

ISSN 2644-562X | ISSN 2644-6618

INBIZNIS

1
2023

ČASOPIS NIELEN PRE PODNIKATEĽOV

TÉMA ČÍSLA:

GASTRO A CESTOVNÝ RUCH

ČASOPIS VYDÁVA
SLOVAK BUSINESS AGENCY

SBA
SLOVAK | BUSINESS | AGENCY



BIZNIS ► INFO

ZMENY V ZÁKONNOCH REČOU PODNIKATEĽA



UPOZORŇUJE NA LEGISLATÍVU
A PODPORNÉ PROGRAMY

ŠETRÍ ČAS
PRI SLEDOVANÍ ZMIEN

POMÁHA VYHNÚŤ SA
ZBYTOČNÝM POKUTÁM

www.biznisinfo.sk



ZPS
ZDRUŽENIE PODNIKATEĽOV
SLOVENSKA

SBA
SLOVAK | BUSINESS | AGENCY



Združenie mladých
podnikateľov Slovenska®



GAŠPEROV MLYN - Jedlo ako prevapenie

str. 4 ○



Pivný wellness pri Liptovskej Mare

str. 10 ○



Bratislavské ikonické misky

str. 14 ○



Kávové potešenie z INCUPLE

str. 18 ○



Tradícia po novom

str. 22 ○



Spoznajte Slovensko

str. 24 ○



Žiadna zmrzlina, ale gelato

str. 26 ○



Gastronómia digitálne

str. 30 ○



Gastronómia okorenená zážitkami

str. 34 ○



Byrokratické nezmysly v hoteloch a reštauráciách

str. 38 ○

EDITORIÁL

Svetovo aj v domácich podmienkach

Gastronómia a cestovný ruch k sebe už dávno neodmysliteľne patria. Obe odvetvia, ktoré sú ústrednou témou aktuálneho čísla, čelia v súčasnosti mnohým ekonomickým problémom. No, našťastie, stále platí, že sa v oboch máme čím chváliť.

Jedinečný gastronomický koncept Gašperovho mlyna v Batizovciach - do poslednej chvíle netušíte, aká dobrota z prevažne lokálnych surovín, skončí pred vami na tanieri - už láka aj záujemcov zo zahraničia. Nápadom aj samotným spracovaním.

Hitom je aj výberová káva firmy INCUPLE. Rodine Kováčovcov z obce Veľké Dvory dávali po spustení pražiarne dva mesiace na prežitie, no kaviareň v Kamanovej či v neďalekých Topoľčanoch si zákazníci medzičasom obľúbili. Aj nové nápady majiteľov. Niektoré sa zrodili po návšteve veľtrhu Host v Miláne, na ktorom participovala aj SBA. „*Bolo to to najlepšie, čo som dovtedy absolvoval,*“ priznal Martin Kováč.

Húževnatosť, cieľavedomosť a kreativita - to sú atribúty, ktoré Gašperov mlyn aj INCUPLE neustále posúvajú vpred. Platí to aj o manželoch Muszkovcoch, ktorí v Bojniciach prevádzkujú gelateriu. Dlhé rady na ich rozmanité a nevšedné príchute (levandula, tekvicový cheesecake) sú dôkazom, že kráčajú po správnej ceste. Mimochodom, vedeli ste, že zmrzlina a gelato nie sú to isté?

Skrytým pokladom je aj pivný wellness neďaleko známej vodnej nádrže Liptovská Mara. Predstavíme vám aj bratislavské ikonické misky firmy Kalifornian. Zdravšie alternatívy klasických obedov z dielne súrodencov Smrtičovcov si už stihli obľúbiť mnohí obyvatelia hlavného mesta.

Majiteľka reštaurácie Xena's Kitchen v Devínskej Novej Vsi Zuzana Ouzká je zasa dôkazom, že podnik s dobrým konceptom dokáže fungovať aj na periférii. „*Nemusí byť predsa všetko v centre,*“ tvrdí Ouzká. Skúsenosti a know-how naberala v Rakúsku aj vo Švajčiarsku, no inde než na Slovensku vraj podnikáť netuži. „*Mám Slovákov rada a inde než v Devínskej som podnikáť nechcela,*“ netají.

Práve takíto nadšenci udržiavajú latku kvality slovenskej gastronómie i cestovného ruchu na atraktívnej úrovni. Aj napriek problémom, akým pri realizácii svojich nápadov často musia čeliť.

Rastislav Hríbik, editor

IBIZNIS

ČASOPIS NIELEN PRE PODNIKATEĽOV

VYDÁVA:

Slovak Business Agency
Karadžičova 2
811 09 Bratislava 2
Slovenská republika

Tel.: +421 2 203 63 100

E-mail: marketing@sbagency.sk

REDAKCIA:

Šéfredaktorka: Petra Palenčárová

Editor: Rastislav Hríbik

Redaktori: Prokop Slovák, Viktória Kiripolská, Martina Gyenes, Kristína Kiseláková, Marek Baláž, Rastislav Hríbik

Grafický dizajn: Peter Drengubiak, Kristína Kiseláková

Vychádza štyrikrát ročne.

Fotografie: pokiaľ nie je uvedené inak, archív redakcie.

ISSN 2644-562x | ISSN 2644-6618



GAŠPEROV MLYN - JEDLO AKO PREKVAPENIE

Podľa Gurmán Award 2022 je Gašperov mlyn v Batizovciach najlepšou reštauráciou uplynulého roka a šéfkuchár Jozef Breza kuchárom roka. O tom ako sa z rozpadnutého mlyna stala reštaurácia, o ktorej sa píše aj v zahraničí, sme sa porozprávali s manažérkou a spolumajiteľkou SLAVOMÍROU RAŠKOVIČ. Ona i jej manžel písali tento príbeh od začiatku.



Ako to celé začalo?

- Môj otec, Michal Gašper, mal vždy blízko k alternatívnym zdrojom energie. Celý život túžil postaviť si malú vodnú elektrárňu. Mlyn v Batizovciach, ako mnohé iné na Slovensku, už neplnil svoju funkciu a postupne chradol. Tak ho otec - inak rodák z Gerlachova, čo je kúsok od Batizoviec - kúpil a pustil sa do jeho prestavby. Postavil tam vodnú elektrárňu a za peniaze, ktoré dokázala zarobiť, postupne opravoval schátranú budovu. Zároveň hľadal možnosti ako ju využiť. Vznikla budova vhodná pre účely penziónu, reštaurácie a potom sme do hry vstúpili my s manželom, ďalšia generácia. Akurát sme doštudovali a po vysokej škole sme sa vrátili domov.

Mali ste nejaký konkrétny plán?

- Chopili sme sa chodu reštaurácie. S manželom sme študovali žurnalistiku a tak sme si občas vypočuli, že sme len ďalší z mnohých, čo vstupujú do gastru a vlastne s ním nemajú nič spoločné. Podstatná však bola chuť ísť do toho, bojovať za svoj nápad. Samozrejme, cítili sme potrebu dozvedať sa, a tak sme si po vysokej škole urobili aj výučný list v odbore kuchár.





Celý mlyn funguje veľmi ekologicky, v čom všetkom ste sebestační?

- Vlastnou elektrinou zásobujeme celý mlyn i ďalšie naše stavby v bezprostrednej blízkosti. Nespotrebovaný zvyšok dodávame do siete. Okrem elektrárne máme solárne panely, tepelné čerpadlo, vlastnú studňu, čističku vody, takže použitú vodu vraciame do prírody vyčistenú. Toto všetko je otcova zásluha, a teraz aj naša pýcha.

Mlyn je na konci dediny, v slepej uličke, bolo treba prilákať hostí...

- Nemohli sme sa spoliehať na to, že prídu len tak z ulice. Bolo nutné, aby sme prišli s nejakým zaujímavým konceptom. Inšpiráciu sme hľadali v zahraničí, kde už bežne fungovala zážitková gastronómia. Zdalo sa nám, že toto by mohla byť tá správna cesta pre nás. Zážitkovú reštauráciu v dnešnej podobe sme

otvorili v roku 2013, takže tento rok máme jubileum.

Čo presne vo vašom ponímaní znamená zážitková reštaurácia?

- V Gašperovom mlyne ponúkame len dva druhy degustačného menu. Veľké a malé.

Hostia vedia iba toľko, že dostanú viac chodov, ale do poslednej chvíle nevedia, čo budú jesť, aké jedlá dostanú. Náš šéfkuchár Jozef Breza sa pri tvorbe menu inšpiruje aktuálnou ponukou potravín, sezónnosťou. Niektoré jedlá sa môžu v menu objaviť len párkrát v určitom



ročnom období. Sú takí hostia, ktorí si menu prečítajú, keď si sadnú k stolu, ale je mnoho takých, ktorí sa nechajú prekvapiť a počkajú si až do chvíle, keď im jednotlivé chody začneme servírovať. Snažíme sa variť iba z čerstvých potravín, všetko do posledného zbytku spotrebovať a s minimálnym množstvom odpadu. Aby sme si pri varení dokázali všetko presne naplánovať, potrebujeme vedieť koľko hostí k nám počas dňa príde. Takže každý si musí termín vopred zarezervovať. Bez toho sa u nás hostia nenajedia.

Takže okrem chutnej a nápaditej kuchyne cestujú za vami ľudia z celého Slovenska, ba aj zo zahraničia aj za prekvapením.

- Áno, a sme veľmi radi že to tak je. Piatky a soboty sú väčšinou zarezervované aj mesiac vopred, cez týždeň sa dá nájsť stôl. Máme sedem stolov a tie sú väčšinou obsadené. Je to náš splnený sen.

Váš šéfkuchár Jozef Breza nie je v Gašperovom mlyne úplne od začiatku. Ako ste sa našli?

- Jožka sme poznali len cez spoločného kamaráta, raz nám ho úplne nezáväzne predstavil. Keď od nás odchádzal prvý šéfkuchár, oslovili sme ho, či by sa nechcel v kariére posunúť, či by ho nezaujímala takáto výzva. Prakticky od začiatku sme sa veľmi dobre pochopili, zladili a zistili, že by sme sa radi uberali rovnakou cestou.

Akí hostia k vám najčastejšie chodia?

- Je to rôzne. Niektorí chodia po svete, doprajú si gastronomické zážitky tam a chcú si vyskúšať podobný koncept aj u nás doma. Ďalší majú večeru u nás ako alternatívu k divadlu či nejakému kultúrnemu podujatiu. Jednoducho príjemne strávený večer v spoločnosti najbližších a pri dobrom jedle. Geograficky dlho platilo, že najviac hostí sme mali so západného Slovenska, ale teraz už nie. Začínáme pokrývať širšie



územie Slovenska a tiež zahraničie. Na internete máme veľmi dobré referencie, ľudia zo zahraničia si nás nájdu cez google, keď hľadajú možnosti a robia si program pri návšteve na Slovensku.

K obom menu ponúkate aj párovanie vína k jedlu. Čo presne to znamená?

- Vždy som k vínu ako ku komodite mala veľmi blízko. Bolo pre mňa logické urobiť si someliérsky kurz, aby som hosťom mohla poradiť. Veľmi ma to chytilo a v roku 2019 som ukončila štúdium na rakúskej

Weinakademie Österreich a získala titul Weinakademiker. Aj keď v tomto ohľade sa nedá skončiť so vzdelávaním nikdy. Párovanie vína je zaujímavá vec, snažíme sa ku konkrétnemu jedlu nájsť adekvátne víno, ktoré pozdvihne chuť pokrmu, obohatí ho, dodá mu ďalší rozmer.

Ako ste prežili koronakrízu?

