde byl Bořík nalezen. Jako nalezení mu byla poskytnuta veterinární vyšetření, netrvalo dlouho a po několika dnech už byl součástí kavárenské smečky. Nyní je to zvěděvec, který leze kam nemá. Nejraději se nechává drbat opravdu silou. Když už si člověk myslí, že ho to musí bolet, tak teprve potom to je ono. Matýsek je kocourek paní majitelky, která ho do kavárny vzala, aby nebyl doma celé dny sám. Většinu času tráví v zázemí, kde mají kočky pelechy a klid. Muffin, poslední kocourek, je vzhledem velice podobný Oliverovi, akorát je mnohem plašší, drží se zpátky a chce to čas, než si někoho oblíbí.

Každá z místních koček je charakterizována v tzv. Kočičí knize, která se nachází na každém stolku. Jsou v ní pravidla návštěvy kočičí kavárny a za nimi je každá dvoustrana věnována jednotlivým kočičkám.

3.4.2 Prostor v Kočkafé Freya

Prostor je to přiměřeně velký, najednou se sem vejde až třicet zákazníků. Do kavárny se vchází přes dvoje dveře, první klasické a druhé jsou lítačky jako pojistka, aby kočky neutekly. Za lítačkami už je prosvětlená místnost, kde je pohovka, stolky se židlemi, kočičí škrabadla, prolézačky i bar a neopomenutelná lednice s všemožnými slanými i sladkými zákusky. Bar

nacházející se po levé straně je zajištěn sítí, aby se tam kočky nedostaly, neboť se tam připravuje jídlo a pití. Za barem je vchod do druhé, menší a tmavší místnosti, kde jsou ještě dva stoly a další velká pohovka, kde je možné si hrát se zvířaty. Na tomto gauči většinou spí Terinka. V této místnosti si mohou zákazníci prohlédnout velkou knihovnu, ze které je možné si vybrat jakoukoli knihu a symbolickou částkou přispět na útulek, se kterým Kočkafé spolupracuje. Po důkladném prohlédnutí místnosti si lze všimnout, že za velkým škrabadlem jsou ještě jedny dveře a v nich je otvor. Tím otvorem kočky procházejí do zadní místnosti, jenž je pouze jejich. Mají zde kočičí toalety, misky s jídlem a vodou i pelíšky a mohou se zde schovat, pokud již nechtějí být v lidské společnosti. Tato místnost je z hygienických důvodů odvětrávána.

3.4.3 Spolupráce Kočkafé

Kavárna Kočkafé spolupracuje s různými zařízeními. Hlavním partnerem Kočkafé je útulek Srdcem pro kočky sídlící ve Vrbičanech. Pořádají společně charitativní bazary a různé akce, v kavárně jsou rozmístěné různé dárkové předměty a již výše zmíněná knihovna a všechny tyto výdaje pomáhají kočkám právě z útulku Srdcem pro kočky. Zároveň tato spolupráce funguje jako oboustranná propagace.

Majitelka Kočkafé poskytuje i jiné než pohostinské služby, a to Zásilkovnu. Každý den kolem jedné hodiny přiváží kurýr balíky. Tato spolupráce přivádí do kavárny nové lidi a tím pádem potenciální zákazníky.

4. Výzkumné šetření

Praktická část se zabývá představami majitelů kočičích kaváren o důvodech zákazníků k návštěvě jejich podniku a proti tomu stojícími zákazníky, kteří uvedli své důvody pro návštěvu právě kočičí kavárny. Cílem mé práce je prozkoumat a popsat zda, popřípadě jak se tyto důvody protínají. Využito bylo kvalitativního i kvantitativního výzkumného designu. Výzkumným vzorkem mi byli majitelé vybraných kočičích kaváren a zákazníci kočičí kavárny Kočkafé Freya, kteří byli ochotni mi vyplnit dotazník umístěný na každém stole a navštívili kočičí kavárnu mezi 18. dubnem a 30. květnem 2019. Pro získání dat od zákazníků byla zvolena metoda dotazníkového šetření, která mi správnou formulací otázek poskytla dostatek informací k vyhodnocení výzkumného šetření. Pro získání dat od majitelů kočičích kaváren byla zvolena metoda rozhovoru. K ucelení celkového pohledu na chod a návštěvnost kočičích kaváren jsem využila i metodu zúčastněného pozorování, ze kterého jsem vypracovala terénní deník. Výsledky tohoto šetření mohou mít přínos pro majitele kočičích kaváren jakožto zpětná vazba, proč zákazníci navštěvují kočičí kavárnu.

Téma Fenomén kočičích kaváren jsem si vybrala, protože mi jsou tyto podniky velice blízké. Útulky jsou kočkami přeplněné, a právě kočičí kavárny jsou dle mého názoru ideální formou, jak jim ulevit a pomoci tak hned několika kočkám najít společný domov a ze strany zákazníků i přízeň, pohlazení. Jak bylo poznamenáno v kapitole 4 o kočičích kavárnách, existují i umístovací kočičí kavárny, ze kterých si zákazníci mohou kočku adoptovat, tudíž i mnohdy pomáhají kočičím obyvatelům najít nový domov.

Z druhé strany jde samozřejmě o byznys s živými tvory, avšak je třeba podotknout, že kočky tím, alespoň v ČR, nijak netrpí, mají možnost kdykoli odejít do oddělené místnosti, kde mají klid a je u nich zajištěná veškerá péče včetně té veterinární.

Cílem mého výzkumu je zjistit, zda kočičí kavárny navštěvují pouze milovníci koček s cílem mazlit se s kočkami a být v jejich přítomnosti, nebo zda se najdou i lidé, kterým jsou zvířata lhostejná a jdou posedět na kávu, či pracovat. Z pohledu majitelů bylo mým cílem zjistit, jak vidí své zákazníky, zda je to určitá skupinka lidí a jak svou kavárnu propagují.

4.1 Metodologie

4.1.1 Cíle výzkumu

Výzkum je zaměřen na motivace zákazníků k návštěvě kočičí kavárny. Cílem mé práce je zjistit, jaké důvody zákazníci uvádějí a jak se to protíná s domněnkami majitelů kočičích kaváren. Dále jsem se zajímala o to, jak majitelé svou kavárnu propagují, aby se o nich mohli zákazníci dozvědět a jak se o nich zákazníci opravdu dozvídají.

