

***ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA
TURIZMA 2012***

Ljubljana, 2012

UVOD

V turistični destinaciji se srečujejo številni ponudniki s področja turizma: lokalno okolje z naravnimi in drugimi elementi ter prebivalci kot tudi družbeno ekonomsko okolje s splošno infrastrukturo, gospodarskimi in družbenimi subjekti. Vsi ti subjekti morajo delovati usklajeno s ciljem ustvarjati gostoljubno, produktivno in razvojno spodbudno okolje s prepoznavno podobo turistične destinacije. Tako se v turistični destinaciji srečujejo in povezujejo programi kakovosti posameznih ponudnikov turističnih proizvodov in storitev in programi nacionalne kakovosti. Izvajanje programov kakovosti pri neposrednih turističnih ponudnikih privedejo do oblikovanja prepoznavne blagovne znamke turistične destinacije in njene konkurenčne pozicije na turističnem tržišču.

Cilji razvoja kakovostnih blagovnih znamk v turizmu so:

- *povečanje dodane vrednosti v turizmu,*
- *dograjevanje turistične ponudbe in izboljšanje njene kakovosti,*
- *pospeševanje rasti kakovosti turistične in spremljajoče ponudbe,*
- *diferenciranje in označevanje določenega segmenta nadpovprečne kakovosti ponudnikov, proizvodov in storitev,*
- *diferenciranje in označevanje določenega segmenta ponudnikov, izdelkov in storitev z očitnimi značilnostmi namembnosti in porekla,*
- *pospeševanje razvoja celokupne turistične ponudbe, od osnovnih do spremljajočih proizvodov in storitev,*
- *razvoj atraktivnosti kraja/destinacije kot turističnega, poslovnega, počitniškega in izletniškega mesta,*
- *porast prodaje v celokupni dejavnosti turizma.*

Primeri posameznih držav in turističnih območij kot turističnih destinacij dokazujejo potrebo po usklajenem strokovnem delu na tem področju, nujnost celovitega pristopa in upravičenost velikih vlaganj v trženje in blagovne znamke v turizmu.

Obstoječa metodologija za dodeljevanje Znaka kakovosti ljubljanskega turizma je bila zastavljena leta 2000, na osnovi predpostavk, da bo v Sloveniji obvezna kategorizacija gostinskih prehrabnih obratov ter da bo edino sredstvo diferenciacije ponudnikov funkcionalna kakovost, tj. način izvajanja storitev. Žal, kljub zagotovitvi, da bo kategorizacija, ki bi klasificirala ponudnike in skrbela za zagotavljanje minimalnih standardov, ni prišlo. Zato je bilo potrebno preoblikovati obstoječo metodologijo iz leta 2000 na naslednji način:

- *priprava novega instrumenta ocenjevanja kakovosti v prehrabnih obratih (maj 2008),*
- *testiranje novega instrumenta z gostinci (junij 2008),*
- *izdelava navodil za ocenjevanje (junij 2008),*

- predstavitev nove metodologije javnostim (julij 2008),
- korekcija kriterijev (2012) glede na povratno informacijo s strani ocenjevalcev.

1. POTEK OCENJEVANJA:

1. *Oblikuje se Komisija za kakovost v turizmu pri Turizmu Ljubljana (v nadaljevanju Komisija), ki predstavlja strokovno telo, sestavljeno iz strokovnjakov različnih strok (prehrambena, gostinska, hotelirska, turistična, oblikovalska, arhitekturna, trženjska..).*
2. *Komisija pregleda in dopolni listo nominiranih gostinskih lokalov v mestu. Nominirance v vsaki kategoriji ocenijo izbrani ocenjevalci po principu skritega gosta in sicer z dvakratnim obiskom posameznega lokala. Vsak lokal obiščeta 2 ocenjevalca, razen pri kategoriji vrhunske restavracije, kjer ocenjujejo trije ali več ocenjevalcev istočasno.*
3. *Do začetka ocenjevanja se izvedejo delavnice za ocenjevalce. Izbran vodja ocenjevanja je odgovoren za delo ocenjevalcev, ki jih ima v svoji ekipi.*
4. *Obdobje ocenjevanja se določi vsako leto posebej, predvidoma pa se izvaja med marcem in septembrom.*
5. *Po prvem krogu ocenjevanja Komisija pregleda rezultate ocenitev in poda svoje mnenje in pripombe. Po drugem krogu ocenjevanja Komisija zopet pregleda ocenitve in poda pripombe ter po uskladitvi potrdi rezultate ocenitev.*
6. *Novembra se svečano razglasijo zmagovalci v posameznih kategorijah. Sledijo promocijske aktivnosti (promocija v tiskanih medijih in na spletni strani www.visitljubljana.si)*
7. *Ocenjevanje se izvaja vsako drugo leto.*

Listo nominiranih gostinskih lokalov pripravijo strokovne službe Turizma Ljubljana. na podlagi različnih registrov ponudnikov gostinskih prehrambenih storitev v Mestni občini Ljubljana in na podlagi poznavanja njihove ponudbe.