- Samozrejme, obmedzenia boli ťažké aj pre nás, ale snažili sme sa aspoň niečo vymyslieť. Najprv sme na Valentína napiekli a zabalili drobné sladkosti a vína. Hostia si mohli objednať balíček domov. Druhý - už podstatne väčší



projekt - medzi ľuďmi zarezoval. Mnohí na neho spomínajú dodnes. Poskladali sme balík s komponentmi degustačného menu, aby si ľudia mohli pripraviť podobné jedlá, aké by dostali u nás v reštaurácii. Každé jedlo bolo popísané, na QR kódoch boli nahrané videá s jeho prípravou. Boli k tomu aj dekorácie, vybrali sme playlist, nahrali osobné video s poďakovaním... Keď sme balíčky ponúkli na predaj online, okamžite sa rozchytali. Keď sme ich neskôr viezli do Bratislavy, skoro každý hosť nám niečo doniesol, niečo pre radosť. Domov sme išli s plným autom darčiekov. Páčila sa mi tá vlna spolupatričnosti, ktorú projekt vyvolal. Chceli sme sa ľuďom hlavne pripomenúť, ostať v povedomí a v kontakte aj napriek korone.

Aká bola vaša skúsenosť so službami Slovak Business Agency?

- Hľadali sme podporu pri nastavovaní niektorých interných procesov v našej rodinnej firme. Skúsenosť bola veľmi dobrá. Na čom sme sa dohodli, to vždy platilo. Ani vytvorenie žiadosti som nevnímala ako byrokraticky zaťažujúce. Úplne chápem, že takáto služba pre podnikateľov s podporou EÚ musí byť podložená aj nejakými papierovačkami.



MÔŽEM DÁVAŤ JEDLÁM VLASTNÝ RUKOPIŠ PRETO VARÍM V GAŠPEROVOM MLYNE

V Humennom vyštudoval za kuchára, varil v Taliansku, potom absolvoval na vysokej škole v Banskej Bystrici odbor učiteľstvo odbornej prípravy.

Keď si v Grand Hoteli Kempinski High Tatras odpracoval zhruba štyri roky, prišla od Gašperovho mlyna ponuka ušitá na mieru pre neho. **JOZEF BREZA** neváhal, lebo podľa vlastných slov túžil po zmene. Po niečom menšom, rodinnom s bližším kontaktom s hosťom. Niečo na spôsob rakúskych penziónov.



„Podávame nielen jedlo, ale aj zážitok a prekvapenie.“

Hotel s prestížou ste vymenili za vtedy neznámu reštauráciu. Prečo?

- Vo veľkom hoteli som sa veľa naučil. Ale postupne som cítil, že by bolo fajn zužitkovať to nejakým inak, presadiť si svoj rukopis. V pozícii šéfkuchára, s konceptom zážitkovej gastronómie, s ekologickým a zero waste dôrazom na varenie a celkové fungovanie. V tom sme si s pani Raškovič porozumeli okamžite. Neváhal som.

Idem do reštaurácie, kde si môžem stôl len rezervovať a neviem čo budem jesť. V našich končinách pred pár rokmi niečo nepredstaviteľné. Ako to ľudia prijímali?

- Museli sme byť trpezliví, vysvetľovať, prečo to tak máme nastavené. Že okrem jedla podávame zážitok aj prekvapenie. Kuchári sa môžu s hosťami o jedle porozprávať, vysvetliť pôvod surovín, ako sa pripravuje, prečo spolu jednotlivé chute ladia. Napokon sa nám podarilo ľudí zaujať. Aj s minimom marketingu sme sa dostali do povedomia.

Mlyn je jedinečný v energetickej sebestačnosti, ekologický. Ako sa prejavuje tento eko akcent vo vašom varení?

- Rád pracujem so surovinami, ktoré sa podarilo vypěstovať v blízkych regiónoch a s produktami, ktoré sú typické pre našu krajinu. Hoci sa na niektoré aj pozabudlo. Suroviny sa v kuchyni snažím maximálne využiť, s cieľom tvoriť minimálny odpad, a zároveň servírovať hosťom prekvapivé, zaujímavé a chutné jedlá. Práve preto, aby sme nevarili do zásoby či do chladničky, potrebujeme vedieť presný počet rezervácií. Aby boli suroviny prvotriedne, čo najčerstvejšie a varenie s nulovým odpadom. Pestujeme si bylinky alebo zeleninu, ktorú využívame pri sezónnych jedlách.

Prečo nikdy nemáte menu zverejnené?

- Lebo ho niekedy meníme zo dňa na deň. Podľa sezónnosti, podľa toho, čo je na trhu, alebo aj podľa toho, čo sa minie a aktuálne nedá zohnať. Musíme sa prispôbiť situácii, aby sme ostali verní nastaveniu reštaurácie.

Stane sa, že niekedy jedlo pokazíte, nepodari sa vám?

- Áno stane sa to každému kuchárovi. Ale hosť to nesmie pocítiť. Veľa vecí robíme po svojom, bez receptov a tak vždy dlho skúšame, chutnáme, dolaďujeme, dáme interne okuškovať. Až keď sa nám jedlo zdá ideálne, tak ho ponúkame.

Čo vás inšpiruje? Čo pripravujete najradšej?

- Hlavne príroda. Ako sa menia ročné obdobia, a pre ne typické produkty, tak ma napadá ich využitie. Rozmýšľam ako ich uchovať, aké jedlá by sa dali uvariť. Veľkou inšpiráciou sú mi aj kolegovia a naše rozhovory o jedle. No a nakoniec sú to knihy, ako súčasť celoživotného vzdelávania. Ako vášnivý rybár veľmi rád pripravujem ryby. Som veľmi rád že máme na ne pozitívne ohlasy.

Každý kraj má svoje tradície v jedle. Ako ovplyvňujú vaše „menučko“ región pod Tatrami, prípadne konkrétne Batizovce a okolie?

- Tradičné miestne regionálne suroviny – zemiaky, kapustu a repu, využívame v našich jedlách veľmi často. Ak mám spomenúť jedno typické jedlo, ktoré máme dlho v ponuke, tak to sú batizovské pirôžky. Tradične sú plnené zemiakovou plnkou, posypané slaným tvarohom a slaninkou... My ich pripravujeme so zemiakovou plnkou s bylinkami a pečenými zemiakovými šupkami, s omáčkou zo srvátky a ligurčekového oleja.

Prokop Slováček
Foto: Gašperov mlyn



PIVNÝ WELLNESS



PRI LIPTOVSKÉJ MARE

**V penzióne Mara ustáli pandémiu vďaka
pridanému zážitku z chmeľu.**

Len život dokáže písať podobné príbehy. Keď sa súrodenci Ingrid Adamčiaková a Miroslav Proč rozhodli po rokoch prevádzkovania pizzerie v Liptovskom Trnenci rozšíriť rodinný biznis, netušili, čo na nich vzápätí spadne. K ďalšiemu podniku – Rybárni na háku, rybárskej bašte so slamenou strechou na okraji Liptovskej Sielnice – prikúpili rovno penzión Mara. V blízkosti vodnej nádrže Liptovská Mara.

„Keď sme si spočítali úvery a všetky ostatné položky, vyšlo nám, že je lepšie penzión kúpiť, ako si ho prenajímať,“ vysvetľuje Patrik Adamčiak, syn zakladateľky firmy z Liptova a zástupca spoločnosti Proad Plus, ktorá firemné podnikanie zastrešuje.

Nikto vtedy netušil, čo sa v tom čase krčí za rohom. „Otvorili sme rovno do korony. Bolo to zlé, nikto netušil, čo sa deje,

ako správne reagovať. Keď nám to v lete trochu pustili, zarobili sme si, mali sme, našťastie, dosť pobytov predaných už dopredu. No investovať ďalej sme to hneď nemohli, zavreli nás znovu. A zasa sme museli čakať,“ opisuje ťažké chvíle Adamčiak.

O rezignácii však nikto vo firme nerozmýšľal. Práve naopak. Patrik sa o to s väčšou vervou pustil do zdokonaľovania sa v marketingu, vďaka ktorému sa spoločnosti na Liptove stále darí. „Penziónov na Liptove je veľa, stovky. Vedeli sme, že musíme prísť s niečím novým, s niečím jedinečným, výnimočným. S niečím, čo pre klienta bude mať pridanú hodnotu,“ priznáva.

Nápad od mamy

Nápad skúsiť pívny wellness napokon firme vnukla mama.

„Spolu s manželom ešte pred korunou zvykli chodiť po wellness pobytach, do kúpeľov. Takto sa dostali aj do pivných kúpeľov v Česku. Vtedy prišla s nápadom, že pivný wellness u nás až taký rozšírený nie je. A že by stálo za to vyskúšať ho,“ vracia sa do minulosti Adamčiak.

Plány na jeho realizáciu mali vo firme hotové na papieri dlho, exkluzívny pivný wellness projekt pod menom Maravar sa však stal skutočnosťou až v apríli 2019. Takmer rok a pol po kúpe penziónu Mara. Čas ukázal, že šlo o prezieravý ťah. „Väčšinu našich tržieb dnes predstavuje pivný wellness,“ netají Adamčiak.

V ponuke majú nielen samotné kúpanie v pive, ktoré má na telo blahodarné účinky. Rovnako ďalšie výrobky z piva ako pivný vlasový balzam, pivný balzam na pery, pivné tekuté mydlo či pivný



sprchovací gél alebo šampón boli produkty, ktoré si ľudia kupovali aj počas pandemických lockdownov. Spolu s piatimi druhmi piva, ktoré si v penzióne sami varia, pomohli firme so ctou obstať aj v tých najkrušnejších časoch. „Z roka na rok šiel podiel z online predaja hore,“ pochvaľuje si Adamčiak.

Aj s pomocou Slovak Business Agency

Firme pomohla i neutíchajúca snaha napredovať v online marketingu. Na to Adamčiak využil aj služby SBA. „Ako som sa o vás dozvedel? Už presne neviem, ale asi cez reklamu na facebooku. Hneď som sa zaregistroval a začali mi od vás chodiť maily. Postupne som sa registroval hádam do všetkých online vzdelávacích kurzov a seminárov, na ktoré som sa mohol prihlásiť. Mával som to potom pustené online popri ďalšej práci. Dost' ma to namotivovalo a pomohlo mi napredovať.“

Adamčiak je dnes zapáleným fanúšikom marketingu. Aj vďaka jeho neutíchajúcej aktivite sa značka Maravar stala v slovenskom cestovnom ruchu známou.

„Mal som v pláne vycestovať aj na WebbSummit, najväčšiu marketingovú akciu v EÚ, ale to sa mi napokon nepošťastilo. Najskôr to celé stopla koronakríza, a keď sa to celé konečne spustilo, prestali sa hradiť cestovné náklady. Celé by sa to napokon predražilo natoľko, že by to bolo pre mňa drahé,“ priznáva Adamčiak.