4.1.2 Stanovení výzkumné otázky

1) Jaké jsou představy provozovatelů o motivaci zákazníků navštěvovat kočičí kavárnu?

2) Jaké důvody pro návštěvu kočičích kaváren uvádějí zákazníci?

(Zde předpokládám, že mezi představami provozovatelů a uvedenými důvody zákazníkyně bude jistá podobnost, ale mohou se i rapidně lišit.)

4.1.3 Metoda sběru dat

Ve své práci jsem využila kvalitativního i kvantitativního výzkumu.

V kvalitativním výzkumu jsem zvolila metodu polostrukturovaného rozhovoru, který jsem vedla s majiteli kočičích kaváren v Praze a v Brně. Měla jsem připravené otázky včetně doplňujících, abych se z rozhovoru dozvěděla potřebné informace.

V kvantitativním výzkumu jsem zvolila metodu dotazníkového šetření v elektronické podobě, který vyplnili nahodile vybraní zákazníci kočičí kavárny Kočkáfé Freya. V dotazníku jsem využila čtyři uzavřené otázky s jednou možnou odpovědí, v jedné otázce bylo možné zvolit více možností a zbylých 6 otázek bylo otevřených s volným polem odpovědi.

4.1.4 Charakteristika výzkumného souboru

Výzkumným souborem kvantitativního výzkumu byli nahodile vybraní muži i ženy, kteří navštívili kočičí kavárnu Kočkáfé Freya v době mezi 18. dubnem a 30. květnem 2019. Celkový počet respondentů je 131, ale kvůli nezařaditelným odpovědím nelze jeden dotazník pro potřeby výzkumu využít, tudíž byl vyřazen. Data byla sesbírána za pomoci vyrobených kartiček s QR kódem, které byly rozmístěné na stolech již zmíněné kavárny. QR kód odkazoval na internetový dotazník vytvořený na stránce Google dokumenty (docs.google.com). Dotazníky byly dva, jeden český a druhý anglický, neboť tuto kavárnu navštěvuje mnoho cizinců. Obsahově byly ale totožné, proto jsou zpracovány dohromady.

Výzkumný soubor pro kvalitativní výzkum byli majitelé kočičích kaváren, konkrétně kočičí kavárny Kočkafé Freya, kde byl dělán hlavní výzkum a doplněn byl o rozhovory s majiteli kočičí kavárny Pohoda v Pardubicích, Envi café a Pelíšek v Brně.

4.2 Realizace výzkumného šetření

4.2.1 Sběr dat

Sběr dat v kvantitativním výzkumu proběhl dotazníkovým šetřením na jaře roku 2019, kterým jsem získala 131 zodpovězených dotazníků. Dotazníky vyplňovali muži i ženy navštěvující kočičí kavárnu Kočkafé Freya. Dotazníky byly formou kartiček s QR kódem umístěných na stolech této kavárny, tudíž je mohl vyplnit každý, koho zaujaly.

Sběr dat v kvalitativním výzkumu proběhl formou polostrukturovaných rozhovorů též na jaře 2019, kterým jsem získala tři rozhovory s majiteli kočičích kaváren. Tyto rozhovory byly nahrávané.

Výsledky dotazníků byly mnou zaznamenány do záznamového archu, který jsem vytvořila na základě dotazníkových otázek⁴. Při přepisování dat do záznamového archu bylo nutné vyřadit jeden z dotazníků kvůli nevhodným odpovědím a nebylo by možné s ním dále pracovat. Výsledné hodnoty byly sečteny a na jejich základě byly vytvořeny grafy v procentech.

4.3 Vyhodnocení výsledků dotazníků

Následující kapitoly představují různé kategorie otázek, na které byli dotázáni zákazníci kočičích kaváren. Výsledky dotazníků jsou porovnány s rozhovory, které byly prováděny s majiteli kočičích kaváren.

4.3.1 Proč navštívit kočičí kavárnu?

Z dotazníků u otázek 2 a 7 jasně vyplývá, že většina lidí jde do kočičí kavárny cíleně za přítomností koček, aby si s nimi mohli pohrát, pomazlit se apod. V tabulkách 1 a 2 lze vidět četnost odpovědí na dvě z otázek, které se týkají obdobné problematiky. Počty odpovědí se u obou otázek liší, neboť obě tyto otázky byly otevřené a mnoho lidí odpovědělo výčtem důvodů. Pro potřeby tohoto výzkumu bylo zapotřebí sečíst všechny dílčí odpovědi, aby bylo zřejmé, co je tím nejčastějším důvodem pro to navštívit kočičí kavárnu a znovu se sem vracet.

⁴ Viz. Příloha 1

Tabulka 1 k otázce č. 2:

Proč jste se rozhodl/a navštívit právě kočičí kavárnu, a ne běžnou kavárnu?

Tabulka 1

Možnosti	Počet odp.	Počet v %
Kočky	94	61 %
Zvědavost	22	14 %
Káva	10	6 %
Jiné	8	5 %
Prostředí	6	4 %
Schůzka	6	4 %
Atmosféra	4	3 %
Odpočinek	4	3 %
Celkový součet	154	100 %

Tabulka 2 k otázce č. 7:

Z jakého důvodu byste navštívil/a kočičí kavárnu znovu?

Tabulka 2

Možnosti	Počet odp.	Počet v %
Kočky	76	44 %
Atmosféra, prostředí	38	22 %
Jiné	18	10 %
Klid, odpočinek, odbourání stresu	16	9 %
Káva	12	7 %
Nenavštívil	8	5 %
Zážitek	4	2 %
Celkový součet	172	100 %

Zákazníci uvádějí též konkrétní odpovědi jako:

„Mám ráda tu klidnou a pohodovou atmosféru, ráda se s kočičkami pomazlím a odpočinu si u nich.“, „Kvůli mazlení.“, „Protože jsem milovnice koček a chtěla jsem navštěvovat kavárnu, kde bude příjemná atmosféra. Navíc kvůli cestování nemůžu mít kočičku doma, tak kočičí kavárna je pro mě nejlepší možná verze.“, „Protože si ráda hraji s kočkami; protože kočky mají nepředvídatelný charakter, jsou nezávislé a vždy je legrace si s nimi hrát... nebo se o to alespoň pokusit.“ a podobně.

