

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch

Klára HANZLÍKOVÁ

**MODIFIKACE GASTRONOMICKÉHO PROVOZU
V CENTRU EDEN**

Modification of Gastronomy Working in Centre Eden

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

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

Brno, 2020

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra gastronomie a hotelnictví

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Klára Hanzlíková

Osobní číslo: 14632597

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

Studijní obor: Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch (6501Ro28)

TÉMA PRÁCE: MODIFIKACE GASTRONOMICKÉHO PROVOZU V CENTRU EDEN

TÉMA PRÁCE V AJ: MODIFICATION OF GASTRONOMY WORKING IN CENTRE EDEN

Cíl stanovený pro vypracování BP

1. Teoretická část BP:

- charakterizovat gastronomickou provozovnu a nabídku gastronomických služeb, vybrat a definovat nástroje vhodné k modifikaci nabídky na základě rešerše literatury

2. Praktická část BP:

- Analytická část:

- zvolit vhodné metody, analyzovat produkt ve zkoumané provozovně, zmapovat oborové prostředí v okolí, komparovat nabídku služeb se zaměřením na rozsah a kvalitu (dodavatelé, zákazníci, konkurenci, výrobu pokrmů aj.)

- Návrhová část:

- navrhnout modifikaci, případně nový produkt např. jídelní lístek nebo službu pro vybranou provozovnu

Při zpracování BP vycházejte z pomůcky vydané VŠOH Brno.

Rozsah bakalářské práce bez příloh: 2 AA

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná i elektronická

Seznam doporučené literatury:

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

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

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

Další literatura dle doporučení vedoucí/ho bakalářské práce.

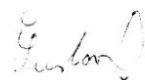

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Pavla Burešová, Ph. D.
Katedra gastronomie a hotelnictví

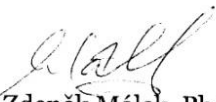
Datum zadání bakalářské práce: 3. května 2019

Termín odevzdání bakalářské práce: 9. dubna 2020

V Brně dne: 2.5.2019

L. S.


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


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

Identifikační údaje práce

Jméno a příjmení autora:	Klára Hanzlíková
Název bakalářské práce:	Modifikace gastronomického provozu v Centru Eden
Název bakalářské práce v AJ:	Modification of Gastronomy Working in Centre
Studijní obor:	Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch
Vedoucí bakalářské práce:	Ing. Pavla Burešová, Ph.D.
Rok obhajoby:	2020

Anotace

Bakalářská práce s názvem „Modifikace gastronomického provozu v Centru Eden“ si vymezila cíl analyzovat zkoumané turistické centrum a navrhnout modifikaci v daném provozu. V teoretické části jsou definice základních pojmů. Modifikace, která je spojena s cenou, službou a zpětnou vazbou od zákazníka, dále je definován obor gastronomie, cestovní ruch, Centrum Eden, gastronomická provozovna a produkt metodou rešerše literatury. Praktická část práce se věnuje Centru Eden i jeho historii, údajům o firmě, organizační struktuře, nabídkou centra s důrazem na gastronomické služby a provozy podniku. Realizací průzkumu a dotazníkového šetření zákazníků má za cíl zjistit, jak je vnímáno Centrum Eden z pohledu hosta. Rovněž bylo využito komparace konkurenčních subjektů a vytvořena nákladovost hlavního gastronomického produktu. Hypotézy na základě provedených analýz a šetření byly potvrzeny. Ve výsledku práce jsou hlavní návrhy na modifikaci gastronomického provozu a vytvoření nové gastronomické služby. Další doporučení jsou popsána v diskuzi této práce.

Klíčová slova: gastronomie, gastronomická provozovna, modifikace, gastronomický produkt

Annotation

The bachelor thesis called "Modification of gastronomic operation in the Center of Eden" has defined the goal to analyze the researched tourist center and propose a modification in the given operation. In the theoretical part there are definitions of basic terms. A modification that is associated with price, service and customer feedback. Furthermore, the field of gastronomy, tourism, Eden Centrum, gastronomic establishment and product is defined by the literature search method. The practical part is devoted to the Eden Center. It's history, information about the company, organizational structure, offer of the center with emphasis on gastronomic services and business operations. By conducting a survey and a survey of customers, the aim is to find out how the Eden Center is perceived by the guest. The comparison of competitors was also used and the cost of the main gastronomic product was created. The hypotheses based on the performed analyzes and investigations were confirmed. The result of the work are the main proposals for modification of gastronomic operation and creation of a new gastronomic service. Further recommendations are described in the discussion of this work.

Keywords: gastronomy, gastronomic business, modification, gastronomic product

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Modifikace gastronomického provozu v Centru Eden* vypracovala samostatně pod vedením *Ing. Pavly Burešové, Ph.D.* a uvedla v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne 1. 4. 2020

.....

Klára Hanzlíková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala paní Ing. Pavle Burešové Ph.D. za cenné informace, které mi dopomohly ke vzniku bakalářské práce a jsou pro mne velkým přínosem do pracovního života. Dále bych chtěla poděkovat mé rodině za podporu.

OBSAH

ÚVOD.....	10
I. TEORETICKÁ ČÁST	11
1 DEFINOVÁNÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	12
1.1 Modifikace	12
1.1.1 Cena	12
1.1.2 Služba.....	13
1.1.3 Očekávání zákazníků a zpětná vazba.....	13
1.2 Gastronomie	13
1.2.1 Gastronomie v cestovním ruchu	14
1.2.2 Gastronomický provoz.....	15
1.2.3 Gastronomický produkt	16
1.3 Centrum Eden.....	16
II. PRAKTICKÁ ČÁST	18
2 METODIKA PRÁCE	19
2.1 Stanovení hypotéz	19
3 ANALÝZA CENTRA EDEN	20
3.1 Vývoj Centra Eden	20
3.2 Představení Centra Eden	20
3.3 Základní údaje o firmě	25
3.4 Organizační schéma	26
3.5 Gastronomické provozy v Centru Eden	28
3.5.1 Pivovar, pivnice	28
3.5.2 Café ohrada	29
3.5.3 Moštárna	30
3.5.4 Centrální kuchyně	30
3.5.5 Mlýn.....	31
3.6 Vývoj návštěvnosti Centra Eden	32
4 PRŮZKUM ZÁKAZNÍKŮ.....	34
5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	37
5.1 Výsledky dotazníkového šetření	37
6 NÁKLADOVOST PIVA.....	40
7 KOMPARACE CEN S KONKURENČNÍMI PROVOZY OBDOBNÉHO TYPU ..	41

8	DISKUSE	42
9	NÁVRHY	46
	ZÁVĚR	48
	POUŽITÉ ZDROJE	49
	SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	52
	SEZNAM ZKRATEK	53
	PŘÍLOHY	54

ÚVOD

Bakalářská práce na téma Modifikace gastronomického provozu v Centru Eden je rozdělena do 9 částí v souladu se stanovenými cíli. Cílem teoretické části je charakterizovat gastronomickou provozovnu a nabídku gastronomických služeb, vybrat a definovat nástroje vhodné k modifikaci nabídky na základě rešerše literatury, která je citována podle norem a uvedena v závěru práce. Vzhledem ke stanoveným cílům jsou v teoretické části definovány základní pojmy, vztah gastronomie k cestovnímu ruchu, legislativní podmínky pro provozování gastronomických služeb, modifikace, cena, služba, očekávání zákazníka a zpětná vazba.

Praktická část na základě vymezených cílů zkoumá a vyhodnocuje stávající služby v Centru Eden, které vedou k rozšíření nabídky služeb a gastronomických produktů. V praktické části je využito kombinace analýz, syntéz, tvorby nákladovosti gastronomického produktu a metody průzkumu zákazníků. Průzkumu zákazníků se zúčastnilo 1 416 osob a dotazníkového šetření se zúčastnilo 50 osob. Zkoumaný provoz Centrum Eden byl komparován s dalšími konkurenčními podniky a následně vyhodnocen.

Důvodem pro výběr daného tématu práce je můj osobní zájem o cestování, poznání, historii, tradice, gastronomii a gurmánské zážitky. Centrum Eden je pro praxi výborným příkladem. Dalším důvodem je provedení výzkumu, který poslouží dalšímu rozvoji Centra Eden v mém pracovním životě. V posledních letech jsou zákazníci čím dál víc náročnější. Mají velmi specifické požadavky, proto v těchto službách je nutnost neustále modifikovat, vytvářet nové služby a sledovat nové trendy. To vše v oboru gastronomie, tak i v cestovním ruchu, protože tato odvětví se navzájem doplňují a jsou neodlučitelná. Přínos své práce spatřuji v zjištění, že zpětná vazba od zákazníků bude implementována do praxe.

V Edenu se dá prožít příběh života z minulosti do budoucnosti, a díky tomu je koncept unikátní. I proto centrum prezentuje slogan: „*Ráj zábavy, poznání a inspirace na Vysočině*“.

(1)

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 DEFINOVÁNÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

První kapitola je zaměřena na pojmy modifikace, gastronomie, gastronomická provozovna, gastronomický produkt. (2)

1.1 Modifikace

„Je úprava, přizpůsobení vzniklé pod nějakým vlivem nebo vytvořené k nějakému účelu.“ (3)

V oblasti gastronomie je modifikace tvořena na základě změn životní úrovně a zvyšujících se požadavků zákazníků a splnění jejich očekávání. Výsledkem je modifikace gastronomických služeb a produktů. V minulosti docházelo k nárůstu provozoven, ovšem v současnosti je nutné zajistit kvalitní služby. (4)

Ke tvorbě modifikace je nutno sledovat konkurenci a jejich nabídky, být výjimečný, lišit se od konkurence a být zapamatovatelný. Nesmí se opomenout sledování nových trendů, reagovat na potřeby zákazníka a mít k němu individuální přístup. (5)

1.1.1 Cena

„Cena obecně má informativní a obchodní dimenze, výzkumy dokládají, že zákazníci spojují vyšší ceny s vyšší kvalitou poskytovaných služeb.“ (6)

Cena pro zákazníka patří mezi jeho očekávání. Cena v marketingovém mixu jediná vytváří tržbu pro společnost. Ovlivňuje poptávku po našem produktu. Je tedy důležité, aby cena produktu byla nastavena správně, proto je její stanovení tak problematické. Při tvorbě ceny se musí zohlednit mnoho faktorů, nesmí se ovšem zapomínat ani na konkurenci. Cena ovšem musí generovat zisky a dosahovat cílů firmy. (7)

Hirst popisuje, že při tvorbě ceny hraje významnou roli zákazník, který je spolutvůrce hodnoty. Užívá nebo nakupuje produkt či službu, ale současně hodnotí to, co je poskytováno. (8)

„Zákazník bude stále více konfrontovat, zda očekávána kvalita pokrmu odpovídá ceně.“ (4)

Cena služeb je důležitá pro vnímání kvality, ovšem zákazník srovnává cenovou nabídku s nabídkou konkurence. (5)

1.1.2 Služba

Služby jsou činnosti, které jsou poskytovány za protihodnotu hmotnou i nehmotnou. „*Gastronomické služby jsou kombinací výroby, servisu, prodeje a poradenství.*“ (9)

Umění nabídky a podávání gastronomických produktů jsou nepostradatelnou činností v prodeji služeb. Produkt a služba až na výjimky vytváří jeden celek. Budoucnost gastronomického oboru závisí na: jedinečnosti, originalitě, značce, bezpečnosti a kvalitě. Základem unikátní receptury je použití lokálních surovin, jednoduchost přípravy, spojení s harmonickou přílohou a bezchybným servisem. Dalšími důležitými aspekty jsou šetrný přístup k potravinám, osobitý vzhled pokrmů, nápojů a interiérů. (9)

„*Budoucnost spoléhá na jedinečnost.*“ (4)

1.1.3 Očekávání zákazníků a zpětná vazba

Filip Kotler vyjádřil očekávání zákazníků tak, že díky službě je zákazník uspokojen a potěšen a na základě toho pravděpodobně zůstane i nadále zákazníkem. (10) „*Velmi důležitá pro firmu je zpětná vazba od zákazníků, jsou to informace, zda zákazníci vnímají produkty pozitivně a do jaké míry je uspokojují jejich potřeby a očekávání, proto je důležité se zákazníků ptát na jejich názory a zkušenosti.*“ (5)

1.2 Gastronomie

„*Gastronomie je nauka o kuchařském umění, chutném jídle a o labužnictví. Zabývá se vším, co souvisí se stravováním. Dává návody, jak připravovat jídla, jaké nápoje k nim podávat, jak vyloučit nežádoucí vlivy, které škodí lidskému zdraví a narušují činnost zažívacího a trávicího ústrojí. Zabývá se správnou výživou člověka.*“ (9)

Gastronomie je nauka o jídle, která se zabývá přípravou, servisem a následnou konzumací pokrmů. Slovo gastronomie vzniklo z řeckého slova gastros, které znamená v překladu žaludek a slova nomos. Nomos v překladu vyjadřuje mrav. V roce 1826 slovo gastronomie použil poprvé autor Jean Anthelme Brillat-Savarin v knize Fyziologie chuti, které inspirovalo celou Evropu. Příprava jídla souvisí s vývojem člověka. Česká gastronomie do poválečné doby měla nadprůměrnou úroveň, byla považována za evropskou špičku. Od roku 1918, kdy vznikl Československý samostatný stát, pracovali číšníci jen za ubytování a stravu. Jejich hlavní část mzdy tvořilo spropitné. Tomuto systému odpovídala vysoká kvalita služeb, obsluhující byli odměňováni za poskytnuté služby zákazníkem. Vznikalo mnoho

gastronomických provozů, které plnily společenskou funkci, ale byly zřizovány i hostince pro chudé. Pracovníci z gastronomických provozů jezdili na zkušenou do zahraničí po celé Evropě, své získané odbornosti uplatňovali na domácí půdě a tím služby v Československu byly na vysoké profesionální úrovni. Od roku 1948 úroveň stagnovala a z důvodu nemožnosti cestování se téměř nevyvíjela. Zlom nastal roku 1989, který byl velmi intenzivní díky návratu k soukromému vlastnictví, možnosti podnikání a otevření hranic. V současné době je gastronomii vnímána jako služba. Očekávání od těchto služeb je kvalita potravin, zážitek, originalita, prostředí, trendy a v první řadě kvalita personálu. Vývoj gastronomie závisí na ekonomickém a sociálním vývoji celé společnosti. Gastronomii může ovlivnit mnoho faktorů. Mezi hlavní patří cena a pocit klidu, které vytváří pracovníci provozů a jejich znalost poskytovaných produktů. Nelze opomenout autentické provozovny, emocionální zážitky spojené s lidskými smysly, domácí výroba, místní produkty a služby.