Nadšený bol aj z faktu, že na viacerých marketingových či vzdelávacích akciách sa už nemusel ostatným predstavovať. „Viacerým stačilo povedať pivný wellness na Liptove a oni sami sa spýtali, či Maravar. To bol veľmi príjemný pocit.“

S desiatimi zamestnancami

Dnes má firma zhruba desať zamestnancov. „Okrem rodičov sa

o penzión, wellness či reštauráciu starám ja a brat, máme vlastného kuchára a zaúčam si aj jedného kolegu, aby zvládol starať sa namiesto mňa o pivovar. A k tomu si platíme služby dvoch masérov a dvoch dievčat, ktoré nám chodia upratovať. Číže spolu desať ľudí, no tí sa striedajú. Nikdy nás tu toľko nie je.“

Zamestnať a prevádzkovať podnik vraj firme nedalo toľko roboty, ako vybaviť všetky povolenia na pivovar a pivný wellness. „Tá byrokratická záťaž bola značná. Výstavba wellnessu až taká náročná nebola, lebo sme ho mali zahrnutý už v pôvodnej projektovej dokumentácii. Len nič z toho nebolo realizované. Len nič z toho nebolo realizované. Boli tam len holé steny. Mohli sme sa do toho pustiť, až keď sme sa finančne ako-tak zotavili a mohli si zobrať ďalší úver na výstavbu,“ pripomína Adamčiak. „Získať všetky povolenia z hygieny, to už bolo niečo iné. To bolo na dlhé lakte. Netušil som, že spustiť na Slovensku pivovar môže byť až taký problém.“



Dvesto litrov, päť pív

Dnes sa pivnému wellnessu na Liptove darí. Aj napriek faktu, že s výnimkou leta je často v prevádzke len počas víkendov. Súčasťou penziónu je 200-litrový pivovar, z ktorého si firma predáva pivo len vo vlastných prevádzkach. „V penzióne či v našich reštauráciách. Máme päť druhov pív, pričom ťahákom je svetlý ležiak jedenástka. Bez nejakého špeciálneho názvu. Ja som stále v marketingu vyznávačom jednoduchosti. No varíme aj polotmavé, stout, ipu či pšeničné pivo.“

A aké má firma plány do budúcnosti? „Nedávno nám došli vyúčtovania. Všetko šlo asi trojnásobne hore, čo nie je nič pozitívne, ale je to len ďalšia prekážka, s ktorou sa musíme vyrovnávať,“ zostáva Adamčiak pozitívne naladený. Presne takýto prístup je možno s húževnatosťou a originalitou, akú PROAD PLUS v biznise predváža, návodom, ako si poradiť aj v náročných časoch. „Za vodou určite nie sme, ale stále bojujeme,“ zakončil marketingový riaditeľ rodinného podniku.

Rastislav Hríbik
Foto: Maravar



VÝHODY PIVNÉHO KÚPEĽA V MARAVARE

Ide o unikátnu procedúru, blahodarne pôsobiacu na fyzický i psychický stav človeka. Chmeľ ako liečivá rastlina obsahuje množstvo prírodných antioxidantov a silíc, ktoré posilňujú imunitu. Kúpeľ v pive pôsobí antibakteriálne a protizápalovo. Dokáže vyhladiť a zvláčniť pokožku, rovnako ako zmierniť únavu.

Maravar ponúka pobyt vo vani plnej piva od 60 do 150 minút s doplnkovými službami, ako sú masáže, sauna či rašelinové zábaly.

Pivo v malom množstve prospieva aj po vypití. Má totiž schopnosť posilniť zdravé, prospešné baktérie, ktorých úlohou je ochrana pred infekciami a chorobami. To všetko vďaka polyfenolom, ktoré sa nachádzajú v jačmeni, chmeli aj v pivných kvasinkách.

Bratislavské ikonické misky

S myšlienkou otvoriť si vlastnú prevádzku v gastronómii sa Šimon Smrtič pohrával už dlho. Príprava jedla ho bavila takmer od malička a už ako tínedžer trávil hodiny na kanály YouTube sledovaním rôznych zahraničných receptov a gastro konceptov. Už vtedy vedel, že jeho budúcnosť je skôr v kuchyni ako v kancelárii. Dokonca aj variť sa učil cez internet. To bol základ pre vznik Kaliforniana, ktorého prevádzky dnes nájdete na ôsmich miestach v Bratislave.

Rodený Senčan, študoval istý čas v Kalifornii, kde si zamiloval lokálny spôsob stravovania. Všetky suroviny, ktoré sa bežne používali pri príprave jedál, boli vždy čerstvé a najmä rozmanité. Najviac ho oslovila kombinácia chutí z celého sveta. Vedel, že presne to chce priniesť aj na Slovensko.

Tam niekde sa začal rodiť Kalifornian. V súčasnosti sa

firme venuje spolu so sestrou Miškou Smrtičovou. Tá, aby mohla nastúpiť do rodinného vlaku rozbehutej firmy, dokonca zanechala svoj život v zahraničí a vrátila sa na Slovensko. Koncept firmy Kalifornian je jednoduchý. Do misiek nazývaných skôr bowly, si zákazníci vyskladajú obed z viacerých zložiek. Podľa svojich predstáv a aktuálnych chutí.

Cez deň za pultom, v noci so štetcom

„Nad bistro som seriózne uvažoval asi rok. Len čo však prišla príležitosť získať vlastné priestory, išlo to pomerne rýchlo. Kaliforniana sme oficiálne založili v roku 2018, tesne pred Vianocami. Už vo februári nasledujúceho roku sme otvorili dvere prvým zákazníkom. Tie dni





medzitým si pamätám akoby to bolo včera. Cez deň som chodil do práce a po nociach som maľoval prevádzku. Skúšal som všetky recepty,“ spomína si Šimon. Od začiatku si ľudia Kalifornana zamilovali.

V čase spustenia pilotnej prevádzky žila staršia sestra Miška ešte v zahraničí. Venovala sa práci v oblasti marketingu. „Pamätám si, ako mi Šimon ohlasoval každý deň stav predaja. Zo začiatku to boli správy typu – „dnes som predal 10 porcií“; neskôr „dnes to bolo 20 porcií!“ A za pár týždňov prišiel telefonát s tým, že „VYPRÉDANÉ!“

Ľuďom chutilo. Ba čo viac. Niektorí sa do prevádzky vrátili ešte v rovnaký deň. S kamarátmi aj rodinou. „To bol neopísateľný pocit. Do niekoľkých mesiacov sme mávali

pravidelne vypredané. Vedel som, že sme v značke Kalifornan vytvorili niečo špeciálne,“ spomína Šimon.

Jedlo bolo jeho vášňou dlho pred vycestovaním do zahraničia. Samozrejme, ten západný americký vplyv v Kalifornanovi poprieť nejde. Pri tvorbe ponuky nehľadal inšpiráciu len v jednej jedinej krajine. „Naše receptúry sú ovplyvnené nielen globálnou kuchyňou, ale aj klasickými slovenskými tradíciami.“

Nie sendviče, bowly

Súčasný koncept „misky alebo inak povedané bowly“ boli len taká tzv. sekundárna ponuka pre tých,

Do niekoľkých mesiacov sme mávali pravidelne vypredané. Vedel som, že sme v značke Kalifornan vytvorili niečo špeciálne.





čo nemajú v rámci obedov chuť na pečivo. No ľudia si vybrali rýchlo a jasne. Šimon najskôr plánoval spraviť prevádzku so sendvičmi, ale dopyt sa ukázal inde a tak celú svoju energiu začal venovať práve vytváraniu dnes už ikonických misiek.

„Nedá sa povedať, že by ťahákom bola len jedna či dve z ingrediencií. Samozrejme, máme na menu stálce, ktoré s nami držia od začiatku - napríklad náš legendárny keloslaw, hráškové pyrė, fazuľky, rôzne druhy hummusu alebo glazovaná mrkva,“ hodnotí Miška.

Menu sa mení sezónne a v každom kole sa nájde nový favorit, ktorý sa predáva ako teplé rožky. Často to však závisí od obdobia. Na jeseň ľudia šalejú po kačke, v zime sa nevedia nasýtiť čerstvého vývaru, ktorý k miske ponúkame do pohárikú na zohriatie.

Rýchlo prijatý koncept

Kalifornan funguje na jednoduchom princípe – do misiek si vyberáte kvalitné lokálne suroviny, ktoré sú kreatívne pripravené. „V podstate ponúkame zdravšie alternatívy klasických obedov, žiadnu exotiku u nás nenájdete. Svoju misku si každý zákazník vyskladá z dennej ponuky sám, podľa svojej chuti. Jedlo je čerstvé, chutné a kompatibilné s takmer akýmkoľvek štýlom výživy,“ vysvetlila Miška.

Zákazníci si dnes môžu vybrať z ôsmich prevádzok v Bratislave v okolí Rúžinova, Starého Mesta a na Patrónke. Momentálne sa sústreďujú na rozbehnutie franšízového konceptu, pomocou ktorého plánujú expanziu po celom Slovensku, ale aj za hranice. Rok 2023 je pre Kalifornana prevratný, pretože bude otvárať prvé prevádzky v nových lokalitách - v pláne je Brno a Trnava.

Spolupráca s SBA vďaka náhode

Za kontaktom Kalifornana so Slovak Business Agency sa skrýva úplná náhoda. „Bola to šťastná



O spolupráci s SBA

„Bola to šťastná zhoda okolností a príjemných ľudí. Prioritne teraz využívame krátkodobé individuálne poradenstvo, ktoré by som odporúčala na zváženie každej firme, ktorá si prešla rapídny rastom, alebo ho práve plánuje.“

zhoda okolností a príjemných ľudí,“ priznáva Miška. „Prioritne teraz využívame krátkodobé individuálne poradenstvo, ktoré by som odporúčala na zváženie každej firme, ktorá si prešla rapídny rastom, alebo ho práve plánuje.“

Z Kalifornana plánujú Smrtičovci vybudovať značku, ktorá si získa kredit aj za hranicami hlavného mesta. Veria, že s tými správnymi partnermi dokážu zopakovať úspech z Bratislavy vo všetkých veľkých mestách na Slovensku, ale aj v zahraničí. Plánov majú naozaj veľa, ale viac Miška neprezradila. Len milovníkom čerstvých

bowlov z Kalifornana odkazuje, že sa majú na čo tešiť! A dodáva: „Myslím, že v gastrosektore len začíname. Priestor na rast je obrovský, rovnako ako aj naše ambície a vízie do budúcnosti. Z tohto biznisu sa zatiaľ nikam odísť nechystáme.“

Administratívna záťaž

Aj Kalifornan musí čeliť dopadom slovenskej administratívy.

„Tá záťaž v priebehu posledných rokov je vďaka celospoločenským udalostiam veľmi intenzívna. V gastrobiznise sme zatiaľ polovicu svojho života viac-menej manévrovali. V čase

pandémie a lockdownov, to bol priam zážitok sám o sebe,“ vyhodnotil Šimon.

Seštra ho dopĺňa, že podnikanie v gastronómii je administratívne náročné aj z hygienického hľadiska. Pre nováčika je určite výhodnejšie rozbehnúť podnik ako franšizu, ktorá prináša obrovské benefity v podobe zabehnutého konceptu a plného know-how od skúsenejšieho biznisu. „My sme si za tých pár rokov preskákali veľa. Teraz sa tešíme z toho ako môžeme našim franšízovým partnerom pomáhať v budovaní vlastných Kalifornan prevádzok.“

Martina Gyenes
Foto: Marek Baláž



KÁVOVÉ POTEŠENIE Z INCUPLE

**ČERSTVO PRAŽENÁ VÝBEROVÁ KÁVA
Z RODINNEJ FIRMY INCUPLE SPRÍJEMŇUJE
V TOPOĽČANOCH A V NEĎALEKEJ KAMANOVEJ
DEŇ MNOHÝM. OCHUTNAŤ MÔŽU VÝBEROVÉ
LAHÔDKY Z CELÉHO SVETA.**



„Pražíme iba výberovú kávu, máme približne dvadsať druhov. Nakupujeme cez distribútorov výberovej kávy buď z Belgicka, alebo čoraz častejšie priamo od farmárov – či už z Kolumbie, Brazílie, najnovšie z indonézskej Jávy či zo Salvádora.“ Jana Kováčová

Keď sa v rodine Kováčovcov z obce Veľké Dvorany rozhodli pražiť výberovú kávu a otvoriť si útulnú kaviarňičku na mieste bývalých potravín v neďalekej Kamanovej, ľudia zostali prekvapení. Taký typ podniku v obci so zhruba šiestimi stovkami obyvateľov dovtedy nebol. „Dávali nám tak dva mesiace, že vydržíme,“ vracia sa do roku 2016 majiteľka a konateľka firmy INCUPLE Jana Kováčová. Čas ukázal, ako veľmi sa mýlili. Rozhodnutie ponúknuť možnosť vychutnať si dúšok kvalitnej kávy na frekventovanom hlavnom ťahu Nitra – Prievidza sa ukázal ako mimoriadne prezieravý. Po prvom nesmelom oŕukávaní sa mohol biznis rozbehnúť naplno.

