

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Študijný odbor: Management hoteliérstva a cestovného ruchu

Juraj MASÁR

KOMPARÁCIA KVALITY SLUŽIEB VO VYBRANÝCH  
GASTRONOMICKÝCH PREVÁDZKACH

Comparison of service quality in selected gastronomic facilities

BAKALÁRSKÁ PRÁCA

Vedúca bakalárskej práce: Ing. Pavla Burešová, Ph.D.

Brno, 2019

# VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra gastronomie

Akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Juraj Masár

Osobní číslo: 14632398

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

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

**TÉMA PRÁCE:**  
KOMPARACE KVALITY SLUŽEB VE VYBRANÝCH GASTRONOMICKÝCH PROVOZOVNÁCH

**TÉMA PRÁCE V AJ:**  
COMPARATION OF SERVICE QUALITY IN SELECTED GASTRONOMIC FACILITIES

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

1. Teoretická část BP:
  - na základě rešerše vhodných zdrojů charakterizovat standardy kvality služeb a vybrat nástroje vhodné k jejich porovnání a zhodnocení ve vybraných provozovnách.
  
2. Praktická část BP:
  - Analytická část:
    - uskutečnit zmapování a zhodnocení standardů kvality služeb (se zaměřením na nabídku služeb, standardy hygieny aj.)
    - aplikovat nástroje pro využívání standardů kvality ve vybraných provozovnách.
  - Návrhová část:
    - navrhnout řešení zjištěných problémů.

Při zpracování BP vycházejte z pomůcky vydané VŠOH Brno.

Rozsah bakalářské práce bez příloh: 2 AA

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná i elektronická

Seznam doporučené literatury:

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

[2] SYSEL, J. Uplatňování kvality služeb. [Dostup online z: [http://www.aticer.cz/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org...id....](http://www.aticer.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org...id....)].

[3] BURDA, ALEXANDR. DLUHOŠOVÁ, R. *Mystery shopping: prolegomena*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, 2011, 114 s. ISBN 978-80-7248-663-2.

Další literatura dle doporučení vedoucí/ho bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce:

  
Ing. Pavla Burešová, Ph.D.

katedra gastronomie

Datum zadání bakalářské práce: 31. března 2018

Termín odevzdání bakalářské práce: 12. dubna 2019

V Brně dne: 14.3.2018

VYSOKÁ ŠKOLA  
OBCHODNÍ A ŠKOLENÍ  
Bosonožská 9, 602 00 Brno

  
Doc. Ing. Miroslav Fišera, Ph.D.

vedoucí katedry

  
Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.

prorektor pro vzdělávací činnost

Meno a priezvisko autora:	Juraj Masár
Názov bakalárskej práce:	Komparácia kvality služieb vo vybraných gastronomických prevádzkach
Názov bakalárskej práce v AJ:	Comparison of service quality in selected gastronomic facilities
Študijný odbor:	Management hoteliérstva a cestovného ruchu
Vedúca bakalárskej práce:	Ing. Pavla Burešová, Ph.D.
Rok obhajoby:	2019

**Anotácia:**

Bakalárska práca s názvom Komparácia kvality služieb vo vybraných gastronomických prevádzkach má vytýčený cieľ určiť a opísať kvalitatívne štandardy služieb a metódy ich pozorovania prostredníctvom vhodne vybraných zdrojov. Na splnenie cieľa boli využité marketingové výskumy. Praktická časť sa zameriava na uskutočnenie terénnych výskumov vo zvolených prevádzkach, aplikáciu nástrojov pozorovania a hodnotenie štandardov kvality a následné porovnanie zistených výsledkov. Návrhová časť práce je zameraná na špecifikáciu nedostatkov a návrhov na ich zlepšenie.

**Kľúčové slová:** kvalita, štandard, analýza, služba, zariadenie, gastronómia

**Annotation:**

The bachelor thesis called Comparison of service quality in selected gastronomic facilities aims to determine and describe the quality standards of services and methods of their observation through appropriately selected sources. To accomplish this goal, marketing research was used. The practical part focuses on conducting field research at chosen facilities, applying observation tools and evaluating quality standards, and then comparing the results. The design part of the thesis is focused on specification of inadequacies and suggestions for their improvement.

**Key words:** quality, standard, analysis, service, facility, gastronomy

Prehlasujem, že som bakalársku prácu Komparácia kvality služieb vo vybraných gastronomických prevádzkach vypracoval samostatne pod vedením Ing. Pavly Burešovej, Ph.D. a uviedol v nej všetky použité literárne a iné odborné zdroje v súlade s aktuálne platnými právnymi predpismi a vnútornými predpismi Vysokej školy obchodnej a hotelovej.

Brno, 12.4.2019

vlastnoručný podpis autora

## **Pod'akovanie**

Rád by som vyjadril svoje srdečné pod'akovanie svojej vedúcej práce Ing. Pavle Burešovej, Ph.D. za odbornú pomoc pri spracovávaní práce, cenné rady a informácie, strávený čas a veľkú mieru ochoty a trpezlivosti. Ďalej by som chcel pod'akovať svojej rodine za neustálu podporu a pomoc. Osobitne venujem pod'akovanie kolegyni Martine Abelovej za pomoc pri získavaní knižných materiálov a podporu výskumov.

## **OBSAH**

ÚVOD.....	9
TEORETICKÁ ČASŤ.....	10
1. ŠTANDARDY KVALITY.....	11
1.1 Kvalita a spokojnosť zákazníka.....	11
1.2 Atraktivita miesta.....	11
1.2.1 Prevádzková doba.....	12
1.2.2 Prístup k prevádzke.....	12
1.2.3 Parkovanie.....	12
1.3 Cena.....	13
1.3.1 Cena porovnateľná s konkurenciou.....	13
1.3.2 Cena adekvátne kvalite produktov.....	13
1.3.3 Cena naprieč zákazníckym spektrom.....	13
1.4 Vzhľad prevádzky.....	13
1.4.1 Image.....	14
1.4.2 Dobrá kondícia materiálov.....	14
1.4.3 Atmosféra podniku.....	14
1.4.4 Dizajn.....	15
1.5 Jedálny a Nápojový lístok.....	15
1.5.1 Estetické hladisko.....	15
1.5.2 Pestrosť a originalita.....	15
1.5.3 Cudzojazyčnosť.....	16
1.6 Personál.....	16
1.6.1 Komunikatívnosť a ústretovosť.....	16
1.6.2 Odbornosť.....	16
1.6.3 Ponuka a predaj.....	17
1.7 Hygiena.....	17
1.7.1 Hygiena a gastronómia.....	17

1.7.2 HACCP.....	18
1.8 Marketingový výskum.....	18
1.8.1 Pozorovanie.....	19
1.8.3 Škálovanie.....	19
1.9 Výskumná metódy mystery shopping.....	19
1.9.1 Spôsoby a realizácie mystery shoppingu.....	20
1.9.2 Mystery shopping research.....	20
1.9.3 Mystery shopping project.....	20
1.9.4 Mystery shopping v gastronómii.....	20
PRAKTICKÁ ČASŤ.....	21
2. ANALÝZA GASTRONOMICKÝCH ZARIADENÍ.....	22
2.1 Analýza prevádzky Urban House.....	22
2.2 Analýza prevádzky Kafehaus Lumiere.....	31
2.3 Analýza prevádzky Foxford.....	40
2.4 Vyhodnotenie analýz gastronomických zariadení.....	48
2.4.1 Urban House.....	48
2.4.1 Kafehaus Lumiere.....	48
2.4.2 Foxford.....	48
3. NÁVRHOVÁ ČASŤ.....	50
3.1 Odporúčania na zvýšenie kvality tovarov a služieb.....	50
3.1.1 Urban House.....	50
3.1.2 Kafehaus Lumiere.....	50
3.1.3 Foxford.....	50
ZÁVER.....	51
ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV.....	52
ZOZNAM OBRÁZKOV, GRAFOV A TABULIEK.....	54



## ÚVOD

Téma bakalárskej práce Komparácia kvality služieb vo vybraných gastronomických prevádzkach bola zvolená z dôvodu dlhoročných skúseností na rôznych pozíciách v gastronómii a poznatkoch získaných z niekoľkoročnej praxe riadenia kaviarne. Autor práce prostredníctvom stanovených štandardov kvality služieb pozoruje a hodnotí zvolené gastronomické zariadenia - kaviarne.

Teoretická časť je zostavená na základe vhodného výberu knižných, odborných a internetových zdrojov. Na začiatku prvej kapitoly je konkretizovaný význam kvality a spokojnosti zákazníka. V prvej časti sú tiež uvedené jednotlivé štandardy kvality, ich špecifikácia a hodnotiace kritériá. Ďalším dôležitým prvkom je hygiena a HACCP. Záverečná časť teoretickej časti obsahuje informácie o metódach marketingového výskumu. Kapitulu teoretickej časti uzatvárajú výskumné metódy.

Druhá časť bakalárskej práce je zameraná na praktické využitie metód mystery shopping, pozorovanie a škálovanie vo vybraných prevádzkach. Výskumy sú uskutočňované v určených dňoch a počet návštev na jedno gastronomické zariadenie je stanovený na 3. Vzhľadom k tomu, že každá zvolená kaviareň disponuje odlišnými prvkami, no stanovené hodnotiace kritériá sú určené jednotne, je vyslovená nasledujúca hypotéza: **Celkové dosiahnuté bodové hodnotenie skúmaných štandardov kvality služieb a produktov je vyššie ako priemerné.** Na konci praktickej časti je vypracované hodnotenie jednotlivých prevádzok.

Zvolenie metódy fiktívneho nákupcu bolo určené na základe nutnosti vykonania terénneho výskumu v jednotlivých prevádzkach. Nato, aby analýza vedela poskytnúť presnejšie informácie je určené vykonanie výskumu v čase nízkej, strednej a vysokej obsadenosti prevádzky. Všetky skúmané hodnotiace prvky sú vkladané do bodovej tabuľky pre výpočet konečného výsledku a zaradenie do príslušnej kategórie. Všetky kaviarne sú posudzované podľa jednotného hodnotiaceho vzoru. Inšpiráciou pre zaradenie konkrétnych prevádzok bol fakt, že všetky patria do tzv. „tretej kávovej vlny“. Cieľom práce je vykonať porovnanie a vyhodnotenie štandardov služieb gastronomických zariadení za použitia výskumných metód.

Na základe zistených faktov sú v návrhovej časti uvedené informácie a postupy, ktoré môžu napomôcť zlepšeniu služieb. Informácie a závery vyhodnotených z výskumov by mohli slúžiť pre manažment a majiteľov skúmaných zariadení, pre iných prevádzkovateľov gastronomických prevádzok, poprípade pre bežných ľudí, ktorí o podnikaní v gastronómii ešte iba uvažujú.

## **Teoretická část**

# 1. ŠTANDARDY KVALITY

Význam slova kvalita, sa stalo neoddeliteľnou súčasťou života každého človeka. Každý jednotliviec chápe význam tohto pojmu inak. *„Bežný spotrebiteľ sa vždy pozerá na kvalitu, ale vždy zároveň berie ohľad na cenu, za ktorú je daná kvalita ponúkaná“* (Blecharz, 2015 15s). Nie vždy sa však uplatňuje pravidlo „vyššia cena = vyššia kvalita“ a zároveň, nie každý si môže rovnakú výšku kvality dovoliť. Vhodnejším výrazom môže byť teda „kvalita za primeranú cenu“.

## 1.1 Kvalita a spokojnosť zákazníka

Na trhu vystupuje mnoho podnikateľských subjektov poskytujúcich svoj tovar, ktorého základná funkcia je rovnaká, avšak cena vo vzťahu ku kvalite sa môže líšiť. Veľká časť laickej verejnosti v gastronómii si predstaví termín kvalita, ako synonymum od slova množstvo. Bežný zákazník, pri získaní väčšieho objemu tovaru, nadobúda dojem vyššej kvality. Opak však môže byť pravdou. Kvalita v gastronomickom sektore v oblasti poskytovania služieb môže byť charakterizovaná ako súbor vedomostí, zručností a osobného prístupu jednotlivca pri vykonávaní danej služby.

*„Spokojný zamestnanec, ktorý sa teší do práce, musí byť základným východiskom firmy pri realizácii kvalitných služieb“* (Blecharz, 2015, 59s. ) Ak chce zamestnávateľ zostaviť pracovný tím, ktorý mu zabezpečí vysoký finančný obrat a stálu klientelu zákazníkov prevádzky, musí vedieť zohľadniť tieto faktory najmä pri finančnom oceňovaní zamestnanca. Aby gastronomické zariadenie v dnešnej dobe na trhu prosperovalo, musí úroveň kvality neustále pozorovať, poprípade ak je to možné, zlepšovať. *„Ak máte pocit, že vaše služby sa už nedajú výrazne zlepšiť a zmeniť, zrejme robíte niečo nesprávne“* (Vosoba, 2004, 124s.).

## 1.2 Atraktivita miesta

Každý prevádzkovateľ gastronomického zariadenia pri svojej podnikateľskej činnosti musí brať do úvahy prvky okolitého prostredia, ktoré v blízkosti prevádzky nachádzali už pred začatím prevádzkovania podniku, alebo počas jeho činnosti. Tento charakterizujú faktory akými sú: infraštruktúra, konkurencia, prírodné aspekty, turisticky vyhľadávané lokality, priemyselná zóna, odbytová zóna, a iné. *„Lokalita kaviarne rozhoduje o zložení hostí, a tím aj o vhodnom koncepte“* (Augustín, 2016, 83s.)

Základnými aspektami, na ktoré zákazník pri svojej návšteve pozerá sú najmä dobrá viditeľnosť prevádzky, okolitá bezpečnosť, čistota okolia a hluk. Gastronomické zariadenia umiestnené v historických častiach mesta, pri významných mestských pamiatkach, pri nákupných zónach, parkoch, vyhliadkových vežiach, či iných miestach, ktoré svojím charakterom prilákajú denne veľký počet návštevníkov patria z hľadiska atraktivity k tým najnavštevovanejším. Negatívnymi faktormi, ktoré môžu značne činnosť podnikateľa narušiť môžu byť napr. zápach, výskyt fabrík či tovární v blízkosti prevádzky, kriminalita, znečistené či poškodené komunikácie, nadmerný hluk spôsobený dopravou a iné. Podľa Harmona je *„umiestnenie odbytového miesta kľúčové, a bude mať obrovský vplyv na to, koľko kávy predáte“*.