Během rozhovoru s majitelkou Kočkafé Freya došlo na otázku související se zmíněnými otázkami v dotazníku, a to:

Autorka: „Vypozorovala jste přímo cílovou skupinu lidí, který sem chodí?“

Majitelka Kočkafé Freya: „To je strašně těžký, protože není. Já si myslím, že není. Samozřejmě jediný, jak se to dá charakterizovat, tak je to, že teda jsou to lidi, kteří mají rádi kočky. (smích) Ale tady potom to rozpětí je obrovský od třeba turistů a expatů, který nám sem chodí, protože prostě mají doma kočičku, která jim na cestách chybí, přes důchodkyně, která nám chodí prostě na kafička pomazlit se s kočičkama, protože mají pocit, že ty tři, co mají doma je málo (smích). Po třeba maminky s dětma, který sem chodí na kočičky koukat nebo se pomazlit, když to jde. Máme tady třeba úplně krásný jsou randička, samozřejmě když chlapa napadne vzít slečnu na rande do kočičí kavárny, tak to bývá taky moc hezký. Máme tady různý třeba setkávání i pracovní, byznysový schůzky, protože tady máme klid a v podstatě přístup na internet a všechno, co ty lidi potřebují k tomu, aby tady třeba mohli půl dne sedět a pracovat a v tom prostředí, kde vedle sebe mají kočičku třeba se jim to dělá dobře a tak. A máme lidi, který přijdou z práce jenom tak si odpočinout, přečíst si knížku s kočkou na klíně a tak podobně. Takže opravdu jakoby to rozpětí je obrovský a jediný předpoklad, který k tomu je potřeba, je to, aby to byli lidi, kterým se dobře ve společnosti koček, ale těch je strašně moc.“

Z rozhovoru tedy můžeme vyčíst, že kočičí kavárnu navštěvuje široké spektrum lidí. Dle majitelky, která v kavárně tráví celé dny, sem chodí lidé především kvůli kočkám, ať už je pozorovat, nebo se pomazlit. Někdo si sem chodí popovídat, číst knížku, pracovat, nebo na osobní schůzky. Velkou část návštěvníků tvoří turisté.

Pro porovnání jsem dělala rozhovory i v kočičí kavárně Pohoda a v Envi café:

Autorka: „Kdo jsou Vaši zákazníci? Existuje určitý typ lidí, kteří Vaši kavárnu navštěvují?“

Majitelka Envi Café: „Do mé kavárny chodí opravdu široká škála hostů. Od maminek s dětmi, přes studenty i seniory až po právníky, kteří sem zaskočí na obchodní schůzku. U nás se hostům líbí, že máme kočičky z útulku a útulkům i nadále pomáháme a podporujeme jejich akce, ale také to, že tu jsou kočičky na stálo, neprožívají stres z přemísťování a jsou mazlivé a kontaktní. Hosté si hodně chválí i přátelskou domácí atmosféru, která tu panuje.“

Autorka: „Chtěla bych se zeptat, kdo jsou Vaši zákazníci? Máte nějaké typy těch zákazníků, který sem k vám chodí?“

Majitelka kočičí kavárny Pohoda: „No abych pravdu řekla, tak je to napříč úplně celým věkovým spektrem. Chodí sem jak rodiny s malými dětmi, tam se to teda musí hodně hlídat, protože samozřejmě je to všechno o výchově těch dětí, ale musí se hlídat prostě aby ty děcka těm kočičkám nějakým způsobem neublížili, aniž si to uvědomují. No a jinak sem chodí vlastně říkám – přes studenty, střední třída, až po seniory, protože zase tyhle ty lidi mají víc času a chodí se sem s těma kočičkama třeba i pomazlit. K nám chodí i ze stacionářů, nebo z domovů důchodců. Lidi prostě který ty zvířata mají rádi a dělá jim dobře, že prostě vezmete nějakou kočku, která je schopná a je taková poddajnější, jako je třeba tady Adam, a dáte jim tu kočku do náruče že jo, tak vidíte prostě to nadšení. Ty lidi jsou rádi no.

Z obou rozhovorů je zřejmé, že si do kočičích kaváren dle jejich majitelů chodí lidé odpočinout a užít si klidné posezení u kávy. Ve všech uvedených rozhovorech se opakují podobné typy odpovědí.

Tabulka 3 k otázce č. 5: Za jakým účelem navštěvujete kočičí kavárnu?

Tabulka 3

Možnosti	Počet odp.	Počet v %
Kontakt s kočkami	94	33 %
Odpočinek, klid, relaxace	94	33 %
Občerstvení (dorty, káva, ...)	60	21 %
Schůzka s partnerem, rande	30	11 %
Jiné	6	2 %
Celkový součet	284	100 %

Dalším důvodem, který zákazníci uvádějí, je příjemné, a především klidné prostředí. Odpočinek, klid a relaxace byla v otázce 5 jasná odpověď drtivé většiny respondentů a hned za ním byl kontakt s kočkami. I u této otázky někteří využili možnost odpovědi „jiné“ a zde se objevily odpovědi, že tuto kavárnu navštěvují kvůli milé paní majitelce a povídání s ní. Příklad další odpovědi „jiné“ je „*místo pro drobnou práci mimo pracovní dobu, pokud musím nějak pracovat na dálku z klidného prostředí.*“

4.3.2 Mají všichni zákazníci kočičí kavárny rádi kočky?

U této otázky by se mohlo zdát, že kočičí kavárnu samozřejmě navštěvují milovníci koček. Ne vždy tomu tak ale opravdu je, můžeme se přesvědčit v následující tabulce.

Tabulka 4 k otázce č. 8:

Jaký máte vztah ke kočkám?

