

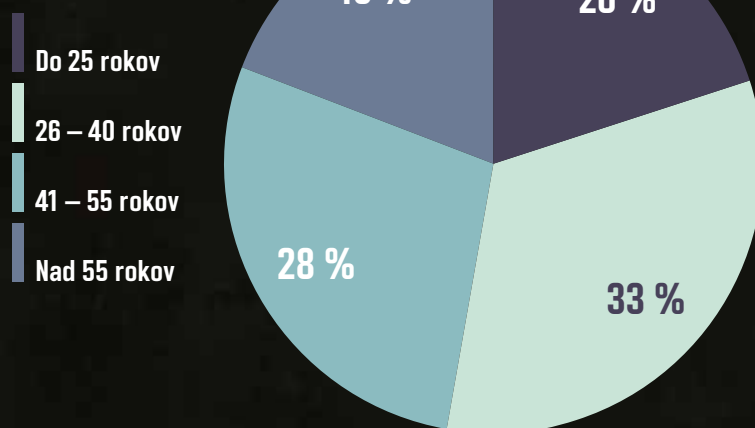
Gastro sa opäť stavia na

Darí sa predovšetkým tým HoReCa podnikom, ktoré modernizujú, porozumeli súčasným trendom a potrebám hostí a ich ponuka reflektuje požiadavky na kvalitu a servis. To hovorí prieskum HoReCa biznisu od agentúry Data Servis-informace.

Ako uvádza Marcela Šimková, riaditeľka spoločnosti Data Servis-informace, typovo aktuálne najviac profituje segment Beerfood, moderný Fast food a zaujímavé kaviarne. Pod názvom Beerfood myslí moderné reštaurácie s kvalitným tankovým pivom a chutnou kuchyňou. Moderný Fast food plní funkciu kantíny. „Tento gastrosegment prechádza v posledných rokoch veľkou renesanciou. Otvára sa moderným trendom v stravovaní ako napríklad vegetariánska kuchyňa, proteínové či raw jedlá, čím dokázal prilákať nových zákazníkov aj zo segmentu klasických reštaurácií,“ vysvetľuje Marcela Šimková. A darí sa aj podnikom typu Café - Bistro - Bar, ktoré môžu byť zaujímavé či už z hľadiska dizajnu, ponuky, alebo spôsobom trávenia voľného času. Návštevnosť hostí podmieňuje úspech

Úspešné podniky dokážu svojím inovatívnym a netradičným prístupom prilákať nových hostí. Pre niektoré podniky sú kľúčoví turisti, pre iné napríklad študenti, ktorí už ani zďaleka nie sú tak cenovo citliví, ako to bolo pred rokmi. Študenti dokážu svoje obľúbené podniky podržať. „Každú z cieľových skupín je potrebné osloviť a prilákať trochu inak, iným spôsobom sa im prihovárať, ale ako ideálny mix sa na základe našich prieskumov javí - reklama + atraktívna ponuka jedla a pitia + príjemne strávený čas v podniku,“ dodáva Marcela Šimková.

ŠTRUKTÚRA HOSTÍ V HORECA 2022



” Mladá generácia tvorí početnejšiu časť hostí ako staršie generácie, ktoré sa po koronovej kríze do reštaurácií už nevracajú.

O prieskume

Dáta pochádzajú z prieskumov spoločnosti Data Servis-informace: Audit On Trade, Vize On Trade, Customer On Trade, ktoré realizuje v Českej a Slovenskej republike. Vzorka prevádzok Audit On Trade je 5 000/ročne, Vize On trade je 2 000 respondentov/kvartálne – zástupcovia prevádzok (majiteľ, prevádzkar, On trade a Customer On trade je 2 000 respondentov – zákazníkov On trade prevádzok/kvartálne. Metóda zberu dát je kombinácia F2F, CAWI/CATI. Zber dát prebiehal v rokoch 2022 – 2023.

ZDRAŽOVANIE V HORECA 2022 VS. 2019

Menu +31 %



Pivo +33 %



Nealko nápoje +29 %



Alko nápoje +40 %



KDE SA STRAVUJETE, KEĎ JE OBED?

Varím si doma 85 %



Stravujem sa v gastropodnikoch 35 %



Stravujem sa vo food courtoch v nákupných centrách 31 %



Nechám si obed doviezť/vyzdvihnem si v gastropodniku 26 %



Vo firemnej kantíne firmy, kde pracujem 16 %



Využívam rozvozy zabezpečené mestom 7 %



Beriem si jedlo zo školskej jedálne v mieste bydliska 4 %



Vo firemnej kantíne inej firmy 3 %



nohy

HORECA BIZNIS V ČR A SR

Česká republika

Slovensko

83 %

62 %

Gastropodniky mali na prelome rokov 2022/2023 také tržby, aké očakávali, alebo dokonca vyššie.

93 %

82 %

Drvivá väčšina podnikov plánuje aktuálnu sezónu v plnej prevádzke bez akýchkoľvek obmedzení z hľadiska fungovania či otváracieho času. Sezóna sa začína pekným počasím.

66 %

82 %

Gastropodniky tvrdia, že ich zákazníci sa z hľadiska mienania peňazí správajú stále rovnako, a teda nešetria na sebe a ani neobmedzujú svoje objednávky.

Vplyv zvyšovania cien na správanie zákazníkov

	ČR	SR
Menej chodím do podnikov	43 %	47 %
Ceny ma nijako neobmedzujú	35 %	29 %
Vyberám si lacnejšie podniky	18 %	19 %
Míňam menej	14 %	14 %

” V roku 2022 bolo medzi návštevníkmi 13 % zahraničných turistov, čo je rovnaký podiel ako pred covidom. Zmena nastala u tzv. štangastov, ktorých po rokoch covidu výrazne ubudlo.