### 1.2.1 Prevádzková doba

Každá prevádzka musí mať podľa zákona na vstupných dverách uvedené prevádzkové dni a hodiny. Pri určovaní otváracích hodín sa kladie dôraz najmä na využiteľnosť jednotlivých časov a flexibilitu. Zariadenie by malo poskytovať služby širokej verejnosti najmenej šesť dní v týždni a prevádzková doba by mala tvoriť značnú časť dňa. Uzavreté spoločnosti by mali byť tak organizované, aby aj iní návštevníci mali možnosť využívať služby prevádzky. Dôraz sa kladie aj na stanovenie najmä skorších ranných hodín, kedy je zaužívaným pravidlom mnohých ľudí ranný kávový rituál. Obmedzovanie prístupu zákazníkov, spôsobené najmä krátením bežnej prevádzkovej doby, obsadením všetkých kapacít prevádzky v prípade konania uzavretých spoločností či iným faktorom môže mať za následok stratu záujmu návštevy pravidelných zákazníkov. Celodenné uzavretie prevádzky z technických príčin, počas prázdnin, sviatkov či dovolenky prevádzku tiež nepriaznivo ovplyvňuje

### 1.2.2 Prístup k prevádzke

Zákazník by nemal počas svojej návštevy vyvinúť zvýšené úsilie, aby sa k prevádzke dostal. Výnimku môže tvoriť zariadenia nachádzajúce sa v blízkosti hradov, pozorovateľní či vyhladkových veží. Prevádzka musí byť z vonku riadne označená. Pri posudzovaní dostupnosti sa kladie dôraz na fyzické faktory jednotlivých skupín návštevníkov. Podnikateľ by mal myslieť aj na osoby so zdravotnými postihnutiami a osoby imobilné. Horské chaty, koliby, ranče či iné zariadenia poskytujúce gastronomické služby by mali mať k nim riadne vyznačenú cestu. Znížené hodnotenie je podľa Burdu vtedy, keď je *„prevádzka napríklad umiestnená na poschodí alebo je zákazník nútený k dosiahnutiu bežnej prevádzky absolvovať viac ako dvadsať schodov“*

### 1.2.3 Parkovanie

V dnešnej dobe je využívanie vlastných dopravných prostriedkov s úmyslom navštívenia gastronomického zariadenia rutinou. Parkovacie miesta pomáhajú do značnej miery zvyšovať návštevnosť prevádzky. Možnosť využitia tohto faktoru oceňujú najmä zákazníci, ktorí nemajú v úmysle v podniku stráviť dlhší čas, poprípade tí, ktorí sa radi prezentujú svojím motorovým vozidlom. Parkovanie by malo byť pre zákazníka bezplatné a malo by sa nachádzať v blízkosti prevádzky. Parkovacie boxy na parkovisku sú ľahko prístupné, mal by ich byť dostatočný počet a parkovisko by malo obsahovať aj miesta pre zákazníkov so zdravotným postihnutím. Vstup a výstup z parkoviska by nemal byť zákazníkovi nijako sťažený ani nijako obmedzovaný. Zlou vizitkou prevádzkovateľa sú najmä platené parkovacie boxy, dlhá čakacia lehota či umiestnenie parkoviska na mieste kde je možnosť znečistenia alebo poškodenia auta zákazníka. Nižšiu atraktivnosť zariadenia zapríčiňuje absencia parkovacích miest, či ich vyššia vzdialenosť od prevádzky. Podľa Burdu je zlé ak *„zákazník musí uraziť k prevádzke v centre mesta vzdialenosť vyššiu ako 200m, čo významne zvyšuje riziko, že po ceste využije radšej služby konkurencie“*.

## 1.3 Cena

Ďalším hodnoteným kritériom, ktoré značne ovplyvňuje nie len gastronomický sektor je cena. Burda hovorí, že *„pri hodnotení cien je treba pozeráť na sortimentnú ponuku gastronomického zariadenia ako celok, nedá sa hodnotiť iba jednotlivé položky,* .Podľa tohto aspektu sa zákazník rozhoduje, ktoré gastronomické zariadenie za cieľom uspokojiť svoje potreby navštívi. Konečná cena produktov je zostavovaná na základe fixných a variabilných nákladov podniku, miezd a iných aspektov.

### 1.3.1 Cena porovnateľná s konkurenciou

Cenová hladina poskytovaných služieb a tovar gastronomického zariadenia by mala byť vo vzťahu ku konkurenčným podnikom v lokalite kde sa prevádzka nachádza úmerná. Nižšia cena môže pôsobiť oproti konkurenčným podnikom ako výhoda, no použitie priveľmi nízkych cien môže mať za cieľ likvidáciu konkurencie. *„Nie je cieľom kladne hodnotiť ceny výrazne nízke alebo dokonca dumpingové”* (Burda, 2011). Pozitívne hodnotený faktor je, že ceny zákazník prijíma podvedome a považuje ich za štandardné. Negatívne hodnotenie podniku môže byť udelené v prípade, keď je cena za poskytované služby a tovar nastavená privysoko, pričom u konkurencie môže zákazník získať za rovnakú cenu väčšie množstvo alebo vyššiu kvalitu za rovnaký produkt.

### 1.3.2 Cena adekvátne kvalite produktov

V mnohých gastronomických podnikoch sa v dnešnej dobe spája veľkosť porcie s pojmom kvalita. Cena poskytovaného sortimentu by mala byť úmerná kvalite služieb a produktov. Podľa Burdu platí, že *„zákazník vždy musí mať pocit, že cena, ktorú platí za produkt, je adekvátne a že za svoje peniaze dostáva primeranú kvalitu a množstvo”*. Použitie vyššej ceny je možné hodnotiť kladne iba v tom prípade, ak poskytovaný servis má luxusnejší a kvalitnejší charakter ako u konkurenčných podnikov.

### 1.3.3 Cena naprieč zákazníckym spektrom

Cena poskytovaných produktov by mala vyhovovať čo najväčšiemu počtu zákazníkov. V menu lístku by mali byť uvedené ceny ľudové ale aj ceny luxusné. Podnik by mal zohľadňovať ceny produktov vo vzťahu k jednotlivým skupinám zákazníkov, akými sú napr. seniori, študenti alebo deti. Negatívne býva hodnotený výskyt prevažne vyššej ceny, ktorá znevýhodňuje určité skupiny zákazníkov.

## 1.4 Vzhľad prevádzky

Prvým hodnotiacim faktorom, po vstupe zákazníka prevádzky je jeho vnútorný výzor. Charakter poskytovaných služieb a ponúkaný sortiment by mali byť v súlade s jeho názvom. Interiérový dizajn by mal spĺňať estetickú funkciu. Po stránke opotrebenia interiéru,

interiérových doplnkov a inventára by nemal v zákazníčkovi vzbudzovať zlé dojmy. Veľmi dôležitým faktorom pre hosťa je aj atmosféra, ktorá v podniku prevláda. *„Dobrý kaviarenský interiér by mal poskytovať množstvo voľného priestoru pre voľné dýchanie a je jednoduchý na pochopenie, s nábytkom ktorý je štandardne ergonomický”* (Kitain, 2016, 270s.). Ak podnik zvolí správnu stratégiu pri výbere vhodného vybavenia, stane sa postupom času vyhľadávaným odbytovým zariadením.

#### **1.4.1 Image**

Podniky, ktoré majú dominantné postavenie na trhu disponujú originálnym vzhľadom, výraznými vizuálnymi prvkami a dekoráciami a majú oproti ostatným podnikom konkurenčnú výhodu. Ponuka by sa mala svojim vzhľadom a charakterom vymykať bežnému štandardu. Pozitívne hodnotené je najmä využitie moderného dizajnu, vhodný výber hudby, kreativita a iné prvky, ktorými sa podnik snaží odlíšiť. Opakom bývajú podniky, ktoré zodpovedajú bežnému štandardu, alebo pôsobia na zákazníka odpudivým dojmom. Návšteva týchto podnikov neplní okrem základných potrieb človeka žiadny iný význam. *„Cez použitý materiál, rozmiestnenie, osvetlenie, využitý tón a dobre vyhotovený interiér vytvára kaviareň teplou a prístupnou, čo stimuluje zákazníka k dlhšiemu pobytu”* (Kitain, 2016, 267s.).

#### **1.4.2 Dobrá kondícia materiálu**

Interiér nesmie pôsobiť opotrebovaným dojmom, stav materiálu by mal byť dobrý a nemal by potrebovať vážnejšie zásahy a opravy. Výnimky v tomto hodnotení predstavujú zariadenia, kde zariadenie a inventár je umelo upravený tak, aby vzbudzoval u zákazníka dojem staršieho a opotrebovanejšieho ako v skutočnosti je. Inventár by nemal mať známky poškodenia, mal by byť v dobrej kondícii a nemal by byť obitý a poškodený. Menu lístky by mali byť navrhnuté tak, aby odolali znečisteniu alebo znehodnoteniu. Obklady a maľby stien by mali byť pravidelne udržiavané. Poškodený alebo opotrebený inventár môže znižovať dobrý dojem zákazníka z inak kvalitne poskytnutých služieb. Poškodený inventár, zastarané vybavenie podniku a vizuálne nedostatky môžu zapríčiniť zníženie klientely o nových zákazníkov. Augustín upozorňuje, že *„ak nebude sedenie vo vašej kaviarni pohodlné, tak sa jednoducho ani hosťom v podniku nebude páčiť”*.

#### **1.4.3 Atmosféra podniku**

Dobrá atmosféru podniku vytvárajú správne použité prvky interiéru, doplnky, farby a svetlá. Pozitívum pre podnik je, ak je jeho atmosféra umocnená či už kávovými, kvetinovými, alebo inými príjemnými vôňami. Kriticky hodnotené bývajú podniky, v ktorých zákazník je obťažovaný nepríjemnými pachmi, napr. cigaretovým dymom, alebo zápachom z prepáleného oleja. Hudba je vždy príjemným spestrením pobytu. Kladne hodnoteným faktorom je, keď sa hosť cíti v podniku ako doma, pobyt v podniku si užíva a o svojej návšteve neskôr rozpráva priateľom. Negatívne hodnotený podnik môže byť ten, v ktorom sa zákazník nudí, intenzita svetla narúša súkromie, farby a prvky interiéru pôsobia chladným dojmom, alebo ak má sklony ku gýčovosti. *„Nudná kaviareň je tá, v ktorej chýba atmosféra”* (Kitain, 2016, 267s.).

#### 1.4.4 Dizajn

Podľa Burdu je dôležité, že prostredie *„nesmie mať sklony ku gýčovitosti, malo by byť dodržané pravidlo piatich farieb v interiéri“*. Jednotlivé zložky prostredia by mali byť v materiálovom a farebnom súlade. Interiér prevádzky by mal poukazovať na zameranie podniku a úroveň služieb. Pozitívne hodnotené je najmä použitie moderných, trendových a pre zákazníka nových prvkov. Negatívne pôsobí postupné obstarávanie jednotlivých prvkov zariadenie, ktoré môže spôsobovať nesúlad a disharmóniu prostredia. Zariadenia, v ktorých je dizajn tvorený jednoducho a bez pomoci dizajnérov pôsobí pre mnohých ľudí nezaujímavo.

### 1.5 Jedálny a nápojový lístok

Z marketingového hľadiska plní lístok prevádzky viaceré funkcie. Okrem jeho základnej informačnej funkcie slúži aj ako reklama, propagácia a doplnok interiéru. Pri zostavovaní menu lístka musí byť presne špecifikované na aké cieľové skupiny sa chce podnik zamerať. *„Aj keď základnou filozofiou podnikania je ponúkať čo najširšie služby určitej konkrétnej skupine potencionálnych zákazníkov, ideálom podnikania v gastronómii je získať si širokú verejnosť“* (Burda, 2011, 73s). Na zostavovaní oboch lístkov sa podieľa okrem majiteľa aj značná časť pracovného personálu. Ponuka sortimentu sa môže vo vzťahu k ročným obdobiam a sezónnosti meniť. Dôležitou súčasťou sú informácie o názve, sídle, dátume zostavenia a období platnosti a poverenej vedúcej osobe. Nápojové lístky v kaviarňach musia obsahovať informácie o cenách produktov, množstve použitej kávy v gramoch na prípravu kávových nápojov, miery nápojov v centilitroch, mililitroch alebo litroch. Vínná karta musí obsahovať značku, oblasť, ročník, výrobcu a jednotlivé vína podľa charakteru musia byť zoradené v správnom poradí.

#### 1.5.1 Estetické hľadisko

Pri hodnotení lístkov sa kladie dôraz najmä na použitý papier alebo iný materiál, druh písma, voľbu materiálu, dobrú čitateľnosť, veľkosť a rez písma. *„Ak je podklad tmavý je čitateľnosť znížená, a túto voľbu vnímame pozitívne iba u podnikov, ktoré sú zamerané na mladšiu klientelu“* (Burda, 2011, 76). Pri tvorbe lístka môžu byť použité fotografie, logá či obrázky, ale nesmú narúšať charakter a lístok musí byť vždy prehľadný. Dosky lístka môžu korešpondovať s použitým materiálom, či už farebne alebo materiálovo. Väčšie množstvo ponúkaného sortimentu, alebo jeho širšie členenie môže spôsobovať neprehľadnosť lístka.

#### 1.5.2 Pestrosť a originalita

Príliš široká ponuka sťažuje zákazníkom výber. Pozitívne hodnotená je najmä odlišnosť, výnimočnosť, kreativita pri tvorbe lístka rovnako ako aj ponuka netradičných či regionálnych nápojov a jedál. Strata bodov môže byť spôsobená najmä rovnakou ponukou akú má konkurenciu, obyčajom alebo príliš vysokým počtom produktov v jednej kategórii.

### 1.5.3 Cudzojazyčnosť

Ak gastronomické zariadenie disponuje lístkom v inom ako materinskom jazyku, mal by byť písaný aspoň v jednom cudzom jazyku. Lístok by mal byť umiestnený na stole hosťa, poprípade na vyžiadanie u obsluhujúceho personálu. Vo väčšine prípadov je lístok napísaný po anglicky alebo nemecky. Kladne hodnotený lístok môže byť iba vtedy, ak je po gramatickej stránke v poriadku. Vplyvom gramatických chýb, nesprávnej výslovnosti alebo zameneníu pojmov môže dochádzať k nepríjemným situáciám počas obsluhy. „*Nulové hodnotenie používame v prípade, že lístok v cudzom jazyku neexistuje*“ (Burda, 2011, 78s.).

## 1.6 Personál

Jednou zo základných častí marketingového mixu sú zamestnanci. Ľudský faktor tvorí jednu zo základných podmienok úspešnosti každého zariadenia. Podľa Augustína „*človek, ktorý je v priamom kontakte s hosťom, je vlastne tvárou nášho podniku*“. Pri výbere zamestnancov by mal prihliadať majiteľ prevádzky najmä na ich zručnosť, odborné vedomosti a roky praxe. V dnešnej dobe je žiaľ kvalifikovaných pracovníkov v gastronómii čím ďalej tým menej. Mnoho zamestnávateľov v dnešnej dobe využíva na prácu v gastronómii najmä nekvalifikovaný personál v snahe ušetriť peniaze.