Soudobou gastronomii také ovlivňuje:

- politika;
- udržitelný rozvoj a zvyšující se nároky na jeho rozvoj;
- ekologie;
- vzdělání – kvalifikování pracovníci;
- vývoj nových technologií a s tím i vznik nových profesí;
- původ potravin a jejich správné značení;
- měnící se nabídka na základě trendů;
- nabídka etnických pokrmů, nové formy gastronomických provozů, využívání polotovarů a konveniencí;
- nárůst obyvatel v seniorském věku;
- využití energetických zdrojů;
- uplatňování logistiky při řízení gastronomických provozů;
- zvyšující se nároky na využití volného času, vytvoření a využívání standardů;
- dokonalost služeb. (4) (11)

1.2.1 Gastronomie v cestovním ruchu

Gastronomie je hlavní produkt cestovního ruchu. Můžeme ji chápat jako součást kultury a předpoklad k rozvoji cestovního ruchu v dané destinaci. V nynější době je velmi populární

turistika za jídlem a zážitkovou gastronomií. Cestování je zaměřeno na zážitek z oblasti gastronomie, tedy její poznání, požitky z konzumace, zdravý životní styl, seznámení s kulturou stolování, ochutnání nových pokrmů a nápojů, servis, inventář, prostředí, zvyky a tradice daného území. Důležitý je i způsob nabídky a prodeje. Velmi populární jsou pivní a vinné stezky, gastronomické akce a festivaly, kurzy vaření, výstavy a farmářské trhy. Vznik cestovního ruchu se datuje k přelomu 19. a 20. století. V této době se začala definovat podstata cestovního ruchu i s jeho vědeckým výzkumem. O korektní definici se snaží mezinárodní organizace i jednotlivci, ovšem univerzální definice není. Pro rozvoj cestovního ruchu je významná typologie cestovního ruchu, která se dělí na druhy a formy. Motivace se dotýká druhu cestovního ruchu. Druhy a formy se prolínají tak, aby uspokojovaly potřeby zákazníků a podnikatelské prostředí. V tomto procesu je neopomenutelná ochrana životního prostředí. Cestovní ruch má dvě strany. První strana jako měřítko životní úrovně – způsob uspokojování potřeb. Druhá strana vnímá cestovní ruch jako velmi významnou součást ekonomiky pro společnost. Tato oblast se podílí velmi aktivně na tvorbě hrubého domácího produktu a velikostí obrátu zastupuje 3. místo po ropném a automobilovém průmyslu. Toto odvětví druhotně ovlivňuje i jiná odvětví jako jsou například obchod, stavebnictví, doprava, zemědělství, kulturu a jiné. (12)

Dle Heskové „cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén. Racionálním pojetím je vymezení cestovního ruchu jako soubor činností zaměřeným na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místa trvalého bydliště a zpravidla ve volném čase za účelem odpočinku, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábavy, kulturního a sportovního využití, služebních cest a získání komplexního zážitku.“ (6)

Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organization) tento pojem definuje: *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (6)*

1.2.2 Gastronomický provoz

Zimáková popisuje gastronomický provoz jako restauraci nebo další odbytové středisko, podniky veřejného stravování, kde provozovatel vytváří vhodné podmínky a sociální prostředí. Klade důraz na hygienu a bezpečnostní standardy. Gastronomické provozovny si svou klientelu získávají díky své jedinečnosti. Mezi nynější koncepty patří etnické

gastronomické provozovny, odrážející osobitost a tradici regionálních pokrmů s nabídkou vlastních produktů. (4)

Z živnostenského zákona § 17 vyplývá, že provozovnou se rozumí prostor, ve kterém je provozována živnost. Provozovnou je myšlen i automat a mobilní provozovna. Povinností podnikatele je, aby provozovna splňovala podmínky dle právních předpisů k provozování. Každá provozovna musí být zvenčí a viditelně, krom automatu, označena odpovědnou osobou a provozní dobou. Další povinné označení u všech provozoven je název obchodní firmy nebo celé jméno podnikatele, adresa sídla firmy, identifikační číslo osoby přidělené živnostenským úřadem, kategorie a třída ubytovacího zařízení. (13)

1.2.3 Gastronomický produkt

Gastronomický produkt je produkt gastronomie, tedy nabízená služba či výrobek, spojen s výrobou, servisem, konzumací pokrmů a nápojů a s dalšími faktory tak, aby uspokojil potřeby zákazníka. Služba a výrobek jsou v tomto oboru neodlučitelné. Nabídka gastronomického produktu závisí na poptávce. (14)

Dle Kotlera jsou produktem veškeré výrobky, služby, ale i zkušenosti, osoby, místa, organizace, informace a myšlenky, tedy vše, co se může stát předmětem směny, použití či spotřeby, co může uspokojit potřeby a přání. (2)

Dle Bělohávků k výrobku patří i obal, značka, design, kvalita, záruční podmínky, pozáruční servis a další. (7)

Jakubíková popisuje produkt z pohledu prodávajícího, který vnímá hodnotu produktu podle zisku, prestiže, hrdosti na kvalitu, společenského ocenění a jiné. (15)

1.3 Centrum Eden

V počátku byl vytvořen projekt Centrum zelených vědomostí, který sloužil k získání finanční dotace za podpory ROP Jihovýchod. Jeho nosnou myšlenkou bylo zachránit historickou památku před demolicí a vytvořit jedinečný koncept Centrum Eden. Celý projekt byl úspěšně realizován a stal se strategickým projektem kraje Vysočina.

Centrum Eden návštěvníkům nabízí turistický cíl, který jim dává zajímavou možnost trávení volného času. Jejich poznání by mělo přispívat k žádoucím změnám v chování návštěvníků v praktickém životě. Návštěvníci mohou vše poznat na vlastní kůži a porozumět vlastním kořenům. Centrum Eden cílí převážně na rodiny s dětmi, ovšem centrum nabízí mnoho

dalších možností i pro návštěvníky s odbornou motivací, seniory nebo i pro tělesně postižené. Podnikatelská činnost Centra Eden je omezena díky dotacím Evropské Unie, pro které platí doba udržitelnosti 5 let. Areál je v letních měsících v provozu denně, v jarním a podzimním období je víkendový provoz a také je otevřeno ve státní svátky. Po celý rok jsou nabízeny školní programy pro mateřské školy, základní školy, střední školy a prohlídky areálu s průvodcem, či prohlídka pivovaru s mistrem sládkem. V průběhu roku jsou dále pořádány tematické akce: Burza starožitností, Slavnosti uzeného, Slavnosti brambor, Velikonoce, Pivní slavnosti, Den lnu, Den hrdinů všedních dnů, Dožínky, Muzejní noc, Roh hojnosti, Vánoce na Edenu, jednodenní programy pro novináře a jiné. (16)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

2 METODIKA PRÁCE

Metodou rešerše zdrojů jsou popsána a prozkoumána témata vztahující se k provozování a modifikaci gastronomických služeb, cestovního ruchu a s nimi spojený pojem očekávání zákazníka, cena a zpětná vazba. V praktické části je využito metody průzkumu reprezentativního vzorku 1416 návštěvníků, kterým byl dotazník předložen při vstupu a vyplněn za účasti pracovníků. Navazuje dotazování 50 zákazníků na kvalitu stávajících produktů. Dotazníky byly následně shromážděny, vyhodnoceny a zpracovány do tabulek a grafů. Značná pozornost je věnována analýze ekonomických ukazatelů, zjišťování nákladovosti a efektivitě gastronomického produktu. Vzhledem k vytyčeným cílům jsou definovány 4 hypotézy, které jsou verifikovány v diskuzi.

2.1 Stanovení hypotéz

Byly stanoveny 4 hypotézy, které jsou ověřeny v závěru práce.

- Hypotéza 1: V Centru Eden je většina zákazníků spokojena.
- Hypotéza 2: V Centru Eden chybí dostatečná nabídka občerstvení.
- Hypotéza 3: Cena gastronomického produktu pivo Mittrowsky vzroste v důsledku růstu cen a služeb.
- Hypotéza 4: Zákazníci jsou ochotni za nabízené služby zaplatit více než doposud.

3 ANALÝZA CENTRA EDEN

V této kapitole je Centrum Eden popisováno jako celek.

3.1 Vývoj Centra Eden

První zmínka o budově pochází z 15. století. Roku 1495 bratři Vilém a Vratislav z Pernštejna přenechali zemědělský statek za pravidelný plat městu Bystřice nad Pernštejnem. Roku 1731 sídlo odkoupil šlechtický rod Mitrovských. V roce 1815 došlo k rozsáhlé přestavbě čtyřkřídlého panského dvora s budovou záměčku, ve kterém šlechta žila. Podoba objektu se nese do současnosti. Rod Mitrovských vlastnil dvůr 192 let, roku 1923 Vladimír II. Mitrovský prodal majetek na základě pozemkové reformy Družstvu pro zušlechtování hospodářských zvířat a plodin. O dvacet let později byl celý objekt i s pozemky začleněn do Československých státních statků jako šlechtitelská stanice. Po revoluci byly v hospodářském statku vybudovány bytové jednotky a od roku 1990 prostory sloužily zemědělské škole v Bystřici nad Pernštejnem, jako učňovské výukové středisko pro praxi studentů. Bystřicko je oblast, jejíž návštěvnost turistů se v minulých letech pohybovala pod celorepublikovým průměrem. Ovšem respektuje také udržitelný rozvoj cestovního ruchu, zachovává současnou podobu přírody, neustále tvoří ekologické projekty a snaží se o zachování tradic a řemesel. Typické pro tento region je voda či přírodní park s potoky, říčky a Vírská přehrada. V roce 2010 se Bystřicko přihlásilo do mezinárodní soutěže EDEN European Destination of Excellence o titul excelentní destinace cestovního ruchu. Nejdůležitějším cílem byla podpora oblastí s aktivním přístupem k udržitelnému cestovnímu ruchu ve státech Evropské unie. Tuto soutěž destinace vyhrála a získala prestižní ocenění Evropská destinace nejvyšší kvality. Právě titul E.D.E.N. byl základem při výběru jména v roce 2013 pro památkový objekt, a stal se strategickým projektem kraje Vysočina pro rozvoj v oblasti cestovního ruchu. Velmi náročná přestavba původního rozpadlého statku vznikla za podpory evropských fondů. Centrum zelených vědomostí bylo otevřeno 21. 3. 2015. (17)

Tvůrce k výstavbě Centra Eden se inspiroval citátem Benjamina Franklina: „Řekni mi a já zapomenu, ukaž mi a možná si vzpomenu, zapoj mě do hry a já porozumím.“ (16)

3.2 Představení Centra Eden

Objekt se nachází na okraji města Bystřice nad Pernštejnem, 50 m od vlakového nádraží. Pohádková alej spojuje Eden s městem, koupalištěm, a zimní halou. Alej je tvořena

dřevěnými sochami, které zobrazují pohádkové bytosti. Alej je zakončena sochou zubra od známého sochaře Michala Olšiaka. (18) Pod stezkou je lanový park pro děti, dětské hřiště a od roku 2018 je tu vybudován park miniatur, kde je možno objevit údolí řeky Svratky s dvaceti modely hradů, klášterů a dalších památek. (19)

Parkoviště Centra Eden má vyhrazené parkovací místa pro invalidy, 2 autobusy, automobily a také dobíjecí stanicí pro elektroautomobily a elektrokola, na které navazuje cyklostezka. Proto další službou firmy je půjčovna elektrokol a elektrokoloběžek. Areál je rozdělen do několika částí: panský dvůr, horácká vesnice, ekopavilon a zemědělský provoz. V panském dvoře se nachází pokladna, pivnice, minipivovar, moštárna, zelená lékárna, laboratoř, degustace, příběh půdy, kovárna, galerie, seminární sál, stolárna, panské bydlení, dětské hřiště s bylinkovou zahrádkou a přírodním bludištěm. V horácké vesnici je vybudováno 7 replik roubených chalup, které nesou název podle řemesla, které se v nich představuje – pazderna, tkadlec, babka kořenářka, včelař, statek, mlýn a hrnčír. Ve vesnici se nachází také zvonička, ovocný sad, rybníky a dvorek s domácími zvířaty. Sousedící farma disponuje stájemi pro koně, kravínem, chovem slepic, polnostmi a loukami přilehlými k objektu. (16)

Celý Eden doprovází příběhy formou naučných, atraktivních a zábavných panelů k dané expozici, jak pro dospělé tak děti. V areálu nalezneme celkem 80 panelů například: Příběh moštu, Příběh piva aneb z pole do půllitru, Po čem chutná tento kraj, Sezónní kalendář potravin, Příběh perníku, Prožijte den na statku před 100 lety. Příběhy provází maskoti podniku – žížala, beránek, plejtvák, fíkový list a kočka. Logo centra Eden je fíkový list. Je to symbol ráje, jeho prvními obyvateli byli Adam a Eva a staří mistři zobrazovali právě fíkový list při zakrytí jejich intimních míst. (17)

Pokladna

Slouží jako recepce firmy a vítá turisty. Při příchodu tu každý návštěvník obdrží veškeré informace a mapu areálu. Personál pokladny má na starosti půjčovnu elektrokol, elektrokoloběžek, prodej suvenýrů a turistických známek.

Panské bydlení

Panské bydlení se nachází v zámečku a představuje život správce budovy z 18. století a historii rodu Mitrovských. Patro je rozčleněno do 5 místností – vstupní hala, pracovna, ložnice, jídelna a kuchyně. Všechny místnosti jsou dobově zařízeny, výmalba je provedena přesně podle původní malby, která byla nalezena pod omítkou při rekonstrukci. Výmalbu provedl akademický malíř Karel Rossi.

