

Vysoká škola hotelová v Praze

Katedra hotelnictví

Řízení gastronomického provozu

Studijní opora pro kombinovanou formu studia

Ing. Blanka Zimáková

ISBN 978-80-87411-77-3

2017

Výuka předmětu „Řízení gastronomického provozu“

v kombinovaném studiu

Výuka probíhá ve třech modulech, celkem 15 hodin (5 – 5 – 5)

Předmět je zakončen zkouškou (celkem 4 kredity)

Garant předmětu: Ing. Blanka Zimáková

Přednášející: Ing. Blanka Zimáková

Zkoušející: Ing. Blanka Zimáková

1.1 Úvodní tutoriál

1.1.1 Průvodce kurzu

Obsahová náplň předmětu

1. Vývoj gastronomie, gastronomické pojmy, formy společného stravování, způsoby provozování
2. Stravovací úsek v hotelu, organizace, samostatný restaurační podnik, pracovníci
3. Nákupní a skladovací činnost, skladování zboží a surovin
4. Výrobní středisko, výrobní program, trendy ve výrobě
5. Prodejní a odbytová činnost, formy nabídky, jídelní a nápojový lístek, menu
6. Banketní a cateringová činnost – příprava a realizace akce
7. Cenová politika v gastronomii, kalkulace, vyúčtování s hostem, EET
8. Kvalita služeb v gastronomii a její řízení
9. Hygiena v gastronomii – legislativa, HACCP, BOZP, kouření v gastronomii
10. Podpora prodeje v gastronomii. Kontrolní činnost v gastronomii
11. Profesní sdružení

12. Oceňování gastronomických podniků, gastronomické koncepty

Studijní literatura

Základní:

ZIMÁKOVÁ,B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, čtvrté – upravené vydání, 180 s., 2011, Tribun Brno, ISBN 978-80-87411-28-5

Doporučená:

BUREŠOVÁ,P; ZIMÁKOVÁ,B; ČERTÍK,M; HÁN,J: Vybrané kapitoly z hotelnictví a gastronomie, svazek první Gastronomické služby, první vydání, 156 s., 2014., Praha, Wolters Kluwer, ISBN 978-80-7478-498-9.

BUREŠOVÁ,P; ZIMÁKOVÁ,B: Gastronomické služby-servis, skripta VŠH, třetí vydání Praha 2016, ISBN 978-80-87411-80-3

METZ,R; GRUNER,H; KESSLER,T.: Restaurace a host, EUROPA-SOBOTÁLES cz., Praha 2008, ISBN 978-80-86706-18-4

Odborné časopisy: COT, Minutka, Gastronomická revue, Hotel Revue

Cíle výuky předmětu

Po úspěšném aktivním absolvování výuky:

- a) Student získá přehled o gastronomickém provozu s hlavním zaměřením na jeho výrobní a odbytovou část. Seznámí se s vývojem pohostinství, s jeho formami, organizací gastronomických podniků a s různými způsoby provozování.

- b) Student bude umět vysvětlit a používat odborné gastronomické termíny, bude připraven na řízení gastronomického podniku včetně organizování práce a vedení provozních pracovníků. Dokáže vytvořit kalkulaci pokrmů, připravit plán výroby a odbytu, zajistit potřebné zboží a suroviny, zajistit přípravu pracoviště, obsluhu hostů včetně vyúčtování, sestavit nabídku pokrmů a nápojů pro gastronomický provoz a vytvořit menu. Student zvládne vést obchodní jednání s klienty, bude umět připravit nabídku a zajistit realizaci jakékoliv gastronomické akce po stránce provozní i personální. Mezi získané dovednosti patří také sledování prodejnosti pokrmů a nápojů,

provádění analýz prodeje, řízení kvality poskytovaných služeb a činnosti související s podporou prodeje v gastronomii.