### 1.6.1 Komunikatívnosť a ústretovosť

Dôležitým faktorom je, že zamestnanci ovládajú zásady etiky a stolovania. Pri vstupe do prevádzky má obsluhujúci zamestnanec zákazníka pozdraviť vhodne a zrozumiteľne. Komunikácia zamestnanca musí pôsobiť na hosťa príjemne a nenútené. Neverbálna komunikácia je povolená, ale iba ak sa jedná o jemnú gestikuláciu rúk alebo tváre. Dotyky a hmatový kontakt sú zlou vizitkou personálu. Negatíva, ktoré môžu návštevu hosťa do značnej miery ovplyvniť sú najmä prehnaná familiárnosť, použitie nevhodných vtipov, zvýšený tón hlasu či neprimerane blízka vzdialenosť. V prípade komunikatívnosti by mal personál vedieť jasne a zrozumiteľne odpovedať na dotazy zákazníkov, mal by vedieť odporučiť pri výbere a ak disponuje zariadenie špeciálnou ponukou, mala by byť zákazníčkovi ponúknutá. Obsluhujúci personál by mal vystupovať profesionálne, empaticky a v každej situácii by mal vedieť zachovať rozvážnosť.

### 1.6.2 Odbornosť

V gastronómii je tento pojem vyjadrený najmä schopnosťami jednotlivých zamestnancov. V prípade kaviarenskeho servisu hodnotíme najmä správnu prípravu kávy, jej objem, teplotu a krém. Káva musí byť podávaná na pod šálke spolu so šálkou. Pozitívne hodnotené faktory sú najmä správne postupy pri obsluhu, schopnosť poskytnúť dostatočné informácie a profesionálny prístup personáli. „*Pokiaľ nie je schopný vám poradiť hľadajte tú svoju predajňu kávy radšej ďalej*“ (Veselá, 2010, 234s.).



### 1.6.3 Ponuka a predaj

Obsluhujúci personál by mal vystupovať v tomto prípade vo funkcii obchodníka. Kladne hodnotená je schopnosť nenásilne odporučiť produkt, využívanie enogastronomických princípov alebo jednoduché odporúčenie príloh k pokrmu. Toto hodnotenie je v praxi používané iba zriedka, pretože táto schopnosť personálu je veľmi nepatrná, a podľa Blecharza „*málokde bol v tejto schopnosti personál školený a podporovaný*“.

## 1.7 Hygiena

Hygiena je charakterizovaná ako vedný odbor, ktorý sa zaoberá zdravým spôsobom života ako u jednotlivca tak aj v spoločnosti. Jej hlavným cieľom je vytvorenie súboru pravidiel, ktoré zabezpečia tento spôsob života. Vzhľadom k tomu, že pri výrobe, spracovaní a uvádzaní jednotlivých nápojov a jedál do obehu môže dôjsť ku kontaktu s neodborne spôsobilou či zdravotne nevyhovujúcou osobou, sa hygiena podľa zákona označuje ako „epidemiologicky závažná činnosť“.

Každý zamestnanec gastronomického zariadenia musí vlastniť príslušné zdravotné potvrdenia a doklady, ktorými preukazuje svoju zdravotnú spôsobilosť.

### 1.7.1 Hygiena a gastronómia

V gastronomických zariadeniach sa hygiena zameriava na:

- čistotu pracovného prostredia
- čistotu výrobného a odbytového strediska
- čistotu inventáru
- zdravotnú nezávadnosť surovín
- osobnú hygienu zamestnancov
- čistotu odevov

Súčasťou každého prevádzkového poriadku zariadenia spoločného stravovania je aj sanitačný poriadok, ktorý obsahuje:

- sanitačný plán
- jednotlivé dezinfekčné a čistiace postupy
- zabezpečenie sanitácie chemickými a technickými prípravkami a prostriedkami na dezinfekciu
- vykonávania deratizácie a dezinsekcie
- názov firmy vykonávajúcej príslušné sanitačné úkony

### Ostatné špecifické požiadavky na gastronomické zariadenie

- skladové priestory s rôznou vlhkosťou a teplotou
- priestory na umývanie rúk zákazníkov a na odkladanie odevov
- oddelené WC personálu v gastronomickom zariadení, ak na jednej smene pracuje viac ako 5 zamestnancov

- samostatne oddelené sociálne zariadenia pre zákazníkov - mužov a ženy, pričom počet WC kabínok podlieha kapacite miest na sedenie gastronomického zariadenia
- zabezpečenie zdravotnej neškodnosti vyrábaných nápojov a pokrmov

### 1.7.2 HACCP

Pojem HACCP je predstaviteľom jedným z hlavných činiteľov pre správne fungovanie každého gastronomického podniku. Neurčuje cieľ, ktorý chce podnik dosiahnuť, ale nástroj, prostredníctvom ktorého môžu byť posudzované všetky potencionálne riziká. *„HACCP do praxe predstavuje značnú zainteresovanosť prevádzkovateľa, ktorý zmapuje prostredie, odborné činnosti, ponúkaný sortiment, potom vyhľadá riziká a uskutoční preventívne opatrenia, aby zabránil potencionálnemu pochybeniu“* (Burešová, 2015, 30s.).

Tento systém patrí k globálne najrozšírenejším systémom na zaistenie bezpečnosti surovín, a má uplatnenie v každom gastronomickom sektore. *„Môžete byť medzinárodná potravinová korporácia, ktorá zahŕňa sofistikovaný manažment kvality s dokumentovanými procesmi a dobre definovanými praktikami. Alebo môžete byť pestovateľ šalátu, malý výrobca kozieho syra na farme, pouličný predajca kúsokovej pizze, či päť hviezdiková reštaurácia. Na tom nezáleží. HACCP prístup môže byť aplikovaný na všetky druhy gastronomického businessu“* (Mortimore, 2013, 11s.).

Systém sledovania rizík je chápaný, ako organizačný druh analýzy, ktorá je založená najmä na prevencii hrozieb. Významným prínosom, tohto systému je, že sú doňho zapojení všetci zamestnanci zariadenia a zároveň nesú rovnakú zodpovednosť. Niektoré gastronomické zariadenia, ktoré disponujú vypracovanou príručkou správnej praxe, majú možnosť vypracovať zjednodušený HACCP plán.

#### Hlavné funkcie:

- identifikovať všetky riziká, ktorým je možné predísť
- identifikovať kritické kontrolné body v postupoch, v ktorých je nutná kontrola na vylúčenie alebo zabránenie nebezpečenstva
- určenie limitov kritických bodov, ktoré rozdeľujú riziká na prijateľné a neprijateľné
- vymedzenie a zavedenie jednotlivých postupov monitorovanie kritických bodov
- určenie nápravných opatrení pri zistení nevyhovujúceho kritického bodu
- kontrola jednotlivých bodov, ktoré sa musia vykonávať pravidelne
- vedenie evidencie o účinnom uplatňovaní postupov a opatrení

### 1.8 Marketingový výskum

Na uskutočnenie marketingového výskumu je potrebné väčšie množstvo rozdielných dát. Vo vzťahu k výskumu rozlišujeme dáta primárne a sekundárne. Medzi základné marketingové činnosti patrí plánovanie, analýza, implementácia a kontrola. Marketingový výskum je súčasťou marketingového informačného systému. Podľa Kotlera je marketingový výskum charakterizovaný ako *„systematické určovanie, zber, analýza, vyhodnocovanie informácií a záverov, ktoré zodpovedajú určitej marketingovej situácii pred ktorou firma stojí“*.

## **Druhy marketingového výskumu:**

- pozorovanie
- dopytovanie
- experiment

### **1.8.1 Pozorovanie**

Počas konania výskumu nesmie byť pozorovaný subjekt rušený. Využíva sa najmä v reálnom a prirodzenom prostredí. Pri pozorovaní sa často krát využíva aj elektronika. Podľa Tahala je možné napr. „*pozorovať pohyb zákazníkov v rámci hypermarketu prostredníctvom RFID čipu umiestneného na nákupnom vozíku*“.

#### **Druhy pozorovania:**

- videozáznam
- mobilná očná kamera
- fyzické pozorovanie na mieste

### **1.8.2 Dopytovanie a experiment**

Dopytovanie je mnohými autormi označované ako za základný marketingový výskum. Najčastejšie sa využíva ústna, písomná, telefonická alebo počítačová forma. Jednotlivé formy dopytovania sa líšia na základe výšky nákladov na realizáciu, užitočnosti, presnosti a návratnosti odpovedí. „*Výskum formou experimentu realizujeme obvykle v marketingových situáciách, kedy chceme otestovať dopad nejakej zamýšľanej zmeny*“ (Tahal, 2017, 32s.).

### **1.8.3 Škálovanie**

Hodnotené môžu byť vlastnosti javov a predmetov. Vďaka škálam, na ktorých je hodnotenie vykonávané môže byť posudzovaný aj ľudský faktor. Z hľadiska času sú však náročnejšie na tvorbu. Môžu byť súčasťou dotazníkov.

## **1.9 Výskumná metóda mystery shopping**

Metóda fiktívneho nákupu je postavená na princípe kontroly vyškoleným mystery shopperom, ktorý pôsobí ako bežný zákazník. Mystery shopper podľa dopredu stanovených postupov a pravidiel pozoruje jednotlivé faktory o ktorých vypracúva správu. Na základe vyhodnotenia ponúkaných služieb získava firma vďaka mystery shoppingu spätnú väzbu o silných a slabých stránkach. Výsledné zistenia môžu byť neskôr použité ako podklad pre zmenu opatrení vedúcim prevádzky alebo manažérom, ktoré napomôžu k zlepšeniu aktuálneho stavu. Prostredníctvom uskutočnenia fiktívneho nákupu, pri ktorom hodnotí Mystery Shopper aj obsluhujúci personál, získava objednávateľ služby prehľad o pracovných výkonoch jeho zamestnancov. Kontrola nesie rúcho anonymity, keďže Mystery Shopper vystupuje ako bežný zákazník, čiže pri jeho práci personál netuší, že je kontrolovaný.

### **1.9.1 Spôsoby a realizácia mystery shoppingu**

Mystery Shopping je postavený na základe vykonávanej kontroly mystery shopperom, ktorý musí byť vyškolený, alebo poučený o tom, ako zbierať skúsenosti a hodnotiť akékoľvek služby poskytované zákazníkom.

#### **Mystery Shopping môže skúmať:**

- Vlastné organizácie klienta
- Sprostredkovateľov
- Konkurenciu

#### **Techniky Mystery Shoppingu:**

- Mystery návšteva
- Mystery telefonický rozhovor
- Mystery pozorovanie
- Mystery emaily
- Mystery návštevy webových a sociálnych stránok
- Mystery faxy
- Mystery audit

### **1.9.2 Mystery shopping research**

V prípade, kedy sú všetky získané osobné údaje považované za prísne dôverné, a nesmú byť použité pre iné ako vedecké účely.

### **1.9.3 Mystery shopping project**

U tohto typu výskumu, môžu byť použité získané údaje pre iné ako vedecké účely, napríklad ako podpora predaja, školenie personálu alebo určitý bonusový systém.

### **1.9.4 Mystery shopping v gastronómii**

Pri pozorovaní a hodnotení kvality gastronomických služieb je potrebné myslieť na to, že je potrebné hodnotiť dve neoddeliteľne od seba závislé zložky. Hodnotená je kvalita hmotného produktu, tzn. samotných nápojov, pokrmov prípadne doplnkového sortimentu a kvalita služieb, tzn. kvalitu obsluhy, kultúry stolovania, interiéru podniku a jeho atmosféry, celkového dojmu z pobytu a tiež zážitku, ktorý si hosť odnáša.

## **Praktická část**

## 2. ANALÝZA GASTRONOMICKÝCH ZARIADENÍ

Praktická časť sa zameriava na podrobnú analýzu troch zvolených kaviarní. Každé zariadenie je pozorované 3× vo vzťahu k obsadenosti prevádzky, ktorá môže faktory značne ovplyvňovať. V úvode práce bol vytýčený cieľ, ktorým je analýza štandardov kvality, za použitia výskumných metód, a na jeho základe bola vyslovená nasledujúca hypotéza: **Celkové dosiahnuté bodové hodnotenie skúmaných štandardov kvality služieb a produktov je vyššie ako priemerné.**

### 2.1 Analýza prevádzky Urban House

#### Informácie

Názov: Urban House

Sídlo prevádzky: Laurinská 14

Mesto a PSČ: 811 01 Bratislava

Tel. kontakt: +421 904 001

Email: [manager@urbanhouse.sk](mailto:manager@urbanhouse.sk)

Kontaktná stránka: <http://www.urbanhouse.sk/>

Facebook: <https://www.facebook.com/UrbanHouseBratislava/>

Tab.1: Hodnotiacia stupnica Urban House

0	Nedostatočné
1	Dostačujúce
2	Priemerné
3	Vyšší štandard
4	Výborné
5	Vynikajúce

Zdroj: vlastné spracovanie



Obr.1: Urban House

Zdroj: vlastná vorba

### **Atraktivita miesta**

Kaviareň Urban House je situovaná v centre mestskej časti Bratislavy–Starom Meste. V blízkosti sa nachádza množstvo záujmu turistov. Vonkajší vzhľad kaviarne nenaruša štruktúru ani výzor ostatných budov v jej okolí. Prevádzka je označená a pre návštevníkov nie je náročné sa k nej dostať. Jej poloha sa nachádza na frekventovanom mieste.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Prevádzka sa nachádza v lukratívnej lokalite. Všetky náležitosti vonkajšieho vzhľadu prevádzky sú splnené.

### **Prevádzková doba**

Gastronomické zariadenie poskytuje otváraciu dobu sedem dní v týždni. Vez pracovný týždeň je prevádzka otvorená od deviatej hodiny rána do polnoci. V piatok a v sobotu môžu návštevníci využívať služby zariadenia do druhej hodiny rannej. V prípade uzavretých spoločenských udalostí býva kaviareň uzatvorená celá, poprípade určitá vyhradená časť. Jednotlivé udalosti spojené so zmenou prevádzkovej doby informuje podnik zákazníkov vopred prostredníctvom sociálnych sietí.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Zákazníci môžu využívať služby podniku každý deň v týždni od pondelka do piatku. Počas víkendov je prevádzka otvorená dlhšie.

### **Prístup k prevádzke**

Vchod je riadne označený a zákazník nemusí prekonávať žiadne schodišťa ani prekážky. Pri vstupe neodradí host'a žiadny zápach, vlhkosť alebo iný faktor ktorý by mohol jeho návštevu znepříjemniť. K prevádzke sa dá dostať ľahko aj prostredníctvom MHD.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Podnik má dobrú prístupnosť, dá sa ľahko vyhľadať a vstup do prevádzky nie je komplikovaný.