Příběh půdy

Příběh půdy je expozice, která provede návštěvníky světem zemědělství. Ukazuje, jak se hospodařilo před sto lety, a jak se hospodaří nyní. Jednoduchou formou je zde vysvětlováno, co v půdě žije, co půda dává lidstvu, a proč je pro něj tak důležitá. Pro srovnání zde jsou umístěny moderní a dřívější zemědělské stroje a náčiní. Host centra si může pomoci cepů vymlátit obilí ve stodole, hmatem a čichem poznávat zemědělské produkty či plodiny nebo co se skrývá v uzavřených nádobách. Pokud poznají zvířata a co jim chutná, mohou je i nakrmit. K technickým exponátům patří kotel na pelety, který umožňuje automaticky spalovat dřevěné pelety s přídavkem kůry. Kogenerační jednotka Tedom micro společně vyrábí elektřinu i teplo, odpadní teplo je využíváno k ohřevu vody. Tak je současně využita energie pro výrobu elektřiny a ztrátové teplo je k dispozici k dalšímu použití. V příběhu půdy se nachází několik obrazovek s naučnými videi se zaměřením na půdu a zajímavé osudy zemědělců. Dále interiér doplňují exponáty: Není zem jako zem, Příběh láhve z okolí Bystřice nad Pernštejnem, Sklizeň všemi smysly a Půda v ohrožení, kdy člověk zjistí, co všechno nepříznivě působí na kvalitu úrodné půdy. Tato místnost je velkým lákadlem pro děti díky velkému interaktivnímu krtinci a dětskému koutku.

Dětské hřiště

Součástí dětského hřiště je habrové bludiště, fontána a zahrádka, kde se nachází bylinky, které můžeme vnímat všemi smysly. Panely nabádají návštěvníka, aby rozeznával rostliny dle našich 5 smyslů. Tak například růži poznáme podle zraku, ale i podle čichu a hmatu, mátu poznáme podle čichu i chuti. Součástí hřiště je „knihobudka“, která slouží k zapůjčení knih.

Stolárna

Stolárna nabízí ukázkou druhů dřeva a historické náčiní stolaře a jeho hotových produktů: svěrky, hoblíky, vrtáky, ruční soustruh, dláta, nebozezy, pilníky, rašple, pily, sudy, vědra, saně, loukoťová kola. Při akcích představuje stolař řemeslo například ukázkou výroby šindele.

Zelená lékárna

V Zelené lékárně centra Eden čeká na návštěvníky velký herbář, plně vybavená chemická laboratoř a historický prodejní pult s pokladnou. Lékárna je plná bylin, ke kterým si mohou návštěvníci přivonět, vyrobit vlastní bylinný olej, mýdlo, namíchat si koupelovou sůl, vyzkoušet levandulový přírodní peeling či zakoupit suvenýry, jako jsou produkty Centra Eden – vlastní přírodní oleje, mýdla, svíčky z včelích mezistěn, propolis, pivní kosmetika, směsi bylinných čajů, sirupů apod.

Kovárna

Kovárna představuje řemeslo formou výstavy historického vybavení kovárny, například funkční výheň, buchar, kovářský měch, kovářské kleště, nářadí a kované drobné zemědělské nářadí. Příležitostně kovárnu využívá místí kovář, který s návštěvníky vyrábí hřebíky a na raznici si mohou narazit Pernštejnský groš.

Horácká vesnice

Vesnice představuje 7 replik staveb z 19. Století. Snaží se připomenout „zapomenutá“ řemesla – košíkář, sklář, šindelář, švec, rolník, oráč, řezník, mlatec, pastýř, brtník, bělič, barvíř plátna, česač vlny, kolář, podkovář, holič a spousta dalších. Ve vesnici žijí i zvířátka, která jsou velkou atrakcí převážně pro děti – osel, prase, kachny, husy, slepice, křepelky, kozy, perličky, králíci, vodní želvy, ryby a další. Vesnička se snaží díky exponátům přiblížit minulost bydlení jako je pumpa, praní vlny, rybníky, sušáky na seno, hrnčířská pec, otýpkovač, políčko se lnem apod. Návštěvníci mají příležitost, vyzkoušet si lidová řemesla, vše si mohou osahat a prohlédnout si, jak se dříve žilo a bydlelo. (16) (17)

Pazderna

Pazderna je ukázkou venkovské budovy, kde se sušily a zpracovávaly textilní rostliny, např. len, konopí či kopřivy. Pazderna nese název po části lnu, které se říkalo pazdeří. Len byl sušen přímo nad ohněm, z toho důvodu byly pazderny stavěny dále od ostatních stavení, protože tam hrozilo zvýšené nebezpečí požárů. V pozdějších dobách tato osamocená stavení často též sloužila jako chudinská obydlí. Samotná chaloupka nemá skoro žádné vybavení. Je to z toho důvodu, že v pazderně žili velmi chudí lidé, kteří na lepší vybavení domácnosti neměli. Jako postel jim sloužila často podlaha, jako peřina seno nebo sláma. Obdivovatel chalupy může vyzkoušet, jak se leželo na voňavém seně. Při komentovaných prohlídkách průvodce podrobně poskytne informace o zpracování lnu – trhání, máčení, sušení, lámání, vyčesávání a spřádání na kolovratu.

Tkadlec

Stavení se snaží představit nejstarší způsob výroby textilií. Při běžném provozu pracují tkadleny na tkalcovském stavu nebo na šlapacím šicím stroji a zákazníkům vyprávějí o tkalcovství, o rozdílech mezi vlákny, jejich přírodním barvení, ale také o příbuzných řemeslech jako třeba čamrdářství neboli knoflíkářství či perleťářství. Aktivita pro návštěvníky je česání či máčení vlny.

Babka kořenářka

Tato dřevěnice je ukázkou sušárny bylin a připomíná činnost babky kořenářky, která bývala obávanou obyvatelkou vesnice, protože se dobře vyznala v bylinkách a věděla, která bylinka na co pomůže. Často byla považována za čarodějnici. Lidé se jí báli, ale věděli, že jim pomůže od bolesti, a proto jí vyhledávali. Babka léčila i dobytek od všech nemocí. Zákazníci si vlastní pomocí mohou namíchat směs bylinek na čaj, nebo vlastní koření.

Včelař Perníkář

Stavení se dělí do dvou částí. Při běžném provozu či tematických akcí perníkář peče, zdobí perníčky a včelař z včelích plástů vyrábí svíčky i ozdoby. Tato řemesla si může vyzkoušet sám návštěvník, namíchat si vlastní med například s ořechy a semínky, vyrobit vlastní voskovou ozdobu, či zakoupit medovinu nebo propolis. Včelař předává zajímavé informace o tom, že dříve tato osoba byla významnou součástí vesnice, která dávala lidu med, který sloužil jako sladidlo, platidlo i léčivo. Ale také o hierarchii v úlu a o životě včely. Perníkář vykládá o historii perníkářů od 16. století, kteří využívali dřevěné formy s náboženskými motivy. Dílny pro výrobu perníku byly postupně přeměňovány na dílny cukrářské. Začátkem 20. století vymizela perníkářská výroba úplně.

Statek

Statek je stavení, které představuje život statkáře, který vlastní největší počet pozemků. Často byl i starostou obce. Čeledíni mu pomáhali s hospodářstvím. Chalupa je rozdělena na světnici hospodáře, prádelnu a hlavní místnost s kamny. Chalupa je největší ve vesnici a je využívána příležitostně pro stylové workshopy a tematické školení.

Chalupa Mlýn s mlýnicí

V tomto stavení mlynářka vykládá příběh „od kamene k mlýnu“, o zpracování zrna a o mlynářském řemesle. Aktivita pro návštěvníky v tomto objektu je možnost namletí vlastní mouky.

Chalupa Hrnčír

I v tomto obydlí hrnčír představuje velmi staré řemeslo. Nádoby lidového hrnčířství jsou pestré, typické byly talíře, mísy, rendlíky, cedníky, pekáče, formy na těsta, mlékáče, sádelníky, smetaníky, sádláky, džbány, ale také stavební hrnčina jako kamnářské kachle a střešní krytina. (17) (20) (21)

Ekopavilon

Ekopavilon nabádá návštěvníky k šetrnějšímu a zodpovědnějšímu životnímu stylu. Dovědí se například o koloběhu vody na Bystřicku, kolik energie vyrobí větrná elektrárna nebo solární panel, kolik energie je třeba k výrobě elektřiny pro rozsvícení jedné žárovky nebo spuštění gramofonu. Část ekopavilonu je věnována odpadům, které ještě nepatří na smetiště a jejich znovuoživení. Stavba je vybavena nejmodernějšími technologiemi a jedná se o pasivní dům. (17)

Jízdárna

Jízdárna vlastní koně, kteří absolvují výcviky a vyjížděky. Při provozu Centra Eden probíhají projížďky v Horácké vesnici, dále je možnost soukromé projížďky krásnou Vysočinou pod vedením zkušených instruktorů. Jízdárna nabízí ustájení až pro 30 koní. (22)

Farma

V zemědělském provozu jsou ustájena hospodářská zvířata – skot masného, bezrohého plemene Aberdeen Angus. V současné době se jedná o 80 kusů, které se pasou na loukách. Ovce masného plemene Suffolk sčítá 20 kusů, koně 25 kusů a slepice 250 kusů. Farma hospodaří se 180 hektary půdy. Vlastní produkty z farmy jsou brambory, mák, vejce, obilí apod. Návštěvníci si mohou tyto produkty zakoupit na místě, či v areálu ochutnat pokrmy z těchto surovin. Při školních programech je detailně popsán chov a vývoj jednotlivých zvířat, děti si posbírají čerstvá vejce a svezou se na koni.

3.3 Základní údaje o firmě

Datum zápisu:	20. května 2004
Obchodní firma:	Eden servisní, s.r.o.
Sídlo:	Bystřice nad Pernštejnem, Příční 405, 593 15
Identifikační číslo:	26926580
Předmět podnikání:	Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona
Základní kapitál:	1 000 000 Kč
Statutární orgán:	Klára Hanzlíková, jednatel

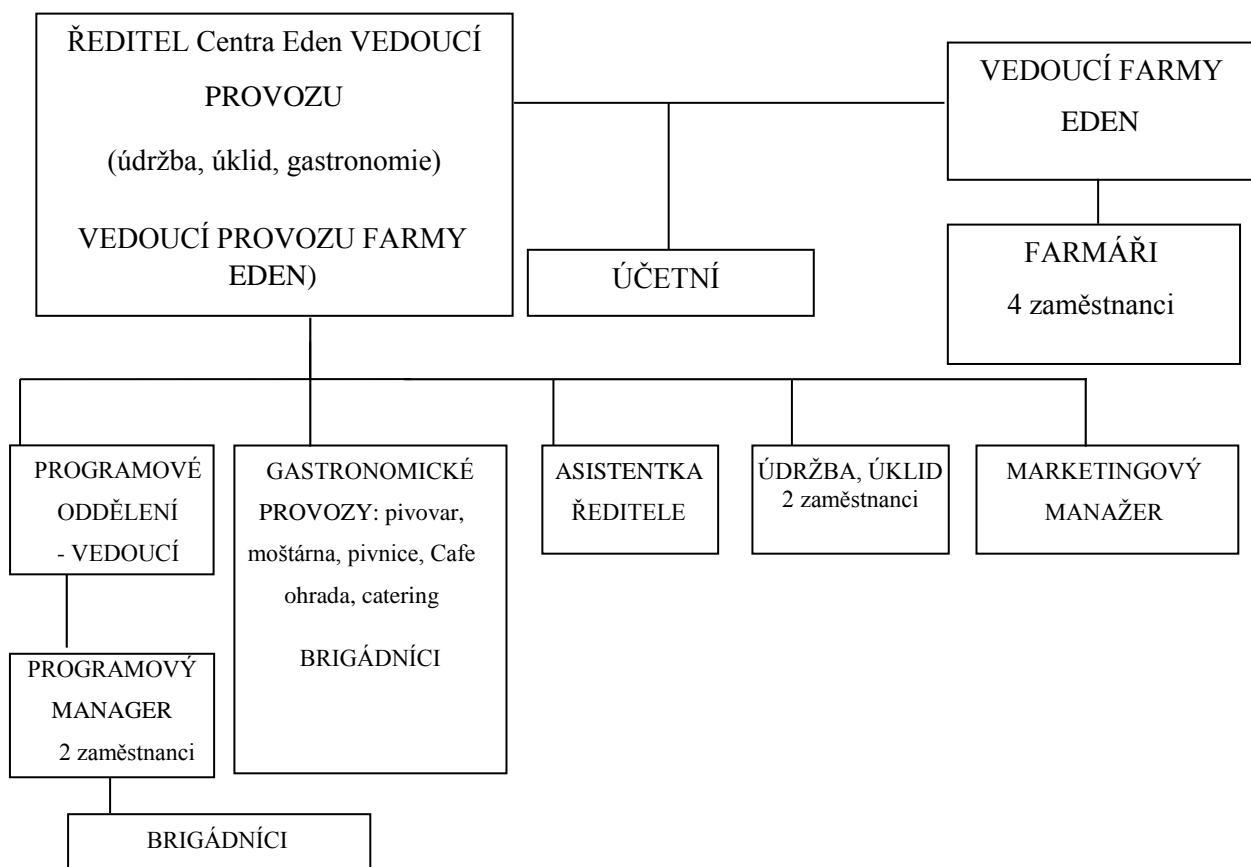
Společník: Město Bystřice nad Pernštejnem, IČO: 00294136 Příční 405, 593 01
Bystřice nad Pernštejnem (23)

3.4 Organizační schéma

V Centru Eden pracuje 8 zaměstnanců a na farmě Eden 5 zaměstnanců na hlavní pracovní poměr. Na ostatní pozice jako je obsluha, kuchaři, řemeslníci, pokladní a prodavači se najímají brigádníci. Zřizovatel Centra Eden je město Bystřice nad Pernštejnem, proto má firma určitá omezení v oblasti podnikání, která vyplývají ze zákona. Z toho důvodu zajišťuje některé činnosti chodu centra druhá městská firma Eden centre s.r.o., nazývána farma Eden. Dalším omezení provozu firmy je doba udržitelnosti. (17)

V zákoně č. 128/2000 Sb., o obcích není konkrétně vymezena působnost obce v oblasti cestovního ruchu. Je zde pouze uvedeno právo obce být členem svazku obcí za účelem ochrany a prosazování svých společných zájmů, zejména v oblastech školství, sociální péče, zdravotnictví, kultury, požární ochrany, veřejného pořádku, ochrany životního prostředí, cestovního ruchu a péče o zvířata. (24)

Tab. 1: Organizační schéma



Zdroj: vlastní zpracování

Pozice ředitele, jednatele a vedoucího provozu na obou firmách je zastoupena jednou osobou, ta řídí gastronomické provozy, které jsou obsazovány pouze brigádníky. Vede asistentku ředitele, marketingového manažera, údržbáře, uklízečku, vedoucího programového oddělení, který má pod svým vedením programové manažery. Dále vedoucí provozu spolupracuje s vedoucím farmy Eden, který řídí farmáře.