Dnes rodinná firma INCUPLE prevádzkuje coffeeshopy v Kamanovej aj v multifunkčnej budove v sedemnást kilometrov vzdialených Topoľčanoch. Celkovo na troch miestach. Zároveň si môžete v útulnom prostredí aj posediť. V okolí sú však pojmom predovšetkým vďaka skutočnosti, že im na kvalite kávy naozaj záleží.

„Pražíme iba výberovú kávu, máme približne dvadsať druhov. Nakupujeme cez distribútorov výberovej kávy buď z Belgicka, alebo

čoraz častejšie priamo od farmárov – či už z Kolumbie, Brazílie, najnovšie z indonézskej Jávy či zo Salvádora,“ hrdó konštatuje Jana Kováčová.

Manžel Peter za sklenenou stenou so synom Martinom práve za pomoci najmodernejšej technológie na nedávno kúpenej pražičke kontrolujú nové vzorky a starostlivo dohliadajú na samotný proces praženia. Sledovať to s horúcou šálkou espressa z Kolumbie je zážitok navyše. A dôkaz, ako veľmi

Kováčovcom na kvalite podávaného lahodného moku záleží. Je len na vás, aký druh a akú formu nápoja zvolíte.

Z jarmokov do vlastného

Jana Kováčová sa pre zmenu rozhodla po sedemnástich rokoch práce v korporáte. „Na konci som mala na starosti medzinárodné siete a cestovala od rána do večera. Cez štvrt Slovenska každý deň. Prestalo





„Dnes pražíme už takmer dvesto kíl za mesiac. Kedysi som síce začínal vínom, ale potom ma zlákala káva a už som jej zostal verný,“ konštatuje Martin Kováč.

ma to naplňať, bola som unavená, cítila som, že potrebujem zmenu. Keď som sa rozhodla odísť, pre okolie to bol šok, ale vnútri som cítila, že robím dobre.“ Aj po šiestich rokoch je presvedčená, že urobila dobre. „Nikdy som to neolutovala,“ hodnotí spokojne.

Keď začínali, existovalo na Slovensku možno desať pražiarní. Dnes ich je okolo stotridsať, no INCUPLE má svojich stálych zákazníkov. Dokázali to vďaka budovaniu značky INCUPLE aj rozširovaniu firmy otvorením nových prevádzok. Používanie špičkových technológií praženia, sledovanie trendov a ustavičné vzdelávanie sa je u Kováčovcov bežnou súčasťou života. „Dnes pražíme už takmer dvesto kíl za mesiac. Kedysi som síce začínal vínom, ale potom ma zlákala káva a už som jej zostal verný,“ konštatuje Martin Kováč, syn majiteľky, zatiaľ čo na štyroch prichystaných vzorkách kávy z celého sveta kontroluje jej prednosti a slabiny. „Až po ochutnaní a kontrole sa rozhodujeme, od koho kávu

nakúpime a od koho nie,“ vysvetľuje dnes už skúsený barista a pražiar.

Prečo to napokon vyhrala káva? „Je to produkt, ktorý v sebe skrýva ohromné množstvo informácií a stále sme ho neprebádali celý. Lákalo nás doniesť ľuďom chutnú výberovú kávu, čerstvo praženú na Slovensku, za dostupné peniaze,“ prezrádza Martin Kováč.

Pomoc aj od Jula Viršíka

Prvé kávičky ponúkali Kováčovci na rôznych jarmokoch a festivaloch. Patrili medzi priekopníkov v tomto type podnikania. „Vtedy – v súčasnosti také populárne – vozíky s kávou neboli bežné,“ vraví Kováčová. Dostať sa na rôzne podujatia im pomáhal aj dnes už zosnulý rozhlasový moderátor a ich organizátor Julo Viršík.

„Niečo sme vtedy zarobili a pochopili, že ak chceme napredovať, potrebujeme oficiálny priestor, kde môžeme kávu pražiť. Tak sme spolu so synom Martinom a jeho priateľkou otvorili prevádzku v Kamanovej. A tri roky nato aj v Topolčanoch.“

Spočiatku to podľa Kováčovej bol doslova splnený sen. „Nabehli sme na módnu vlnu, mali super tržby, plnú kaviareň, kde zákazníci stáli vonku v radoch. Cieľom bolo ponúknuť ľuďom nový koncept podniku s výberovou kávou a kvalitnými službami.“

Koronový bonus

Nečakaná pandémia koronavírusu a nasledujúci lockdown vystavili aj INCUPLE stopku. Krásny sen sa na chvíľu zmenil na nočnú moru, v INCUPLE sa však rýchlo vynašili. „Pražili sme ďalej, len sme prešli na online predaj s jednoduchým e-shopom. Ten nás vlastne zachránil, pomocou neho sme mohli prijímať objednávky. Tie sme potom posielali kuriérom. Popritom sme však robili aj každodenný rozvoz v okrese.“

Koronakríza paradoxne ambicióznou firmu tak trochu aj nakopla. „Všetko bolo zatvorené, ľudia preto začali piť kávu viac doma. Vďaka tomu sme získali nových zákazníkov, ktorí nám zostali



verní. Znie to možno zvláštne, ale ťažšie časy pre nás prišli až potom. Vlni. Keď sa všetko pootváralo. Ľudia začali mať iné spotrebiteľské správanie, vyrojila sa väčšia konkurencia, do podnikania sme dennodenne vkladali oveľa viac energie, aby sme napriek všetkému udržali rast. Tržby nám síce za vlaňajšok narástli asi o 20 percent, no zisky boli minimálne. Náklady šli hore, cena kávy rástla každým nákupom, o energiách a inflácii ani nehovorím.“

Kováčovci si však dokážu poradiť. Vďaka neprestajnej chuti vymýšľať niečo nové aj vďaka nadobudnutým skúsenostiam a vzdelaniu. „Nevesta vyštudovala marketing na ekonomickej fakulte v Nitre, ja som v tom istom čase vyštudovala ekonomiku a manažment malých a stredných podnikov. Aj Martin dokončil dva ročníky ekonomiky, rozhodol sa však štúdium prerušiť a naplno sa venovať podnikaniu,“ vraví Kováčová.

V Topolčanoch organizujú aj baristické kurzy, kurzy latte art,

prednášky, ba aj čoraz obľúbenejší Deň kávy, ktorého súčasťou bola napríklad i prednáška farmára z Kolumbie či Slovák žijúceho v Indonézii, odkiaľ niektoré z ponúkaných druhov káv pochádzajú.

Dnes prazia tri razy do týždňa, a to aj vďaka novej, väčšej pražičke, ktorá im umožňuje rozširovať podnikanie.

Vďaka SBA aj do Milána

Jedným zo zákazníkov INCUPLE bol aj zamestnanec SBA Dávid Šmatlák. „Bol to náš priaznivec. Cez neho sme sa dozvedeli, že existuje Slovak Business Agency a možnosť čerpať rôzne služby. Radi sme ju využili. Neskôr sme začali spolupracovať aj s Národným podnikateľským centrom v Nitre. Najmä v oblasti pomoci pre rodinné podnikanie.“

Martin Kováč si chváli veľtrh a konferenciu Host v talianskom Miláne pred štyrmi rokmi, kam sa s priateľkou dostal vďaka pomoci SBA. „Bolo to to najlepšie, čo som dovtedy absolvoval,“ priznáva.

„Objavili kopu vecí, množstvo nových technológií, ktoré sme neskôr začali pretransformovávať do biznisu aj my. Tam sme natrafili aj na nový trend vo svete kávy – kapsuly na výberovú kávu. Sú

kompostovateľné, takže nezaťažujú životné prostredie. To je ich ďalšia výhoda,“ dopĺňa Kováčová.

Vlni v novembri v INCUPLE túto novinku uviedli na trh. Spolu s kávovarmi, ktoré sú na to určené. „Hodnotiť je ešte zavčasu, ale už teraz môžeme povedať, že kapsuly s výberovou kávou si našli svojich zákazníkov. Tí sa k nám vracajú po ďalšie balenia,“ teší sa majiteľka.

Vo dvojici pri šálke kávy

Jana Kováčová nám rada objasnila aj na prvý dojem zvláštny názov INCUPLE. „To ešte úplne na začiatku vymyslel syn s priateľkou. Je to spojenie slov COUPLE (pár) a CUP (šálka). Má to byť niečo ako vo dvojici pri šálke kávy,“ usmieva sa.

A ako sa INCUPLE podniká na Slovensku dnes? „Stále vymýšľame niečo nové. My bez cieľov vydržíme tak tri dni, potom nás to začne nudiť. Určite by sme však uvítali, keby pomoc od štátu bola o čosi pružnejšia. Dnes to všetko trvá dlho, navyše ako podnikatelia musíme ustavične sledovať všetky zmeny, ku ktorým dochádza. Stále však platí, že som rada za cestu, po akej som sa vďaka INCUPLE vydala,“ konštatuje Jana Kováčová.

Rastislav Hríbik
Foto: Marek Baláž



TRADÍCIA PO NOVOM

Nie na všetky firmy z oblasti gastronómie či cestovného ruchu, ktoré u nás v SBA čerpali službu, sme si v aktuálnom čísle našli dostatok priestoru. Z množstva ďalších vyberáme pár tipov z oboch oblastí.

HULLU - ľadová káva, ktorá ti odpáli dekel

Hullu je fínske označenie blázna. Za prepnutých bláznov – do extrémnych športov, rýchlych áut, hudby či umenia a všetkého, pre čo sa oplatí žiť – sa označujú aj majitelia bratislavskej firmy, ktorí Hullu ponúkajú. Čo to je? Nealkoholický sytený nápoj bez cukru pôvodom z Talianska alias energeták bez kalórií. Zober plechovku a pod' s nami. Hlavne neseď doma pred telkou, tvrdí firma.



Lahodné steaky zo žilinského Manza

Lahodné steaky zo žilinskej reštaurácie Manzo. V ponuke je široká ponuka steakov aj to najlepšie z nich, ako napríklad T-BONE steak alebo raritný Spider Steak, ktorý získal svoje meno vďaka mramorovaniu pripomínajúce pavúčiu sieť. Firma Mangi, ktorá reštauráciu s bohatou ponukou v meste prevádzkuje, si starostlivo vyberá aj farmy s rovnakou filozofiou, akú vyznávajú jej zamestnanci. Mäso na burgre si melú sami, vďaka odležaniu a tukovému mramorovaniu zostáva šťavnaté a jemné aj bez pridania akýchkoľvek zbytočných prísad.