Tabulka 4

Možnosti	Počet odp.	Počet v %
Pozitivní	110	85 %
Neutrální	16	12 %
Negativní	4	3 %
Celkový součet	130	100 %

Většina, konkrétně 85 % respondentů zodpovědělo, že mají ke kočkám pozitivní vztah, že je mají rádi. Našlo se ale 15 % z dotázaných, kteří mají ke kočkám neutrální vztah, jejich přítomnost jim je lhostejná, a dokonce se našlo i pár lidí, kteří vůbec nemají rádi kočky.

4.3.3 Jak se zákazníci dozvídají o kočičích kavárnách?

Tabulka 5 k otázce č. 1:

Jak jste se dozvěděl/a o existenci kočičích kaváren?

Tabulka 5

Možnosti	Počet odp.	Počet v %
Kamarádi/známí	50	38 %
Sociální sítě	34	26 %
Internet (webové stránky)	28	22 %
Šel/šla jsem kolem	8	6 %
Bydlím v blízkosti	6	5 %
Jiné	4	3 %
Celkový součet	130	100 %

Zákazníci kočičích kaváren se nejčastěji dozvídají o jejich existenci skrze dobré reference od svých přátel a známých. Těchto zákazníků je 38 %. Druhou položkou je seznámení se s kočičími kavárnami skrze sociální sítě. A poslední odpovědi přesahující hranici 20 % jsou internetové stránky. Další odpovědi, které lze v tabulce vidět jsou šel/šla jsem kolem a bydlím v blízkosti, které byly zodpovězené do kategorie „jiné“, ale opakovaly se. V tabulce v kategorii jiné byly odpovědi jako: „Na VŠ přednášce, jako příklad investičního projektu na úzkou cílovou skupinu“ a „náhodou“.

S touto otázkou souvisejí i odpovědi na otázku č. 3.

Tabulka 6 k otázce č. 3:

Proč jste si vybral/a tuto konkrétní kavárnu?

Tabulka 6

Možnosti	Počet odp.	Počet v %
Šel/šla jsem sem se známým	32	25 %
Bydlím v blízkosti	24	18 %
Recenze	20	15 %
Doporučil mi ji známý	20	15 %
Je jediná, kterou znám	14	11 %
Je má oblíbená	8	6 %
Webové stránky	6	5 %
Šel/šla jsem okolo	6	5 %
Celkový součet	130	100 %

Tato otázka se vztahuje pouze ke kavárně Kočkáfé Freya, ale je možné vidět, že se zde určité odpovědi opakují. V této otázce měli respondenti na výběr ze tří možností a kategorie jiné.⁵ Kategorie jiné byla hojně využívána a všechny odpovědi se opakovaly alespoň třikrát. Nejčastější odpovědí v této kategorii bylo „Bydlím v blízkosti“ a to především u turistů. Jinak z tabulky opět vyplývá, že sem přicházejí zákazníci především se svými známými a podle recenzí na internetu. U recenzí na internetu nejčastěji zmiňují recenze na Google maps a skvěle vypadající dorty na fotkách.

Pro porovnání k této otázce využijí i odpovědi z rozhovorů, kdy byli majitelé kočičích kaváren dotázáni, jak svou kavárnu propagují.

Autorka: Jak se Vaši zákazníci dozvídají o Vaší kavárně?

Majitelka Kočkáfé Freya: No, jelikož kavárna už funguje vlastně pět let, tak my už máme celkem dobře vybudovaný zázemí vlastně jak na Facebooku, tak o něco čerstvěji na Instagramu. Takže na tom Facebooku je mám takový pocit zhruba třináct a půl tisíce lidí, takže to je asi jeden z našich největších nástrojů, samozřejmě spoléháme na to, že se tady někomu prostě líbí a je mu tu příjemně a příště přivede někoho nového, kdo přivede někoho nového, takže na doporučení rozhodně. Spolupracujeme vlastně s některými útulky, takže třeba i oni nějakým způsobem nás pomáhají propagovat a zároveň my je, takže to funguje oboustranně. Trošičku cílíme i na turisty, protože samozřejmě turisty potřebuje každý byznys (smích) tohoto druhu, takže máme reklamy v některých těch tourguidech, v mapách, eventuelně teda

⁵ Viz. Příloha 1

dáváme letáčky třeba k některým provozovatelům Airbnb, do hotelů tady po okolí a tak. Takže i tímhle způsobem.

Odpovědi respondentů a majitelky Kočkafé Freya se protínají hned v několika bodech. Tím hlavním ale je, že propagace kočičí kavárny je nejučinnější přes doporučení spokojených zákazníků, ať už formou recenzí na internetu, tak osobním vyprávěním, kteří danou kavárnu již navštívili. Druhou zásadní formou propagace je aktivita na sociálních sítích a vlastní webové stránky, na kterých budou veškeré potřebné informace pro potenciální návštěvníky.

Autorka: Jak se o Vás dozvídají vaši zákazníci, jakou máte propagaci?

Majitelka kočičí kavárny Pohoda: Je to formou sociálních sítí, samozřejmě především, takže Facebook, webovky, Instagram, prostě všechny tyhle sdělovací prostředky. Já jsem byla i několikrát tady v Českém rozhlasu Pardubice na rozhovoru, byli tady natáčet z televize, takže tak nějak. Samozřejmě to funguje i na té bázi, že prostě přijedou hosté, líbí se jim u nás a ty informace dávají dál. ... Letáčky máme taky, dávali jsme informace i na Infocentrum Pardubice. Takže jak se dá. Na veterině, kam my jezdíme s kočičkami, tak tam je vlastně plakát.

Autorka: Jak se o Vás zákazníci dozvídají? Jak svou kavárnu propagujete?

Majitelka Envi Café: Dozvídají se o nás především z FB a IG stránek, ale také i díky informační podpoře útulků, se kterými kavárna spolupracuje, dále díky občasným akcím na slevových portálech a samozřejmě předáváním dobrého hodnocení kavárny.

Doplňující rozhovory potvrzují, že sociální sítě jsou zásadním elementem v propagaci kočičích kaváren. Prospívá jim i spolupráce s různými kočičími útulky a depozity, pro které pořádají charitativní bazary a jiné akce, z nichž jde výtěžek právě na kočky z těchto zařízení.⁶

4.3.4 Doporučili by zákazníci Kočkafé návštěvu kočičí kavárny?

Tabulka 7 k otázce č. 9:

Doporučil/a byste někomu návštěvu kočičí kavárny? Proč ano/ne?