Za ocenjevanje se lahko prijavijo tudi drugi zainteresirani ponudniki gostinskih prehrambenih storitev, v kolikor se presodi, da so bili neupravičeno izključeni iz nominacijskega postopka. Oblikuje se pristopni obrazec. O tem postopku odloča Komisija. Ocenjevalci bodo ocenili s strani Komisije določeno število restavracij in slaščičarn.

Nominirani gostinski prehrambeni obrat dvakrat anonimno obiščejo ocenjevalci in ocenijo glede na kriterije v ocenjevalnih listih. Ocena vključuje prikaz kakovosti obratov v štirih osnovnih skupinah: hrana, storitev, lokacija/ambient in cena. V skupni oceni predstavljajo posamezne skupine naslednje deleže:

Tabela 1: Pomembnost posameznih elementov ponudbe pri ocenjevanju

| Skupina | Delež ocene (v %) |
|-------------------------|--------------------------|
| Hrana in pijača | 50 |
| Storitev | 25 |
| Urejenost restavracije | 15 |
| Razmerje cena/ kakovost | 10 |
| SKUPAJ | 100 |

Prva kategorija- Vrhunske restavracije

Takšne restavracije imajo individualen pristop do gosta. Imajo priznanega šefa kuhinje in dobro usposobljeno osebje. Jedilnik kaže visoko stopnjo kreativnosti in kompleksnost, uporabo domiselne prezentacije jedi in s tem poudari visoko kakovosti in sveže sestavine. Dobra postrežba mora dopolnjevati visoko kakovost jedi in presehati pričakovanja gostov. Sommelier/poznavalec vin je prisoten in prilagaja ponudbo jedem ter svetuje. Ambient je zelo prijeten in z uporabo kakovostnih materialov ustvarja vtis ekskluzivnosti. Cena je primerno visoka.

Druga kategorija-Gostilne, picerije, restavracije z mednarodno kuhinjo in druge restavracije

Restavracija posveča veliko pozornosti prezentaciji. Restavracija nudi široki izbor mednarodnih jedi in/ali domačih. Te jedi kuhajo na zahtevo in cene so sprejemljive. Postrežba je pogosto omejena, vzdušje je ležerno. Ambient je usklajen s ponudbo. Vsi elementi skupaj dajejo vtis domačnosti.

Tretja kategorija-slaščičarne

Slaščičarna je gostinski obrat kjer ponujajo predvsem sladice, sladolede, tople in hladne napitke. Sladice so lastne proizvodnje. Ambient je prijeten, razporeditev miz in stol omogoča neovirano gibanje gostov.

2. KRITERIJI ZA OCENJEVANJE:

Ocenjevanje je razdeljeno na dva dela:

- **osnovne zahteve (potrebne za primarni izbor),**
- **kriterije za ocenjevanje.**

A. OSNOVNE ZAHTEVE:

Vsak obrat mora izpolnjevati vse osnovne zahteve. Namen ni oceniti vsako restavracijo, ki dosega osnovne standarde, ampak ponuditi gostom izbor najboljših restavracij. Obrati morajo izpolnjevati naslednje osnovne zahteve:

- *Osnovna dejavnost je prehrambena.*
- *Obrat je odprt za vse (ni omejen na člane).*
- *Obrat ponuja kakovostno hrano in postrežbo.*
- *Obrat je čist in urejen.*
- *Obrat predstavlja dobro vrednost za gosta zaradi svoje lokacije, kakovosti in/ali slovesa.*

B. KRITERIJI

Kriteriji so predstavljeni in podrobneje razloženi v Prilogi 1. V ustni in pisni obliki so skupaj s pojasnili posredovani vsem ocenjevalcem pred začetkom ocenjevanja na delavnicah. Vsi elementi se ocenjuje z ocenami od 1-5, pri čemer pomeni:

- *1- nezadostno*
- *2- zadostno*
- *3- dobro*
- *4- zelo dobro*
- *5- odlično*

3. DOBITNIKI ZNAKA KAKOVOSTI:

Plaketo ocenjevanja Znak kakovosti ljubljanskega turizma za leto 2012 dobijo tisti finalisti, ki so:

- *v prvi¹ kategoriji dobili nad 75 točk,*
- *v drugi kategoriji dobili nad 70 točk,*
- *ter v kategoriji slaščičarn nad 65 točk.*

Drugačna podelitev nagrad je možna s sklepom Komisije po koncu ocenjevanja.

Ko je restavracija dobila Znak kakovosti ljubljanskega turizma, se pripravi besedilo in format za publikacije in spletno stran zavoda Turizem Ljubljana. To ne predstavlja stroška za gostinski obrat.