Ředitel nastavuje standardy, cíle firmy, zefektivňuje práci ve firmě, zajišťuje hygienické školení, bezpečnost práce a motivuje svůj tým.

Vedoucí provozu odpovídá za výsledky, činnosti a splněné cíle firmy, určuje priority, vyhledává nové příležitosti, komunikuje se sponzory a dodavateli, vedením města, státními, kontrolními orgány a zaměstnanci. Dále nese odpovědnost za své manažerské konání, rozhodování, plnění povinností svých podřízených, za svěřené prostředky, dodržování zákonů a předpisů vůči obchodním partnerům či zákazníkům.

Provozní gastronomických provozů zajišťuje chod pivnice, pivovaru, degustace a provozu Café ohrada. Přípravuje firemní akce, catering pro externí firmy a zajišťuje ostatní gastronomické akce mimo areál této firmy. Přípravuje cenové nabídky pro zákazníky, nábor brigádníků, vedení pokladny, kontrolu inventur a normování pokrmů, dále zajišťuje kalkulaci a podklady pro fakturaci.

Asistentka vyřizuje administrativní úkony, připravuje podklady k fakturaci, podklady ke mzdám, odpovídá za chod pokladny recepce, zajišťuje asistenci při realizaci akcí. Také připravuje potřebné dokumenty, pečuje o návštěvy, aktualizuje data firmy, vyřizuje telefonáty i emaily, v neposlední řadě reprezentuje firmu a zastupuje vedoucího provozu.

Vedoucí programového oddělení deleguje dva programové manažery, kteří pracují na dílčích úkolech. Programové oddělení vytváří a realizuje tematické akce a školní programy. Dále zodpovídá za chod celého areálu, funkčnost exponátů a tvoření nových expozic, včetně výstav, zajišťuje průvodcovské služby a komunikuje s prodejci, brigádníky a vystupujícími.

Marketingový manažer propaguje firmu, dojednávává nové spolupráce, tvoří reklamu, spravuje internetové stránky sociální sítě a komunikuje s médii.

Údržbář (ve spolupráci s vedoucím provozu) zajišťuje revize, kontroluje spotřeby energií, zajišťuje běžnou údržbu, opravy celého areálu a expozic, pomáhá i v pivovaru. Dle rozlohy areálu je provoz velmi náročný na technické vybavení. Uklízečka má na starosti kompletní úklid celého areálu. Účetní a sládek pivovaru jsou najímáni na dohodu o provedení práce. (25)

3.5 Gastronomické provozy v Centru Eden

Gastronomické provozy v podniku jsou mlýn v horácké vesnici, na panském dvoře je pivovar s pivnicí, hlavní kuchyně, seminární sál, degustace a panské bydlení. Dotačními podmínkami jsou gastronomické provozy omezeny, proto je před areálem vybudována Cafe ohrada. Tento provoz jako jediný v současné době nabízí hlavní chody. Provozovatelem Cafe ohrady je Eden Centre s.r.o., neboli farma Eden. Tato firma obstarává kompletní gastronomické služby při pořádání tematických akcí a také catering mimo areál, jako jsou plesy, firemní akce, festivaly, dětské dny a další. (26)

3.5.1 Pivovar, pivnice

Provoz pivovaru může být v současné době pouze nekomerční, v tuto chvíli je produkce určena pouze pro potřebu Centra Eden. Distribuční možnosti jsou tedy také nemožné. Prodejní místo je pivnice, která navazuje na pivovar. Piva jsou prezentována pod značkou Mittrowsky dle jména původních majitelů objektu. Minipivovar je unikátní v produkci speciálních piv. Druhy piva jsou vyráběny tak, aby tematicky doplňovaly akce pořádané v Centru Eden. Typickými pivy jsou 13% uzené pivo na akci Masopust, 11% ovesné pivo na Dožínky, 10% pivo z pečené brambory na Slavnosti brambor nebo 12% čertovské pivo s chilli na Mikuláše a Vánoce, 12% fíkové pivo k výročí otevření, 12% čokoládové pivo, 11% kopřivové pivo na Velikonoce, 12% lněné pivo ke Dni lnu nebo Prvorepublikový speciál k výročí republiky dle stoleté receptury atd. Tato speciální piva jsou k dostání vždy v originálních lahvích podobné tvaru historických láhví, toto balení dává pivu punc originality. Dodavateli surovin jsou moravské sladovny, chmel je od dodavatelů ze Žatce. Pro výrobu piva jsou používány pouze přírodní suroviny, i při výrobě speciálu nejsou použita barviva, extrakty a esence. Základní surovinou pro pivo z pečených brambor jsou brambory vypěstované na vlastní farmě, ve fíkovém pivu se macerovaly skutečné fíky a dýňové se připravovalo z pečených dýní také vlastní produkce. Proto speciály pivovaru jsou tak výjimečné, nikdy nemohou a ani nechtějí být tak známe jako například zelené pivo. V sousedství Centra je založena chmelnice pro reálnou ukázkou. Dodavatelem technologie byla firma Nerez Blučina. Technologie minipivovaru se skládá ze soustavy technologických celků – dvou nádobová varna o objemu 300 litrů, dvě spilky o stejném objemu, ležáckého sklepa a stáčírny. Tyto celky jsou situovány do tří oddělených místností. Komplex doplňují místnost s myčkou sudů, skladem prázdných obalů, místnost skladu surovin a místnost strojnoveny. Ve varně probíhá vaření i chlazení piva, ve spilce a ležáckém sklepě (jedna

společná místnost) probíhá kvašení a zrání piva v různých druzích kvasných i ležáckých nádob. Ve stáčírně je pivo plněno do sudů a láhví. Navazující místnost slouží k mytí sudů a skladování prázdných obalů. V suchém skladu jsou uchovávány suroviny k vaření piva a probíhá zde šrotování sladu. Strojovna je vybavena elektrickou řídicí skříní a zásobníkem ledové vody pro chlazení. Varna je dvou nádobová. Spilka s ležáckým sklepem obsahuje dvě otevřené spilky a devět uzavřených tanků, které slouží jako kvasné i ležácké zároveň. 4 tanky mají objem 735 litrů, 2 tanky jsou o objemu 352 litrů a 3 tanky o objemu 705 litrů, doba zrání piva trvá 4–7 týdnů. V místnosti se také nachází sanitační technologie a nádoby na přípravu pivovarských kvasnic. Stáčírna disponuje dvěma přetlačnými tanky ke stáčení piva. Konečný produkt je stáčen do sudů a skleněných lahví, ty jsou expedovány do občerstvovacích zařízení v areálu, případně umístěny do skladovacího prostoru pivovaru. Součástí sestavy jsou čerpací, chladicí i sanitační zařízení včetně rozvodů a poloautomatické ovládací panely. Součástí pracovního prostoru minipivovaru jsou dřezy s tekoucí vodou. Celý prostor minipivovaru tvoří uzavřený kompaktní celek 6 místností. Na jednu várku zhruba 300 litrů je použito zhruba 60 kilogramů drceného sladu ječného nebo pšeničného, 0,8 kilogramů chmele, 0,03 kilogramů kvasnic a 500 litrů vody. Veškeré množství závisí na daném typu piva. Množství hotového produktu závisí na odparu při vaření. Pevný odpad mláto je zpracováno jako krmivo pro dobytek nebo použito pro přípravu kaše z mláta, která je velmi atraktivní pro návštěvníky, kteří tuto kaši znají většinou pouze z pohádky Dařbuján a Pandrhola. Pivnice disponuje 35 místy k sezení, nabízí pivo čepované i suvenýrové ve skleněných láhvích s pákovým keramickým uzávěrem a vlastní etiketou. Nabídka pivnice je rozšířena o regionální produkty: limonády Zon, jablečný mošt vlastní výroby, bezlepkové klobásky vyráběny na zakázku masnou Bobrová, utopence z Hastrmanky, sladovými sušenkami, Křižovickou kávou a dalším drobným prodejem. (26) (27) (28)

3.5.2 Café ohrada

Restaurační zařízení má otvírací dobu po dobu hlavní sezóny Centra Eden. Mimo toto období podnik nabízí pronájem, možnost uspořádání oslav či jiného setkání. Kapacita restaurace je 30 míst, venkovní posezení nabízí míst 50 s bylinkovou zahrádkou a dětským koutkem. Hlavní nabídku tvoří pokrmy vlastní výroby a produkty regionálních dodavatelů. Zázemí podniku tvoří šatna s toaletou pro zaměstnance, úklidová místnost s výlevkou, místnost pro příjem zboží a hlavní kuchyně, která je vybavena velmi jednoduše: úsek pro mytí nádobí, pracovní plocha, plynový sporák, grilovací deska, elektrická fritéza, umyvadlo na zeleninu, umyvadlo pro personál, pod pracovní plochou dvě chladicí a dvě mrazicí zařízení. Na kuchyň

navazuje bar, který je vybaven lednicemi, kávovarem, myčkou na sklo, strojem na výrobu ledu a výčepním zařízením. Prioritou provozu je čerstvost surovin, regionální původ a vlastní produkce. V Cafe ohradě jsou nabízeny produkty z farmy Eden: brambory, mák, vejce. Dalším doplňkovým prodejem jsou výrobky v bio kvalitě mléčných potravin od místní firmy Rubelit. Nabízeny jsou kefíry, syrovátka, máslo, mléko, jogurty, tvaroh a sýry. Stálý jídelní lístek není k dispozici, denně je tvořena aktuální nabídka pokrmů dle čerstvých i sezónních surovin a také kvůli omezené skladovací kapacitě kuchyně. Denní nabídka se skládá ze dvou polévek, tří až pěti hlavních chodů a deserty. Klienty nejvíce oblíbené jsou domácí limonády, které jsou vyrobeny z vypěstovaných vlastních bylin či nasbíraných rostlin: levandulová, kopřivová, mátová, meduňková, dobromyslová, akátová, šeříková, fialková, šalvějová, bezová, bezinková a další dle sezónnosti. (26)

3.5.3 Moštárna

Moštárna slouží jako praktický úsek pro zemědělskou školu, kde se studenti v podzimním období podílí na výrobě moštu. Nyní je výroba kolem 5 000 kusů láhví s obsahem 0,2 litrů s vlastní etiketou. Produkce závisí na úrodě ovoce, v současné době poptávka převyšuje nabídku. Moštárna je vybavena ruční nerezovou pračkou ovoce s přívodem vody o rozměru 1 x 1,205 x 0,8 metru, nerezovým elektrickým drtičem na jádrové ovoce, hydraulickým lisem na rozdrcené ovoce, včetně záchytné nádoby na mošt o obsahu 40 litrů a lisovacího koše o průměru 55 litrů. Výkon lisu je 110 litrů za hodinu. Dalším vybavením provozu je deskový filtr na ovocný mošt, vakuová plnička láhví se dvěma plnicími hlavami pro obsah láhví 0,2–2 litrů tekutiny a elektrický vodní sterilizátor o výkonu 100 litrů za hodinu. (26)

3.5.4 Centrální kuchyně

Hlavní kuchyně je výrobní místnost pro degustaci, seminární sál a panské bydlení. Moštárna zároveň slouží jako hrubá příprava zeleniny. Hlavní kuchyně má sklady s lednicemi, regály a mrazicím boxem, toalety pro personál, úklidovou místnost a šatnou se sprchovým koutem. Samotná kuchyně je vybavena konvektomatem, šokerem, nářezovým strojem, kuchyňským robotem, mikrovlnou troubou, grilovací deskou, fritézou o objemu 20 litrů, myčkou na nádobí, nerezovými stoly, pracovními dřezy, umyvadlem pro personál, plynovým sporákem, příručními podpultovými lednicemi a mrazáky.

Panské bydlení

Panské bydlení je využíváno pro významné události. Tyto prostory byly použity například pro setkání starostů kraje Vysočina, založení destinace Koruna Vysočiny a hraběcí hostinu pro partnery Centra Eden. Již dvakrát byl v těchto prostorách servírován slavnostní oběd pro pana prezidenta Miloše Zemana. Dále je prostor využíván pro svatební obřady s kapacitou do 70 osob, či koncerty vážné hudby s občerstvením. Panské bydlení má krásný interiér doplněn originálním nábytkem z 19. století, a proto se nabízí k pořádání výjimečných událostí. Proto jsou volena slavnostní menu a systém složité obsluhy. Při těchto příležitostech je velmi kladen důraz na profesionalitu personálu. U číšníků je vyžadován společenský oděv, tedy frak a bílé rukavice. Kuchař osobně představuje své menu, které připravil. Vysoké požadavky jsou kladeny na slavnostní založení tabule a dekorace interiéru živými květy.

Seminární sál

Největším prostorem podniku, který nabízí k sezení 100 míst, je seminární sál. Místnost disponuje toaletami pro muže, ženy i hendikepované a malým kuchyňským zázemím vybaveným dřezem, myčkou nádobí a úklidovou technickou místností. Místnost umožňuje projekci na plátno s reproduktory. Sál je nejčastěji využíván k pořádání výstav a ke školení firem, ovšem pouze v oboru příbuzném Centru Eden z důvodu dotačního titulu. Není možné tyto prostory užívat jiným způsobem. Pronájem těchto prostor je doplněn zajištěním občerstvení ze strany farmy Eden dle požadavků klienta.