Extra suché prosecco z talianskeho Sommariva

Šumivé víno priamo z talianskeho rodinného vinárstva. Bohatý chuť s jemnými pretrvávajúcimi bublinkami. Dokreslené intenzívnou arómou agátu a jazmínu, doplnené chuťou jablák, ananásu a hrušky. Mobilný prosecco bar prevádzkovala Katarína Uhriňáková už pred tromi rokmi. Vlni v Košiciach otvorila prevádzkovateľka Bublínkového blogu a e-shopu s rodinnými vínami priamo z Talianska aj vinárňu Macielo, kde okrem iného propaguje aj košických umelcov.



3.

4.



Mega Vege Cheeseburger

Ide to aj bez mäsa. S domácim cviklovo-šampiňónovým „stejkom“, šalátovými osmahnutými šampiňónmi, restovanou cibulkou a lahodným vege syrom. Nitrianska firma Páni Baklažáni ponúka jedinečný koncept. Celistvú rastlinnú stravu na vedeckej báze. Jedlá, ktoré dokážu vypnúť, potlačiť alebo vyliečiť rôzne ochorenie, vrátane problémov s pokožkou či nádormi.

Bombastický špic z Trenčína

Nestarnúca klasika v modernom prevedení. Horká ganache (čokoládová poleva so smotanou), k tomu vanilka z Madagaskaru a ešte likér bombardino s príchutou kávy. Neodolateľná kombinácia. To je len jedna z lahôdok, ktorú vám pripravia v kaviarni a cukrárni Mgusto na Mierovom námestí v Trenčíne. To všetko pod dohľadom košického majiteľa, ktorý dlhé roky pôsobil v Taliansku.



5.

6.



Prírodná bylinková limonáda z klitórie a kvetového medu

Prírodné remeselné medovo-bylinkové limonády vyrábajú v Budimíre pre celé Košice bratia Oprendeckovci. Limonády na báze lokálne vyrábaného medu sú zdravšie a šetrnejšie pre ľudský organizmus než bežný cukor. Kvetový med limonád Mellos pochádza od lokálnych včiel a farmárov z okolia Košíc. Pili ste už kombináciu koriandru, klitórie (zázračná tropická rastlina z Ázie z čeľade bobovitých s modrofialovými kvetmi a antistresovými účinkami, z ktorej sa robí vzácny modrý čaj) a kvetového medu? Alebo med s lesnou borievkou a pálivým čili?

Text: Rastislav Hríbik

SPOZNAJTE SLOVENSKO

1.



Kaštieľ grófa Pallavicini vo Veľkej Hradnej

Ubytujte sa v kaštieli v osade Patrovej, ktorá je súčasťou Veľkej Hradnej – obce v trenčianskom okrese. Stojí od roku 1939 a nechal ho postaviť markgróf Alexander Pallavicini. Útulné izby v kaštieli slúžia ako turistická ubytovňa, no oddýchnuť si môžete aj v drevených chatkách, situovaných v priechle historického kaštieľa. To všetko len kilometer od železitého minerálneho prameňa v Zádvorí – Dubodielskej kyselky. Je to ideálne miesto na organizáciu letného tábora, svadby či inej väčšej akcie.

2.



Banská Bystrica inak

Určite ste už v meste pod Urpínom boli, no perlu stredného Slovenska si môžete vychutnať aj vďaka unikátnemu pobytu v ponuke cestovnej kancelárie Agritours Slovakia. Ubytovať sa môžete v pamiatkovo chránenej budove Hotel Národný dom, len tri minúty od Námestia SNP. Do pobytu patria štyri tradičné podniky mesta, šermiarsko-divadelná prehliadka či zábavno-náučná hra Medená Bystrica, ktorá vám ukáže aj neprebádané zákutia mesta. Atraktívna pre všetky vekové kategórie.



3.

Strčte šéfa pod zámok

Máte chuť zahrať sa? Únikové hry firmy The Rooms.eu môžete skúsiť nielen v košickej centrále, ale aj priamo v uliciach mesta. Medzi exteriérové populárne city games patria napríklad Košický poklad či Bosorky. Unikátny zážitok ponúkajú online únikové hry. Odhadovaný čas jednej hry pre 1-6 hráčov je rovnako ako pri klasickej escape rooms 48 hodín. Nájdete odvahu zavrieť sa s priateľmi do miestnosti a pomocou racionálneho uvažovania a tímovej spolupráce riešiť pripravené hádanky? Ponuka je skutočne široká, viac než dve desiatky unikátnych zážitkov: od Harryho Pottera cez Tutanchamóna, Pirátov z Karibiku až po hororové lahôdky typu Saw. Ideálne pre firemné akcie. Nemáte chuť strčiť šéfa pod zámok?

Objavte Wachumbu

Viete, čo je Wachumba? Mindsetová komunita, ktorá spája mladých ľudí, deti, ostrieľaných inštruktorov venujúcich sa zážitkovej pedagogike spolu s profesionálmi z rôznych outdoorových aktivít a športov. To všetko vytvára priestor pre mladých, kde sa môžu vzdelávať, spoznávať svoj potenciál v hravom, inšpiratívnom prostredí a pravidelne sa vracieť. Či už majú 5 alebo 17 rokov. Wachumba je príležitosť spoznávať a rozvíjať seba samého. Je to príležitosť postaviť základ vlastnej úspešnej budúcnosti. Doprajte kreatívny tábor z cestovnej kancelárie Wachumba aj svojim deťom.

4.



5.

Doprajte si wellness vo Vyšných Ružbachoch

Vyšné Ružbachy nájdete na východnom Slovensku, v klimatickej oblasti horských pásiem, v okrese Stará Ľubovňa. Chemické zloženie tamojších termálnych prameňov liečia najmä srdcovo-cievne a nervové ochorenie, rovnako však aj depresívne stavy. Duša vám pookreje aj v Penzión Zet, neformálnom ubytovacom prostredí, ktorého súčasťou je aj wellness zóna s vonkajšou aj vnútornou vírivkou či fínskou saunou. Apartmánová časť tvoria štyri apartmány s kuchynským kútom, vrátane spoločenských priestorov s krbom. Penzión je ideálnou polohou nielen pre návštevu kúpeľov, termálneho kúpaliska Izabela s piatimi bazénmi ale aj národného parku Pieniny, Dunajca či neďalekého Ľubovnianskeho hradu.

6.



Strávte noc v Bojniciach

Na dosah máte Bojnický zámok, slávne ZOO, kúpalisko aj vyhliadkovú vežu Čajka v oblakoch. Trojhviezdičkový hotel Lipa slúži návštevníkom už od roku 1927. Hotel dostal pomenovanie podľa stromu, ktorý stojí na dvore za budovou hotela a je sestrou lipy kráľa Mateja zo zámockého parku. Ubytovacie zariadenie vyrástlo na mieste starého dedinského domku, postavila ho firma Alojz Engliš z Prievidze. Hoci bol hotel vyvlastnený, v máji 1991 sa vrátil do rúk dedičom pôvodných vlastníkov.

Text: Rastislav Hríbik

The background of the page is a high-quality photograph of gelato. In the foreground, a light-colored plate holds a large, textured scoop of pink gelato, surrounded by fresh strawberries and sliced strawberry halves. In the background, a dark bowl contains a scoop of chocolate gelato. The overall lighting is soft and focused on the food.

ŽIADNA ZMRZLINA, ALE GELATO

- V BOJNICIACH SA NAŇ STOJA RÁDY

Otvorenie prvej prevádzky gelatérie v Bojniciach plánovali manželia Muszkovci mesiace. Pribrzdila ich pandémia, no zvládli aj rúška, dezinfekciu či odstupy a podnikateľský sen postupne pretavili v realitu. Prevádzka Mandolína svoje služby ponúka už štyri roky.



Mária a Peter Muszkovci pochádzajú z východu Slovenska. Roky žili Bratislave, no osud a zmrzlina ich zaviali do Bojníc. Malebné kúpeľné mestočko im učarovalo atmosférou, ale zároveň v prvých týždňoch aj prekvapilo: niektorými chýbajúcimi službami, na ktoré boli z hlavného mesta zvyknutí.

V hlave im hneď začali lietať nápady, ako problém odstrániť. „Keď sme Mandolínu otvárali, bolo už na Slovensku zopár kvalitných talianskych gelaterií. V Bojniciach nám chýbala akákoľvek zmrzlináreň. Poslednú zatvorili priamo uprostred horúceho leta. Vtipkovali sme vtedy s kamarátmi, že si ju budeme musieť sami otvoriť. Aj keď sa nám to dodnes zdá šialené, o mesiac na to sme už mali v rukách kľúče od prevádzky a vo vrecku letenky do Talianska, kde sme sa o gelate naučili všetko, čo sme potrebovali vedieť,“ hovorí Mária Muszková.

Know-how z Talianska

To, ako má pravé gelato chutiť a vyzerať, sa naučili na gelato univerzite v Taliansku. Do tajov výroby ich zasvätil majster Manuele Presenti. Gelato má v Taliansku silnú tradíciu a ľudia si na jeho kvalitu potrpia.

Unikátnosť receptúry spočíva v prirodzených ingredienciách namiesto polotovarov. Ide o výrobu v štýle slow food, čo predstavuje návrat k prirodzenosti a tradíciám. Potraviny sa vyrábajú tradičným remeselným spôsobom šetriacim životné prostredie. Neobsahujú žiadne umelé prídavné látky ako stužovadlá, éčka, zvýrazňovače chute, arómy.

„Naším tajomstvom úspechu je, že pri výrobe nepoužívame klasické zmrzlinové polotovary a hotové pasty. Takmer všetky ingrediencie si vyrábame svojpomocne. Medzi najčastejšie úkony preto u nás patrí čistenie, šúpanie, odkôstkovanie a odšťavovanie ovocia na sorbety. Lúhovanie bylín, varenie karamelu a ovocných poliev, pečenie

orechov, korpusov a sušienok, ktoré používame na spestrenie príchutí,“ vysvetľuje Peter Muszka.

Za víkend aj 200 kíl

Keď je silný víkend pripravujú a predávajú aj 200 kg zmrzliny. Keď otvorili prvý raz, museli uprostred dňa prevádzku na dve hodiny





zatvoriť. Dôvod? Obrovské množstvo ľudí, ktorí chceli gelato ochutnať.

Zákazníci niekedy vydržia čakať v rade aj 20 minút. „Častokrát prídu ľudia zo vzdialenejších miest a povedia, že o nás čítali a do Bojníc prišli aj kvôli nášmu gelatu. To je pre nás naozaj veľká česť. Sme nadšení, keď ich vidíme odchádzať spokojných. Takáto spätná väzba je pre nás hnacou silou k tomu, aby sme sa neustále zlepšovali a našich zákazníkov si hýčkali. Do budúcnosti nám nie je cudzia ani predstava ďalšej prevádzky, ale skôr v podobe franšízy,“ hovorí Mária Muszková.

Mohlo by sa zdať, že gelato je len talianskym prekladom slova zmrzlina, ale nie je tomu úplne tak. Ide technologicky o celkom odlišný produkt. Rozdiel medzi gelatom a zmrzlinou by sa dal opísať tromi slovami – zdravšie,

sýtejšie, chutnejšie. „Gelato je zdravšie, pretože obsahuje menej tuku a cukru ako klasická zmrzlina. Nemalo by obsahovať ani umelé arómy či farbivá. Je sýtejšie, pretože sa mrazí pri nižších otáčkach ako zmrzlina, čo spôsobí menší prísun vzduchu do samotného produktu. Výsledné gelato má potom kompaktnejšiu krémovejšiu štruktúru a výraznú chuť. Je chutnejšie, pretože teplota servírovania je oproti zmrzline vyššia (teplejšia). Preto aj jeho chuť vnímame na jazyku intenzívnejšie,“ prezrádza Muszková.