Besedilo deloma prevzame nekaj objektivnih parametrov, ki opisujejo restavracijo. Poleg tega se poskrbi za opis restavracije oziroma, kako so jo ocenjevalci doživeli. Splošni javnosti posreduje pomembne informacije o restavraciji. To besedilo je osnova za oblikovanje tudi dodatnih promocijskih aktivnosti.

¹ Glede na interno razdelitev restavracij.

PRILOGA 1 – OCENJEVALNI LISTI IN RAZLAGA KRITERIJEV

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA | | | | | |
| Ocenjevalni list 2012 | | | | | |
| Kategorija: Restavracije | | | | | |
| PODATKI O OCENJEVANEM GOSTINSKEM OBRATU: | | | | | |
| Ocenjevalni objekt: | | | | | |
| Naslov: | | | | | |
| A1. HRANA IN PIJAČA | | | | | |
| 1.RAZNOVRSTNOST JEDI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2.SESTAVINE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3.PREZENTACIJA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4.VELIKOST PORCIJE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5.DODATKI JEDEM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.OKUS IN SKLADNOST | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7.SEZONSKA PONUDBA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8.SVEŽINA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9.TEMPERATURA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10.ZANESLJIVOST PRI PRIPRAVI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11.PIJAČA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| A1.POVPREČNA OCENA ($\Sigma A1-A11$)/11 | | | | | |
| A2. SPLOŠNI VTIS KAKOVOSTI PRVE PREDJEDI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| A3. SPLOŠNI VTIS KAKOVOSTI DRUGE PREDJEDI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| A4. SPLOŠNI VTIS KAKOVOSTI GLAVNE JEDI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| A5. SPLOŠNI VTIS KAKOVOSTI DESERTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| SKUPNA OCENA (A1+A2+A3+A4+A5)/5 | | | | | |
| B1. STORITEV | | | | | |
| 1.REZERVACIJA PO TELEFONU | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2.PRIHOD/POZDRAV GOSTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3.INFORMACIJA O ČAKANJU IN POSEDANJE GOSTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4.POSTAVLJENOST MIZE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5.PRIPOROČANJE PONUDBE IN VROČITEV JEDILNEGA LISTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.STREŽBA HRANE IN PIJAČE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 7.ODNAŠANJE Z MIZE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8.REŠEVANJE PRITOŽB GOSTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9.PLAČEVANJE,ODHOD GOSTA – POZDRAV IN ZAHVALA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10.UREJENOST ZAPOSLENIH | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11.PRIJAZNOST ZAPOSLENIH | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.ODZIVNOST ZAPOSLENIH | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13.ZNANJE ZAPOSLENIH | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14.PRIPRAVLJENOST, DA UGAJAJO POSEBNIM ZAHTEVAM GOSTOV | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15.VERBALNA IN NEVERBALNA KOMUNIKACIJA Z GOSTOM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. OSEBNI ODNOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| POVPREČNA OCENA ($\Sigma B1-B16$)/16 | | | | | |
| B2. SPLOŠNI VTIS KAKOVOSTI STORITVE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| SKUPNA OCENA (B1+B2)/2 | | | | | |
| C1. UREJENOST RESTAVRACIJE | | | | | |
| 1.DOSTOPNOST RESTAVRACIJE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2.UREJENOST OKOLICE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3.LOUNGE/ČAKALNICA/BAR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4.INTERIER RESTAVRACIJE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5.POHIŠTVO/MIZE/STOLI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.CVETJE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7.TISKANI MATERIALI – JEDILNI LIST | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8.PRTI IN NAMIZNO PERILO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9.NAMIZNI IN JEDILNI PRIBOR, DODATKI NA MIZI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10.STEKLO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11.DOSTOPNOST MIZE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.TEMPERATURA IN VENTILACIJA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13.OSVETLITEV | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14.GLASNOST/GLASBA/ZABAVA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15.ZASEDENOST KAPACITET | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16.TOALETNI PROSTORI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17.PONUDBA ZA OTROKE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. PARKIRIŠČE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. DOSTOP ZA INVALIDE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| POVPREČNA OCENA ($\Sigma C1-C19$)/19 | | | | | |
| C2. SPLOŠNI VTIS UREJENOSTI RESTAVRACIJE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| SKUPNA OCENA (C1+C2)/2 | | | | | |
| D. OCENA RAZMERJA CENA/KAKOVOST | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

KONČNO ŠTEVILO DOSEŽENIH TOČK

| Skupina | Skupna ocena | Max ocena | Možno število točk | Točke* |
|----------------------------|---------------------|------------------|---------------------------|---------------|
| A. Hrana in pijača | | 5 | 40 | |
| B. Storitve | | 5 | 30 | |
| C. Urejenost restavracije | | 5 | 20 | |
| D. Razmerje cena/ kakovost | | 5 | 10 | |
| SKUPAJ | | | 100 | |

KONČNO ŠTEVILO TOČK:

*Točke=(skupna ocena*možno število točk)/max ocena

| |
|---------------------------------|
| KRATEK OPIS RESTAVRACIJE |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| NAROČENE JEDI: |
| |
| |
| GLAVNE PREDNOSTI: |
| |
| |
| GLAVNE SLABOSTI: |
| |
| |
| DRUGA MNENJA IN OPOMBE: |
| |
| |

Ocenjevalci:

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

1. Ime in priimek: ----- Podpis: -----

2. Ime in priimek: ----- Podpis: -----

Ljubljana, dne ----- z začetkom ob----- in koncem ob-----uri.

| ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Ocenjevalni list 2012 | | | | | |
| Kategorija: Slaščičarne | | | | | |
| PODATKI O OCENJEVANEM GOSTINSKEM OBRATU: | | | | | |
| Ocenjevalni objekt: | | | | | |
| Naslov: | | | | | |
| A1. HRANA IN PIJAČA | | | | | |
| 1. RAZNOVRSTNOST SLAŠČIC | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. SESTAVINE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. PREZENTACIJA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. VELIKOST | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. SEZONSKA PONUDBA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. SVEŽINA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. TEMPERATURA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. OKUS IN SKLADNOST | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. PIJAČA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| A1. POVPREČNA OCENA ($\Sigma A1-A9$)/9 | | | | | |
| A2. SPLOŠNI VTIS KAKOVOSTI SLAŠČICE | | | | | |
| A3. SPLOŠNI VTIS KAKOVOSTI PIJAČE | | | | | |
| SKUPNA OCENA (A1+A2+A3)/3 | | | | | |
| B1. STORITEV | | | | | |
| 1. PRIHOD/POZDRAV GOSTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. POSTAVLJENOST MIZE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. PRIPOROČANJE PONUDBE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. STREŽBA SLAŠČIC IN PIJAČE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. ODNAŠANJE Z MIZE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. REŠEVANJE PRITOŽB GOSTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. PLAČEVANJE, ODHOD GOSTA – POZDRAV IN ZAHVALA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 8. UREJENOST ZAPOSLENIH | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. PRIJAZNOST ZAPOSLENIH | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. ODZIVNOST ZAPOSLENIH | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. ZNANJE ZAPOSLENIH | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. VERBALNA IN NEVERBALNA KOMUNIKACIJA Z GOSTOM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| POVPREČNA OCENA ($\Sigma B1-B12$)/12 | | | | | |
| B2. SPLOŠNI VTIS KAKOVOSTI STORITVE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| SKUPNA OCENA (B1+B2)/2 | | | | | |
| C1. UREJENOST SLAŠČIČARNE | | | | | |
| 1. DOSTOPNOST SLAŠČIČARNE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. UREJENOST OKOLICE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. LOUNGE/ČAKALNICA/BAR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. INTERIER RESTAVRACIJE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. POHIŠTVO/MIZE/STOLI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. TISKANI MATERIALI – JEDILNI LIST | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. NAMIZNI IN JEDILNI PRIBOR, DODATKI NA MIZI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. STEKLO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. DOSTOPNOST MIZE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. TEMPERATURA IN VENTILACIJA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. OSVETLITEV | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. GLASNOST/GLASBA/ZABAVA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. ZASEDENOST KAPACITET | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. TOALETNI PROSTORI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. PONUDBA ZA OTROKE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. PARKIRIŠČE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. DOSTOP ZA INVALIDE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| POVPREČNA OCENA ($\Sigma C1-C17$)/17 | | | | | |
| C2. SPLOŠNI VTIS UREJENOSTI RESTAVRACIJE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| SKUPNA OCENA (C1+C2)/2 | | | | | |
| D. OCENA RAZMERJA CENA/KAKOVOST | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

Tabela 2: Kriteriji za gostilne, picerije, restavracije z mednarodno kuhinjo in druge restavracije