Degustace

Restaurace navazuje přímo na hlavní kuchyni. Je využívána pouze příležitostně, protože restaurace je otevřena při akcích pořádaných v centru. Menu je vždy tematicky volené, a to formou degustačních menu. Vždy je kladen důraz na kvalitu surovin, lokální dodavatelé a čerstvost. Kapacita restaurace je 35 míst.

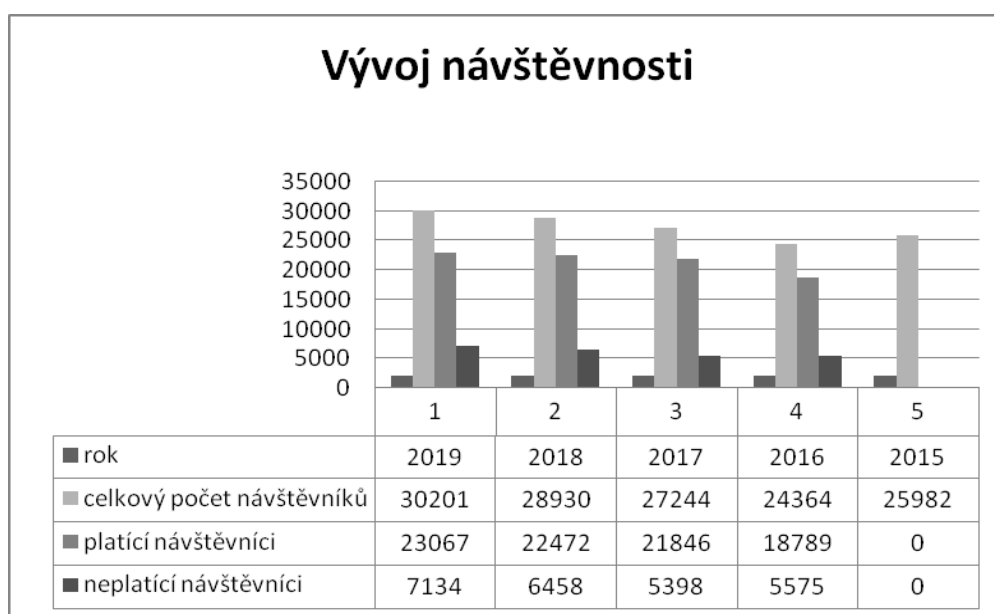
3.5.5 Mlýn

Při běžném provozu, v této roubené chalupě, je mlynářka oblečena ve stylovém oděvu a nabízí kynuté buchty přímo z kamen, bylinkový čaj, čerstvě namletou kávu či podmásolí. Buchty jsou připravovány povidlové, makové, tvarohové a mrkvance. Při tematických akcích je nabídka rozšířena o chléb, vánočky, mazance, pletýnky, jidáše, vrkoče a obdobné výrobky z mouky. Na hlavní místnost, ve které je posezení pro hosty, navazuje zázemí, které je

vybaveno mycím úsekem na nádobí, pracovní plochou a dále elektrickými troubami, které jsou využívány při vyšší návštěvnosti, aby byl zabezpečen plynulý chod občerstvení. (26)

3.6 Vývoj návštěvnosti Centra Eden

Celkový počet návštěvníků v roce 2019 byl 30 201 osob. Z toho 7134 bylo neplaticích – děti do 6 let zdarma, pedagogický doprovod, volné vstupenky jednorázové a celoroční, ZTP/P, spolupracující organizace a doprovod pro vystupující. Oproti předešlému roku došlo ke zvýšení návštěvnosti o 1 271 osob. Během školních programů a komentovaných prohlídek pivovaru navštívilo centrum v tomto roce 4 602 osob.



Graf 1: Vývoj návštěvnosti Centra Eden

Zdroj: vlastní zpracování

Srovnání:

- Návštěvnost v roce 2018 byla 28 930 osob. Platících 22 472 osob. Z toho bylo neplaticích 6 458 (děti do 6 let zdarma, pedagogický doprovod, volné vstupenky jednorázové a celoroční, ZTP/P). Školních programů a prohlídek pivovaru se zúčastnilo 4 470 osob.
- Návštěvnost v roce 2017 byla 27 244 osob. Platících 21 846 osob. Z toho bylo neplaticích 5 398 (děti do 6 let zdarma, pedagogický doprovod, volné vstupenky jednorázové a celoroční, ZTP/P). Školních programů a prohlídek pivovaru se zúčastnilo 3 733 osob.

- Návštěvnost v roce 2016 byla 24 364, z toho platících 18 789, neplatících 5 575, (děti do 3 let zdarma, pedagogický doprovod, volné vstupenky jednorázové a celoroční, ZTP/P).
- Návštěvnost v roce 2015 byla 25 982 návštěvníků, znám je pouze celkový počet návštěvníků. (29)

Shrnutí vývoje návštěvnosti:

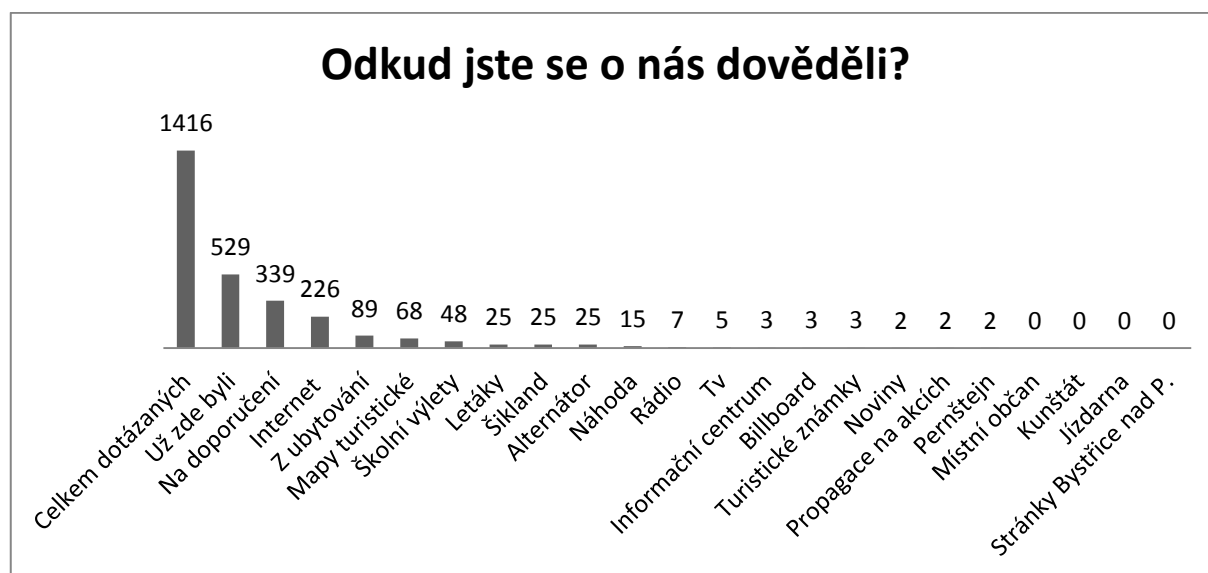
Porovnáním jednotlivých let vývoje firmy z pohledu návštěvnosti Centra Eden od data jeho otevření vyplývá, že firma zaznamenává každoroční nárůst návštěvnosti od roku 2017. V roce 2016 byl evidován pokles oproti předešlému roku, který ovlivnil den otevřených dveří v roce 2015, kdy vstup do areálu nebyl zpoplatněn.

4 PRŮZKUM ZÁKAZNÍKŮ

V období od 1. 1. 2019 do 31. 12. 2019 byl proveden průzkum mezi zákazníky. Místo sběru dat byla pokladna Centra Eden. Data byla sbírána od respondentů pracovníkem daného provozu dle náhodného výběru a bez diferenciací dle pohlaví, věku, geografického, socioekonomického a jiného statusu. Výsledky obsahují data od 1 416 respondentů. Informace od návštěvníků byly získány z dotazníků v tištěné formě, následně sumarizovány a vyhodnoceny.

Respondentům byly položeny čtyři otázky. Otázka číslo 1: Odkud jste se o nás dověděli? Otázka číslo 2: Jak hodnotíte návštěvu Centra Eden? Otázka číslo 3: Co se Vám nejvíce líbilo v Centru Eden? Otázka číslo 4: Co se Vám nelíbilo v Centru Eden?

Otázka číslo 1.



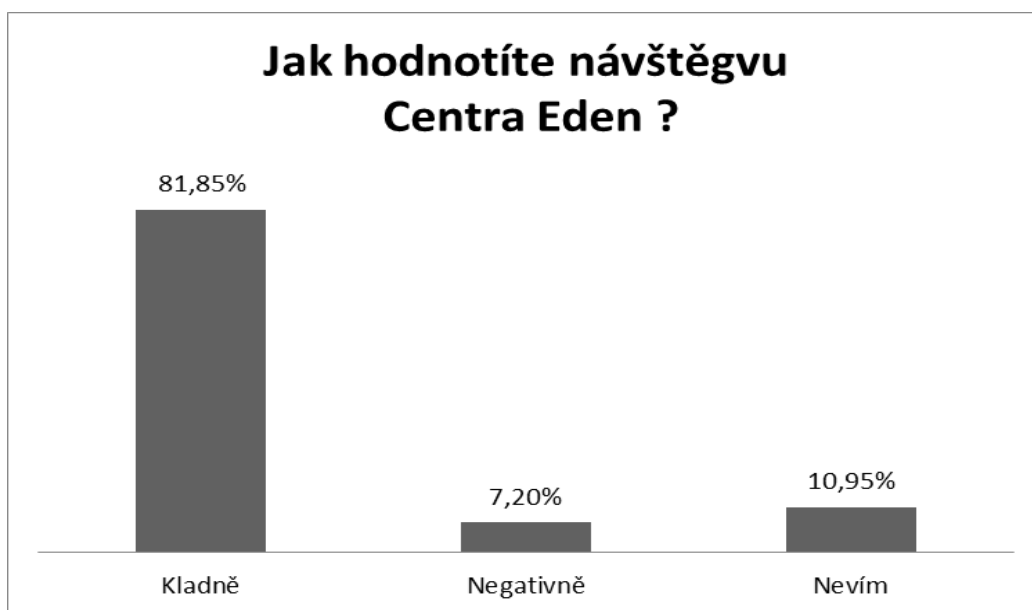
Graf 2: Otázka číslo 1: Odkud jste se o nás dověděli?

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek odpovědí na otázku číslo 1:

Z celkového počtu dotázaných 1 416 osob uvedlo 529 návštěvníků, že centrum navštívili na základě vlastní zkušenosti a 339 díky kladné reakci od známých. Tato skupina neplacené reklamy tvoří celkem 61,3 % zákazníků z dotázaných. K vyšším číslům patří také internet 15,96% a ubytovací zařízení 6,29%. Ostatní odpovědi jsou pod 5% z celkových odpovědí.

Otázka číslo 2.



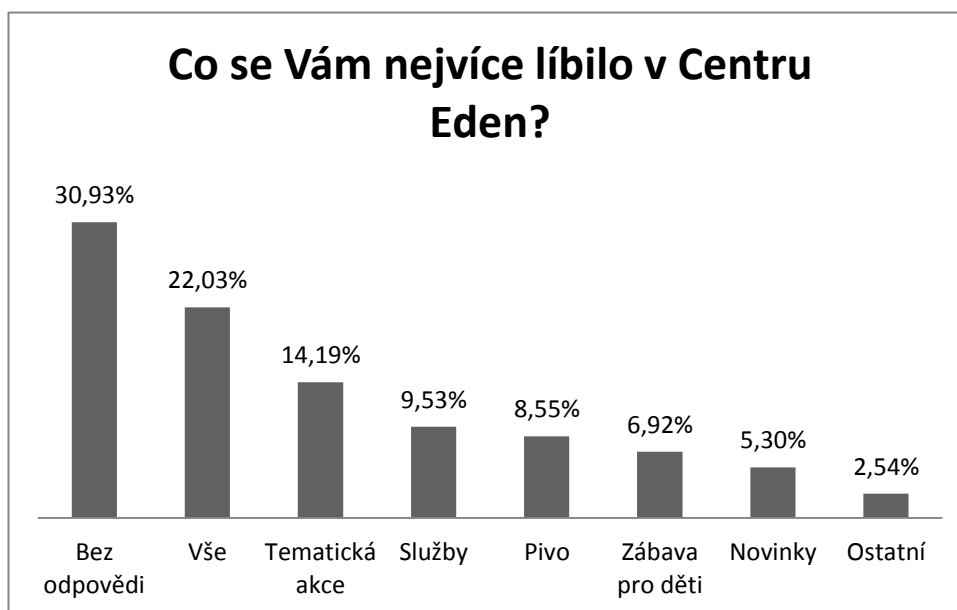
Graf 3: Otázka číslo 2: Jak hodnotíte návštěvu Centra Eden?

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek odpovědí na otázku číslo 2:

Z celkového počtu dotázaných 1 416 návštěvníků hodnotilo návštěvu kladně 1 159 osob. Tyto osoby tvoří 81,85 % z dotázaných a jedná se o nejvyšší podíl návštěvníků. Negativně hodnotilo návštěvu 102 osob, tedy 7,2 % a 155 osob, tedy 10,95 % odpovědělo neví.

Otázka číslo 3.