Tabulka 7

Možnosti	Počet odp.	Počet v %
Ano	114	88 %
Ne	10	8 %
Nevím	6	5 %
Celkový součet	130	100 %

⁶ Vlastní výzkum

Otázka č. 9 byla otevřená a zákazníci měli možnost tedy odpovědět cokoli. 88 % dotázaných by kočičí kavárnu doporučilo. U těchto odpovědí se opakovalo, že by kavárnu určitě doporučili, ovšem za podmínky, že má daný člověk rád kočky. Další opakovanou odpovědí bylo, že kočičí kavárna stojí alespoň za vyzkoušení, neboť je to zajímavá zkušenost. U odpovědí „nevím“ šlo ve všech případech o to, že byli v kočičí kavárně poprvé a dotazník vyplňovali hned po příchodu, tudíž ještě neměli potřebné informace, aby mohli tuto otázku zodpovědět. V odpovědích „ne“ zaznělo, že jim přijde vhodnější klasická kavárna, nebo že je kočičí kavárna opravdu nudná.

4.3.5 Jak často navštěvují respondenti kočičí kavárnu?

Tabulka 8 k otázce č. 4:

Jak často navštěvujete kočičí kavárnu?

Tabulka 8

Možnosti	Počet odp.	Počet v %
Jsem zde poprvé	76	58 %
Méně než 1x měsíčně	28	22 %
1x-3x týdně	14	11 %
1x-3x měsíčně	12	9 %
Celkový součet	130	100 %

Co může být velkým překvapením, je fakt, že více než polovina dotázaných, konkrétně 58 %, bylo v kočičí kavárně úplně poprvé. 22 % respondentů navštěvuje kočičí kavárnu jen výjimečně, pokud mají příležitost. Odpověď že navštěvují kočičí kavárnu 1x-3x týdně zvolilo 11 % lidí a nejméně, 9 % zákazníků navštěvuje kočičí kavárnu 1x-3x měsíčně.

4.3.6 Znají zákazníci Kočkáfé i jiné kočičí kavárny?

Tabulka 9 k otázce č. 6:

Znáte ještě jiné kočičí kavárny? Které?

Tabulka 9

Možnosti	Počet odp.	Počet v %
Neznám	60	46 %
V Praze	32	25 %
Znám, ale nenavštívil jsem je.	18	14 %
V zahraničí	10	8 %
V Brně	8	6 %
V Liberci	2	2 %
Celkový součet	130	100 %

Otázka č. 6 byla jednou z těch, ve kterých měli zákazníci volnou pole na odpověď. 46 % z respondentů nezná jinou kočičí kavárnu, než je Kočkafé Freya a 14 % ví o existenci jiných kočičích kaváren, než je Kočkafé, ale ve své odpovědi zmínili, že je nikdy nenavštívili. Z pražských kočičích kaváren, které zná 25 % respondentů, byla nejčastěji zmiňovaná Kavárna Kočičí na Karlíně, na druhém místě Kočičí kavárna na Smíchově a na třetím Café de Cat na Letné. Kočičí kavárny v zahraničí byly zmiňovány pouze turisty, a to například kočičí kavárna v Bristolu ve Velké Británii, v Polsku ve Varšavě, Gdaňsku, v Bulharském hlavním městě Sofii, v Německu v Mnichově, Hamburku a na Slovensku v Bratislavě. 6 % dotázaných navštívilo kočičí kavárny v Brně, zmíněn by Kočičí Pelíšek a Envi Café. 2 % respondentů zná libereckou kočičí kavárnu.

4.4 Vyhodnocování výsledků rozhovorů

V následujících kapitoly budou podkategoriemi otázek pokládáných pouze majitelům kočičích kaváren. Bude v nich tedy zodpovězeno, proč se rozhodli provozovat kočičí kavárnu, jak to z jejich pohledu funguje a v neposlední řadě také s kým a jak spolupracují.

4.4.1 Proč se majitelé kočičích kaváren rozhodli založit kočičí kavárnu?

Majitelka Kočkafé jako jediná z dotázaných majitelů sama podnik nezakládala, nýbrž se rozhodla podnik po roce a půl jeho existence odkoupit od původní majitelky.

Majitelka Kočkafé Freya: „...v podstatě z ničeho nic mi moje kamarádka přeposlala odkaz z Facebooku, kdy tahle kavárna už existovala, už byla rozjetá rok a půl, byla to jedna z prvních kočičích kaváren v celých Čechách, prý první v Praze“ ... „a vlastně její původní majitelka to už shodou okolností nemohla provozovat, takže se rozhodla kavárnu poslat dál a vlastně tam jsem do hry přišla já, kdy jsem to od ní odkoupila jako už rozjetý podnik a převzala a začala provozovat dál, tak aby se tomu ideálně dařilo stejně nebo ještě lépe než předtím.“

Kavárna Envi Café zase vznikla, protože její majitelka je milovnice zvířat a po tom, co vznikly první kavárny v České republice, se rozhodla si tu svou také založit.

Majitelka Envi Café: „Odmalička miluji zvířata a chtěla jsem mít vždy práci, která mě bude bavit, kam budou lidé chodit rádi a zároveň budu moci být v kontaktu se zvířaty a pomáhat jim. Věděla jsem, že kočičí kavárny existují ve světě, ale bála jsem se českých úřadů. Jakmile se otevřela první kočičí kavárna v Praze na Žižkově, jela jsem se tam podívat, zjistila jsem, že to s úřady není až tak složité a jelikož jsem dříve měla práci, která mě vůbec nebavila, založení první kočičí kavárny v Brně byla jasná volba.“

Majitelka kočičí kavárny Pohoda uvedla pouze to, že mají blízko ke kočkám i k pohostinství, tak se rozhodli to dát dohromady, a tak vznikla jejich kavárna.