| Gostilne, picerije, restavracije z mednarodno kuhinjo in druge restavracije | RAZLAGA POSAMEZNIH KRITERIJEV |
|--|---|
| HRANA IN PIJAČA | |
| RAZNOVRSTNOST | <i>Hrana je raznovrstna po posameznih skupinah. Imajo vegetarjanska jedi.</i> |
| SESTAVINE | <i>Večinoma sveže sestavine, značilne za posamezno vrsto kuhinje.</i> |
| PREZENTACIJA | <i>Estetsko ponujena jed (barvitost, usklajenost).</i> |
| VELIKOST PORCIJE | <i>Porcija je primerne velikosti.</i> |
| DODATKI JEDEM | <i>Dodatki so prilagojeni jedem.</i> |
| OKUS IN SKLADNOST | <i>Ali so v jedilniku omenjene sestavine prisotne? Ali so sestavine skupaj harmonične ali ne? Ali je jed zadostno začinjena, kislá, grenka, sladka? Ali omaka sodi zraven jedi ali ne? Ali okusi dosegajo pričakovanja?</i> |
| SEZONSKA PONUDBA | <i>Nekatere standardne jedi se menjavajo sezonsko.</i> |
| SVEŽINA | <i>Živila so pretežno sveža. Majhna uporaba predpripravljenih sestavin.</i> |
| TEMPERATURA | <i>Temperatura jedi je prava. (vroča jed vroča, hladna pa hladna)</i> |
| PRIPRAVA - UPORABLJENE KUHARSKE TEHNIKE | <i>Uporablja se večje število osnovnih načinov kuhanja. Hrano pripravlja izkušen kuhar. Jedi so pripravljene kot opisano v jedilnem listu.</i> |
| PIJAČA | <i>Kakovost in raznovrstnost ponudbe pijač. Kako se ponudi voda? Ali ponudijo vodo brezplačno? V boljših restavracijah se ponavadi ponudijo: voda z mehurčki in brez kot tudi raznovrstna vina (glede na poreklo, kakovost, ceno, način pridelave, dostopnost itn.)</i> |
| STORITEV | |
| REZERVACIJA/ODZIV PO TELEFONU | <i>Sprejemajo rezervacije. Na vprašanja po telefonu odgovarjajo</i> |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| Gostilne, picerije, restavracije z mednarodno kuhinjo in druge restavracije | RAZLAGA POSAMEZNIH KRITERIJEV |
|--|---|
| | <i>profesionalno. Odgovarjajo na vprašanja o jedilniku kot tudi o delovnem času, lokaciji itn.</i> |
| <i>PRIHOD/ POZDRAV GOSTA</i> | <i>Pri vhodu ni osebja, ki pričakuje goste. Zaposleni pozdravi gosta pri mizi.</i> |
| <i>INFORMACIJA O ČAKANJU</i> | <i>Gosta se obvesti o času morebitnega čakanja.</i> |
| <i>POSEDANJE</i> | <i>Pomoč pri iskanju sedeža s strani strežnega osebja.</i> |
| <i>POSTAVLJENOST MIZE</i> | <i>Miza se postavi za toliko gostov, kolikor je prispelih gostov.</i> |
| <i>VROČITEV JEDILNEGA LISTA IN KARTE</i> | <i>Jedilnik in vinski list se vročita gostu, ko le-ta sedi.</i> |
| <i>PRIPOROČANJE/POZNAVANJE PONUDBE</i> | <i>Zaposleni poznajo ponudbo in jo znajo priporočiti.</i> |
| <i>STREŽBA HRANE IN PIJAČE</i> | <i>Strežba pri mizi. Enostavna.</i> |
| <i>ODNAŠANJE Z MIZE</i> | <i>Krožniki se odnašajo, ko gost konča.</i> |
| <i>REŠEVANJE PRITOŽB GOSTA</i> | <i>Za pritožbo se zaposleni zahvali in primerno opraviči gostu (poiskusa odpraviti pritožbeni razlog).</i> |
| <i>PLAČEVANJE</i> | <i>Račun je jasno in pravilno strukturiran. Gost ga dobi po jedi, oz. takrat, ko to zahteva. Račun se prinese na pladnju ali v mapi. Zaposleni vzame plačilo in se zahvali.</i> |
| <i>ODHOD GOSTA</i> | <i>Zaposleni pozdravi gosta in se priporoča za ponoven obisk.</i> |
| <i>UREJENOST ZAPOSLENIH</i> | <i>Zaposleni so urejeni in čisti.</i> |
| <i>PRIJAZNOST</i> | <i>Prisrčnost na vseh nivojih; z višjim rangom se to povečuje. Ali osebje premore uglajenost?</i> |
| <i>ODZIVNOST</i> | <i>Povsod in na vseh nivojih. Hitrost izvajanja storitve.</i> |