- c) Student bude schopen řídit a organizovat gastronomický provoz v hotelu, samostatný restaurační podnik nebo provozovnu institucionálního stravování. Student by měl být schopen kompletně zorganizovat, zajistit a realizovat gastronomické akce všeho druhu. Předpokladem je také získávání praktických zkušeností v oboru gastronomie v průběhu studia.

Požadavky ke zkoušce

Předmět Řízení gastronomického provozu je zakončen písemnou a ústní zkouškou. Předpokladem pro její složení je:

- aktivní účast na výuce v jednotlivých modulech
- prostudování základní literatury a studijní opory
- zpracování případové studie

1.1.2 Organizace studia

Výuka předmětu „Řízení gastronomického provozu“ je rozdělena na kontaktní a distanční část a probíhá ve třech modulech. Kontaktní výuka (15 hodin) je realizována v rámci tří soustředění, jde o 5 + 5 + 5 hodin přímé výuky. V každém soustředění se uskuteční výuka jednoho modulu, který tvoří dvě povinné části: „**tutoriál**“ a „**průvodce studiem**“ .

Převážná část kombinované formy studia u předmětu Řízení gastronomického provozu má sice distanční formu, avšak z hlediska pedagogického přístupu ke studentům a jejich možnostem spolupracovat s vyučujícím (tutorem) jde o výuku průběžnou. Na tutoriálech a ve studijních materiálech jsou zadávány úkoly, jejichž splněním student dokládá průběžnost svého studia. Komunikace s vyučujícím je zajištěna elektronicky přes internet (zimakova@vsh.cz) a v průběhu semestru může student využít také konzultační hodiny učitele. V případě problémového tématu má student možnost navštívit přednášky či semináře prezenčního studia. Pokud studentovi nestačí nebo nevyhovuje konzultace prostřednictvím

výukového prostředí (IS) nebo konzultace telefonická, má možnost si domluvit individuální či kolektivní konzultaci. Administrativu studia zajišťuje příslušná referentka studijního oddělení, známky zapisuje do IS a do indexu garant předmětu. Všechny kontakty mezi učitelem a studentem probíhají v rámci informačního systému VŠH.

Časový harmonogram výuky a obsahové zaměření modulů

1. modul (únor) – Vývoj gastronomie, gastronomické pojmy, organizace F&B, pracovníci, nákupní a skladovací činnost, výrobní středisko (téma 1 – 4)
2. modul (duben) – Prodejní a odbytová činnost, nabídka, banketní a cateringové služby, cenová politika, EET, kvalita služeb (téma 5 – 8)
3. modul (květen) – Hygiena, BOZP, podpora prodeje v gastronomii, kontrolní činnost, oceňování gastronomických podniků, gastronomické koncepty (téma 9 – 12)

Způsob práce v tutoriálech

Na **úvodním tutoriálu** na začátku semestru jsou studenti seznámeni v rámci tzv. průvodce kurzem s obsahem předmětu, s časovým rozvržením výuky jednotlivých tématických okruhů, s místem předmětu ve studijním plánu oboru, s povinnou a doporučenou literaturou, s cílem výuky a s požadavky ke zkoušce. Je vysvětlen přístup k tzv. studijním oporám (studijní materiály, metodické listy) a způsob odevzdávání kontrolních úkolů (testů) v informačním systému VŠH. Studentům je vysvětlen a objasněn způsob hodnocení kontrolních úkolů a termíny jejich odevzdávání. Je probrána celková organizace výuky.

Na **průběžném tutoriálu** (uprostřed semestru) učitel vyhodnocuje dosavadní práci studentů. Studenti musí zaslat vyřešené úkoly elektronicky vždy před zahájením jejich týdne konzultací. Učitel upozorní na závažné nedostatky a v případě potřeby obtížná témata ještě znova vysvětlí.