Majitelka kočičí kavárny Pohoda: „Vzhledem k tomu, že sami máme kočku doma a vždycky jsme měli blízko k pohostinství, tak jsme to spojili a vymysleli jsme projekt kočičí kavárna Pohoda.“

4.4.2 Co je potřeba k tomu založit si vlastní kavárnu?

Jak plyne z předešlé otázky, toto téma jsem probírala pouze s majitelkami Envi Café a kočičí kavárny Pohoda. Majitelka Envi Café mi na začátek odpověděla, že k založení kočičí kavárny potřebujete odvahu, trpělivost a dostatek energie. Jinak je potřeba plno potvrzení od úřadů – stavebního úřadu, hasičů, hygieny a veterinární správy. Kontroly majitele kočičí kavárny neminou ani po jejím založení, neboť kavárnu průběžně navštěvují z finančního úřadu, BOZP, PO, a ČOI (totéž zaznělo i v rozhovoru s majitelkou Kočkáfé). Majitelka Envi Café považuje za důležité najít správný prostor, neboť je potřeba mít zabezpečený prostor, kde se vyrábí a skladují potraviny, aby se tam nedostaly kočky. Dále je potřeba mít odpočinkové zázemí i prostor s toaletami pro kočky a jako plus své kavárny vidí majitelka Envi Café otevřený a přehledný prostor pro hosty. V rozhovoru ještě zaznělo, že se majitelka ze začátku obávala hygieny, která nakonec prošla bez problémů, avšak kvůli stavebnímu úřadu se kolaudace zdržela o tři měsíce.

V rozhovoru s majitelkou kočičí kavárny Pohoda se o tomto tématu zaznělo, že si byla zjistit v již existujících kočičích kavárnách, jak fungují a co je všechno potřeba. Společně s krajskou hygienickou stanicí zpracovávala projekt ohledně hygieny a stavebních věcí. Stejně jako v předchozím rozhovoru, i zde majitelka uvedla, že byla mile překvapená spoluprací s hygienou, protože v podstatě všechno, co měla vymyšlené, navržené a připravené se nakonec až na drobnosti shodlo s jejich požadavky.

4.4.3 S kým kočičí kavárny spolupracují?

Jak bylo zmíněno v kapitole 3.4.3, Kočkáfé Freya spolupracuje s kočičím útulkem Srdcem pro kočky. Jak bude ještě zmíněno později, tato spolupráce je velmi intenzivní a pořádají společně charitativní akce. Kočky z tohoto útulku jsou v Kočkáfé momentálně dvě. Kočičí kavárna Pohoda spolupracuje s kočičím depozitem, ze kterého pocházejí všechny kočky, které v kavárně uvidíte. Zároveň si jednou za čas berou jednu mladší kočku z depozita navíc, které hledají nový domov. Envi Café spolupracuje s Brněnským Maxem, Útulkem Tibet, Kočkami SOS Hodonín a okrajově i s LuckyCats. Dále spolupracujeme i s agenturou na hlídání

koček Holiday Cats či s kastročnými programy Felity kastruje a KasPro. Podrobněji se majitelka v rozhovoru o těchto spolupracích nezmínila.

4.4.4 Jaké speciální akce se pořádají v kočičích kavárnách?

Akce v kočičích kavárnách bývají nejčastěji charitativního rázu ve spolupráci se zařízeními starajícími se o kočky (útulky, depozita) a tato spolupráce bývá dlouhodobého rázu.

Nejrozmanitější akce pořádá ve své kavárně majitelka Envi Café, i když dle jejích slov už ne tak často, jako dříve. Jsou to akce jako English speaking evening, kde je večer vyhrazený výhradně komunikaci v angličtině, Besedy o výchově i poruchách chování koček, kde se lidé dozví informace o kočičích hotelech, jak zařizovat hlídání pro svou kočku a další témata, konkrétně od první profesionální chůvy v Brně z agentury HolidayCat.cz, nebo například letos od ledna bylo v Envi Café pět sezení o procesu tvůrčího psaní Jak se (ne)stanete spisovatelem.

V kočičí kavárně Pohoda se pravidelně pořádá událost Kočičí Tarot, dvakrát do roka pořádají sbírku pro depozit, kdy lidé mohou do kavárny nosit věci, které by se depozitu mohly hodit (krmení, hračky, pelíšky, deky, čisticí prostředky apod.) a též dvakrát do roka pořádají bazar, kde výrobky nebo jiné předměty, které kavárna za tímto účelem dostane, se za symbolickou cenu prodávají a celý výtěžek jde potom depozitu, v případě nějakých veterinárních vyšetření koček z kavárny i na tyto výdaje.

Majitelka Kočkafé Freya ve své kavárně pořádá výhradně charitativní akce. Jsou to dny vyhrazené bazaru, ať už jako antikvariát, second-hand nebo pouze obchůdek s ručně vyráběnými předměty. Samozřejmě veškerý výtěžek putuje útulku. Jednou za čas, převážně v zimě, zde též pořádají sbírky na kočičky bez domova, takže sem lidé nosí konzervy, granule, deky apod.

Závěr

Cílem této práce bylo zjistit, co to jsou kočičí kavárny, kde se tento fenomén rozvinul a jaké má zákazník motivace k tomu navštívit kočičí kavárnu. To jsem se pokusila zjistit ve třech kapitolách teoretické části a jedné kapitole praktické části mé práce.

Teoretická část práce se v první kapitole zabývala vztahem zvířat a lidí. Počínaje historií domestikace a konče vztahem mezi kočkami a lidmi se zmínkou o Human-Animal studies. Druhá část se týkala obecných informací o kávě a kavárnách, informovala o začátcích kavárenského trendu na našem území a plynule přešla ke zvířecím kavárnám. Poslední kapitola této části se zabývala přímo kočičími kavárnami.

V praktické části mé práce byl realizován výzkum, kde bylo využito kvalitativního i kvantitativního přístupu, který měl zodpovědět otázku, z jakého důvodu zákazníci navštěvují kočičí kavárnu, proč se sem případně vrací a jak se o kočičích kavárnách dozvídají. Zároveň měl objasnit, co se o těchto otázkách domnívají majitelé kočičích kaváren, proč si založili kočičí kavárnu a jak jejich kavárna vlastně funguje. Výzkum, jenž byl realizován pomocí dotazníkového šetření a rozhovoru, byl realizován v období od 18. dubna a 30. května 2019. Výzkumným vzorkem byli zákazníci kočičí kavárny Kočkáfé Freya. Výzkumné otázky zněly: Jaké jsou představy provozovatelů o motivaci zákazníků navštěvovat jejich kočičí kavárnu? Jaké důvody k návštěvě kočičích kaváren uvádějí jejich návštěvníci?