| <i>ZNANJE</i> | <i>Ali je osebje poučeno o ponudbi hrane in pijače v restavraciji? Kako učinkovito in uglajeno podajajo informacije? Ali je osebje usposobljeno, da ustreže potrebam gosta?</i> |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| Gostilne, picerije, restavracije z mednarodno kuhinjo in druge restavracije | RAZLAGA POSAMEZNIH KRITERIJEV |
|--|--|
| MOŽNOST/ŽELJA DA UGAJAJO POSEBNIM GOSTOM | Ali bo kuhar naredil spremembe na meniju, da bi zadovoljil posebne želje glede okusa, zdravja ali želje gosta, in ali bi osebje ugodilo posebnim zahtevam gosta? |
| KOMUNIKACIJA Z GOSTOM | Pravilna verbalna/neverbalna komunikacija. Drža. Distanca med zaposlenim in gostom. Poznavanje tujih jezikov. |
| OSEBNI ODNOS | Ali zaposleni komunicirajo z gostom še o drugih temah, razen naročilu? |
| UREJENOST RESTAVRACIJE | |
| DOSTOPNOST RESTAVRACIJE | Restavracija je lahko dostopna in primerno označena (napisi). |
| UREJENOST OKOLICE | Okolica restavracije je urejena. |
| LOUNGE/ČAKALNICA/BAR | Ni ločitve med vhodom in jedilnim prostorom; ni receptorskega pulta. |
| INTERIER RESTAVRACIJE | Urejena in koordinirana notranjost. |
| POHIŠTVO | V skladu s ponudbo restavracije (tematsko). |
| CVETJE | Cvetje in rastline so del dekoracije. |
| TISKANI MATERIALI | Material je primerne kakovosti in estetsko oblikovan. Jedilnik ima zaščitno folijo. |
| MIZA/NAMIZNI PRTI /NAMIZNO PERILO | Dobra kakovost in izgled namiznih prtov ter perila. Če ni prtov, je površina lepo estetsko pripravljena oz. obdelana. |
| NAMIZNI PRIBOR | Ves pribor je iz kakovostnega porcelana in stekla. Vsaka jed ima primeren pribor. |
| JEDILNI PRIBOR | Dobre kakovosti in lepe oblike. Vsi kosi jedilnega pribora so usklajeni in jedi primerni. |
| STEKLO | Tenko steklo, določenega stila. Pijača se postreže v primernih kozarcih. |
| STOLI/KLOPI/BARSKI STOLI | Dobro usklajeni z ostalim pohištvom in udobni. |
| DODATKI NA MIZI | Vse je že na mizi: cvetje, dekorativni prtčki, jedilni pribor, solnice,... |
| PARKIRIŠČE | Ali ima restavracija urejeno parkirišče za |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| Gostilne, picerije, restavracije z mednarodno kuhinjo in druge restavracije | RAZLAGA POSAMEZNIH KRITERIJEV |
|--|---|
| | <i>goste? Ta element se lahko odšteje za lokale v centru mesta, kjer so možnosti parkiranja omejene.</i> |
| <i>DOSTOP ZA INVALIDE</i> | <i>Ali je možen dostop invalidom? Ali je možen dostop z otroškim vozičkom?</i> |
| <i>DOSTOPNOST MIZE</i> | <i>Ali ima gibanje gostov in osebja vpliv na izkušnjo gosta? Ali je dostop do mize za osebje primerno in ali ima gost primerno zasebnost?</i> |
| <i>TEMPERATURA PROSTORA IN VENTILACIJA</i> | <i>Ali je temperatura primerna in ali je prostor dobro prevetren?</i> |
| <i>OSVETLITEV</i> | <i>Je dovolj svetlobe oziroma ali je prijetna in zadostna?</i> |
| <i>GLASNOST/GLASBA/ZABAVA</i> | <i>Ali glasnost ustreza tipu restavracije? Ali se je možno pogovarjati?</i> |
| <i>ZASEDENOST KAPACITET</i> | <i>Kako zasedenost (prezasedenost ali nezadostna zasedenost) vpliva na izkušnjo gosta?</i> |
| <i>TOALETNI PROSTORI</i> | <i>Ali so zadostni? Ali so na nivoju izgleda in urejenosti cele restavracije, ali so enostavno dostopni, dobro oskrbljeni, in ali so dobro vzdrževani in čisti?</i> |
| <i>PONUDBA ZA OTROKE</i> | <i>Ali imajo posebno ponudbo za otroke? Ali imajo dodatno opremo za otroke in igrala?</i> |