Medzi najobľúbenejšie príchuťe patrí slaný karamel. Denne z neho predávajú aj viac ako 10 kg. Medzi klasiky, ktoré vo vitríne chýbať nemôžu, patrí belgická čokoláda, citrón, či pistácia.

Chute zákazníkov ovplyvňuje aj počasie. Počas horúceho leta

sa obľube prirodzene tešia ovocné sorbety – či už do kornútka, alebo v podobe veľmi obľúbených nanukov. Zvyšok sezóny prevládajú skôr mliečne príchuťe. Po návrate z Talianska skúsili majitelia ponúknuť príchuť, ktorú na kurze ochutnali. Ohúrila ich – hrianka s maslom a džemom.

„Zákazníci boli vtedy ešte konzervatívnejší. Teraz už neváhajú siahnuť ani po levandulovej, tekvicovom cheesecake-u, alebo po kombinácii banán-avokádo. Naším zámerom však nie je prinášať šokujúce príchuťe, ale skôr lahodné kombinácie, na ktorých si zákazníci neboja pochutiť. Najradšej pretvárame rôzne dezerty do zmrzlinových podôb. Preto nájdete u nás príchuť jablkovej štrúdlie, Pavlovovej, Sacherovej či mrkvovej torty,“ hrdó konštatuje Muszková.

Dokonalá súhra

K rozhodnutiu začať podnikat' viedla Muszkovcov túžba vybudovať niečo vlastné a zužitkovať podnikavého ducha v rodine. „Nepochádzame síce z podnikateľských rodín, ale zistili sme, že talent na podnikanie máme. Navyše, skvele sa dopĺňame v našich silných stránkach. Ja rada tvorím. Zo všetkého najradšej vymýšľam a kombinujem suroviny do nových príchutí, vytváram produktové portfólio a smerovanie nášho podniku. Manžel je skvelý technik a organizátor. Stojí za prepočtami všetkých našich receptúr, plánovaním objemu a sledovaním firemného cashflow,“ hovorí Muszková.

Za prínosné uľahčenie podnikania zo strany štátu považujú majitelia Mandolíny čiastočné zdokonalenie elektronického podpisovania dokumentov a elektronickej komunikácie so štátnymi úradmi. Zaujala ich aj nová možnosť dohody o pracovnej činnosti, ktorá sa od januára 2023 môže využívať práve pri sezónnej práci s cieľom zjednodušenia

zamestnávania. Rovnako ako aj zníženie nákladov zamestnávateľa a zároveň tiež zrušenie povinnosti odhlasovať sa ako zamestnávateľ zo Sociálnej poisťovne v prípade, že zamestnávateľ už nemá žiadneho zamestnanca, čo býva cez zimu aj ich prípad. „Ako nešťastné vnímame ešte stále nadmerné administratívne a byrokratické zaťaženie v rámci povinností, ktorým musia podnikatelia počas roka čeliť. Zároveň častokrát sledujeme aj veľkú neochotu z rôznych úradov byť nápomocný občanom/ podnikateľom, čo sa týka zjednodušenia procesov,“ hovorí Muszka.

Konzultácie ušité na mieru

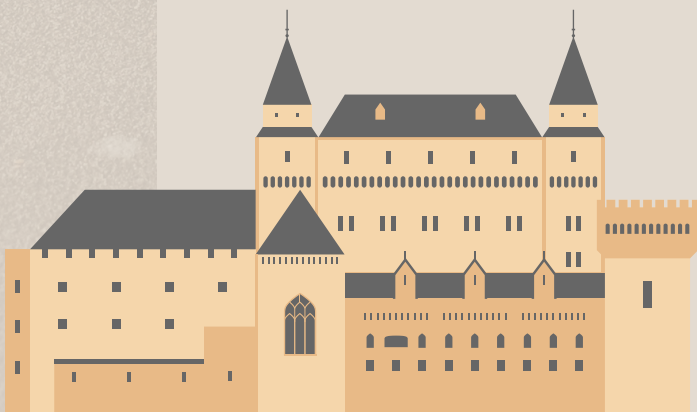
Manželia Muszkovci využili v Národnom podnikateľskom centre konzultácie ušité na mieru. S konzultantom sa stretávali osobne. Najskôr absolvovali krátkodobé poradenstvo so zameraním na finančný manažment, kde si upratali najmä cashflow a zaviedli napríklad kalkulačné listy príchutí, ktoré im chýbali. „Na každé stretnutie sme si

s konzultantom vopred dohodli tému, ktorej sa budeme venovať. Tak, aby stretnutie bolo efektívne pre obe strany. Po ňom sme sa zase dohodli, aké výstupy vďaka poskytnutým nástrojom od konzultanta (excel tabuľky, prehľady atď.) spolu s manželom vypracujeme. Veľmi oceňujeme aj administratívne zvládnutie celého procesu poradenstva zo strany NPC, v ktorom sme my ako konzumenti mali minimálne byrokratické zaťaženie, a taktiež celkový veľmi ochotný a nápomocný prístup,“ spokojne konštatuje Muszka.

V súčasnosti čerpá firma dlhodobé poradenstvo, kde sa venujú tvorbe biznis marketingovej stratégie, cenotvorbe a budovaniu značky. „Celé poradenstvo má pre nás obrovský prínos, lebo sa máme na koho s našimi otázkami a problémami obrátiť. Zároveň to pre nás ako začínajúcich podnikateľov nie je likvidačné. Poradenstvo nám pomáha aj rásť a zlepšovať sa a svojou prácou tak vytvárať hodnotu v spoločnosti.“

Viktória Kiripolská
Foto: Mandolína

ČO MÔŽETE VIDIEŤ V BOJNICIACH



Mária Muszková odporúča:

- » Bojnickú klasiku - zámok, ZOO a kúpele. Nájdete tu však aj nenápadnejšie miesta ako napríklad múzeum tradičných remesiel Bencovje grunt, kde je možné vyskúšať si maľovanie a točenie keramiky na hrnčiarskom kruhu.
- » Schladieť sa počas letných horúčav v Bojníckej hradnej jaskyni, alebo v Zrkadlovom bludisku. A určite si nenechajte ujsť vystúpenie bojnických sokoliarov a ich ohňovú šou.

GASTRONÓMIA . DIGITÁLNE



Dali si za cieľ zdigitalizovať skostnatené postupy pri objednávaní v gastronómii. Narušiť trh ako ešte nikto pred nimi. „*EATSTER poskytuje technológie pre objednávacie procesy, aby sa prevádzky mohli sústrediť viac na varenie,*“ hovorí generálny riaditeľ platformy **VLADO ELIÁŠ**.

Čo vo vás nakoplo túžbu rozbúrať tradičné postupy?

- Som nedočkavý človek. Frustruje ma, keď sa musím postaviť do radu a čakať. Lámalo sa to vo mne na rôznych hudobných festivaloch, štadiónoch ale aj počas môjho skoro dvojročného pobytu v Kalifornii, kde som sa takisto inšpiroval novými technológiami. Mali sme tam vývojárske štúdio, v ktorom sme vyvíjali mobilné aplikácie či iné technológie pre amerických klientov na mieru.

Ako funguje platforma EATSTER? Na akých pilieroch celý systém stojí, čo dokáže?

- Je to ekosystém navzájom

prepojených produktov, ktoré spoločne digitalizujú štyri najdôležitejšie opakujúce sa procesy pri obsluhu zákazníka – objednávanie, platbu, manažment objednávok v prevádzke a vyzdvihnutie.

Podme si to vysvetliť bližšie. Ako funguje objednávanie a platba?

- Pre zákazníkov reštaurácie digitalizujeme všetky formy objednávania. Môžu si objednať od stola cez náš QR kód, pri pokladni cez naše samoobslužné kiosky, prípadne od pokladníka a čítať menu z našich digitálnych „TV menu boardov“. Alebo priamo z domu, a použijú na

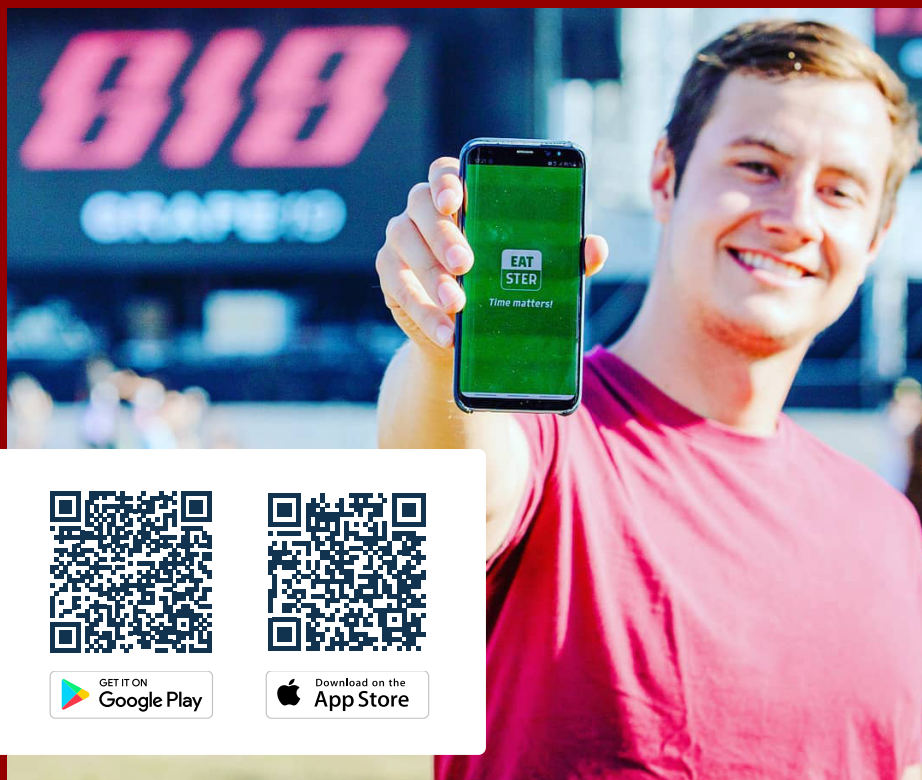


to naše mobilné aplikácie – obslúžime ich všade. Zároveň vďaka pokročilému „up-sellu“, teda setom dodatočných otázok ku každému produktu v košíku dokážeme zvýšiť priemernú výšku objednávky o 10-15%. Naše platby podporujú Google a Apple Pay, platobné metódy je možno ukladať a spravovať. Všetky transakcie okamžite putujú na účet reštaurácie, v kioskoch ponúkame aj vstavaný či externý platobný terminál s tlačiarňou. Za naše reštaurácie taktiež generujeme digitálne bločky a tak šetríme papier.

Čo sa deje po objednaní?

- Všetky objednávky putujú do našich kuchynských displejov. V nich môže personál objednávku presúvať na rôzne stanovišťa, komunikovať so zákazníkom, upravovať menu atď. A potom - nehľadiac na to, ako si zákazník objednal - vždy dostane presné pokyny, ako a kde si objednávku vyzdvihnúť. Stav objednávky môže sledovať v mobilnej aplikácii, na televízoroch s našim vyvolávacím systémom či priamo na obrazovkách kioskov.





Boli pri tvorbe platformy prítomní samotní ľudia z gastru? Pomáhali ho tvoriť, alebo ste mali od začiatku jasno, čo presne chcete ponúknuť a nenechali si do toho hovoriť?