Výsledky výzkumného šetření ukázaly, že jednoznačně nejčastějším důvodem, který uvádějí zákazníci kočičích kaváren pro návštěvu kočičí kavárny a případný návrat, je přítomnost koček a klidné prostředí. S tím se ztotožňovaly i výpovědi majitelů kočičích kaváren. Ani jeden z dotázaných majitelů nedefinoval určitý typ lidí, který jejich kavárnu navštěvuje, ani konkrétní důvod. Všichni se ale shodli, že jejich kavárny navštěvují lidé, kteří mají rádi kočky a klidné prostředí. Z výzkumného šetření také vyplynulo, že pro propagaci kočičí kavárny je nezbytně nutná aktivita na sociálních sítích a dobré reference od zákazníků, kteří kočičí kavárnu již dříve navštívili.

Vypracování této bakalářské práce je přínosné, jelikož dává čtenáři přehled o rychle se rozšiřujícím fenoménu kočičích kaváren a budoucímu majiteli kočičích kaváren předá ucelený přehled v tomto odvětví. Opuštěným kočkám bude vždy nutné pomáhat a takováto zařízení, která poskytnou pohodlné zázemí kočkám z útulků, myslí na to, aby provoz kavárny kočky nijak neomezoval a která ulehčují útlukům, budou vždycky potřeba.

Bibliografie

ALGER, Janet a Steven Alger. Beyond Mead: Symbolic Interaction between Humans and Felines. *Society and Animals*. 1997, roč. 5, č. 1, s. 65-81. Cambridge, UK: The White Horse Press. ISSN 1063-1119.

ALTMAN, Karel. *Krčemné Brno. O hostincích, kavárnách a hotelech, ale také o hospodách, výčepech a putykách v moravské metropoli*. Brno: Doplněk, 1993. ISBN 80-85765-12-8.

BOGDAN, Robert a Steven J. Taylor. Relationships with Severely Disabled People: The Social Construction of Humanness. *Social Problems*. 1989, roč. 36, č. 2, s. 135-148. Oxford, UK: Oxford University Press. ISSN 0037-7791.

BRYL, Marek a Tomáš Matyáščík. Domestikování savci. In: *Savci, Internetová encyklopedie* [on-line]. Olomouc: Univerzita Palackého, ©1998–2005, 24. října 2005 [cit. 2019-5-15]. Dostupné z: <http://www.savci.upol.cz/teorie/domest.htm#top>

COLLINS, R. Toward A Neo-Meadian Sociology of Mind. *Symbolic Interaction*, 1989, roč. 12, č. 1, s. 1-32. JAI Press Inc. ISSN 0195-6086. Citováno od: ALGER, Janet a Steven Alger. Beyond Mead: Symbolic Interaction between Humans and Felines. *Society and Animals*. 1997, roč. 5, č. 1, s. 65-81. Cambridge, UK: The White Horse Press. ISSN 1063-1119.

DÖRFLOVÁ, Yveta a Věra Dyková. *Kam se v Praze chodilo za múzami – Literární salony, kavárny, hospody a stolní společnosti*. Praha: Vyšehrad, 2009. ISBN 8070219610.

HAŠEK, Karel. Svět viděný skrze ouško kávového šálku. In: *Brněnský deník* [online]. Brno: Vltava Labe Media a.s., ©2005-2019, 21. května 2008 [cit. 2019-4-25]. Dostupné z: <https://brnensky.denik.cz/bellevue/svet-videny-skrze-ousko-kavoveho-salku20080524.html>

FINN, Carey. Cool, not cruel: Alternatives to Mainstream Animal Cafes. In: *Tokyo Cheapo* [online]. Tokyo: Fast Train Ltd., ©2012-2019, 1. května 2019 [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <https://tokyocheapo.com/entertainment/animal-cafes-in-tokyo-alternatives/>

KOMÁREK, Stanislav. *Ochlupení bližní: Zvířata v kulturních kontextech*. Praha: Academia, 2011. Galileo. ISBN 978-80-200-1904-2.

MOTLOVÁ, Kristýna. Každá adopce je pro nás ta nejlepší odměna, říkají majitelé umístovací kavárny Pelíšek. In: *Pozitivní zprávy* [online]. © Pozitivní zprávy, 1. dubna 2019 [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <https://pozitivni-zpravy.cz/kazda-adopce-je-pro-nas-ta-nejlepsi-odmena-rikaji-majitele-umistovaci-kocici-kavarny-pelisek/>

PINZOVÁ, Lenka. Vlastnictví domácích zvířat a civilizační proces. *Natura et cultura / Antropologická bádání mezi empirií a interpretací*. Editace Jan Horský, Linda Horníková, Marco Stella. Praha: Togga, 2014, s. 137-149. ISBN 978-80-7476-056-3.

POLÁK, Václav. Lexikální a etymologické drobnosti I. (káva-kafe). *Naše řeč*. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i., 1936, roč. 20, č. 8, s. 204-206. ISSN 2571-0893.

SANDERS, Clinton R. Understanding dogs: Caretakers' Attributes of Mindedness in Canine-Human Relationships. *Journal of Contemporary Ethnography*. 1993, roč. 22, č. 2, s. 205-226. Sage Publications, Inc. ISSN 0891-2416

TUCKER, Abigail. *Lev v obýváku: Jak si nás kočky domácí ochočily a ovládly svět*. Přeložila Markéta Schubertová. Praha: Knižní klub, 2017. Universum. ISBN 978-80-242-5814-0.

VANDROVCOVÁ, Tereza. Animal studies. In: *Animal Studies* [online]. ©2011, 10. července 2017 [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <http://humanimal.cz/>

VANDROVCOVÁ, Tereza. Sociologie zvířat: Přehledová stat' o oboru Human-Animal studies. *Naše společnost*. 2015, roč. 13, č. 1, s. 23-33. ISSN 1214-438 X.