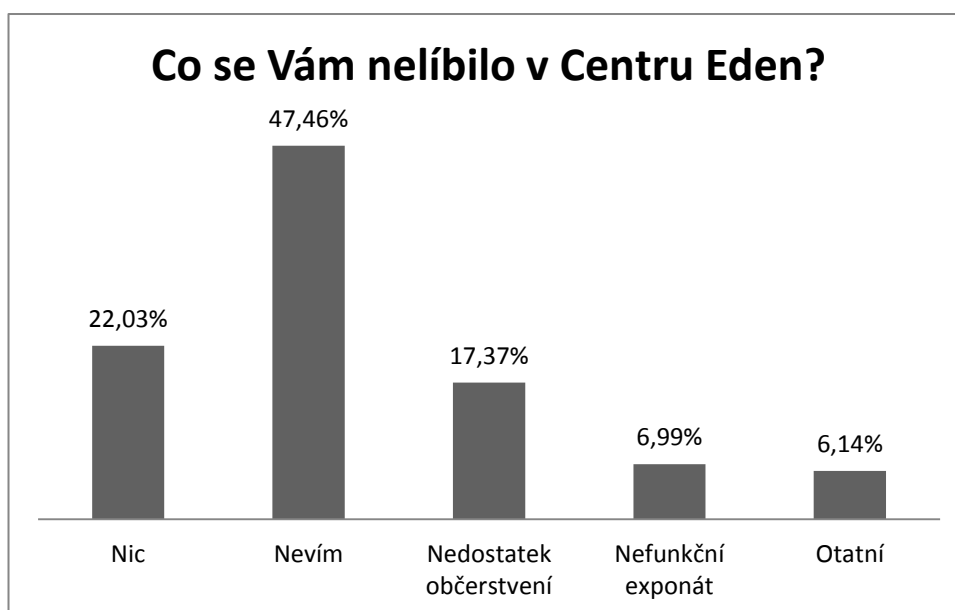
Graf 4: Otázka číslo 3: Co se Vám nejvíce líbilo v Centru Eden?

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek na otázku číslo 3:

Na otázku Co se Vám nejvíce líbilo v Centru Eden, bylo odpovězeno takto: Z celkového počtu dotázaných tvoří největší skupinu ti, kteří neodpověděli – 438 osob. Druhou skupinu osob, kterým se líbilo vše, tvoří 312 dotázaných. Pozitivně hodnotili návštěvníci tematické akce, a to 201 osob, poskytované služby 135 osob, kvalitu piva 121 osob, zábavu pro děti 98 osob, novinky v areálu 75 osob a 36 osob je zařazeno do skupiny ostatní z důvodu nesetkání se více jak tří shodných odpovědí.

Otázka číslo 4.



Graf 5: Otázka číslo 4: Co se Vám nelíbilo v Centru Eden?

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek na otázku číslo 4:

Na otázku Co se Vám nelíbilo v Centru Eden, odpovědělo nejvíce osob odpovědí nevím, tedy 672 osob, 312 osob odpovědělo nic, 246 osobám chybí dostatek občerstvení, 99 osobám se nelíbil nefunkční exponát a skupinu ostatní tvoří 87 osob. Do této skupiny jsou zařazeny odpovědi, které se neshodovali více jak ve 3 stejných odpovědích.

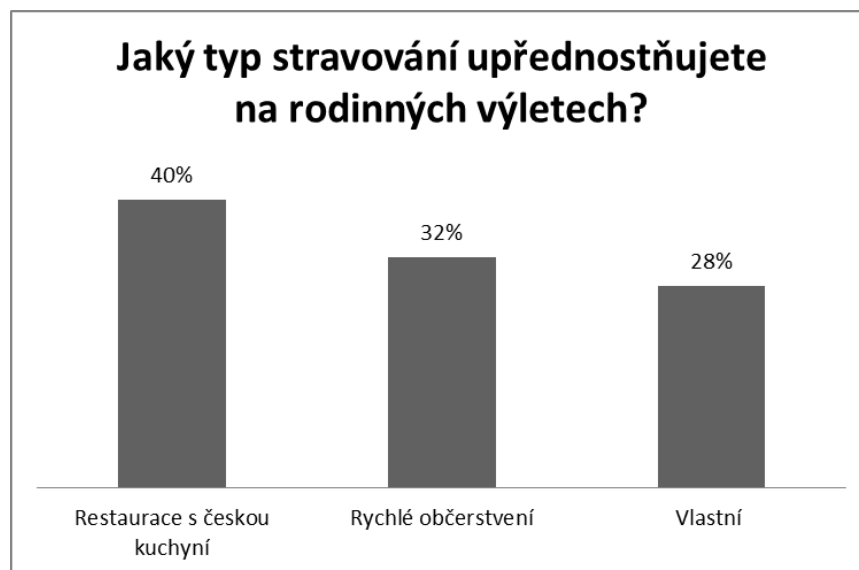
5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

V průběhu akce Roh hojnosti 26. 10. 2019 bylo osloveno a požádáno 50 hostů Degustace o vyplnění tištěného dotazníku zaměřeného na stravování. Oslovené osoby byly vybrány bez diferenciací dle pohlaví, věku, geografického, socioekonomického a jiného statusu. Dotazník byl tvořen ze tří otázek a zjišťoval názor respondentů na stravování při výletech s rodinou.

Otázka číslo 1: Jaký typ stravování upřednostňujete na rodinných výletech? Otázka číslo 2: Jaká cena oběda je pro vás přijatelná na 1 osobu při rodinném výletu? Otázka číslo 3: Upřednostnili byste ve stravovacím zařízení regionální potraviny a domácí produkty? Výsledkem byly uzavřené odpovědi. Ty byly sumarizovány a vyhodnoceny pro budoucí situaci – o jaký typ stravování by návštěvníci Centra Eden v Bystřici nad Pernštejnem měli zájem po skončení doby udržitelnosti od června 2020.

5.1 Výsledky dotazníkového šetření

Otázka číslo 1.



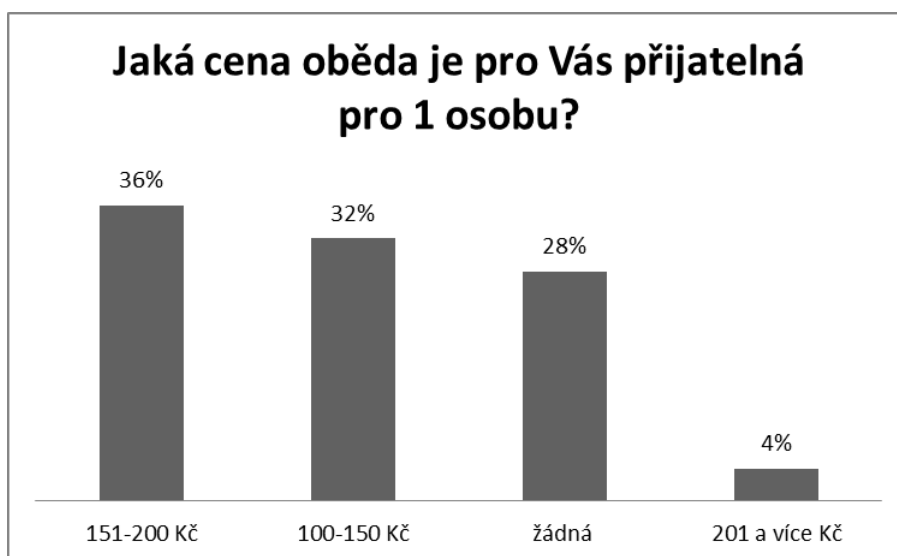
Graf 6: Otázka číslo 1: Jaký typ stravování upřednostňujete na rodinných výletech?

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek na otázku číslo 1:

20 hostů z celkového počtu 50 osob preferuje restauraci s českou kuchyní při výletech s rodinou, 16 hostů volí raději rychlé občerstvení a 14 hostů si na výlet vozí vlastní občerstvení.

Otázka číslo 2.



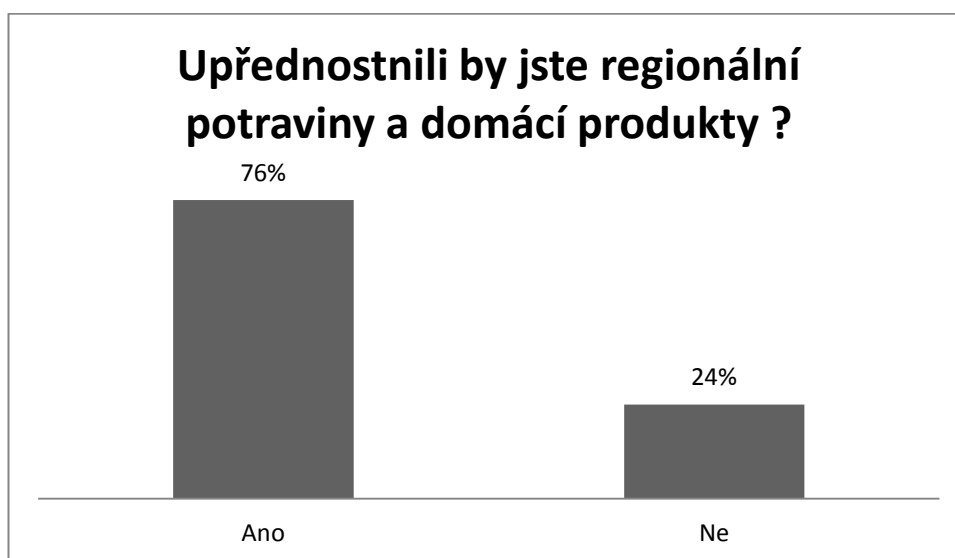
Graf 7: Otázka číslo 2: Jaká cen oběda je pro Vás přijatelná pro 1 osobu?

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek na otázku číslo 2:

Na otázku číslo 2 hosté odpověděli takto: Nejvíce hostů, a to 18 osob z celkového počtu 50 dotazovaných, je ochotno za oběd nebo večeři na 1 osobu zaplatit 151–200 Kč. Pro 16 osob je přijatelná cena 100–150 Kč, pro 2 osoby je přijatelná cena 201 Kč a více. 14 dotazovaných odpovědělo: žádná cena z nabízených pro mne není přijatelná. Tato skupina hostů si na rodinné výlety vozí vlastní občerstvení, ovšem v době dotazování byli obslouženi v restauraci, kde si neobjednali hlavní chod, ale dezert, předkrm nebo pouze nápoje.

Otázka číslo 3.



Graf 8: Otázka číslo 3: Upřednostnili byste regionální potraviny a domácí produkty?

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek na otázku číslo 3:

Z 50 dotázaných osob na tuto otázku opovědělo 38 hostů kladně, tedy ano. 12 dotázaných osob odpovědělo ne. Z dotazování vyplývá, že 76 % osob by upřednostnilo regionální potraviny a domácí produkty.

6 NÁKLADOVOST PIVA

Ke koci každého kalendářního roku vedoucí provozu Centra Eden zkoumá aktuální nákladovost nabízených produktů. Na základě získaných informací jsou aktualizované ceníky na další sezónu provozu. Pivo bylo vybráno z toho důvodu, že je hlavní gastronomický produkt firmy a ceny surovin a obalu produktu se ke konci roku 2019 výrazně zvýšily. Cena a množství surovin je tvořena na základě průměrných hodnot za rok 2019 dle dodacích a varných listů.

Výsledky nákladovosti piva:

Tab. 2: Výsledky nákladovosti piva

Druh	Typ	Síla	Suroviny	Energie	Obaly + etiketa	Daň	Práce	Celkem 1 l piva bez obalu	Celkem 1x 0,5 l piva bez obalu	Celkem 1 x 0,33 l piva bez obalu	Celkem 1x 0,5 l piva v lahvi	Celkem 1x 0,33 l piva v lahvi
		(°)	Kč	Kč	Kč	Kč	Kč					
výčepní	světlý	10,0	4,55 Kč	1,22 Kč	-	1,60 Kč	8,80 Kč	16,17 Kč	8,09 Kč	5,34 Kč	-	-
ležák	světlý	11,0	4,80 Kč	1,22 Kč	20,29	1,76 Kč	8,80 Kč	16,58 Kč	8,29 Kč	5,47 Kč	28,59 Kč	-
ležák	světlý	12,0	5,61 Kč	1,22 Kč	20,29	1,92 Kč	8,80 Kč	17,55 Kč	8,78 Kč	5,79 Kč	29,08 Kč	-
speciál	světlý	13,0	5,40 Kč	1,22 Kč	24,8	2,08 Kč	8,80 Kč	17,50 Kč	8,75 Kč	5,78 Kč	-	30,58 Kč
speciál	tmavý	14,0	5,71 Kč	1,22 Kč	-	2,24 Kč	8,80 Kč	17,97 Kč	8,99 Kč	5,93 Kč	-	-
porter	tmavý	18,0	9,74 Kč	1,22 Kč	24,8	2,88 Kč	8,80 Kč	22,64 Kč	11,32 Kč	7,47 Kč	-	32,27 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (podrobná kalkulace v příloze 1)

Výsledek nákladovosti gastronomického produktu pivo:

Výrobní cena piva točeného za 1 litr se pohybuje 16,17 Kč až 22,64 Kč dle druhu daného piva. Cena zahrnuje náklady na suroviny, které jsou použity při výrobě, energii, práci sládků a spotřební daň. Centrum Eden nabízí lahvové piva o objemu 0,5 litru a 0,33 litru, pouze u piv typu ležák, porter a speciály.