### **Parkovanie**

Gastronomické zariadenie neposkytuje vlastné parkovacie miesta pre zákazníkov ani pre zamestnancov. Najbližšie vhodné parkovacie miesta sa nachádzajú vo vzdialenosti viac ako 150m.

**Hodnotenie: 1/5**

**Odôvodnenie:** Ak chce zákazník navštíviť prevádzku a počas presunu k nej použiť motorové vozidlo, musí prejsť kus cesty pešo.

### **Ceny porovnateľné s konkurenciou**

Pri pohľade na výšku ceny poskytovaných tovarov v tomto podniku sa často krát stretne zákazník s mierne vyššou než v konkurenčných podnikoch. Cenová hladina nie je nastavená na tuzemský, ale na zahraničný trh. Konkurenčné ceny v okolí podniku sú nižšie avšak kvalita poskytovaných služieb je nižšia tiež.

**Hodnotenie: 3/5**

**Odôvodnenie:** Podnik sa snaží osloviť svojimi produktami a cenou najmä zahraničných turistov a ľudí s vyšším platovým priemerom.

### **Ceny adekvátne kvalite produktov a prostredia**

Ceny zariadenia sú vzhľadom k lokalite a kvalite poskytovaných služieb viac-menej úmerné. Laická verejnosť však tento názor nezdieľa. Väčšina ľudí neznalých gastronómie vidí iba konečný produkt, ktorý porovnáva s konkurenciou iba na základe množstva a ceny. Väčšie množstvo a vyššia cena pritom nie je vždy potvrdzujúcim pravidlom kvality produktov a služieb.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Môžeme v tomto prípade konštatovať, že cena = kvalita.

### **Ceny naprieč zákaznickým spektrom**

Podnik nemožno označiť za luxusný. Cenotvorba je vytvorená za predpokladu návštevy hostí so štandardnými či mierne vyššími príjmami. Zákazníci prijímajú ceny a ich cenová hladina ich neprekvapuje. Opäť však treba podotknúť, že ceny sú primerané kvalite a klientele, ktorú sa podnik snaží osloviť.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Gastronomické zariadenie má stálu klientelu hostí, ktorí tento podnik vyhľadávajú zámerne kvôli jeho službám, produktom, interiéru a atmosfére.

### **Image**

Ak ste milovníkom čistých priestorov s jednotným inventárom a zariadením, tak tento podnik nie je pre vás tou najlepšou voľbou. Urbanisticko-industriálny štýl, presne ako názov podniku, napovedá o jedinečnosti každej jednej veci, na ktorú sa upriami zrak zákazníka. Nájst' dve takmer rovnaké stoličky je nemožné. Každý prvok tohto podniku je iný, avšak tým je tento štýl zaujímavý a výnimočný. Lacnými atrapami, či tovarom z Číny tento podnik nedisponuje. Tento štýl, ktorým sa kaviareň snaží odlíšiť a úspešne sa jej to darí, neulahodí ale každému. Významným faktom ostáva to, že väčšina návštevníkov cielene takýto druh vyhľadáva. Každý meter štvorcový je špecifický.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Využitie moderného dizajnu spojené so starými obľúbenými doplnkami. Odlišnosť je v tomto prípade charakterizovaná ako jedinečnosť.



## **Dobrá kondícia materiálov a inventáru**

Keďže sa podnik zameriava na vyššie spomenutý urbanistický štýl, každý jeden použitý prvok v tomto zariadení je do istej miery „správne“ opotrebovaný. Podlaha je zložená z drevených dosiek, pôsobí opotrebované, je ošúchaná a sú v nej medzery. Časť stien je v pôvodnom tehlovom stave, iba mierne upravenom. Najviac použitou farbou, ktorú v tomto podniku máte možnosť spozorovať je čierna. Materiál, z ktorého je zostavený nábytok obsahuje najmä kov, drevo a kožu. V prevádzke sa nachádza veľký počet lúčok s rôznym dizajnom. Tieto spomenuté prvky a materiál sa však nevzťahujú na inventár používaný pri podávaní nápojov a jedál. Inventár je vždy čistý, neobitý a nenesie známky opotrebovania. Všetky spomenuté prvky sú opotrebované zámerne s účelom nadväznosti na dizajn.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Používaný inventár, sedacie súpravy, stoly a stoličky sú vždy v udržiavanom stave.

## **Personál**

Zamestnanci disponujú jednotným pracovným odevom, ktorý je v súlade s dizajnom gastronómického zariadenia. Odev obsluhy je z hľadiska opotrebovania a čistoty v dobrom stave. V podniku nedochádza ku kumulácii pracovných funkcií. Každý zamestnanec má vyhradené pracovné miesto. Personál kaviarne tvorí v priemere päť až sedem zamestnancov, vo vzťahu k naplnenosti zariadenia a k pracovnej dobe. Počas otváracích hodín a v závere prevádzkovej doby je možné spozorovať nižší počet zamestnancov. Za barom vystupuje samostatne barista ako profesionál, ktorý má na starosti prípravu kávových nápojov alebo rôznych alternatívnych spôsobov prípravy kávy. Na druhej strane baru sú väčšinou dvaja barmani, pričom jeden sa stará o čapovanie piva a údržbu inventáru a druhý o prípravu alkoholických a nealkoholických nápojov, limonád a miešaných nápojov. Kuchári sú v tzv. „otvorenej kuchyni“, kde pripravujú pokrmy v náležitých pracovných úboroch.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Každý zamestnanec má svoje miesto a žiadny úsek nestagnuje.

## **Obsluha počas nízkej naplnenosti**

Personál hostí ku stolu neusádza. Veľká možnosť výberu miesta na sedenie. Pri vstupe do gastronómického zariadenia čašníci, barmani a baristi host'a pozdravia. Hlasitosť hudby je na prijateľnej úrovni. Prevádzka pôsobí čisto a udržiavane. Na stoloch sa nevyskytuje inventár po predošliých zákazníkoch. Obsluha predkladá pred menu lístkom poháre s vodou na stôl. Vysoká miera flexibility, trpezlivosti a času potrebného pri výbere z lístka. Zamestnanec obsluhy vystupuje profesionálne a empaticky. V podniku prevláda príjemná atmosféra. Malá možnosť zámeny objednávok. Drobná neznalosť obsluhy vo vzťahu k druhom a špecifikáciám koláčov. Vizuálna stránka koláčov je v poriadku, no chuťová už je na tom horšie. Sociálne zariadenia sú v tomto čase čistejšie. Všetci zamestnanci pôsobia milým a príjemným dojmom. Správne pripravené a servírované espresso a cappuccino. Obsluha dodržiava pravidlá etiky. Najprv je objednaný sortiment predkladaný pred ženu, potom pred

muža. Promptné vybavenie žiadosti platby. Rozlúčenie personálu a zaželanie príjemného dňa pri odchode hosťa.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Čašník bol dostatočne informovaný. Pôsobil príjemne, ústretovo a vedel poradiť.

**Obsluha počas značne zaplnenej prevádzky**

Personál málo kedy pri vstupe hostí uvítava. Mierna obmedzenosť pri výbere miesta na sedenie. Zákazníci oproti predošlému pozorovaniu čakajú dlhšie na obsluhu a objednaný sortiment. Obsluhujúci personál pri stole hosťa pozdraví a predkladá poháre s vodou. Dobrá odporúčacia schopnosť čašníka a príjemné vystupovanie. Toalety sú v tomto čase udržiavané. V podniku hrá hudba na vyššej hlasitosti ako minule. Nízka znalosť sortimentu koláčov. Vitrína na koláče neobsahuje dostatočné informácie o lepku či laktóze, no barový personál vám dodatočné informácie rád poskytne. Etika pri obsluhu je dodržaná. Na stoloch sa nevyskytuje nečistota ani riad po predošlých zákazníkoch. Rýchlo vybavená žiadosť o vystavenie účtu. Personál pri odchode hostí vždy slušne poďakoval a zaželel pekný deň.

**Hodnotenie: 3/5**

**Odôvodnenie:** Dlhšia doba prípravy nápojov. Základná informovanosť obsluhujúceho personálu. Niektorí čašníci pri iných stoloch pôsobili mierne chaoticky a nekvalifikovane.

**Obsluha počas plnej obsadenosti prevádzky**

Pri vstupe do prevádzky je problematické nájsť vhodné miesto na sedenie a mnoho stolov je rezervovaných. Personál hostí nezdraví. Na niektorých stoloch je použitý riad a inventár. Hudba cez hlasitosť zákazníkov nie je počuť. Malý sortiment koláčov. U personálu je poznať značná nervozita. Občasný problém so zámenou objednávok. Dobrá odporúčacia schopnosť pri výbere odrodovej kávy na prípravu alternatívy. Etika pri obsluhu bola nedodrжанá. Mierne špinavé sociálne zariadenia. Zamýšľané jedlo bolo z dôvodu dlhej čakacej doby vynechané. Znatelne dlhá čakacia doba vystavenia účtu. Nečistoty na sociálnych zariadeniach počas návštevy neboli nájdené. Malý počet obsluhujúcich vo vzťahu k naplnenosti čo zapríčiňuje mierny chaos. Personál hostí pri odchode nezdraví.

**Hodnotenie: 2/5**

**Odôvodnenie:** Pri vysokej naplnenosti je značne dlhšia čakacia doba ako pri predošlých návštevách málo a stredne obsadenej kaviarne. Obsluhujúci personál má na starosti rovnaký počet stolov ako pri predošlých návštevách. Vplyvom stresu a nervozity personálu dochádza k chybám v objednávkach alebo ich zámene.

## **Atmosféra podniku**

Atmosféra podniku je priamo úmerná štýlu na ktorý podnik poukazuje. Podnik disponuje špecifickou vôňou, pričom zákazník pri návšteve neucíti žiadne nežiaduce vplyvy ktoré by znepríjemnili jeho návštevu. Kludná atmosféru s jazzovou hudbou pôsobí relaxačne. Osvetlenie v podniku vie vyhovieť hosťovi v prípade keď potrebuje pracovať, rád by si prečítal pri káve knižku či noviny. V podniku je zakázané fajčiť. Aj keď je kuchyňa otvorená, má dostatočné odvetrávanie, čo zabraňuje nežiaducim pachom preniknúť do priestoru hostí. Zákazník sa v kaviarni nemá šancu nudiť, vzhľadom k veľkému množstvu špecifických interiérových doplnkov ktoré dotvárajú špecifickú atmosféru podniku.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Podnik svojou atmosférou vytvára príjemný zážitok z návštevy. Žiadne negatívne vplyvy pri návšteve a hodnotení tohto faktoru neboli zistené.

## **Sociálne zariadenie**

Pravidelne udržiavané, čisté a voňavé. Takto znie charakteristika toaliet v podniku. Na dverách z vnútornej strane je priložený rozpis s jednotlivými časmi sledovania čistoty, tak isto ako s menom a podpisom jednotlivého zamestnanca. Zariadenie je príjemne osvetlené a disponuje veľkými zrkadlami. Čistota podlahy, obkladu a umývadiel poukazuje na pravidelne vykonávanú sanitačnú činnosť.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Personál sa v pravidelných intervaloch stará o čistotu a údržbu sociálnych zariadení. V prípade značnej obsadenosti je možné spozorovať nečistoty na podlahe a umývadlách.

## **Jedálny a nápojový lístok**

Na prvej strane si zákazník môže vybrať z ponuky jedál a jednoduchých pokrmov. Lístok neobsahuje adresu, mená zodpovedných pracovníkov ani vedúceho pracoviska. Miery všetkých nápojov sú uvádzané v mililitroch. Všetky položky menu lístka obsahujú cenu. Názvy pív a ceny na lístku nie sú uvedené, o ponuke je možné sa informovať u obsluhujúceho personálu alebo na nástennej tabuli v barovej časti. Lístok je písaný v anglickom a slovenskom jazyku a je gramaticky v poriadku. Ponuka vín je zoradená v poradí biele, ružové, červené a šumivé. V lístku sa nachádza špeciálna ponuka baristu nadväzujúca na špeciálne druhy ochuteného nápoja cafe latte, ako sú napríklad perníkové, matcha, cviklové či v dnešnej dobe obľúbene chai. Nápojový lístok obsahuje široké spektrum ponúkaných miešaných nápojov, no jednotlivé druhy destilátov, páleniek a pod. nie sú na lístku uvedené. Posledná stránka je venovaná raňajkovému menu, ktoré podnik servíruje do dvanástej hodiny.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Menu lístok neobsahuje základné vyššie uvedené náležitosti týkajúce sa adresy prevádzky a ostatných.

### **Ponuka vo vzťahu k zákazníkovi**

Možnosť výberu tradičných kávových nápojov alebo alternatívnej metódy. Ak zákazník trpí napríklad na zvýšený tlak, či neznáša veľmi dobre kofeín, má možnosť voľby bezkofeínovej kávy. Ponuka používaného mlieka je rozšírená o sójové, mandľové či kokosové. Ponuka miešaných nápojov sa v súvislosti so sezónnosťou mení. V období zimných mesiacov je lístok upravený o teplé nápoje, horúcu čokoládu a varené víno. Počas letných mesiacov si môže zákazník vybrať zo širokej škály limonád, čerstvých štiav či ľadového čaju. Ponuka jedál je zostavená tak, aby aj človek ktorý je vegetarián či vegán mal možnosť uspokojiť svoje základné potreby. Ak hosť a z lístka nič neosloví, poprípade nedisponuje miešaným nápojom či iným produktom ktorý by uvítal, personál ochotne ponúkne alternatívu.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Vo vzťahu k moderným trendom a cieľom záujmu zákazníkov pri vyššie uvedených intolerančných prvkoch vychádza podnik hosťom viac než v ústrety.

### **Personál - komunikatívnosť a ústretovosť**

Obsluhujúci personál hosťa k stolu neusádza. S pozdravom pri vstupe do zariadenia má hosť možnosť sa stretnúť pri nízkej či strednej naplnenosti zariadenia. Personál je ústretový, často používa gestikuláciu, no niekedy môže mať zákazník mierny pocit že si obsluha drží odstup. Jedným z faktov, ktorým sa podnik môže pyšiť, je vo veľkej miere dostatočná základná informovanosť.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Podnik stratil bod vzhľadom na fakt, že hosť sa usádza k stolu sám a v prípade vyššej obsadenosti hosť na personál čaká dlhšie.

### **Personál - ponuka a predaj**

Obsluha vo väčšine prípadov objednávky iba prijíma, samotné odporúčenie z ich strany sa dostaví iba po priamom dopytovaní. Znalosť základného nemenného sortimentu personál ovláda, no pri určitom meniacom sa produkte vykazuje občasné medzery. Personál sa v pravidelných intervaloch pristavuje pri stole a zaujíma sa o hosťa a jeho spokojnosť.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Personál základnú ponuku ovláda, o hosťa sa zaujíma ale sám odporúča zriedkavo.