Tabela 3: Kriteriji za vrhunske restavracije

| Vrhunske restavracije | RAZLAGA POSAMEZNIH KRITERIJEV |
|---------------------------------------|--|
| HRANA IN PIJAČA | |
| RAZNOVRSTNOST | <i>Hrana je raznovrstna po posameznih skupinah. Imajo vegetarjanska jedi.</i> |
| PREZENTACIJA | <i>Hrana in postrežba sta vrhunski. Posebne sestavine za vsako jed in so oblikovno estetsko postrežene.</i> |
| VELIKOST PORCIJE | <i>Velikost porcije je konstantna, in je primerno postrežena gostu. Prevelike porcije niso sprejemljive, ker naj bi gost poiskusil več jedi.</i> |
| DODATKI JEDEM | <i>Dodatki so prilagojeni jedem.</i> |
| SESTAVINE | <i>Uporaba raznovrstnih (predvsem) lokalnih/regionalnih živil s tržnice. Pogosta uporaba posebnih sestavin.</i> |
| SVEŽINA | <i>Živala so sveža. Ni znakov uporabe predpripravljenih in zmrznjenih hrane.</i> |
| SEZONSKA PONUDBA | <i>Nekatere jedi se menjavajo sezonsko.</i> |
| PRIPRAVA-UPORABLJENE KUHARSKE TEHNIKE | <i>Kompleksne tehnike kuhanja; trud več kuharjev, kako bi zagotovili kakovostno pripravo in a la minute postrežbo. Tisto, kar ne pripravijo v svoji kuhinji, dobavljajo preko visoko specializiranih dobaviteljev. Predstavljajo majhen del ponudbe in jih gosti ne zaznavajo. Tehnike, uporabljene pri pripravi in kuhanju, zahtevajo uveljavljenega kuharja.</i> |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| Vrhunske restavracije | RAZLAGA POSAMEZNIH KRITERIJEV |
|-----------------------------------|---|
| TEMPERATURA | <i>Temperatura jedi je prava. (vroča jed vroča, hladna pa hladna)</i> |
| PIJAČA | <i>Kakovost in raznovrstnost ponudbe pijač. Kako se ponudi voda? Ali ponudijo vodo brezplačno? V boljših restavracijah se ponavadi ponudijo: voda z mehurčki in brez kot tudi raznovrstna vina (glede na poreklo, kakovost, ceno, način pridelave, dostopnost itn.)</i> |
| STORITEV | |
| REZERVACIJA/ODZIV PO TELEFONU | <i>Po telefonu odgovarjajo po pravih poslovnega bontona. Podrobno razložijo gostu vse, kar ga zanima in se mu zahvalijo na koncu pogovora.</i> |
| PRIHOD/ POZDRAV GOSTA | <i>Pozdrav je takojšen in uglajen. Če je potrebno počakati, se gosta napoti na sedež, kjer lahko počaka. V tem primeru se ponudi aperitiv.</i> |
| INFORMACIJA O ČAKANJU | <i>Gosta se obvesti o zamudi, pri čemer so dovoljene minimalne zamude pri sprejemu gostov. Če do zamude pride, se zaposleni prilagodi in pripravi primerno mizo brez zapletov za gosta.</i> |
| POSEDANJE | <i>Zaposleni pričaka gosta pri vhodu in ga pospremi k mizi. Pomaga gostu pri garderobi (s plašči, vrečami ali paketi). Račun in pijača iz bara se prenese na restavracijo brez dodatnih zapletov. Uglajena asistenca, ki vključuje tudi premikanje stolov ali mize.</i> |
| POSTAVLJENOST MIZE | <i>Miza je vnaprej pripravljena.</i> |
| VROČITEV JEDILNEGA LISTA IN KARTE | <i>Jedilnik in vinska karta se vročita v primernem času.</i> |
| PRIPOROČANJE/POZNAVANJE PONUDBE | <i>Zelo podrobno poznajo vso ponudbo.</i> |
| STREŽBA HRANE IN PIJAČE | <i>Visok nivo pozornosti in želje, da se gostu</i> |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| <i>Vrhunske restavracije</i> | <i>RAZLAGA POSAMEZNIH KRITERIJEV</i> |
|---|--|
| | <i>ugodi. Konsistentno presegajo gostova pričakovanja na izreden, zelo uglajen način. Najmanj dva presežka v obliki dodatnih presenečenj kot je kuharjeva predjed ali kakšno presenečenje pri koncu obeda. Natakar z dobrim poznavanjem vin postreže vino.</i> |
| <i>ODNAŠANJE Z MIZE</i> | <i>Z mize se odnaša sproti.</i> |
| <i>REŠEVANJE PRITOŽB GOSTA</i> | <i>Pritožbe se rešujejo na primeren in diskreten način. Gostu se ponudi druga jed ali pa se jed, s katero je bil nezadovoljen, ne zaračuna.</i> |
| <i>PLAČEVANJE</i> | <i>Zaposleni počaka gostovo željo, da plača račun. Prezentacija računa je skladna s konceptom restavracije. Poravnava računa je diskretna.</i> |
| <i>ODHOD GOSTA</i> | <i>Pozdrav gostom ob njihovem odhodu in vljudno povabilo za ponoven obisk.</i> |
| <i>UREJENOST ZAPOSLENIH</i> | <i>Zaposleni so urejeni in čisti.</i> |
| <i>PRIJAZNOST</i> | <i>Prisrčnost na vseh nivojih; z višjim rangom se to povečuje. Ali osebje premore uglajenost?</i> |
| <i>ODZIVNOST</i> | <i>Povsod in na vseh nivojih. Hitrost izvajanja storitve.</i> |
| <i>ZNANJE</i> | <i>Ali je osebje poučeno o ponudbi hrane in pijače v restavraciji? Kako učinkovito in uglajeno podajajo informacije? Ali je osebje usposobljeno, da ustreže potrebam gosta?</i> |
| <i>MOŽNOST/ŽELJA DA UGAJAJO POSEBNIM GOSTOM</i> | <i>Ali bo kuhar naredil spremembe na meniju, da bi zadovoljil posebne želje glede okusa, zdravja ali želje gosta, in ali bi osebje ugodilo posebnim zahtevam gosta?</i> |
| <i>KOMUNIKACIJA Z GOSTOM</i> | <i>Pravilna verbalna/neverbalna komunikacija. Drža. Distanca med zaposlenim in gostom.</i> |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| <i>Vrhunske restavracije</i> | <i>RAZLAGA POSAMEZNIH KRITERIJEV</i> |
|--|--|
| | <i>Poznavanje tujih jezikov.</i> |
| <i>OSEBNI ODNOS</i> | <i>Ali zaposleni komunicirajo z gostom še o drugih temah, razen naročilu?</i> |
| <i>UREJENOST RESTAVRACIJE</i> | |
| <i>DOSTOPNOST RESTAVRACIJE</i> | <i>Restavracija je lahko dostopna in primerno označena.</i> |
| <i>UREJENOST OKOLICE</i> | <i>V okolici restavracije ni znakov neurejenosti. Restavracija ima urejen vrt in prostor za kadike.</i> |
| <i>LOUNGE/ČAKALNICA</i> | <i>Prostori so luksuzni in prav posebno opremljeni.</i> |
| <i>INTERIER RESTAVRACIJE</i> | <i>Posebni detajli in dekorativni elementi, ki ustvarjajo izredno in edinstveno vzdušje.</i> |
| <i>POHIŠTVO</i> | <i>Visoka kakovost pohištva ustvarja sofisticirano vzdušje. Prestižna oprema in materiali so zelo kakovostni.</i> |
| <i>CVETJE</i> | <i>Sveže cvetje in rastline so del dekoracije.</i> |
| <i>TISKANI MATERIALI</i> | <i>Ekskluzivno v vseh elementih tiskanja, sloga in opisa, ki daje izreden in edinstven učinek.</i> |
| <i>MIZA/NAMIZNI PRTI /NAMIZNO PERILO</i> | <i>Najboljša kakovost namiznih prtov iz najbolj kakovostnega lana in bombaža. Vtis, da je pravkar zlikano in brez gub.</i> |
| <i>NAMIZNI PRIBOR</i> | <i>Uporaba raznovrstnega in edinstvenega pribora kot del celotne prezentacije.</i> |
| <i>JEDILNI PRIBOR</i> | <i>Najboljše kakovosti, kot npr. 18/10 ali 18/8 težkega nerjavečega jekla. Visoko poliran pribor.</i> |
| <i>STEKLO</i> | <i>Koordiniran, najboljše kakovosti in upošteva vse vidike postrežbe pijače.</i> |
| <i>STOLI/KLOPI/BARSKI STOLI</i> | <i>Zelo obloženo sedišče in nahrbtni del za dodatno udobje.</i> |
| <i>DODATKI NA MIZI</i> | <i>Koordinirano na način, da nudi poseben in enkraten učinek.</i> |
| <i>PARKIRIŠČE</i> | <i>Ali ima restavracija urejevo parkiršče za goste? Ta element se lahko odšteje za lokale v centru</i> |