7 KOMPARACE CEN S KONKURENČNÍMI PROVOZY OBDOBNÉHO TYPU

Obdobně jako u nákladovosti produktů porovnává ke konci každého kalendářního roku ředitel Centra Eden ceny vstupného u své firmy, ale i u konkurenčních firem, které jsou obdobného typu. Firmy, které byly porovnávány ke konci roku 2019 je Šiklův mlýn v obci Zvole, Dinopark Zoo Vyškov, Zámek Žďár nad Sázavou a Peklo Čertovina u Hlinska. Konkurenční firmy byly vybrány z důvodů společných rysů. Hlavním rysem je společná cílová skupina pro tyto turistické cíle, a to rodiny s dětmi. Informace byly získány z webových stránek firem ke dni 5. 12. 2019. (30) (31) (32) (33) (34)

Tab. 3: Komparace cen s konkurenčními provoz obdobného typu

	Centrum Eden	Šiklův mlýn	Dinopark	Zámek Žďár	Peklo Čertovina
Základní vstupné	120,00 Kč	250,00 Kč	200,00 Kč	290,00 Kč	360,00 Kč
Dítě do 6 let	0,00 Kč	115,00 Kč	140,00 Kč	0,00 Kč	X
Dítě do 3 let	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč	X
Dítě 6–15 let	80,00 Kč	125,00 Kč	140,00 Kč	190,00 Kč	X
Dítě do 150 cm	X	X	X	X	280,00 Kč
Senior 65+	80,00 Kč	180,00 Kč	140,00 Kč	190,00 Kč	310,00 Kč
Studenti	80,00 Kč	X	X	190,00 Kč	310,00 Kč
Rodinné – 2 dospělí + až 3 děti	340,00 Kč	680,00 Kč		630,00 Kč	X
Rodinné – 1 dospělí + až 3 děti	240,00 Kč	X		X	X
Organizovaná skupiny 10 a více osob	100,00 Kč	X	X	X	X
Celoroční vstupenka	500,00 Kč	990,00 Kč	800,00 Kč	990,00 Kč	
Pes	0,00 Kč	50,00 Kč	20,00 Kč	X	X
ZTP	80,00 Kč	125,00 Kč	70,00 Kč	190,00 Kč	310,00 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledky komparace cen s konkurenčními provozmi obdobného typu

Ceny vstupného byly komparovány s konkurenčními provozmi, které nabízejí podobné služby:

Šiklův mlýn, Peklo Čertovina, Dinopark a Zámek Žďár nad Sázavou. Výsledkem je, že ceny vstupného, které nabízejí všechny firmy, je Centrum Eden nejlevnější pro potenciální klientelu.

8 DISKUSE

V praktické části byl zkoumán podnik Centrum Eden jako celek a zaměřen na gastronomické provozy. V analytické části byly provedeny 4 typy šetření: dotazníkové šetření, komparace cen konkurenčních firem, nákladovost piva a průzkum zákazníků. Výsledkem analýzy Centra Eden je, že oblast gastronomie a cestovního ruchu jsou neodlučitelné služby, které jsou spolu velmi provázány. Aby tyto služby byly kvalitní, je velmi důležitá inovace tak, aby byla splněna očekávání zákazníků.

Hypotéza 1: V Centru Eden je většina zákazníků spokojena.

Na základě průzkumu u zákazníků byla pokládána otázka: „Jak hodnotíte návštěvu Centra Eden?“ Odpovědělo kladně 81,85 % z celkového počtu 1 416 osob. Hypotéza byla **potvrzena**.

Dalším pozitivním ukazatelem pro Centrum Eden je zpětná vazba, že 37,36 % využívá služby provozu opakovaně a dalších 23,94 % využívá služby na základě referencí od známých. Nejlepší reklama je spokojený zákazník, proto by firma měla dále pracovat na zkvalitňování služeb, modifikovat svou nabídku služeb a vytvářet nové produkty.

Hypotéza 2: V Centru Eden chybí dostatečná nabídka občerstvení.

Při průzkumu zákazníků na otázku: Co se Vám nelíbilo v Centru Eden? Odpovědělo 17,37 % „nedostatek občerstvení“. Hypotéza byla **potvrzena**.

V rámci druhého výzkumu – dotazníkového šetření účastníků restaurace bylo zjištěno, že zákazníci preferují restauraci s českou kuchyní, a to v počtu 20 dotázaných z celkového počtu 50 osob. Další výsledná informace je, že pro většinu zákazníků je přijatelná cena za oběd 151–200 Kč a 76 % osob by upřednostnilo regionální potraviny a domácí produkty. V současné době jsou gastronomické služby omezeny v důsledku poskytnutých dotací. Ovšem po uplynutí doby udržitelnosti je velký potenciál tyto služby rozšířit a přizpůsobit potřebám a očekávání zákazníka.

Hypotéza 3: Cena gastronomického produktu pivo Mittrowsky vzroste v důsledku růstu cen zboží a služeb.

Výrobní průměrná cena piva za 1 litr činí 18,068 Kč bez DPH a průměrná cena obalu láhve s etiketou činí 22,55 Kč bez DPH. Vzhledem k navyšování cen surovin a obalového materiálu v průběhu roku 2019 je nutné aktualizovat cenu piva. Nejvyšší položkou je skleněná láhev

s etiketou a uzávěrem, která vzrostla oproti roku 2018 v průměru o 5,2 Kč bez DPH. Tedy vzhledem k navýšení nákladů je nutné reagovat při tvorbě aktuálních ceníků. Hypotéza byla **potvrzena**.

Doporučení autorky je zvážit jiný druh láhve, ale zachování i původního obalu i přesto, že cena bude vysoká. Ojedinelé speciální pivo, právě v originálním obalu, je jedinečný produkt Centra Eden. Zároveň u piv typu světlý ležák by nabídku rozšířila o balení 0,7 litr ve skleněné láhvi s korunkovým uzávěrem. Rozdíl prodejní ceny bude minimální. U obsahu láhve cena vzroste množstvím piva, ale náklady klesnou na práci při lahvování. Sládek bude schopen naplnit větší množství láhví za stejný čas. Cena výrazně klesne také díky úspoře na uzávěru, kdy keramický pákový uzávěr bude nahrazen korunkovým. Podnik při výrobě jablečných moštů používá stroj na uzavírání láhví, tudíž nebudou vedlejší náklady na pořízení dalšího zařízení.

Hypotéza 4: Zákazníci jsou ochotni za nabízené služby zaplatit více než doposud.

Na základě informací z konkurenčních subjektů: Šiklův mlýn, Peklo Čertovina, Dinopark Vyškov a Zámek Žďár nad Sázavou byla vytvořena komparační tabulka číslo 3. Na základě srovnání vyplývá, že účastníci cestovního ruchu jsou ochotni zaplatit mnohem více oproti stávajícím cenám Centra Eden. Například peklo Čertovina má až trojnásobné ceny u jednotlivých položek, je tedy nemalý prostor na aktualizaci cen Centra Eden a zároveň zůstat stále nejlevnější na trhu. Hypotéza byla **potvrzena**.

Hlavní položka, která by byla velkým finančním přínosem pro firmu, je cílová skupina děti, a to ve věku 3–6 let. Konkurenční podniky mají tuto kategorii zákazníků zpoplatněnou, jak v kategorii osoba do 150 cm nebo děti do 6 let. Dle vývoje Centra Eden víme, že v roce 2019 bylo 7134 neplatících zákazníků. Do této skupiny patří děti do 6 let zdarma, pedagogický doprovod, volné vstupenky jednorázové a celoroční, spolupracující organizace a doprovod vystupujících. Odhad dětí ve věku 3–6 let je 5 000. Průměrná cena 4 konkurenčních podniků za dítě 3–6 let je 133,75 Kč DPH. Sjednocením ceny vstupného v Centru Eden u dětí 3–15 let a studentů na částku 80 Kč za osobu, by se tržba podniku pouze u této kategorie zákazníků zvedla o 400 000 Kč za rok. Tedy návrhem na úpravy je cena i úprava kategorií dětí.

V průběhu analýzy centra autorku zaujal výsledek při průzkumu zákazníků na otázku: Odkud jste se o nás dověděli?

Tab. 4: Otázka 1: jak jste se o turistickém cíli dověděli?

Odpověď	Počet	%
Už zde byli	529	37,36
Na doporučení	339	23,94
Internet	226	15,96
Z ubytování	89	6,29
Mapy turistické	68	4,8
Školní výlety	48	3,39
Letáky	25	1,77
Šikův mlýn	25	1,77
Alternátor	25	1,77
Náhoda	15	1,06
Rádio	7	0,49
Televize	5	0,35
Informační centrum	3	0,21
Billboard	3	0,21
Turistické známky	3	0,21
Noviny	2	0,14
Propagace na akcích	2	0,14
Pernštejn	2	0,14
Místní občan	0	0
Kunštát	0	0
Jízdárna	0	0
Stránky Bystřice nad P.	0	0
Celkem dotázaných	1 416	100

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledkem je: Z celkového počtu dotázaných 1 416 osob 529 návštěvníků uvedlo, že centrum navštívili na základě vlastní zkušenosti a 339 osob díky kladné reakci od známých a 48 dětí na základě zkušeností ze školního programu. Tato skupina neplacené reklamy tvoří celkem 64,69 % zákazníků z dotázaných. Toto zjištění vedlo k prozkoumání nákladů na marketing za rok 2019.

Tab. 5: Náklady marketingového oddělení

Náklady marketingového oddělení	
Rok 2019	
Propagační předměty	10 177 Kč
Facebook	55 479 Kč
Google	45 677 Kč
Grafika a výroba bannerů a letáků	54 541 Kč
Rádio	74 437 Kč
Domény, licence, pronájmy	44 187 Kč
Výlep plakátů, kabelové televize	1 480 Kč
Správa webových stránek	2 420 Kč
Obrazovky v nemocnicích	49 583 Kč
Noviny	0,00 Kč
Mzdové náklady na pracovníka	324 000 Kč
CELKEM	661 981 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Dle výzkumu bylo zjištěno, že návratnost placené reklamy je 35,31% z celkového počtu dotázaných. Při vyčíslení 35,31 % z počtu zákazníků, kteří navštívili Centrum Eden za celý rok 2019, je výsledné číslo 10 644 osob. Náklady na marketingové oddělení, které jsou vyčísleny v tabulce číslo 5, za rok 2019 činily 661 981 Kč s DPH. Z toho vyplývá, že cena, která byla investována na jednoho návštěvníka, který navštívil Centrum Eden na základě placené reklamy, je 62 Kč s DPH. Toto číslo je neekonomické pro firmu a je třeba zapracovat na úsporném opatření marketingového oddělení. Toto zjištění je velmi důležitá informace pro firmu.

9 NÁVRHY

Na základě zkoumaného provozu vyplynulo, že většina návštěvníků je v Centru Eden spokojena, ale i přesto by měla firma modifikovat služby a produkty ke spokojenosti zákazníků, aby i nadále využívali služby centra. Dle zjištění průzkumu víme, že klientům chybí dostatek občerstvení, dávají přednost regionálním a domácím produktům a jsou ochotni za to zaplatit. Autorka tedy navrhuje vytvoření nového gastronomického provozu Statek. K modifikaci bude využita stávající chalupa. Tato roubenka má zázemí, které je vybaveno kuchyňskou linkou s dřezem, myčkou na nádobí a chladicí skříní. Stavení je největším obytným prostorem v horácké vesnici, proto je škoda nevyužít potenciálu, a tím modifikovat nabídku občerstvení. Zákazník by zažil skutečný zážitek, jak se stravovalo v dřívějších dobách. K autentičnosti přispěje i vybavení chalupy s historickým nábytkem, doplňky a také vůně pokrmů. Při běžném provozu by byl statek denně obsluhován statkářem nebo statkářkou ve stylovém oděvu, který by připravoval na kachlových kamnech pokrmy zapomenuté horácké kuchyně.

Typické horácké pokrmy jsou například drštička, pekáče, maděra, houbový kuba, houbovec, šormajzl, slínková polévka, mrzáky, zaklechtaná černá polévka, křupance a řepance. Při náročnější receptuře budou pokrmy vařeny v hlavní kuchyni a na statku připraveny do finální podoby. Další nabídkou statku budou výrobky od místních farmářů a vlastní výroby například škvarky, paštiky a další. Návštěvník by měl možnost ochutnat hlavní chody či svačiny typu obložený chléb s domácími pomazánkami nebo uzeným masem, které by statkář udil přímo na dvorku statku a bylinné domácí limonády. Venkovní prostor nabízí místo pro vytvoření netradičního posezení na dvorku, kde pobíhají husy a kačeny.

Další modifikací gastronomického provozu bude vytvoření nové služby Pivovaru. Autorka navrhuje vytvoření workshopu s názvem „Staň se sládkem na Edenu“. Workshop bude cílen na širokou veřejnost a incentivní bonusy pro zaměstnance firem. Celý workshop se bude skládat ze dvou bloků. V prvním teoretickém bloku se účastníci seznámí s tím, co vaření piva obnáší, následně dostanou kompletní informace o tom, jak s vařením začít, kde nakoupit suroviny, jejich charakteristika a jak si vyrobit potřebné zařízení. Druhá část workshopu bude již praktická. Proběhne kompletní vaření piva od šrotování, přes rmutování, scezování a chmelovar až po zakvášení zchlazené mladiny. Workshop bude veden v polo odborném duchu, abychom informačně vyvážili rozpor mezi přístupy: uvařit pivo dokáže každý a uvařit pivo je náročný vědecko-technologický proces. Během odpoledního praktického bloku bude promítnuta prezentace s informacemi o hlavním kvašení, stáčení piva a jeho ležení, aby měli

všichni účastníci jasnou představu, co se s pivem bude dít v dalších dnech a týdnech. Součástí workshopu by mohla být zmínka o tom, jak si sestavit domácí pivovar a možná i jeho názorné sestavení. Pro všechny účastníky bude připravena stylová degustace, která se bude skládat z pokrmů, ve kterých hlavní roli hraje pivo, jako je silná cibulačka z černého piva, domácí pivní sýr, pivní chléb, hruškový koláč z polotmavého ležáku, kaše z mláta či sladové sušenky. Účastníci také mohou po celý den degustovat z misek s mnichovským sladem, který je skvělou náhražkou oříšků. Pytlíček s výšivkou Centra Eden sladu navíc dostanou všichni účastníci jako malý dárek. Až bude pivo hotové, obdrží ještě žertovný certifikát o absolvování workshopu a samozřejmě i pivo, které společně uvařili. Předání se uskuteční v rámci dalšího společného setkání.

V rámci gastronomického provozu Pivovar je navržena úprava gastronomického produktu, tedy piva Mittrowsky. A to na základě vytvořené nákladovosti piva je doporučeno navýšení cen. Dalším návrhem autorky je rozšíření nabídky lahvového piva o obsahu 0,7 litr, kdy keramický pákový uzávěr bude nahrazen výrazně levnějším korunkovým uzávěrem.

V rámci výzkumu této práce byla analyzována a komparována data týkající se cen vstupného. Vzhledem i k dalším faktorům (energie, pracovní síla) je navržena úprava cen vstupného do Centra Eden od 1. 1. 2020 ve všech analyzovaných položkách a zpoplatnění kategorie dítě 3–6 let.