### **Existencia zvláštnej ponuky**

V tomto prípade nie je reč o skrytom podpultovom tovare. Jedná sa o akcie, ktoré podnik poskytuje pri snahe osloviť verejnosť s jej novinkami a príležitostnými udalosťami. Medzi zvláštnu ponuku, ktorá charakterizuje tento podnik, patrí najmä degustácia čapovaných pív z malých lokálnych a kočovných pivovarov, cupping a ochutnávka zdravých pokrmov.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Podnik nestagnuje a prejavuje stálu snahu o zaujatie zákazníka ponukou rôznych akcií.

**Zamestnanci a hygiena**

Personál nikdy nevstupuje a ani neopúšťa pracovisko v pracovnom úbore. Obsluhujúci personál disponuje uzavretou čiernou obuvou, no skôr vhodnou na bežné používanie. Špecifickým prvom sú tetovania či piercing. Personál je upravený, má čistý pracovný úbor, nie je z neho cítiť dym z cigariet, zápach z úst, pot či iné nežiaduce faktory.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Personál je upravený a svojou prítomnosťou nenaruša príjemnú atmosféru. Rôzne „ozdobné prvky“ personálu ktoré sú vyššie uvedené, sú u mladého personálu často bežnou vecou a väčšina zákazníkov je na tento trend zvyknutá.

**Marketing a sociálne siete**

Podnik zapadá do kategórie obľúbených zariadení. Nasvedčuje tomu aj vysoké hodnotenia na rôznych internetových portáloch. Vďaka webu prevádzky sa môže zákazník dozvedieť o otváracích hodinách, kompletnom menu, informáciách a kontaktoch v prípade záujmu o rezerváciu. Podnik pravidelne oznamuje novinky a zaujímavosti na sociálnych sieťach a aktívne ich spravuje.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Podnik promptne odpovedá prostredníctvom určitých médií na hodnotenia, dotazy pripomienky či sťažnosti zákazníkov. O všetkých potrebných informáciách či náhlých zmenách podnik zákazníkov v krátkej dobe upozorňuje.

**Záverečná správa**

Zariadenie je pravidelne udržiavané a po dizajnovej stránke dobre navrhnuté. Personál základnú ponuku ovláda no vykazuje menšie nedostatky. Atmosféra v podniku je príjemná a hostia sa sem radi vracajú. Jednotlivé aspekty sú uvedené v tabuľkách nižšie.

## Hodnotiace tabuľky a grafické znázornenie obsadenosti

Tab.2: Hodnotené štandardy Urban House

x Hodnotený štandard	Hodnotiacia stupnica					
	0	1	2	3	4	5
Atraktivita miesta						X
Prevádzková doba						X
Prístup k prevádzke						X
Parkovanie		X				
Ceny porovnateľné s konkurenciou				X		
Ceny adekvátne kvalite produktov a prostredia					X	
Ceny naprieč zákazníckym spektrom					X	
Image						X
Dobrá kondícia materiálov a inventáru						X
Personál						X
Obsluha - nízka obsadenosť prevádzky					X	
Obsluha - polovičná obsadenosť prevádzky				X		
Obsluha - plná obsadenosť prevádzky			X			
Atmosféra podniku						X
Sociálne zariadenie					X	
Jedálny a nápojový lístok					X	
Ponuka vo vzťahu k zákazníkovi						X
Personál - komunikatívnosť a ústretovosť					X	
Personál - ponuka a predaj					X	
Existencia zvláštnej ponuky						X
Zamestnanci a hygiena					X	
Marketing a sociálne siete						X

Zdroj: vlastné spracovanie

Tab.3: Výsledková stupnica Urban House

110 - 100	Vynikajúce
99 - 89	Vyšší štandard
88 - 79	Priemerné
78 - 69	Podpriemerné
68 - 0	Nedostačujúce

Zdroj: vlastné spracovanie



Graf 1: Obsadenosť meraná v % Urban House

Zdroj: vlastná tvorba

## 2.2 Analýza prevádzky Kafehaus Lumière

### Informácie

Názov: Kafehaus Barzzuz

Sídlo prevádzky: Špitálska 4

Mesto a PSČ: 811 08 Bratislava

Tel. kontakt: +421 903 430 934

Email: [lumiere@kafehaus.sk](mailto:lumiere@kafehaus.sk)

Kontaktná stránka: <http://www.kafehaus.sk/kaviarne/bratislava-kino-lumiere.html>

Facebook: <https://www.facebook.com/KafeHausBarzzuz/>

Tab.4: Hodnotiaca stupnica Kafehaus Lumière

0	Nedostatočné
1	Dostačujúce
2	Priemerné
3	Vyšší štandard
4	Výborné
5	Vynikajúce

Zdroj: vlastná tvorba



Obr.2: Kafehaus Lumière

Zdroj: vlastná tvorba

### **Atraktivita miesta**

Gastronomické zariadenie, je situované v tesnej blízkosti kina Lumiére. Jeho poloha sa nachádza v Starom meste. Kaviareň je z veľkej časti tvorená francúzskymi oknami s logom a podniku. K prevádzke majú zákazníci dobrý prístup, no jej pozícia nie je umiestnená vo frekventovanej časti priechodu ľudí. Svojím vonkajším vzhľadom nenaruša okolité prostredie. V blízkosti podniku sa nachádzajú zastávky trolejbusov a električiek.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Prevádzka sa nenachádza na frekventovanej zóne mestskej časti.

### **Prevádzková doba**

Gastronomické zariadenie poskytuje otváraciu dobu sedem dní v týždni. Počas pracovného týždňa je od ôsmej hodine ránej a počas víkendu v závislosti od kina. Doba uzavretia je o dvadsiatej druhej hodine. V prípade plánovaného uzavretia kaviarne, informuje zariadenie zákazníkov vopred prostredníctvom sociálnych sietí a nápisu na dverách. Počas spoločenských udalostí býva vo väčšine prípadov kaviareň uzavretá z časti.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Zariadenie poskytuje dostatočne dlhú otváraciu dobu pre zákazníkov a o zmenách vopred informuje.

### **Prístup k prevádzke**

Návštevník prevádzky nemusí prekonávať žiadne prekážky ani čeliť žiadnemu riziku. Vchod nie je špecificky označený, prevádzka disponuje bočným vchodom pre zamestnancov a tak z tohto dôvodu môže spôsobiť istú dezorientáciu zákazníkov. Pri vstupe do prevádzky neodradí hosť žiadny zápach ani iný nežiadúci faktor. Podnik je umiestnený na prízemí.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Vstup do prevádzky nie je špecificky odlišný od vstupu pre zamestnancov.

### **Parkovanie**

Parkovanie v blízkosti zariadenia je vyhradené iba zamestnancom inštitúcií v okolí. Najbližšie parkovacie miesta sú vo vzdialenosti viac ako sto metrov, sú počas určitej dennej doby platené a ich počet je značne obmedzený. Počas víkendov je parkovanie na týchto miestach bezplatné.

**Hodnotenie: 2/5**

**Odôvodnenie:** Parkovanie je buď spoplatnené alebo vo vyššej vzdialenosti.



### **Ceny porovnateľné s konkurenciou**

Cena poskytovaných produktov je jedným z hlavných faktorov, pre ktorý zákazníci tento podnik pravidelne navštevujú. V porovnaní s okolitou konkurenciou je cena nízka. Cenová hladina je nastavená pre širokú verejnosť a umožňuje uspokojovanie potrieb aj sociálne slabším skupinám obyvateľov. Vzhľadom na fakt, že je prevádzka situovaná v centre mesta, je výskyt cien ktoré má zariadenie stanovené u konkurencie ojedinelý.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Nízka cena oproti konkurenčným podnikom vo vzťahu k sídlu prevádzky.

### **Ceny adekvátne kvalite produktov a prostredia**

Z pohľadu základného kávového nápoja – espressa, má zákazník možnosť výberu z viac ako štyridsiatich druhov odrodových káv z celého sveta za rovnakú cenu, ktorá je oproti konkurencii porovnateľne nižšia. Kvalita kávy spĺňa požadované štandardy. Cena kávy môže kolísať na základe druhu použitej kávy. Cenová hladina ostatných produktov však tento charakter nepotvrďuje. Ceny ostatných produktov sú vo vzťahu k ich charakteru, spôsobu prípravy, či použitých surovín privysoké alebo u zákazníka navodzujú pocit nízkej atraktivity.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Široký sortiment odrodových káv dobrej kvality z ktorých si zákazník môže vybrať. Ostatný ponúkaný sortiment nepôsobí po estetickej stránke lákavo.

### **Ceny naprieč zákazníckym spektrom**

Štýl kaviarne, dizajn a používaný inventár by sa dal označiť ako bežný, ba až k vývinu gastronómie za posledných pár rokov mierne zastaraný. Vo vzťahu k cene, ako hlavnému ukazovateľu a porovnávaciemu prvku s konkurenciou, podnik pri vyššie spomenutých špecifikáciách produktov pôsobí u zákazníkov uspokojivo. Host' je väčšinou milo prekvapený cenou kávových nápojov oproti konkurencii. Široký výber kávy navodzuje pocit vysokej kvality. Klientela podniku je veľká a neexistuje špecificky prevyšujúca skupina hostí. Nízka cena môže mať za následok aj návštevnosť nežiaducej klientely.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Zákazníci vnímajú cenu ponúkaných sortimentov oproti konkurencii, ako potešujúcu. Kaviareň svojimi prvkami interiéru a dizajnu pôsobí mierne zastaraným dojmom.

### **Image**

Čistota prevádzky ide ruka v ruke s hygienou a sanitáciou. Dizajn a štýl kaviarne je úzko spätý s kinom, ktoré sa nachádza vo vedľajších miestnostiach budovy. Podlaha kaviarne je pôvodná, dlaždicová. Steny zdobia rôzne fotky, obrazy a portréty slávnych filmov a filmových scén z minulého storočia. Pri vstupe vás upúta kriedová stena oproti dverám, na ktorú sa počas roka píše rôzne ponuky produktov vo vzťahu k ročným obdobiam. Bar je z vonkajšej strany ozdobený jutovými vrecami od kávy z krajín importu. Celý interiér

kaviarne je inšpirovaný kávou, jej históriou a jej vývinom za posledné storočia, na ktoré sa podnik snaží poukázať. Môžete tu nájsť prvky ako mlynčeky na kávu, kávovníkové vrecia, kávovary, živý kávovník z Guatemaly, knihy o káve mnoho ďalšieho. Štýl kaviarne má navodiť uvoľňujúcu a relaxačnú atmosféru. V dnešnej dobe obľuby rôznych špecifických štýlov kaviarní sa stáva tento typ kaviarne pre verejnosť niekedy nezaujímavý a môže pôsobiť nedomodne.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Všetky prvky interiéru dotvárajú harmonický celok. Image navodzuje príjemnú a relaxačnú atmosféru.

**Dobrá kondícia materiálov**

Materiál zodpovedá dobe používania. Barový pult, z lešteného dubového dreva, nie je poškriabaný, ani na ňom nie sú žiadne známky opotrebenia. Sedacie súpravy sú pravidelne ošetrované a tepované. Niektoré stoly a stoličky sú mierne poškriabané, no nie sú to rozsiahle poškodenia. Počas sedenia pri stoloch a bare sa hostia cítia príjemne. Podniku môžeme vytknúť akurát rozloženie barových stoličiek príliš blízko baru, čo môže pre zákazníka pôsobiť nekomfortne. Tácky a podnosy sú vo väčšine prípadov čisté a bez škrabancov. Niekedy sa však môže stať, že nesú stopy po uschnutej vode či mlieku. Nerezové tácky sú na tento typ nečistoty náchylné. Poháre na vodu, ktoré sú súčasťou základného servisu sú poznačené chemickým čistením v umývačke riadu. Zariadenie na prípravu kávových nápojov je štandardné, no svoju úlohu plní a je udržiavané. Sklenená vitrína na koláče je v dobrom technickom stave a bez šmúh. Vo vzťahu k ročným obdobiam sa čistota vonkajších okien kaviarne môže líšiť.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Kaviareň je pravidelne v udržiavanom stave, no niektoré časti inventáru by bolo vhodné pri vyššom opotrebení vymeniť.

**Personál**

Personál prevádzky tvoria traja zamestnanci. Barista za barom je poverený prípravou kávových nápojov, čašník sa stará o obsluhu, účtovanie a spokojnosť zákazníkov na rajóne a pomocná sila pripravuje ostatné nápoje, priebežne dopĺňa inventár, stará sa o čistotu použitého riadu a vypomáha ostatným zamestnancom. V čase zvýšenej obsadenosti kaviarne nastáva do istej miery kumulácia pracovných činností zamestnancov, čo môže na jednej strane pomôcť urýchliť pracovné činnosti niektorého zo zamestnancov, no na druhej strane môže zapríčiniť chaos a chyby v objednávkach. Počas návštevy je možné spozorovať rozličnú zručnosť jednotlivých zamestnancov. Personál je zostavený najmä zo študentov. Pracovný úbor pozostáva z pracovného trička a zástery s logom firmy a menovky. Nie všetci zamestnanci počas pracovnej doby týmto odevom disponujú.

**Hodnotenie: 3/5**

**Odôvodnenie:** Najmä pri vysokej obsadenosti dochádza k častej zámene či zabúdaníu objednávk, dlhšej čakacej dobe, dezorientácií zamestnancov a nespokojnosti zákazníkov.

### **Obsluha počas nízkej naplnenosti**

Prevádzka bola navštívená krátko po jej otvorení. Pri vstupe sa v podniku nenachádzali žiadni zákazníci. Personál hostí neusádza iba pozdraví. V prevádzke hrala jazzová hudba v strednej hlasitosti, Krátka čakacia doba na obsluhujúci personál. Personál poskytol dostatočné informácie pri výbere odrodovej kávy. Vizuálna stránka, kvalita a chuťový profil objednaných kávových nápojov bol v poriadku. Vzhľad limonády pôsobí vo vzťahu k cene chudobne. Obsluha sa často pri stole host'a nepristavuje. Pred predložením menu lístka nie sú na stôl pokladané poháre s vodou. Po predložení objednaného sortimentu prejavoval o host'a personál nižší záujem. Z dôvodu dlhej nezáujmu personálu bol účet zaplatený pri bare. Zamestnanci sa s host'ami pri ich odchode rozlúčili.

### **Hodnotenie: 3/5**

**Odôvodnenie:** Vzhľadom k slabej obsadenosti kaviarne, nebola obsluha dostatočne pružná. Kaviareň počas víkendu neponúkala širší výber koláčov. Limonáda síce chutila dobre, ale po optickej stránke pôsobila veľmi chudobne.