Internetové zdroje

Animal cafes [online]. © 2015 [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <https://animalcafes.com/>

Čerstvá káva a [online]. Historie a tradice kaváren a pití kávy v Evropě. © 2008-2019 [cit. 2019-6-5] Dostupné z: <https://www.cerstvakava.cz/clanky/historie-a-tradice-kavaren-a-piti-kavy-v-evrope/>

Čerstvá káva b [online]. Historie a současnost pití kávy v Čechách. © 2008-2019. [cit. 2019-6-5]. Dostupné z: <https://www.cerstvakava.cz/clanky/historie-a-soucasnost-piti-kavy-v-cechach/>

DOG HEART FROM AQUAMARINE [online]. © 2012-2019 DOG HEART. Dostupné z: <http://dog-heart.ico.bz/company1.html>

KÁVOVARY, průvodce světem kávovarů [online]. Historie kaváren – co vše stálo u jejich zrodu? [cit. 2019-6-4]. Dostupné z: <http://www.kavovary.info/clanky/historie-kavaren-vse-stalo-zrodu/>

MOFF ANIMAL CAFE [online]. [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <http://moff-cafe.jp/>

NEKO NO JIKAN [online]. © 2016. [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <http://www.nekonojikan.com/>

NEKOCAFE1998. In: *Facebook* [online]. 11. února 2012, [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/nekocafe1998/>

OWL HOUSE [online]. First Russian Owl Anticafe „Owl House“. [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <http://owldom.ru/owlhouse/>

SVĚT KÁVY [online]. Historie. [cit. 2019-6-4]. Dostupné z: http://www.svetkavy.cz/info_o_nas.php

TAIPEI EXPAT [online]. Kitten Coffee Garden: World's First Cat Cafe. Taipei: WordPress. © 2019, 12. června 2018 [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <http://taipeiexpat.com/kitten-coffee-garden/>

THANKS NATURE CAFE. In: *Facebook* [online]. 25. dubna 2012 [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/TNcafe/>

THE DOG CAFE [online]. © 2018, [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <https://www.thedogcafela.com/>

TOKYO SNAKE CENTER [online]. © 2019, [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <http://snakecenter.jp/>

ZOO CAFE BUDAPEST [online]. Live Animals. [cit. 2019-5-31]. Dostupné z: <http://zoocafe.hu/?lang=en#rolunk>

Přílohy

Příloha 1: Dotazník pro zákazníky Kočkafé Freya

Dobrý den,

jmenuji se Lucie Klimszová a jsem studentkou posledního ročníku oboru Humanitní studia na Fakultě filozofické Univerzity Pardubice. Píši bakalářskou práci na téma Fenomén kočičích kaváren – kočka jako rovný společník a ráda bych Vás poprosila o vyplnění krátkého dotazníku, který se týká Vaší návštěvy kočičí kavárny. Vyplnění dotazníku Vám nezabere více než pár minut a je zcela anonymní. Vyplněné údaje poslouží pouze k vypracování mé bakalářské práce. Hlavním cílem mého výzkumu je zjistit Vaše důvody k návštěvě kočičí kavárny.

Předem děkuji za vyplnění dotazníku, Lucie Klimszová

- 1) Odkud jste se dozvěděl/a o existenci kočičích kaváren?
 - a) Kamarádi/známí
 - b) Sociální sítě (Facebook, Instagram)
 - c) Internet (webové stránky)
 - d) Jiné:

- 2) Proč jste se rozhodl/a navštívit právě kočičí kavárnu, a ne běžnou kavárnu?

- 3) Proč jste si vybral/a právě tuto kavárnu?
 - a) Je jediná, kterou znám.
 - b) Doporučil mi ji známý.
 - c) Šel/šla jsem sem se známým.
 - d) Jiné:

- 4) Jak často navštěvujete kočičí kavárnu?
 - a) Jsem zde poprvé.
 - b) Méně než 1x měsíčně.
 - c) 1x-3x měsíčně.
 - d) 1x-3x týdně.
 - e) Jiné:

- 5) Za jakým účelem navštěvujete kočičí kavárnu?
- a) Pracovní schůzka.
 - b) Odpočinek, klid, relaxace.
 - c) Schůzka s partnerem, rande.
 - d) Kontakt s kočkami.
 - e) Občerstvení. (dorty, káva, ...)
 - f) Jiné:
- 6) Znáte ještě jiné kočičí kavárny? Které?
- 7) Z jakého důvodu byste navštívil/a kočičí kavárnu znovu?
- 8) Jaký máte vztah ke kočkám?
- a) Pozitivní, mám rád/a kočky.
 - b) Neutrální, kočky mi nevadí.
 - c) Negativní, nemám rád/a kočky.
- 9) Doporučil/a byste někomu návštěvu kočičí kavárny? Proč ano/ne?
- 10) Víte o akcích, které se v této kavárně občas pořádají? Navštívil/a byste je? (např. bazar na podporu útulků)
- a) Ano, vím o nich a už jsem je navštívil/a.
 - b) Ano, vím o nich, ale nikdy jsem je nenavštívil/a.
 - c) Ne, o těchto akcích jsem ještě neslyšel/a.

Příloha 2: Seznam otázek kladených v rozhovorech

Jednotlivým majitelům kočičích kaváren byly rámcově položeny následující otázky. Rozhovory byly polostrukturované, tudíž každý probíhal trošku jinak.

- 1) *Jak jste se k tomuto podniku dostali? Co bylo impulsem k založení kočičí kavárny?*
- 2) *Co je potřeba k tomu založit si vlastní kočičí kavárnu?*
- 3) *Co bylo na Vašich začátcích nejtěžší? Je něco, co Vás překvapilo ať už příjemně nebo naopak?*
- 4) *Kdo jsou Vaši zákazníci? Existuje určitý typ lidí, kteří vaši kavárnu navštěvují?*
- 5) *Jak se o Vás zákazníci dozvídají? Jak svou kavárnu propagujete?*
- 6) *Jak se denně kloubí provoz kavárny s přítomností koček?*
- 7) *Spolupracujete i s nějakým útlukem, případně organizací? Je i to jedna z forem, jak se o Vás lidé dozvídají?*
- 8) *Pořádáte v kavárně i nějaké akce?*