Dalším doporučením je snížit marketingové náklady na rok 2020. Po uplynutí dodateční doby, což je červen 2020, je návrh na rozšíření nabídky o možnosti uspořádání soukromých akcí v areálu. Autorka také doporučuje modifikovat restaurační provoz Degustace na plnohodnotnou restauraci s nabídkou degustačního menu s párováním vlastního piva.

ZÁVĚR

Cílem práce bylo navrhnout modifikaci gastronomického provozu Centra Eden. Na základě rešerše zdrojů, kombinací analýz, komparace, syntézy dotazníkového šetření, nákladovosti piva a stanovení hypotéz byl vytvořen návrh na modifikaci gastronomického provozu a nové služby zákazníkům.

Před vlastním výzkumem byly stanoveny 4 hypotézy. Hypotéza číslo 1: V Centru Eden je většina zákazníků spokojena. Hypotéza číslo 2: V Centru Eden chybí dostatečná nabídka občerstvení. Hypotéza číslo 3: Cena gastronomického produktu pivo Mittrowsky vzroste v důsledku růstu cen zboží a služeb. Hypotéza 4: Zákazníci jsou ochotni za nabízené služby zaplatit více než doposud. Výzkumem byly potvrzeny všechny hypotézy.

Mezi hlavní přínosy a výsledky patří vzhledem k nedostatečné kapacitě občerstvení v areálu Centra Eden realizace nového gastronomického provozu „Statek“ s nabídkou regionálních a domácích produktů. Další návrh je workshop „Staň se sládkem na Edenu“, který se vztahuje k výrobě vlastního piva, které je klíčovým gastronomickým produktem Centra Eden a z pohledu zákazníka vyhledávaný. Nová nabídka služby pro zákazníky bude realizována moderní formou workshopu. Zákazníci si mohou vyzkoušet sami podílet se na výrobě speciálního piva. Workshop zahrnuje vaření piva od šrotování, přes rmutování, scezování a chmelovar až po zakvácení zchlazené mladiny. Dle výsledku nákladovosti piva je navrženo rozšířit pivo o obsah láhve 0,7 litru a upravit cenu lahvových piv.

Dalším doporučením je úprava cen vstupného do centra, a to na základě porovnání obdobných konkurenčních zábavných areálů. S tím souvisí i úsporná opatření v oblasti marketingového oddělení. Po ukončení doby udržitelnosti je vytvořen návrh na další modifikace Centra Eden.

Přínosem práce je zjištění aktuálních výsledků v oblasti vstupného, ceny piva, nákladů marketingu a následná implementace do provozu. Všechna doporučení a návrhy jsou rozpracovány a již byly, nebo budou realizovány v Centru Eden podle harmonogramu.

Aktualizovaný ceník vstupného a zpoplatnění kategorie dítě 3–6 let s platností od 1. 1. 2020. Snížení marketingových nákladů od 1. 1. 2020. Nabídka workshopu „Staň se sládkem na Edenu“ zařazení do programové nabídky od 1. 9. 2020. Úprava ceny piva a rozšíření nabídky o lahvové pivo o objemu 0,7 l od 1. 7. 2020. Otevření gastronomického provozu „Statek“ od 1. 7. 2020. Vytvoření individuálních nabídek pro soukromé akce od 1. 6. 2020. Modifikace restauračního provozu Degustace na plnohodnotnou restauraci od jara 2021.

POUŽITÉ ZDROJE

- (1) KAŠPÁREK, Milan. *Centrum Eden Bystřice nad Pernštejnem: Ráj zábavy, poznání a inspirace na Vysočině*. Brno: Glyf media, 2019.
- (2) KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0513-3.
- (3) Nechybujte.cz. *Modifikace* [online]. 2020 [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: [https://www.nechybujte.cz/slovník-soucasne-cestiny/modifikace?](https://www.nechybujte.cz/slovník-současne-cestiny/modifikace?)
- (4) BUREŠOVÁ, Pavla a Blanka ZIMÁKOVÁ. *Gastronomické služby – servis*. Praha: Vysoká škola hotelová, 2008. ISBN978-8086578-86-6.
- (5) HOZA, Ignác a Jana ŠTOFILOVÁ. *Marketingový management v hotelnictví a cestovním ruchu*. Brno: Vysoká škola obchodní a hotelová, 2012. ISBN 978-808-7300-299.
- (6) HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
- (7) KOŠŤAN, Pavol, František BĚLOHLÁVEK a Oldřich ŠULERŤ. *Management: co je management, proces řízení, obsah řízení, manažerské dovednosti*. Brno: Computer Press, 2006. Business books (Computer Press). ISBN 80-251-0396-X.
- (8) TRESIDDER, Richard a Craig HIRST. *Marketing in Food, Hospitality, Tourism et Events*. London: British Library Catalog using in Publication Data, 2012. ISBN 978-1906884222.
- (9) FIŠERA, Miroslav. *Gastronomie: vybrané kapitoly*. Český Těšín: Theta, 2016. ISBN 978-808-6380-780.
- (10) KOTLER, Philip. *Marketing v otázkách a odpovědích*. Brno: CP Books, 2005. ISBN 80-251-0518-0.
- (11) BRILLAT-SAVARIN, Jean Anthelme. *O labužnictví: Fyziologie chuti: Kniha milovníků dobrých jídel*. 2., upr. vyd. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1994. ISBN 80-7106-111-5.
- (12) Cestovní ruch. *Kongresový a incentivní CR* [online]. 2015 [cit. 2020-03-01]. Dostupné z: <http://tourismforall.blog.cz/1512/kongresovy-a-incentivni-cr>

- (13) KUNŠTÁTOVÁ, Tatiana. *Živnostenský zákon: komentář*. Praha: C.H. Beck, 2019. Beckova edice komentované zákony. ISBN 978-807-4007-316.
- (14) VAŠTIKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. Manažer. ISBN 978-802-4750-378.
- (15) JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 9788024732473.
- (16) Projektová dokumentace Centra Eden: Centrum zelených vědomostí. 2005.
- (17) Centre for Modern Education s.r.o. a ECEAT. Obsahový záměr projektu „Centrum zelených vědomostí“. 2009.
- (18) Městské Muzeum Bystřice nad Pernštejnem. *Bystřický park miniatur* [online]. 2012 [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: <https://www.muzeumbystricko.cz/expozice-muzea/bystricky-park-miniatur>
- (19) Bystřicko...Ráj Vysočiny. *Pohádková alej Lužánky* [online]. 2016 [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: <https://info.bystricenp.cz/pohadkova-alej-na-luzankach>
- (20) JANOTKA, Miroslav a Karel LINHART. *Zapomenutá řemesla: Vyprávění o lidech a věcech*. Praha: Svoboda, 1984.
- (21) JANOTKA, Miroslav a Karel LINHART. *Řemesla našich předků*. Praha: Svoboda, 1987. Prémie Členské knihovny.
- (22) Farma Eden [online]. 2015 [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: <https://www.farmaeden.cz/>
- (23) Rejstřík-firem. *Eden servisní, s.r.o., Bystřice nad Pernštejnem* [online]. 2000 [cit. 2020-03-01]. Dostupné z: <https://rejstrik-firem.kurzy.cz/26926580/eden-servisni-sro/>
- (24) KOUDELKA, Zdeněk. *Zákon o obcích (obecní zřízení): komentář*. Praha: Leges, 2019. Komentátor. ISBN 978-80-7502-335-3.
- (25) ŠPIČKOVÁ, Hana. *Centrum Eden vnitřní směrnice 4: pracovní zařazení*. Bystřice nad Pernštejnem, 2018.
- (26) ŠPIČKOVÁ, Hana. *Centrum Eden HACCP: mlýn, kuchyně, pivnice, cafe ohrada*. Bystřice nad Pernštejnem, 2015.
- (27) MAZAL, Jiří. *Centrum Eden: Výkazy celní správě*. Bystřice nad Pernštejnem, 2019.
- (28) MAZAL, Jiří. *Centrum Eden – Pivovar: Varné listy 2019*. Bystřice nad Pernštejnem, 2019.

- (29) TRÁVNIČKOVÁ, Jana. *Centrum Eden – Marketing: analýza vývoje návštěvnosti*. Bystřice nad Pernštejnem, 2019.
- (30) Centrum Eden. *Otevírací doba a vstupné* [online]. 2015 [cit. 2019-12-28]. Dostupné z: <https://www.centrumeden.cz/cs/oteviraci-doba-a-vstupne>
- (31) DinoPark. *ZOO Vyškov* [online]. [cit. 2019-12-28]. Dostupné z: <https://www.dinopark.cz/cz/vyskov>
- (32) Šiklův mlýn. *Ceník a vstupné* [online]. 2019 [cit. 2019-12-28]. Dostupné z: <https://www.sikland.cz/cenik-a-vstupne/>
- (33) Zámek Žďár nad Sázavou. *Ceník a vstupné* [online]. 2019 [cit. 2019-12-28]. Dostupné z: <https://www.sikland.cz/cenik-a-vstupne/>
- (34) Peklo Čertovina. *Ceník* [online]. [cit. 2019-12-28]. Dostupné z: <https://www.peklocertovina.cz/cz/cenik-u1>

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Seznam tabulek

Tab. 1: Organizační schéma.....	26
Tab. 2: Výsledky nákladovosti piva	40
Tab. 3: Komparace cen s konkurenčními provoz obdobného typu	41
Tab. 4: Otázka 1: jak jste se o turistickém cíli dověděli?	44
Tab. 5: Náklady marketingového oddělení.....	45

Seznam grafů

Graf 1: Vývoj návštěvnosti Centra Eden	32
Graf 2: Otázka číslo 1: Odkud jste se o nás dověděli?	34
Graf 3: Otázka číslo 2: Jak hodnotíte návštěvu Centra Eden?	35
Graf 4: Otázka číslo 3: Co se Vám nejvíce líbilo v Centru Eden?	35
Graf 5: Otázka číslo 4: Co se Vám nelíbilo v Centru Eden?	36
Graf 6: Otázka číslo 1: Jaký typ stavování upřednostňujete na rodinných výletech?	37
Graf 7: Otázka číslo 2: Jaká cen oběda je pro Vás přijatelná pro 1 osobu?.....	38
Graf 8: Otázka číslo 3: Upřednostnili byste regionální potraviny a domácí produkty?	38

SEZNAM ZKRATEK

cm	Centimetr
DPH	Daň z přidané hodnoty
Kč	Koruna česká
Kg	Kilogram
ROP	Regionální operační program
s.r.o.	Společnost s ručením omezeným
ZTP	Zvlášť těžké postižení
ZTP/P	Zvlášť těžké postižení s průvodcem

PŘÍLOHY

Příloha 1 Nákladovost piva – podrobná kalkulace

Suroviny

Druh	Typ	Síla (°)	Slad (kg)	Chmel (g)	Kvasnice (g)	Slad (14,78 Kč/kg)	Chmel (321,7 Kč/kg)	Kvasnice (8 Kč/g)	Celkem suroviny
Výčepní	Světlý	10,0	0,20	0,80	0,2	2,96 Kč	0,26 Kč	1,33 Kč	4,55 Kč
Ležák	Světlý	11,0	0,21	1,12	0,2	3,10 Kč	0,36 Kč	1,33 Kč	4,80 Kč
Ležák	Světlý	12,0	0,22	3,20	0,2	3,25 Kč	1,03 Kč	1,33 Kč	5,61 Kč
Speciál	Světlý	13,0	0,25	1,17	0,2	3,70 Kč	0,38 Kč	1,33 Kč	5,40 Kč
Speciál	Tmavý	14,0	0,26	1,67	0,2	3,84 Kč	0,54 Kč	1,33 Kč	5,71 Kč
Porter	Tmavý	18,0	0,40	7,76	0,2	5,91 Kč	2,50 Kč	1,33 Kč	9,74 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Energie

Druh	Typ	Voda na vaření (l)	Elektřina varná (kWh)	Elektřina povoz (kWh)	Voda (85 Kč/m ³)	Elektřina (3,20 Kč/kWh)	Celkem energie
Výčepní	Světlý	3,00	0,3	3,97	0,26 Kč	0,96 Kč	1,22 Kč
Ležák	Světlý	3,00	0,3	3,97	0,26 Kč	0,96 Kč	1,22 Kč
Ležák	Světlý	3,00	0,3	3,97	0,26 Kč	0,96 Kč	1,22 Kč
Speciál	Světlý	3,00	0,3	3,97	0,26 Kč	0,96 Kč	1,22 Kč
Speciál	Tmavý	3,00	0,3	3,97	0,26 Kč	0,96 Kč	1,22 Kč
Porter	Tmavý	3,00	0,3	3,97	0,26 Kč	0,96 Kč	1,22 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Obal

Druh	Typ	Síla	Láhev	láhev + etiketa	Vlastní etiketa oboustranná	Obaly
		(°)	objem (l)	Kč		
Výčepní	Světlý	10	-	0	0,00 Kč	0,00 Kč
Ležák	Světlý	11	0,5	17,5	2,80 Kč	20,29 Kč
Ležák	Světlý	12	0,5	17,5	2,80 Kč	20,29 Kč
Speciál	Světlý	13	0,33	22	2,80 Kč	24,80 Kč
Speciál	Tmavý	14	-	0	0,00 Kč	0,00 Kč
Porter	Tmavý	18	0,33	22	2,80 Kč	24,80 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Spotřební daň

Druh	Typ	Síla (°)	Sazba (Kč/hl/°)	Množství (hl)	Spotřební daň
Výčepní	Světlý	10,0	16,00	0,01	1,60 Kč
Ležák	Světlý	11,0	16,00	0,01	1,76 Kč
Ležák	Světlý	12,0	16,00	0,01	1,92 Kč
Speciál	Světlý	13,0	16,00	0,01	2,08 Kč
Speciál	Tmavý	14,0	16,00	0,01	2,24 Kč
Porter	Tmavý	18,0	16,00	0,01	2,88 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Práce

Druh	Typ	Síla (°)	Objem z várky (l)	Cena za várku (Kč)	Práce
všechny	všechny	všechny	300,00	2 640,00	8,80

Zdroj: vlastní zpracování