### **Obsluha počas značne zaplnenej prevádzky**

Vzhľadom k tomu, že všetky sedacie boxy boli obsadené sa hosti usádzali iba k oknám pri stoloch. Pri žiadosti o odporúčenie káv disponoval obsluhujúci personál dobrou informovanosťou a pôsobil profesionálne. Pomerne krátka čakacia doba na objednaný sortiment. Pre nedostatok citrónov nemohla byť citrónáda objednaná. Chuť o optická stránka kávových nápojov bola dobrá. Personál dodržal zásady etiky pri obsluhovaní. Prevádzka bola v dobe návštevy čistá a hudba hrala na prijateľnej úrovni. Sociálne zariadenie bolo v poriadku. Čašník sa oproti predošlej návšteve o hostí aj po predložený objednaných produktov o hostí zaujíma. Účet bol prinesený ku stolu host'a. Obsluha si odchode zákazníkov rozlúčila.

### **Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Pri tejto návšteve sa potvrdilo, že nezáleží na tom, koľko stolov je obsadených ak obsluhujúci personál vystupuje profesionálne a má dostatočné znalosti.

### **Obsluha počas plnej obsadenosti prevádzky**

Počas plnej obsadenosti sa na voľné miesto musí čakať. Najskôr sa väčšinou uvoľní sedenie pri bare. Barové stoličky sú síce pohodlné, no pri sedení pri bare si hostia udierajú stehná o barovú stenou obloženú jutovými vrecami. V prevádzke je hluk a hudba nie je počuť. Personál si zákazníkov príchod vo väčšine prípadov nevšimne. Doba starostlivosti o jednotlivých hostí je minimálna. Dlhá čakacia doba na objednané produkty. Často u personálu dochádza k problémom alebo stratám objednávok. Značným problémom je najmä chaos a disharmónia pracovných činností. Všetci zamestnanci robia všetko. Hostia platia väčšinou sami pri bare. Personál sa s host'ami pri odchode lúči zriedkavo.

### **Hodnotenie: 2/5**

**Odôvodnenie:** Počas návštevy plne obsadenej kaviarne prevládal na pracovisku chaos, dezorientácia a čakacia doba na objednané nápoje je prídlhá.

### **Atmosféra podniku**

Podnik svojim dizajnom a prvkami interiéru navodzuje príjemnú a relaxačnú atmosféru. Hudba väčšinou nehraje príliš hlasno a zákazníci počas rozhovoru medzi sebou nemusia zvyšovať tón hlasu. Nad každým stolom je zavesená lampa v odlišnej výške. Citlivosť osvetlenia je na prijateľnej úrovni. Osvetlenie nad barovou časťou je riešené bodovými stropnými svetlami. Intenzita svetiel celkovo nenaruša atmosféru podniku. V podniku je zakázané fajčiť. Počas návštevy zákazníka upúta najmä príjemná vôňa čerstvo pomletej kávy a aróma z kávových nápojov. Podnik pôsobí ukludňujúco, no na zábavný charakter vo forme živej hudby či iných predstavení sa podnik nezameriava.

### **Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Hlavným faktorom, pre ktorý zákazníci kaviareň navštevujú je oddych a relax. Niektoré lampy nad stolmi sú zavesené nízko a zákazník si môže pri nepozornosti počas vstávanie udrieť hlavu.

### **Jedálny a nápojový lístok**

Lístok obsahuje údaje o firme, adrese, telefónnom čísle a emailovej adrese na zadnej strane. Meno zodpovedného vedúceho zariadenia je uvedené na vstupných dverách podniku. Lístok je jednoduchý, má jednu list, pričom ponuka je uvedená obojstranne. Skladba lístka pozostáva iba z ponuky vytlačenej na tvrdom papieri. Lístok nemá žiadnu ochranu proti premočeniu či iným faktorom, ktoré by ho mohli poškodiť. Väčšina lístkov v gastronomickom zariadení nesie známky nečistôt. Niektoré kategórie v lístku zahrnuté, neobsahujú všetky ponúkané produkty danej skupiny. Pod názvami čajov a koláčov je uvedený drobný podnadpis „podľa dennej ponuky“. Rozlievané vína sú radené v postupnosti biele, červené, ružové. Názov vinárni je v lístku u jednotlivých vín vyznačený. Všetky ponúkané nápoje a doplnkový sortiment majú presne stanovený objem.

### **Hodnotenie: 3/5**

**Odôvodnenie:** Menu lístky pri niektorých kategóriách neposkytujú dostatočné informácie a sú písané iba v slovenskom jazyku. Najst' na prevádzke lístok, ktorý nie je poznačený kávou alebo vodou je rarita.

### **Sociálne zariadenie**

Toalety podniku sú pravidelne udržiavané. Personál vedie evidenciu sanitačných úkonov v hárku umiestnenom v sklade. Steny a podlaha sú obložené štvorcovými dlaždicami a kachličkami. Vo vzťahu k hygiene a predpisom, ktorým gastronomické zariadenia podliehajú, prevádzka spĺňa predpísané kritéria. Nad umývadlom je umiestnené zrkadlo a po

Ľavej strane automatický podávač papierových obrúskov. Na stene sa nachádza osviežovač vzduchu, ktorý je nastavený na určený interval.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Pravidelné udržiavané a čisté toalety, zrkadlo bez šmúh, príjemná vôňa.

### **Ponuka vo vzťahu k zákazníkovi**

V tomto gastronomickom zariadení má zákazník možnosť vybrať si iba zo základných kávových nápojov. Alternatívny spôsob prípravy kávy podnik neposkytuje. Kaviareň poskytuje zákazníkovi na výber z troch druhov bezkofeínovej kávy. Sójové, mandľové či kokosové mlieko sa v ponuke nenachádzajú. Jedinou mliečnou alternatívou je bezlaktózové mlieko. Miešané nápoje sú súčasťou iba letnej ponuky. Od začiatku jesene až po koniec zimy je veľmi obľúbeným nápojom horúca čokoláda, ktorú vám personál vie pripraviť z viacerých druhov horkých a mliečnych čokolád. Počas leta je veľmi obľúbená zázvorovo-citronová limonáda, affogato či espresso s tonikom. Gastronomické zariadenie okrem koláčov a špecifickým symbolom Bratislavy – bratislavskými rožkami, iné pokrmy neponúka.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Absencia alternatívneho mlieka. Letná a zimná ponuka sa mení iba o pár druhov sortimentu.

### **Personál - komunikatívnosť a ústretovosť**

Hostia sa k stolu usádzajú sami. Ústretovosť personálu je na vysokej úrovni, no odborná znalosť a dochvilnosť často krát môže dobrý pocit z návštevy zákazníka mierne narušiť. Základnú ponuku personál ovláda, no ak sa hosť zaujíma o špecifické prvky jednotlivých káv, vína, či koláčov, neznalosť obsluhy ho môže nemilo prekvapiť a tým sa znižuje celkový zážitok.

**Hodnotenie: 3/5**

**Odôvodnenie:** Kritické hodnotenie bolo udelené na základe faktu, že obsluhujúci personál sa pomerne často mení a nie každý pozná aktuálnu ponuku ponúkaného sortimentu. Najmä v časoch plnej obsadenosti personál vykazuje nízku flexibilitu, logické zmýšľanie a často krát vznikajú nezrovnalosti v objednávkach.

### **Personál - ponuka a predaj**

Obsluha vo väčšine prípadov objednávky iba prijíma, samotné odporúčenie z ich strany môže zákazník očakávať iba po priamom dopytovaní. Znalosť základného nemenného sortimentu personál viac menej ovláda. Personál sa pri stole pristavuje zväčša iba pri prvej objednávke, priame odporúčanie je skôr raritou, a niekedy sa stáva že na hosť a pri plnej obsadenosti zabudne.

**Hodnotenie: 2/5**

**Odôvodnenie:** Zákazník pri svojej návšteve očakáva často krát lepši servis, vyššiu odbornosť a vo valnej väčšine prípadov aj kratšiu čakaciu dobu. Fakt, že väčšiu časť personálu je tvorená brigádnikmi naznačuje, že gastronomické zariadenie sa snaží ušetriť finančné prostriedky na úkor kvality ponúkaných služieb.

### **Existencia zvláštnej ponuky**

Jedinou špeciálnou ponukou podniku býva zriedkavá ponuka rabatu na špeciálne druhy káv, akými sú napr. Jamaica Blue Mountain, Indonézia Kopi Luwak či Hawaii Kona.

**Hodnotenie:** 3/5

**Odôvodnenie:** Špeciálna ponuka sa v podniku vyskytuje iba vo forme odrodovej kávy.

### **Zamestnanci a hygiena**

Personál nikdy nevstupuje a ani neopúšťa pracovisko v pracovnom úbore. Vyhradená šatňa na úpravu a prezliekanie je umiestnená v sklade v blízkosti sociálnych zariadení. Základ odevu personálu tvorí tričko a záster a s logom firmy, počas letných mesiacov polo košeľa. Nie vždy personál disponuje pracovným úborom. Kompletný pracovný úbor, ktorý zahŕňa tričko, zásteru a menovku je rarita. Pokožka zamestnancov nie je pokrytá tetovaniami ani piercingami.

**Hodnotenie:** 4/5

**Odôvodnenie:** Personál do značnej miery disponuje pracovným úborom. Výmena pracovného oblečenia neprebíha v odbytovej časti prevádzky.

### **Internet a sociálne siete**

Podnik prevádzkuje vlastnú internetovú stránku, ktorá je zároveň e-shopom. Zákazník tu môže získať informácie o jednotlivých kávach a ostatom sortimente ktorý firma poskytuje. Na strane sociálnych sietí a marketingu je značná stagnácia. Na stránkach zameraných na hodnotenie gastronomických zariadení má dobrú odozvu.

**Hodnotenie:** 3/5

**Odôvodnenie:** Oproti konkurenčným podnikom gastronomické zariadenie zaostáva. Použité fotky, ktoré kaviareň na sociálnych sieťach uverejňuje nepôsobia profesionálne.

### **Záverečná správa**

Podnik má značné nedostatky najmä v prípade obsluhy. Prevádzka pôsobí útulne. Jednotlivé aspekty sú uvedené v tabuľkách nižšie,

## Hodnotiace tabuľky a grafické znázornenie obsadenosti

Tab.5: Hodnotené štandardy Kafehaus Lumiere

x Hodnotený štandard	Hodnotiacia stupnica					
	0	1	2	3	4	5
Atraktivita miesta					X	
Prevádzková doba						X
Pristup k prevádzke					X	
Parkovanie			X			
Ceny porovnateľné s konkurenciou						X
Ceny adekvátne kvalite produktov a prostredia					X	
Ceny naprieč zákazníckym spektrom					X	
Image						X
Dobrá kondícia materiálov a inventáru					X	
Personál				X		
Obsluha - nízka obsadenosť prevádzky				X		
Obsluha - polovičná obsadenosť prevádzky					X	
Obsluha - plná obsadenosť prevádzky			X			
Atmosféra podniku					X	
Sociálne zariadenie						X
Jedálny a nápojový lístok				X		
Ponuka vo vzťahu k zákazníkovi					X	
Personál - komunikatívnosť a ústretovosť				X		
Personál - ponuka a predaj			X			
Existencia zvláštnej ponuky				X		
Zamestnanci a hygiena					X	
Marketing a sociálne siete				X		

Zdroj: vlastné spracovanie

Tab.6: Výsledková stupnica Kafehaus Lumiere

110 - 100	Vynikajúce
99 - 89	Vyšší štandard
88 - 79	Priemerné
78 - 69	Podpriemerné
68 - 0	Nedostačujúce

Zdroj: vlastné spracovanie



Graf 2: Obsadenosť meraná v % Kafehaus Lumiere

Zdroj: vlastné spracovanie

## 2.3 Analýza prevádzky Foxford

### Informácie

Názov: Foxford

Sídlo prevádzky: Obchodná 26

Mesto a PSČ: 811 06 Bratislava

Tel. kontakt: +421 2/32660368

Email: [info@foxford.sk](mailto:info@foxford.sk)

Kontaktná stránka: <http://www.foxford.sk/>

Facebook: <https://www.facebook.com/FoxfordCafe/>

Tab.7: Hodnotiaci stupnica Foxford

0	Nedostatočné
1	Dostačujúce
2	Priemerné
3	Vyšší štandard
4	Výborné
5	Vynikajúce

Zdroj: vlastné spracovanie



Obr.3: Foxford

Zdroj: vlastná tvorba



### **Atraktivita miesta**

Kaviareň sa nachádza v centre mesta. V blízkosti prevádzky je plno obchodov vďaka ktorým prechádza týmto miestom veľký počet ľudí. Na oknách prevádzky je umiestnený názov. Nad vstupom do kaviarne je umiestnený internetový názov kníhkupectva ktoré túto kaviareň vlastní. Dobrý prístup k prevádzke zabezpečujú automaticky otvárateľné dvere, vďaka ktorým majú imobilní ľudia lepší prístup.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Prevádzka je situovaná na frekventovanej časti, v blízkosti sa nachádza zastávka MHD a z vonkajšej strany je cez veľké okná dobrý náhľad do kaviarne.

### **Prevádzková doba**

Zákazníci môžu využívať služby gastronomického zariadenia od pondelka do nedele. Počas pracovného týždňa je kaviareň prístupná od 8:30 ráno do 21:00 večer. Počas víkendu sa otváracie hodiny skracujú na dobu od 10:00 do 20:00. Všetky plánované akcie sú vopred vypísané na sociálnych sieťach podniku.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Prevádzka je otvorená všetky dni v týždni avšak počas víkendov by zákazníci uvítali dlhšie otváracie hodiny.

### **Prístup k prevádzke**

Prevádzka je situovaná na prízemí aj na poschodí. Do kaviarenskej časti na poschodí sa môžu zákazníci dostať prostredníctvom eskalátorov alebo schodiska. Prístup do prevádzky je jednoduchý a hosť nemusí prekonávať žiadne prekážky. Pri vstupe neodradí zákazníka žiadny zápach ani iný nežiadúci faktor. Podnik má rovnaký vstup pre zamestnancov a zákazníkov. Automatické dvere reagujú rýchlo a nejavia známky žiadneho poškodenia či spomalenia.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Bezbariérový prístup, automatické vstupné dvere a zastávka MHD situované hneď pred vstupom.

### **Parkovanie**

Gastronomické zariadenie parkovaním nedisponuje. V blízkosti kaviarne ani v jej širšom okolí nie je parkovanie možné. Vstup dopravným prostriedkom na miesto, kde je prevádzka umiestnená je povolený iba vozidlám polície, zásobovaniu alebo iným štátnym zložkám. Najbližšie parkovacie miesta sa nachádzajú vo vzdialenosti viac ako 200m.

**Hodnotenie: 1/5**

**Odôvodnenie:** Ako pri predošlých analýzach musí zákazník využiť parkovacie miesta vo väčšej vzdialenosti od prevádzky.