- Samozrejme, boli. Mal som pravidelné stretnutia s našimi prvými zákazníkmi. Dávali nám spätnú väzbu, pomáhali produkt

vylepšovať a aj týmto smerom sa im chcem za to poďakovať. Stále sa snažíme udržiavať úzky kontakt s našimi zákazníkmi. Zriadili sme napríklad miesto, kde môžu hlasovať za naše nové funkcie či pridávať vlastné nápady – www.napady.eatster. app. Appky vyvíjame tak, aby boli používateľsky nenáročné.

Mali ste nejaké predošlé skúsenosti v gastro segmente?

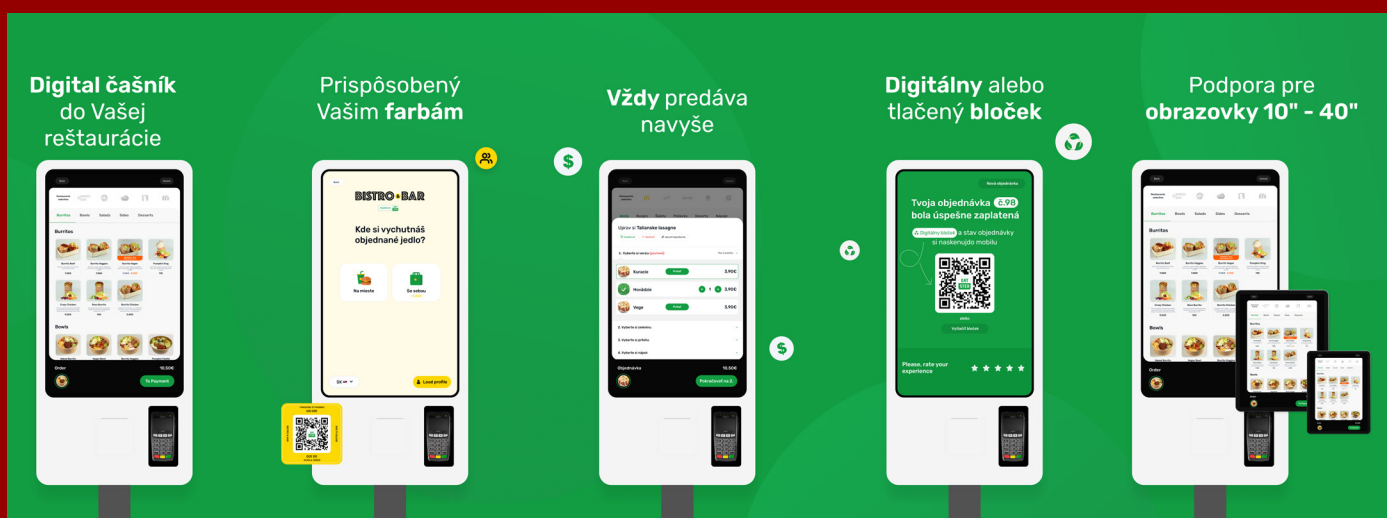
- Priznám sa, že žiadne. Akurát som mal predtým inú aplikáciu spojenú s jedlom. Fungovala na princípe skenovania čiarového kódu produktu v supermarkete. Aplikácia ma informovala, či daný tovar vyhovuje mojim špecifickým požiadavkám - alergie, špeciálne diéty, pomery tukov či bielkovín, pôvod výroby atď.

Ako pomáha vaša platforma gastroprevádzkam? V čom je im osožná?

- Zvyšuje im priemernú výšku objednávky o 10-15 percent. Znižuje náklady na prevádzku v niektorých prípadoch až o 30 percent. Zjednodušuje chod prevádzky a jej závislosť na fluktuácii zamestnancov. Z nových zákazníkov vytvára stálych zákazníkov a vytvára nové predajné kanály.

Ako dlho to trvá, kým si vás prevádzka implantuje do svojho, už nejakého fungujúceho systému?

- Ak poskytujeme integráciu s ich systémom, vieme to spracovať veľmi rýchlo. Na



druhej strane, väčšina našich zákazníkov žiadne integrácie nevyužíva a teda používa náš systém samostatne. Na začiatku je nevyhnutné základné školenie personálu, pomáhame s vytváraním ponuky a podobne. Celý proces môže zaberať maximálne tri týždne od potvrdenia záujmu až po inštaláciu kioskov, QR kódov a zaškolenia personálu s kuchynskými displejmi.

Kde všade, v koľkých prevádzkach vás nájdeme?

- Nájdete nás momentálne v Bratislave, Banskej Bystrici, Martine, Prešove a v Košiciach. Už teraz ale vieme potvrdiť, že zoznam miest sa bude opäť rozširovať.

Kde si môžeme appku stiahnuť?

- Aplikácie pre zákazníkov si môže každý stiahnuť na Google Play Store a na Apple Store.

Ste na konci vývoja? Alebo vidíte rezervy, ktoré budete zapracovávať?

- Vždy je niečo, čo vieme urobiť lepšie. Najbližšie by sme sa chceli pozrieť na lepšiu prácu s dátami, použitie umelej inteligencie na personalizáciu ponuky či zjednodušiť proces digitalizácie nových reštaurácií.

Kde by ste chceli značku EATSTER vidieť o pár rokov?

- Budeme radi, ak sa staneme lídrami digitalizácie objednávacích procesov v gastronómii. Nielen na Slovensku, ale aj v regióne strednej Európy. Či už to je na štadiónoch, vo fast foodoch



alebo na hudobných festivaloch – veríme, že vás obslúžime všade.

Dalo by sa predpokladať, že koronakríza vám mohla pomôcť v prograse. Keďže sa všetko objednávalo len na diaľku. Ako ste ju prežili?

- Na prvý pohľad by sa mohlo zdať, že áno, avšak my sme snažili digitalizovať objednávací procesy v reštauráciách, optimalizovať rady na štadiónoch či festivaloch. Dá sa povedať, že zatvorením interiérov nám zo dňa na deň úplne zanikla cieľová skupina a my sme museli reagovať. Zároveň korona akcelerovala príchod silnej, medzinárodnej konkurencie, na čo

sme neboli pripravení. Verím však, že sme z tejto situácie vyšli silnejší a naši zákazníci si začali ešte viac uvedomovať potrebu digitalizácie a optimalizácie procesov.

Aj vaša firma je klientom Slovak Business Agency. Aké služby ste využívali a s akými skúsenosťami?

- Využili sme krátkodobé i dlhodobé poradenstvo v oblasti marketingu a účtovníctva v NPC v Košiciach. So službami sme boli veľmi spokojní a určite by sme sa potešili ďalšej spolupráci.

Prokop Slováček
Foto: EATSTER



GASTRONÓMIA OKORENENÁ ZÁŽITKAMI

.....

Reštaurácia Xena's Kitchen v Devínskej Novej Vsi má široký záber.

Narodila sa v Devínskej Novej Vsi (tak ako celá jej rodina), aj podniká na rovnakom mieste. Ani navštevovanie školy medzinárodného podnikového hospodárstva v neďalekej Viedni či následné roky postgraduálneho štúdia hotelového manažmentu vo Švajčiarsku, jej odhodlanie založiť si biznis na Slovensku nenahodali. Práve naopak.

S o to väčšou vervou sa Zuzana Ouzká, majiteľka reštaurácie Xena's Kitchen pustila do práce. Už takmer rok je jej reštaurácia v Devínskej Novej Vsi - na dosah Cyklomestu Slobody, ktorým sa dostanete do Rakúska – k dispozícii zákazníkom bažiacim po dobrom jedle a nevšedných chuťových zážitkoch. „Ja a ostat' v zahraničí? Lákala ma to, to netajím, ale ako by to dopadlo, keby sme odchádzali všetci. Mám Slovákov rada a podnikat' v Devínskej bola vždy moja hlavná voľba. Stále som cítila, že ma sem niečo ťahá. Cítila som tu potenciál na gastronomický koncept,“ vraví Ouzká.

Ide to aj bez centra

„Otázkam, či sa nebojí, že jej to nevyjde a prečo si neotvorila reštauráciu radšej v centre Bratislavy už čelila toľko ráz, že sa jej na ňu ani nechce odpovedať. „Nemusí byť predsa všetko v centre. Aj v zahraničí fungujú reštaurácie aj na periférii. Máme predsa autá. Do nákupného centra v centre hlavného mesta sa odtiaľto dostanem za dvadsať minút,“ trpezlivo vysvetľuje dôvody svojho rozhodnutia.

K priestorom, v ktorých dnes stojí Xena's Kitchen, sa dostala už pred siedmimi rokmi. Kým sa však hlavným vchodom útulne zariadeného priestoru predral prvý zákazník, ubehlo veľa mesiacov. „Pôvodne to tu bola zručanina. Aj napriek tomu som si však myslela, že to bude rýchlejší proces. Aj časovo aj finančne to však bolo oveľa náročnejšie, ako som sa spočiatku domnievala. Niekedy som si doslova trieskala hlavu, do čoho



som sa to pustila. Mojim krédom je však stále nevzdávať sa. Aj keď ma k tomu mnohí nahovárali.“

To ešte Ouzká netušila, aká ďalšia galiba sa na jej podnikateľské plány valí. „Keď sme konečne finišovali, prišla korona a druhý lockdown. Mnohí sa čudovali, prečo idem do korony otvárať reštauráciu, ale ten vlak bol už rozbehnutý, už sa to nedalo zastaviť a ani som to nechcela.“

Počas lockdownu fungovala reštaurácia len cez okienkový predaj, okrem iného ponúkala napríklad varené víno, potom sa však pomaly začala rozbiehať. „Sme stále len v rozbehu, ľudia nás len objavujú, ale musím povedať, že som zatiaľ spokojná, ako to funguje. A tá poloha je, podľa môjho názoru, naozaj výhodná. Sme kúsok od Rakúska a kúsok od Česka.“

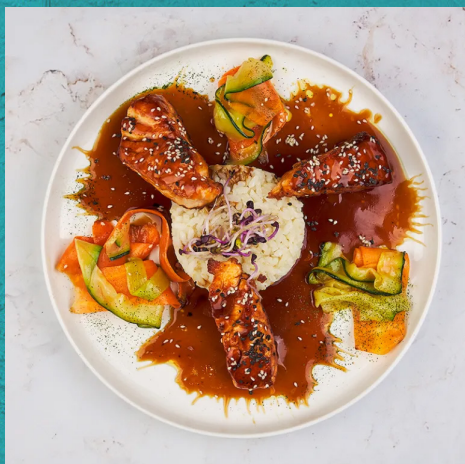
Od stredy do nedele

Xena's Kitchen funguje od stredy do nedele. „Pondelky a utorky mám voľno, ktoré trávim

vo Viedni, kde mám priateľa. Aj ten má na vzhľade reštaurácie veľký podiel.“ Inšpiratívnym spôsobom si Zuzana s priateľom rozdelili napríklad výzdobu toaliet v reštaurácii. „On mal na starosti pánsku časť, ja dámsku. Robili sme obe časti bez toho, aby sme vedeli, pre aký dizajn sa ten druhý rozhodol,“ smeje sa Ouzká.

Kuchyňa Xena's Kitchen si zakladá na čerstvosti a bohatej ponuke. „Najbližšie mám asi k rakúsko-uhorskej kuchyni, no vnášame do nej aj ázijské prvky. Ponúkame napríklad lososa s terijaki omáčkou, ktorú si sami varíme. Alebo budha bowl. Rovnako sa snažíme reflektovať aj na vegetariánstvo či vegánstvo, aby sme prilákali aj tento typ zákazníkov. Som šťastná, keď sa u nás ľudia zdržia dlhšie, ako plánovali. Hoci vo dverách tvrdia, že idú na rýchlo, len na kávičku, mám dobrý pocit, keď sa im potom u nás páči a nikam sa zrazu neponáhľajú.“

O kompletný servis pre hostí sa vo firme bplans, pod ktorú



reštaurácia patrí, starajú traja kuchári, jedna upratovačka, dvaja barmani a dve čašníčky. „Trochu to síce trvalo, ale dnes som na svoj tím hrdá, ako sa nám to tu celé podarilo sformovať,“ konštatuje Zuzana, zatiaľ čo na svojom mobilnom telefóne vyberá ďalšiu hudbu, ktorej tóny sa čoskoro rozľahnú reštauračným priestorom.