ZNAK KAKOVOSTI LJUBLJANSKEGA TURIZMA 2012

| <i>Vrhunske restavracije</i> | <i>RAZLAGA POSAMEZNIH KRITERIJEV</i> |
|--|---|
| | <i>mesta, kjer so možnosti parkiranja omejene.</i> |
| <i>DOSTOP ZA INVALIDE</i> | <i>Ali je možen dostop invalidom? Ali je možen dostop z otroškim vozičkom?</i> |
| <i>DOSTOPNOST MIZE</i> | <i>Ali ima gibanje gostov in osebja vpliv na izkušnjo gosta? Ali je dostop do mize za osebje primeren in ali ima gost primerno zasebnost?</i> |
| <i>TEMPERATURA PROSTORA IN VENTILACIJA</i> | <i>Ali je temperatura primerna in ali je prostor dobro prevetren?</i> |
| <i>OSVETLITEV</i> | <i>Je dovolj svetlobe oziroma ali je prijetna in zadostna?</i> |
| <i>GLASNOST/GLASBA/ZABAVA</i> | <i>Ali glasnost ustreza tipu restavracije? Ali se je možno pogovarjati?</i> |
| <i>ZASEDENOST KAPACITET</i> | <i>Kako zasedenost (prezasedenost ali nezadostna zasedenost) vpliva na izkušnjo gosta?</i> |
| <i>TOALETNI PROSTORI</i> | <i>Ali so zadostni? Ali so na nivoju izgleda in urejenosti cele restavracije, ali so enostavno dostopni, dobro oskrbljeni, in ali so dobro vzdrževani in čisti?</i> |
| <i>PONUDBA ZA OTROKE</i> | <i>Ali imajo posebno ponudbo za otroke? Ali imajo dodatno opremo za otroke in igrala?</i> |

Predstavljeni kriteriji se podrobneje prediskutirajo in uskladijo z ocenjevalci v sklopu delavnic za pripravo na ocenjevanje.