### **Ceny porovnateľné s konkurenciou**

Gastronomické zariadenie vo vzťahu ku konkurencii má cenovú hladinu nastavenú pomerne rovnako. Kaviareň patrí do skupiny s charakterom vyšších cien. Vzhľadom na fakt, že väčšina ponúkaných koláčov neobsahuje lepok ani laktózu, je ich cena podstatne vyššia.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Ceny niektorých produktov, najmä koláčov, sú oproti konkurencii vyššie.

### **Ceny adekvátne kvalite produktov a prostredia**

Prihliadnuc k tomu, že je gastronomické zariadenie situované na frekventovanej mestskej časti, sú ceny vyššie. Základný kávový nápoj je pripravovaný z výberovej kávy, ktorú prevádzka pravidelne obmieňa. Vo vzťahu k technickému vybaveniu na prípravu kávových nápojov je cena v porovnaní s konkurenciou nižšia. Kaviareň poskytuje množstvo produktov pre skupiny ľudí s intoleranciou na lepok či laktózu. Poskytnutie alternatívy klasického mlieka je bezplatné.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Jednotlivé produkty sú pripravované z kvalitných surovín za použitia vhodných zariadení.

### **Ceny naprieč zákazníckym spektrom:**

Na prípravu kávových nápojov využíva personál kvalitné zariadenia. Zákazníci, ktorí si zakladajú na kvalitnej káve, jej čerstvosti, a profesionálnej príprave gastronomické zariadenia tohto charakteru pravidelne vyhľadávajú. Cena ponúkaného sortimentu zákazníka milo neprekvapí, no zároveň nemusí vynaložiť vysokú finančnú sumu ak chce využívať služby tejto kaviarne.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Cena je prijateľná, no zároveň nepoteší.

### **Image**

Dizajn kaviarne je priamo naviazaný na kníhkupectvo. Podlaha kaviarne je pokrytá parketami s dreveným vzorom. Plávajúca podlaha nie je poškodená a nevydáva nepríjemné zvuky. Prevádzka je v otvorenom priestore spolu s kníhkupectvom. Barová stena na prízemí je rozdelená na dve časti. Prvá časť je natretá na modro, a je na nej zavesené z dreva vyrezané logo kaviarne. Druhá časť je obložená kachličkami so svetlejšim dreveným vzorom. Stena na hornej časti kaviarne sú pokryté imitáciou tehly. Príjemnú atmosféru navodzuje množstvo malých rastlín, najmä v spodnej časti kaviarne a veľká časť kníh použitých ako dizajnových doplnkov. V podniku prevláda príjemná a relaxačná atmosféra. Kaviareň nedisponuje v letnom období vonkajšou terasou. V priestoroch kaviarne je zakázané fajčiť.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Prevádzka sa nebojí s interiérom experimentovať, dizajn je navrhnutý harmonicky a využíva moderné prvky.

### **Dobrá kondícia materiálov**

Stoly a stoličky na rajóne nemajú rovnaký charakter. Sedacie súpravy nenesú známky nečistôt, poškodenia či opotrebenia. Personál pravidelne dbá na čistotu prevádzky. Stoly kaviarne sú prevažne tvorené z dreva a kovu. Presklené stoly trpia na drobné nečistoty ktoré sa usádzajú pod sklenenou časťou. Používaný inventár je čistý a nepoškodený. Kávové nápoje sa podávajú v hrubostenných keramických šáľkach rôznych farieb. Barová časť je vybavená modernými zariadeniami ktoré sú pravidelne udržiavané a dezinfikované. Vitrína na koláče je bez šmúh a jednotlivé poschodia sú uzavreté vo vzťahu k lepku alebo iným druhom intolerančných surovín. Vitrína obsahuje teplomer ktorý určuje aktuálnu teplotu. Príbor pri podávaní malých pokrmov je zabalený v servítke.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Okrem spomenutých presklených stolov v prevádzke neboli zaznamenané známky poškodenia a nečistoty.

### **Personál**

V spodnej časti kaviarne pracujú štyria zamestnanci a v hornej traja. Baristi majú za úlohu prípravu kávy, kávových nápojov a horúcich nápojov vo všeobecnosti. Obsluhujúci personál sa stará o hostí na rajóne a pomocné sily o prípravu jedla a ostatných nápojov. Každý zamestnanec plní svoju náplň práce. Počas plnej obsadenosti obsluhujú v každej časti dvaja čašníci. Personál pri akomkoľvek počte hostí nevykazuje známky chaosu a stresu.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Personál je zosúladený a všetko funguje tak ako má.

### **Obsluha počas nízkej naplnenosti**

Pri príchode host'a personál pozdraví ale neusádza. V prevádzke nehrá žiadna hudba. Obsluha najprv predkladá poháre s vodou. Doba prípravy kávových nápojov a obsluhy je krátka. Personál disponuje vysokou mierou empatie a odbornosti. V prípade potreby zákazníčkovi ochotne poradí. Zamestnanci dôsledne dbajú na čistotu rajóna a sociálnych zariadení. Objednaný sortiment po vizuálnej aj chuťovej stránke pôsobí uspokojujúco. Náležitosti etiky pri obsluhovaní sú splnené. Obsluha sa o spokojnosť hostí zaujíma. Platby sú uskutočňované v krátkych intervaloch. Pri opúšťaní prevádzky sa personál s hosťom rozlúči.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Čašníčka vystupovala profesionálne, obsluhovala rýchlo a vedela odporučiť. Čakacia doba bola pri jednotlivých objednávkach krátka. Obsluha mala predpísaný pracovný odev a pravidelne sa pri stole hostí pristavovala.

### **Obsluha počas značne zaplnenej prevádzky**

Počet zamestnancov obsluhy je rovnaký ako pri nízkej obsadenosti. Personál hostí pri vstupe pozdraví. Dostatočný výber miest na sedenie. Pri prvom pristavení obsluhy pri stole sú pokladané poháre s vodou. Rovnako dlhá čakacia doba na objednané nápoje ako pri predošlom pozorovaní. Obsluha vystupuje profesionálne a dostatočnou informovanosťou. K zámenám alebo stratám objednávok nedochádza. Personál sa stará o všetkých hostí rovnako. Pri neznalosti špecifikácie produktu sa čašník ospravedlnil. Vystavenie a platba účtu prebehla rýchlo. Personál sa opäť pri odchode s hosťami rozlúči.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Až ma malé nedorozumenia vystupoval čašník profesionálne.

### **Obsluha počas plnej obsadenosti prevádzky**

Po vstupe do prevádzky musí hosť hľadať voľné miesto. V prevádzke aj počas plnej obsadenosti prevláda pokojná atmosféra. Na rajóne obsluhujú dvaja čašníci. Obsluha nevykazuje žiadne známky nervozity či podráždenosti. Oba obsluhy a prípravy produktov je iba o pár minút dlhšia ako pri predošlých pozorovaniach. Personál aj napriek veľkému počtu zákazníkov pracuje rýchlo a profesionálne. Etika obsluhy nebola pri tomto výskume dodržaná. Objednané nápoje ak koláče boli doručené rýchlo a po chuťovej stránke boli vynikajúce. Obsluhujúci personál vykonával platby rýchlo a pri odchode sa s hosťami vždy rozlúčil.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Čašník predložil objednaný sortiment najskôr mužovi, až potom žene.

### **Atmosféra podniku**

Počas pobytu zákazníka neprekvapí žiadny zápach, hluk ani iný negatívny faktor, ktorý by mohol jeho návštevu znepríjemniť. Hudbu v podniku buď nehrá alebo je na prijateľnej úrovni. Osvetlenie v kaviarni je vhodné. Niektoré časti kaviarne, najmä gauče sú vybavené drobnými lampami na čítanie kníh. Uzavreté spoločnosti sa konajú prevažne v hornej kaviarenskej časti, tým pádom ostatným zákazníkom nijako neovplyvňujú. Prevádzku vďaka svojmu charakteru navštevuje veľké množstvo milovníkov kníh čím vytvára príjemnú a kludnú atmosféru. Vzhľadom k tomu, že sa z kaviarne večer nestáva bar, nemusia sa zákazníci obávať prítomnosti jednotlivcov v podnapitom stave.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Zákazník sa v podniku cíti príjemne, v klude môže relaxovať.

### **Sociálne zariadenie**

Gastronomické zariadenie vedie v priestoroch toaliet vedie hárok o evidencii. Toalety sú čisté a nezapáchajú. Steny sú cca do výšky 170cm obložené bielymi kachličkami, a po strop natreté

na čierne. Zariadenie disponuje automatickým osvetlením a dávkovačom mydla. Toalety sú v určitých časoch uzavreté, a hosť si musí u obsluhujúceho personálu vypýtať kľúč.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Nečistota sa na toaletách nevyskytuje.

### **Jedálny a nápojový lístok**

Nápoje aj jedlá sú zostavené v jednotnom lístku. V pravom hornom rohu je uvedená adresa prevádzky a časový údaj o sezóne, na ktorú je lístok zostavený. Lístok neobsahuje meno zodpovednej vedúcej osoby. Prevádzka disponuje aj lístkom v anglickom jazyku, ktorý je na vyžiadanie obsluhujúceho personálu. Jedlá obsahujú údaje o gramáži a nápoje údaje o objeme. Lístok je písaný na nepremokavý papier. Štýl písma je jednotný. Farba písma najmä na obrázkoch je dobre čitateľná a prehľadná. Každý druh kávového nápoja má svoju vlastnú špecifikáciu. U jednotlivých kávových nápojov je správne uvedená gramáž a objem. Rozlievané a fľaškové víno je zoradené v poradí biele, červené, ružové, šumivé. Každé víno má uvedený rok, chuťový prívlastok, vináreň aj oblasť. Pri kávových nápojoch je uvedená možnosť zámeny bezkofeínovej kávy za kofeínovú a alternatívna náhrada mlieka.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Lístok je po vizuálnej stránke v dobrom stave. Materiálovo, graficky a dizajnovovo je navrhnutý vhodne. Niektoré nadpisy pod obrázkami môžu pre ľudí s horším zrakom spôsobovať drobné ťažkosti. Meno vedúceho prevádzky, a niektoré dopĺňujúce informácie chýbajú.

### **Ponuka vo vzťahu k zákazníkovi**

Všetky kávové nápoje môžu byť na požiadanie zákazníka pripravené aj z bezkofeínovej kávy. Kaviareň sortiment odrodovej kávy pravidelne mení. Valná väčšina jedál a koláčov je bezlepkový a bezlaktózových. Na prípravu nápojov obsahujúcich mlieko, môžu byť použité sójová, mandľová alebo bezlaktózová alternatíva. Okrem klasického poskytuje prevádzka možnosť viacerých druhov alternatívnych káv. Najmä v období letných mesiacov zákazníka poteší široký výber ľadových káv a kávových miešaných nápojov.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Podnik poskytuje svoje služby a produkty širokej verejnosti a myslí aj na ľudí intorelantných na lepok a laktózu. Menu lístok sa pravidelne mení.

### **Personál - komunikatívnosť a ústretovosť**

Všetky články pracovného tímu pôsobia milo a vystupujú profesionálne. Obsluhujúci personál sa snaží zákazníkovi vždy vyjsť v ústrety. Počas všetkých návštev pracoval personál rýchlo. Jednotlivé informácie týkajúce sa nedostatkového tovaru alebo doby čakania vám vždy oznámi. Pri príchode vás vždy pozdraví a pri odchode sa s vami slušne rozlúči.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** V tomto gastronomickom zariadení dotvára personál príjemnú atmosféru a zákazník sa sem rád vracia. Ochoťne vám zodpovie všetky vaše otázky.

**Personál - Ponuka a predaj**

Obsluhujúci personál ovláda aj širšiu ponuku sortimentov. Pri stole sa pristavuje pravidelne a o hostí sa náležite stará. Pri výbere akéhokoľvek sortimentu vie zákazníkom vo väčšine prípadov odporučiť. Personál sa síce pravidelne počas jednotlivých časov dňa na pozíciách strieda, no každý zamestnanec vystupuje odborne a profesionálne. Neznalosť sa vyskytuje iba zriedkavo.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** Obsluha vy poradíť a odporučiť no sama produkty neponúka.

**Existencia zvláštnej ponuky**

Prevádzka sa v tomto prípade zameriava na široký sortiment ľadových káv, čajov a limonád. Menu lístok sa sezónne mení a tým sa mení aj aktuálna ponuka. Horná časť kaviarne disponuje plátnom a dataprojektorom a je dobre vybavená na usporadúvanie mítingov, školení a workshopov.

**Hodnotenie: 4/5**

**Odôvodnenie:** V menu lístku zvláštna ponuka nie je špecificky vyznačená ani uvedená.

**Zamestnanci a hygiena**

Počas pracovnej doby disponuje každý zamestnanec pracovným úborom. Ten pozostáva z košele, zástery a menovky. Dress code je jednotný a s charakterom prevádzky a dizajnom zladený. Personál má vlastné zázemie kde sa prezlieka. Na pracovisko s už oblečeným pracovným úborom nevstupuje ani ho neupúšťa. Osobná hygiena je na dobrej úrovni. Zápach, pot ani iné negatívne faktory neboli počas návštevy zistené. Pracovné oblečenie je čisté a bez známok poškodenia či opotrebenia.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Všetky hodnotiace atribúty na oblečenie, osobnú hygienu a čistotu odevov sú splnené.

**Internet a sociálne siete**

Prevádzka disponuje profilom na sociálnej sieti facebook, kde pravidelne pridáva rôzne fotky a informácie o aktuálnej ponuke. Na svojej internetovej stránke má uvedené všetky potrebné informácie o otváracích hodinách, menu lístku a kontaktných osobách. Podnik si drží vysoké

hodnotenia na jednotlivých internetových stránkach. Na dotazy, pripomienky a hodnotenia zákazníkov odpovedá do niekoľkých hodín.

**Hodnotenie: 5/5**

**Odôvodnenie:** Podnik má na internete dobré ohlasy, zákazník sa môže na jeho stránkach dozvedieť všetky potrebné informácie.

**Záverčná správa**

Personál pracuje rýchlo a profesionálne. V podniku je príjemná atmosféra. Ostatné aspekty sú uvedené v tabuľkách nižšie.

