



### **Slezská univerzita předala certifikáty kvality dalším restaurátérům**

OPAVA (14. září 2012) - Celkem třiadvacet certifikátů kvality a příslušný počet nalepovacích známek s oceněním služeb čekalo včera odpoledne v aule budovy rektorátu Slezské univerzity v Opavě na své nové majitele.

Tím se uzavřela další etapa společného projektu Krajského úřadu Moravskoslezského kraje a Ústavu lázeňství, gastronomie a turismu Filozoficko-přírodovědecké fakulty Slezské univerzity v Opavě nazvaného celým svým jménem Perspektivy rozvoje podnikání v gastronomii a turismu v MSK, program: RRC/04/2009 – Podpora vědy a výzkumu v Moravskoslezském kraji. Zkráceně řešitelé projektu říkají Mystery shopping.

Pod tímto trochu nejednoznačným názvem se ale skrývá velmi záslužná aktivita, jakou je mapování a hodnocení restaurací a dalších gastronomických zařízení v kraji z pohledu jejich kvality. Princip je jednoduchý. Do vytipované restaurace tajně vyrazí tzv. mystery shopper a jako každý druhý zákazník si zde objedná něco k jídlu a pití. Při tom ale v provozovně sleduje celou řadu věcí. „Naši mystery shoppeři postupují podle marketinkového mixu a všímají si celkem padesáti třech kritérií, od vzhledu podniku a jeho zaměstnanců, přes kvalitu obsluhy, dodržování zásad gastronomie a hygieny, až po vzhled, chuť a kvalitu podávaných produktů. Ty pak obodují a ty podniky, které uspějí, získají od nás certifikát kvality, který je určitou známkou prestiže nejen v oboru, ale hlavně na trhu,“ popsal v kostce systém projektu Mgr. Alexandr Burda, odborný pracovník Ústavu lázeňství, gastronomie a turismu a současně hlavní řešitel projektu.

Včera si tak pro své známky kvality přijeli především majitelé gastronomických podniků z Ostravy, na kterou se v zatím poslední etapě projektu mystery shoppeři zaměřili, ale také z jiných míst regionu. Mnohé nezasvěcené určitě překvapilo, že se nejednalo o žádné drahé a luxusní restaurace, ale především o klasické restaurace, penziony či mezi ohodnocenými byla i řecká taverna. V projektu totiž nejde o to, jak se podnik na zákazníka tváří, i když i image podniku se zohledňuje, ale o vyhledání těch provozoven, u kterých mohou posuzovatelé s klidným srdcem říci, že tam to dělají dobře. A to především ve směru k zákazníkovi.

Výstupem celého projektu je především databáze kvalitních restaurací a dalších gastronomických zařízení sloužící pro orientaci zákazníkům. Ti ohodnocené podniky najdou jednak na webových stránkách [www.restauracemsk.cz](http://www.restauracemsk.cz), ale hlavně jim bude vodítkem modrobílé logo u vchodu do provozovny. „Osvědčení kvality a známku vydáváme na dva roky jako potvrzení dobrých zkušeností s tím konkrétním zařízením. Poté si majitel může požádat o další návštěvu našeho kontrolora, který opět přijde neohlášeně a chová se jako běžný zákazník. Je tedy na každém, zda usoudí, že být oceněn se mu vyplatí,“ říká řešitel projektu.

Alexandr Burda před samotným předáním osvědčení restaurátérům probral jednotlivá hlediska návštěvy mystery shoppera a seznámil přítomné s tím, co pro ně může Ústav lázeňství, gastronomie a turismu udělat dál: „Jsou to především poradenské služby a analýzy provozu ve všech odborných směrech, ale také konkrétní odborná školení personálu a další zkvalitňování zařízení. Jak už dnes zaznělo, je jen na každém, zda jich

**Martin Kůs, oddělení pro vnější vztahy**

Slezská univerzita v Opavě

Na Rybníčku 626/1, 746 01 Opava

telefon: 739 720 126, e-mail: martin.kus@slu.cz

[www.slu.cz](http://www.slu.cz)



využije ke svému prospěchu,“ konstatuje Alexandr Burda, který se nijak netajil překvapením nad tím, že většina z provozovatelů gastronomických zařízení se mu svěřila, že až díky Mystery shoppingu se vůbec poprvé setkávají s nabídkou konkrétní pomoci v jejich podnikání.

***Martin Kůs***