Ten je vskutku rozľahlý. Patrí k nemu aj dvor s terasou, na

ktorom sa v Xena's Kitchen vlni v lete v dvojtýždňových intervaloch organizovali aj kino-večery.

„Veľmi sa to osvedčilo. Snažili sme sa púšťať filmy aj od slovenských režisérov a režisérrok. Nič komerčné. Skôr takú alternatívu na zamyslenie. Mám v pláne v tom pokračovať. Uvidíme, ako sa to celé vykryštalizuje cez nadchádzajúce leto.“

Eventy ako bonus

Kino, obеды či večere sú však len časť z bohatých plánov, ktorými energiou nabitá Zuzana Ouzká sršala aj počas nášho rozhovoru. „Nechcem, aby to celé bolo len o jedení a pití. Mali sme tu už valentínsku party, kubánsky večer, degustačné posedenia. Budem rada, keď sa mi podarí zorganizovať čo najviac rôznorodých eventov. Osláv presne na mieru. Hudbou budúcnosti je napríklad aj vytvorenie pavilónu, kde by sa mohli konať svadby. Mám ešte vzadu relatívne veľký pozemok, kde by sa podobný nápad dal zrealizovať,“ zasnívala sa majiteľka.

Jedným dychom dodala, že ruch a rôznorodosť ju vždy fascinovali. Rovnako ako predstava vlastného podniku. „Už ako malá som sa doma hrala, že obsluhujem rodičov. Takto naozaj môžem ľuďom poskytovať zážitky, čo ma vždy lákalo,“ tvrdí Ouzká.

Veľkou školou pri plnení detského sna boli aj roky postraduálneho štúdia vo Švajčiarsku. „V kampuse sme boli študenti zo 64 krajín. Pracovala som tam v kuchyni, robila servis, chodila na stáže. Nebolo to všetko len o číslach a nastavovaní marketingovej stratégie.“

Web vďaka agentúre

S reklamou pri propagácii podniku si pomohla aj využitím služieb Slovak Business Agency. „Priznávam, bola to náhoda. Kým k nám nezavítala jedna vaša zamestnankyňa Petra Tichá, netušila som, že SBA existuje. Práve v príjemnom rozhovore s ňou som sa dozvedela, že tu je možnosť čerpať služby a veľmi rada ju využila.“

A akým spôsobom? „Využila som krátkodobé poradenstvo na lepšie nastavenie webu a sociálnych stránok, potrebovala som sa aj v marketingu posunúť vpred. A myslím si, že sa to podarilo,“ skonštatovala.



A ako vznikol samotný názov podniku? „Chcela som, aby ten názov bol medzinárodný. Aby bolo hneď každému jasné, že sa u nás dobre najesť. Lebo víno a kávu si môžete dať naozaj všade. A Xena? Bola to princezná, bojovníčka a my tu v Xena's Kitchen túžime byť bojovníci za dobrú gastronómiu a príjemné zážitky,“ vysvetľuje Ouzká v pripomienke na hrdinku obľúbeného kultového seriálu z deväťdesiatych rokov minulého storočia, ktorú famózne stvárnila Lucy Lawlessová.

Xena bola mocná princezná zocelená žiarou bitiek – tak znejú úvodné vety seriálu. Viacero bitiek – hoci na inom, podnikateľskom, poli – má za sebou aj Zuzana Ouzká. A pred sebou ďalšie, no ani majiteľke Xena's Kitchen odhodlanie popasovať sa s nimi nechýba.

Rastislav Hríbik, Marek Baláž
Foto: Xena's Kitchen



BYROKRATICKÉ NEZMYSLY V HOTELOCH A REŠTAURÁCIÁCH



**BYROKRATICKÉ
NEZMYSLY
NEOBCHÁDZAJÚ ANI
TAKÉ ODVETVIA,
AKO SÚ HOTELOVÉ
A REŠTAURAČNÉ
ZARIADENIA. ZA
POSLEDNÉ ROKY SA
ICH V RÁMCI ANKETY
BYROKRATICKÝ
NEZMYSEL NAŠLO DOŠŤ.
NIET POCHÝB, ŽE SÚ PRE
PODNIKATEĽOV V TOMTO
ODVETVÍ LEN ZBYTOČNOU
ZÁŤAŽOU. POSÚDTE SAMI.**



1

POVINNOSŤ OZNAČOVAŤ PÔVOD MÄSA V STRAVOVACÍCH A REŠTAURAČNÝCH ZARIADENIACH

Každé stravovacie a reštauračné zariadenie má povinnosť uvádzať pôvod mäsa, z ktorého pripravuje jedlá. Povinnosť sa vzťahuje na bravčové či hovädzie mäso, rovnako mäso z oviec, kôz a hydiny. V prípade použitia polotovarov pri príprave jedál však pôvod mäsa uvádzať nemusíte.

Stravovacie a reštauračné zariadenie musia o pôvode mäsa informovať spotrebiteľa v písomnej forme a na dobre viditeľnom mieste. Ak tak neurobí, hrozí mu pokuta. Údaj o krajine pôvodu mäsa je stravovacie a reštauračné zariadenie povinné získať od subjektu, od ktorého mäso kúpi, a v rovnakom rozsahu tento údaj poskytnúť spotrebiteľovi.

Ak gastroprevádzky objednávajú mäso od rôznych dodávateľov (niekedy aj rôznych krajín) a v daný deň uvaria jedlo, pri ktorom použijú mix mäsa, tak nevedia uviesť pôvod.

Napriek tomu, že táto povinnosť platí už viac ako 3 roky, stále neexistuje vyhláška, ktorá by upresňovala spôsob uvádzania pôvodu mäsa v týchto zariadeniach.

2

ZVIERATÁ NESMELI VSTUPOVAŤ DO KAVIARNÍ ČI REŠTAURÁCIÍ



VYRIEŠENÉ

Do reštaurácie alebo kaviarne si v minulosti so sebou domáceho miláčika zákazníci legálne vziať nemohli. A to ani v prípade, ak majiteľ podniku vstup zvieratám do prevádzky chcel povoliť. Hygiena za zviera v gastropodniku udeľovala pokuty a neexistovala legálna možnosť, ako mať napríklad kaviareň pre psíčkyarov.

Od roku 2020 je tomu vďaka ankete Byrokratický nezmysel roka koniec.

NA STRÁNKE
BYROKRATICKYNEZMYSEL.SK
MÔŽETE SVOJE PODNETY PRIDAŤ AJ VY.

3

POVINNOSŤ UBYTOVACIEHO ZARIADENIA V SÚVISLOSTI S UBYTOVANÍM CUDZINCŮV

Ubytovateľ je povinný v súvislosti s ubytovaním cudzinca vyplniť tlačivo o hlásení pobytu cudzinca a doručiť ho policajnému útvaru - oddeleniu cudzineckej polície do piatich dní od ubytovania cudzinca. Cudzinec je povinný tlačivo aj podpísať.

Priemerná dĺžka ubytovania na Slovensku však nepresahuje dva dni. Nahlasovanie cudzincov prebieha väčšinou v čase, keď ubytovaný už v danom ubytovacom zariadení nie je. A často ani na území Slovenska.

4

ZÁKAZ POUŽÍVAŤ SUROVINY OD DROBNÝCH FARMÁROV NA PODNIKANIE

Ak podnikateľ použije suroviny zakúpené od drobného farmára na výrobu vlastných produktov, tieto môžu byť predávané len vo vlastnom zariadení a nemôžu byť predávané iným podnikateľom.

To znamená, že ak napríklad kaviareň má vlastné koláče, ktoré boli vyrobené z domácich surovín od miestneho farmára, nie je možné tieto koláče ďalej predávať iným prevádzkam.

5

VYHLÁŠKA PREDPISOVALA AJ POČET VEŠIAKOV**VYRIEŠENÉ**

Vláda v roku 2020 zrušila vyhlášku, ktorá ubytovacím zariadeniam predpisovala koľko vešiakov má mať v skrini päťhviezdičkový hotel (8 ks) a koľko trojhviezdičkový (5 ks),

či stanovovala povinnosť pre päť a štvorhviezdičkové hotely mať na izbe telefón umožňujúci priame spojenie z izby do medzimestskej a medzinárodnej siete, jednohviezdičkovým stačilo mať telefón iba v budove.

Jedno a dvojhviezdičkovým hotelom zas určovala mať na izbe stoličku, od troch hviezdíček musela už byť čalúnená. Prax ukazuje, že po zrušení tejto vyhlášky ubytovací štandard hostí neutrpel. Prevádzkovatelia sa namiesto plnenia zbytočných povinností môžu venovať kvalite svojich služieb.

Text: Centrum lepšej regulácie

REGULÁCIE A BYROKRACIA V GASTRE A CESTOVNOM RUCHU

Gastronomický sektor patrí k tým, ktorých sa koronakríza dotkla najviac. Výsledky rôznych prieskumov ukazujú, že základom série opatrení na jeho oživenie by malo byť zníženie sadzby DPH na stravovacie služby.

Nemalo by však ísť o jediné opatrenie, rovnako dôležité je zníženie ceny práce a odbúranie množstva zbytočných administratívnych povinností. V porovnaní s priemerom OECD je odvodové zaťaženie pri zamestnávaní na Slovensku takmer dvojnásobné.

Parlament síce nedávno znížil DPH pre gastro, no na druhej strane poslanci zvýšili príplatky za prácu cez víkend, čím mnohým reštauráciám či hotelom v čase rastúcich cien potravín a energií ešte viac zvýšili náklady.

Popri zásadných problémoch sa ani tomuto sektoru nevyhýba často zbytočná byrokracia, ktorú ilustrujú pravidelné nominácie v ankete Byrokratický nezmysel roka. Len malú ukážku z nich vidieť aj na týchto stránkach.

Dlhodobým problémom pre časť gastrosektora je aj nastavenie systému stravných poukázok. Kým zamestnávateľi si môžu vybrať či poskytnú zamestnancom financie alebo využijú služby emitentov stravovacích kariet a môžu si vybrať dodávateľa, ktorý im poskytne najvýhodnejšie podmienky, prevádzkovatelia reštaurácií sú na tom opačne.

Ak je v ich blízkosti zamestnávateľ, ktorý využíva gastrokarty, tak môžu zákazníkov, ktorí chcú platiť touto formou odmietnuť a prísť o nich alebo musia akceptovať akékoľvek poplatky, ktoré za spätný výkup požaduje emitent. Z prieskumov, ktoré sme realizovali spoločne so Slovak Business Agency, vidíme, že sú často enormne vysoké. Výsledok? Kým reštaurácie pracujú s veľmi nízkymi ziskovými maržami, vydavatelia straveniek sú na tom opačne.



Ján Solík,
prezident Združenia podnikateľov Slovenska

www.inbiznis.sk



časopis nielen pre podnikateľov



SLOVAK | BUSINESS | AGENCY

SLOVAK BUSINESS AGENCY | KARADŽIČOVA 2 | 811 09 BRATISLAVA 2

WWW.SBAGENCY.SK