## Hodnotiace tabuľky a grafické znázornenie obsadenosti

Tab.8: Hodnotené štandardy Foxford

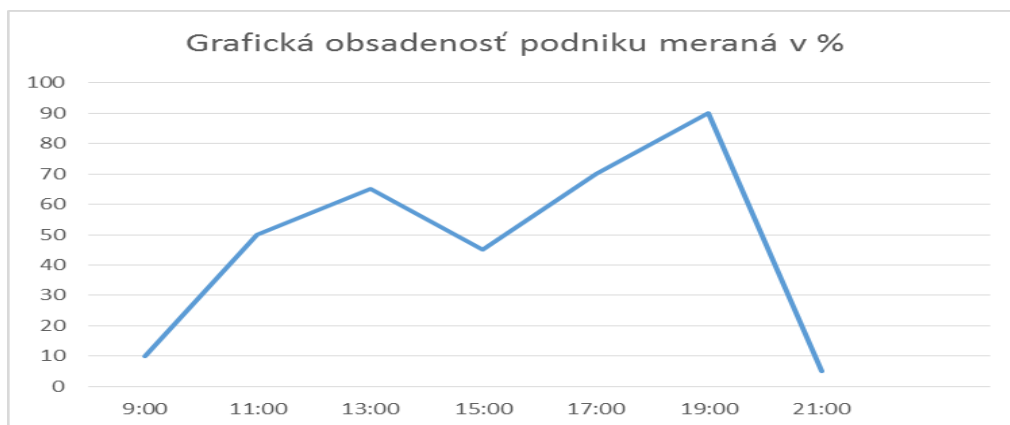
x	Hodnotiacia stupnica					
Hodnotený štandard	0	1	2	3	4	5
Atraktivita miesta						X
Prevádzková doba					X	
Prístup k prevádzke						X
Parkovanie		X				
Ceny porovnateľné s konkurenciou					X	
Ceny adekvátne kvalite produktov a prostredia						X
Ceny naprieč zákazníckym spektrom					X	
Image						X
Dobrá kondícia materiálov a inventáru						X
Personál						X
Obsluha - nízka obsadenosť prevádzky						X
Obsluha - polovičná obsadenosť prevádzky					X	
Obsluha - plná obsadenosť prevádzky					X	
Atmosféra podniku						X
Sociálne zariadenie						X
Jedálny a nápojový lístok					X	
Ponuka vo vzťahu k zákazníkovi						X
Personál - komunikatívnosť a ústretovosť						X
Personál - ponuka a predaj					X	
Existencia zvláštnej ponuky					X	
Zamestnanci a hygiena						X
Internet a sociálne siete						X

Zdroj: vlastné spracovanie

Tab.9: Výsledková stupnica Foxford

110 - 100	Vynikajúce
99 - 89	Vyšší štandard
88 - 79	Priemerné
78 - 69	Podpriemerné
68 - 0	Nedostačujúce

Zdroj: vlastné spracovanie



Graf 3: Obsadenosť meraná v % Foxford

Zdroj: vlastné spracovanie

## 2.4 Vyhodnotenie analýz gastronomických prevádzkok

### 2.4.1 Urban House

Hodnotiac analýza poukazuje na to, že podnik patrí medzi obľúbené a prosperujúce zariadenia. Pozorovania ukázali, že väčšina hodnotených kvalitatívnych štandardov vykazuje vysokú mieru profesionality, dobrej informovanosti a odbornosti. Zistené negatívne faktory sa podnik snaží eliminovať prostredníctvom spätnej väzby od zákazníkov ako aj samostatným zlepšovaním ponúkaných služieb. Gastronomické zariadenie je na dobrej ceste stať sa jedným z najlepších vo svojej kategórii.

**Vyhodnotenie: 91/110**

### 2.4.2 Kafehaus Lumiere

Po aplikovaní výskumnej metódy mystery shopping bolo zistené, že podnik prevádzkuje svoju pohostinskú činnosť so značnými nedostatkami. Najkritickejším faktorom ktorý ovplyvňuje prevádzku je personál. Zamestnanci poznajú iba základnú ponuku sortimentu. V časoch plnej obsadenosti prevláda na pracovisku chaos a disharmónia pracovných činností. Ponuka vo vzťahu k zákazníkovi je značne obmedzená. Personál v mnohých prípadoch pôsobí neodborne a neprofesionálne. Gastronomické zariadenie má síce príjemnú atmosféru, no prvky dizajnu by bolo vhodné modernizovať.

**Vyhodnotenie: 80/110**

### 2.4.3 Fofxord

Gastronomické zariadenia spĺňa väčšinu hodnotených štandardov na výbornú. Prevádzka je dobre organizovaná, zamestnanci sú odborne zaškolení, znali ponuky nápojov a jedál a vedie



hostom vždy poradiť. Dodatočné školenia nie sú na škodu, ale nie sú ani nevyhnutné. Prevádzka sa etší veľkému počtu stálych zákazníkov, ktorým sa tu vždy dostane nielen skvelého servisu ale aj atmosféry. Prevádzka získala zo všetkých výskumov najväčší počet bodov. O zákazníka tu bude vždy dobre pestarané, bez ohľadu na naplnenosť prevádzky alebo obmenu personálu.

**Vyhodnotenie: 98/110**

### **3. NÁVRHOVÁ ČASŤ**

Na základe zistených údajov z jednotlivých analýz gastronomických zariadení sa posledná časť bakalárskej práce zameriava na vytvorenie nápravných opatrení a postupov, prostredníctvom ktorých môžu skúmané prevádzky doceliť vyššej kvality poskytovaných služieb a produktov.

#### **3.1 Odporúčania na zvýšenie kvality tovarov a služieb**

##### **3.1.1 Urban House**

Hudba v gastronomickom zariadení by mala byť na nižšej hlasitosti, poprípade hudobná aparatúra by mala byť lepšie rozmiestnená. Personál by mal podstupovať častejšie školenia najmä čo sa týka pravidelne sa meniaceho sortimentu. Podnik by mal vo vzťahu k vysokej zaplnenosti kapacít promptne reagovať najmä prijatím ďalších pracovníkov obsluhy. Nápojový lístok by mohol byť zúžený, keďže pri širšej ponuke môžu mať niektorí hostia ťažkosti pri výbere. Lístok je taktiež potrebné doplniť o náležité informácie.

##### **3.1.2 Kafehaus Lumiere**

Menu lístok by mal byť zhotovený z odolnejšieho materiálu, poprípade by mohol byť zalaminátovaný. Na zlepšenie obsluhy prevádzky by bolo vhodné vykonávať pravidelné školenia, poprípade zamestnávať kvalifikovaných zamestnancov. Ponúkané nealkoholické nápoje by mali obsahovať viac prvkov a ich vizuálnu stránku by bolo vhodné vylepšiť. Pri využívaní sociálnych sietí, najmä na propagačný charakter by mali byť použité vhodnejšie spracované fotky. Ponúkaný sortiment v letnom období by mohol byť rozšírený a pestrejší.

##### **3.1.3 Foxford**

Občasné preškolenie personálu môže napomôcť k zlepšeniu obsluhy najmä vo vzťahu k ponuke. Najmä vo večerných hodinách by bolo vhodné použitie kratších intervalov kontroly sociálnych zariadení. Menu lístok by mal byť doplnený o menu vedúceho pracoviska.

## ZÁVER

Bakalárska práca s názvom Komparácia kvality služieb vo vybraných gastronomických prevádzkach je rozdelená na tri časti. Cieľom teoretickej časti bolo vymedziť a definovať jednotlivé štandardy kvality služieb a nástroje určené na ich pozorovanie a hodnotenie. Úvodná časť je venovaná kvalite a jej významu. Jednotlivé kvalitatívne prvky sú podrobne opísané. Posledná kapitola teoretickej časti je zameraná na druhy marketingových výskumov.

V druhej časti bakalárskej práce je uvedená praktická zložka a uskutočnené výskumy. Praktická časť sa zameriava na aplikovanie merateľných štandardov kvality, ich posudzovanie a následné hodnotenie. Metóda mystery shopping bola využitá pri pravidelných návštevách troch kaviarní situovaných v historickej časti hlavného mesta Slovenskej republiky. Každé gastronomické zariadenie bolo skúmané v rôznych časoch a dňoch vopred stanovených. V každej prevádzke boli uskutočnené tri výskumy vo vzťahu k obsadenosti kapacít. Kvalitatívne faktory k posudzovaniu využité, je možné aplikovať na ľubovoľné gastronomické zariadenie. V poslednej časti je sumarizácia získaných údajov, jej vyhodnotenie a posúdenie aktuálneho stavu skúmaných prevádzok.

Posledná časť predloženej práce je zameraná na vytvorenie postupov a princípov, prostredníctvom ktorých môžu byť poskytované služby zlepšené a negatívne prvky eliminované. Stanovená hypotéza znela: **Celkové dosiahnuté bodové hodnotenie skúmaných štandardov kvality služieb a produktov je vyššie ako priemerné.** Na splnenie kritéria bolo nutné, aby prevádzka dostala minimálne 89 bodov zo 110. **Na základe výsledkov bolo zistené, že hypotéza sa potvrdila iba z časti. Prevádzka Kafehaus Lumiér kritéria nespĺnila.** Analýza preukazuje, že hlavný faktor, ktorý by mal byť vo všetkých prevádzkach do určitej miery zlepšený je personál. Zamestnanci gastronomických zariadení sú do značnej miery ochotní, no chýba im predajná schopnosť a gastronomická odbornosť. Najvyššie bodové hodnotenie získala kaviareň Foxford. Nielen študenti študujúci gastronomické zamerania, ale aj iní môžu pri svojich budúcich návštevách kaviarní lepšie sledovať a hodnotiť rutinné úkony obsluhy a kvalitu služieb.

# ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

## Knižné zdroje

- BLECHARZ, Pavel. KVALITA A ZÁKAZNÍK. 1. Praha: Ekopress, 2015, 160 s. ISBN 978-80-87865-20-0
- VOSOBA, Pavel. Dokonalé služby co chtějí zákazníci. 1. Praha: Grada, 2004, 164 s. ISBN 80-247-0847-7
- KOTLER, Philip a KELLER Lane Kevin. Marketing management. 14. Praha: Grada, 2013, 816 s. ISBN 978-80-247-4150-5
- HERRIOTT, Luke. 1000 restaurací, kaváren a barů. 1. Praha: Slovart CZ, 2007, 320 s. ISBN 978-80-7209-942-9
- TAHAL, Radek a kol. Marketingový výzkum: Postupy, metody, trendy. 1. Praha: Grada, 2017 264 s. ISBN 978-80-271-0206-8
- BEDNÁŘ, Vojtěch. JAK OMEZIT FLUKTUACI: A UDRŽET SI ZAMĚSTNANCE MANAŽERSKÝMI NÁSTROJI. 1. Praha: Grada, 2018, 112 s. ISBN 978-80-271-0648-6
- BURDA, Alexandr a Radmila DLUHOŠOVÁ. MYSTERY SHOPPING: PROLEGOMENA. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-Přírodovědecká fakulta, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, 2011, 114 s. ISBN 978-80-7248-663-2
- VESELÁ, Petra. Kniha o kávě. 4. Praha: Smart Press, 2010, 180 s. ISBN 978-80-87049-34-1
- AUGUSTÍN, Jozef. PRI KÁVE O KÁVE A KÁVOVINÁCH. 1. Brno: Jota, 2016, 320 s.
- HARMON, Colin. What I Know About Running Coffee Shops. Dublin: 3fe Coffee (Wholesale) DAC, 2017, 224 s. ISBN 978-099-57699-0-8
- BRANDLIFE Cafés & Coffeehouses: Integrated brand systems in graphic and space. 2. Hong Kong: Victionary, 2016, 256 s. ISBN 978-988-77147-1-1
- BUREŠOVÁ, Pavla a Bohuslava TREMLOVÁ. HYGIENA A TECHNOLOGIE V GASTRONOMII. 1. Brno: Veterinární a farmaceutická univerzita Brno, Fakulta Veterinární hygieny a ekologie, Ústav hygieny a vegetabilních potravin, 2015, 109 s.
- MORTIMORE, Sara a Carol WALLACE. HACCP: A Practical Approach. 3. Berlín: Springer, 2013, 475 s. ISBN 978-1-4614-5027-6

## Kvalifikačná práca

- JINDRÁČKOVÁ, Kateřina. *Analýza kvality služeb ve vybraných kavárnách v hlavním městě Praze* [online]. 2018-09-05 [cit. 2018-11-22 ] Bakalárska práca. Vysoká škola Hotelová v Prahe, Katedra hotelnictva. Vedúci práce Jiří Zelený. Dostupné z <<https://is.vsh.cz/th/da4p0/?lang=en>>

## Internetové zdroje

WINTERS, Erica. What is mystery shopping. [online]. RMS, 2016-10-02. [cit. 2018-10-02]. Dostupné z: <<https://rmsresults.com/2016/10/20/what-is-mystery-shopping/>>

BOHL-KLEIN, Karol. Čo je hygienický režim alebo sanitačný program. [online]. Úspešné podnikanie, 2015-02-26. [cit. 2018-09-26]. Dostupné z: <<http://www.uspesne-podnikanie.sk/co-je-hygienicky-rezim-alebo-sanitacny-program>>

PUPIŠOVÁ, Iveta. Chcete zlepšiť svoje služby? Skúste mystery shopping. [online]. Gastroweb, 2015-09-04. [cit. 2018-11-02]. Dostupné z: <<http://www.gastroweb.sk/ako-na-to/manazeri/manazment/chcete-zlepsit-svoje-sluzby-skuste-mystery-shopping.html>>

Neznámy autor. Marketingový výskum trhu. [online]. Euroekonom, 2017-02-26. [cit. 2018-09-29]. Dostupné z: <<https://www.euroekonom.sk/marketing/vyskum-trhu/marketingovy-vyskum-trhu/>>

FOXFORD. [online]. Foxford coffee campus by Martinus. [cit. 2019-01-04]. Domovská stránka podniku. Dostupné z: <<http://www.foxford.sk/>>

URBAN HOUSE. [online]. Urban House, 2018. [cit. 2018-12-17]. Domovská stránka podniku. Dostupné z: <<http://www.urbanhouse.sk/>>

BARZZUZ. [online]. Kafehaus, 2015. [cit. 2018-12-08]. Domovská stránka podniku. Dostupné z: <<http://www.kafehaus.sk/kaviarne/bratislava-kino-lumiere.html>>

ZOMATO. [online]. Zomato™ Media Pvt Ltd, 2016 [cit. 2019-03-18]. Hodnotiacia stránka. Dostupné z: <<https://www.zomato.com/sk/slovakia>>

## **ZOZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKOV, GRAFOV A TABULIEK**

**Obrázok 1:** Urban House

**Obrázok 2:** Kafehaus Lumiere

**Obrázok 3:** Foxford

**Tabuľka 1:** Hodnotiaci stupnica Urban House

**Tabuľka 2:** Hodnotený štandard Urban House

**Tabuľka 3:** Výsledková stupnica Urban House

**Tabuľka 4:** Hodnotiaci stupnica Kafehaus Lumiere

**Tabuľka 5:** Hodnotený štandard Kafehaus Lumiere

**Tabuľka 6:** Výsledková stupnica Kafehaus Lumiere

**Tabuľka 7:** Hodnotiaci stupnica Foxford

**Tabuľka 8:** Hodnotený štandard Foxford

**Tabuľka 9:** Výsledková stupnica Foxford

**Graf 1:** Obsadenosť meraná v % Urban House

**Graf 2:** Obsadenosť meraná v % Kafehaus Lumiere

**Graf 3:** Obsadenosť meraná v % Foxford