Na **závěrečném tutoriálu** na konci semestru učitel vyhodnotí uložené úkoly z minulého tutoriálu a práci studentů za celý semestr. Upozorní na problémové otázky tématických okruhů ke zkoušce. Podle potřeby proběhne společná konzultace. Studenti jsou seznámeni s časovým harmonogramem (termíny) zkoušky.

Průvodce studiem

V této kontaktní části studia je proveden metodický výklad (přednáška) daného tématického celku. Studenti jsou seznámeni s tím, co mají studovat z povinné literatury (pro studenty musí být k dispozici), jaká úskalí je čekají při samostudiu a jak jim bude učitel pomáhat při vlastním studiu. Velká pozornost je věnována práci studentů se studijními oporami, které nahrazují bezprostřední kontakt s vyučujícím na cvičeních (seminářích). Studijní opory jsou připraveny pro každý tématický okruh (kapitolu učebnice). Jejich součástí jsou cíle, úvod, vlastní výklad tématu, shrnutí vyložené problematiky, klíčové pojmy, úkoly k zopakování a procvičení, odkazy na další studijní zdroje a hodnocení. Studijní opora je vložena v informačním systému do části „**studijní materiály předmětu**“ (předmět ŘGP).

Při studiu předmětu Řízení gastronomického provozu využívá student tyto zdroje:

- metodický výklad učitele, který vychází z předepsané učebnice
- kontaktní výuku v rámci tutoriálu a samostudia
- předepsanou učebnici a další doporučené metodické materiály

1. modul = 5 hodin

1.2 Průvodce studiem 1. modulu „Vývoj gastronomie, gastronomické pojmy, organizace F&B, pracovníci, nákupní a skladovací činnost, výrobní středisko“

Modul tvoří čtyři tematické okruhy. Každý okruh je probírán samostatně, jako kapitola v učebním materiálu:

1. Vývoj gastronomie, gastronomické pojmy, formy společného stravování, způsoby provozování.
2. Stravovací úsek v hotelu, organizace, samostatný restaurační podnik, pracovníci
3. Nákupní a skladovací činnost, skladování zboží a surovin
4. Výrobní středisko, výrobní program, trendy ve výrobě

Výklad vychází ze základní učebnice ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011, ISBN 978-80-87411-28-5

U každého probíraného okruhu je uvedena kapitola nebo její část, kterou musí studenti v rámci samostatné přípravy prostudovat. Odkazy použité v textu se vztahují k uvedené učebnici.

1. kapitola: Vývoj gastronomie, gastronomické pojmy, formy společného stravování, způsoby provozování, klasifikace

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s vývojem pohostinství v České republice, s trendy v gastronomii
- s gastronomickými pojmy – společné stravování, pohostinství, gastronomie, gastronomické služby
- s formami společného stravování – stravování restaurační a institucionální – charakteristika forem
- se způsoby provozování gastronomických podniků, členění – klasifikace

Klíčová slova

Pohostinství, gastronomie, gastronomické služby, restaurační a institucionální stravování, gastronomický podnik, formy provozování, kategorie

Úvod

Pohostinství a hotelnictví, které tvoří nedílnou součást cestovního ruchu, se postupně zařazuje mezi významné obory ve všech vyspělých ekonomikách. Pohostinství v České republice se rozvíjí ruku v ruce s rozvojem obchodu, dopravy, kultury, vědy a techniky, lázeňství a jeho vývoj samozřejmě souvisí s celkovým rozmachem země. České pohostinství, jehož tradice se začala formálně tvořit od roku 1918, mělo ve světě vždy dobré jméno a i dnes patří mezi nejvyspělejší na světě. Soukromé hospodaření bylo po dobu čtyřiceti let nahrazeno socialistickým zřízením a až po roce 1989 došlo k opětovnému a poměrně rychlému návratu k soukromému podnikání. Celkový vývoj pohostinství byl a neustále je značně ovlivňován mnoha faktory.

Pojem pohostinství a společné stravování byl z velké části nahrazen mezinárodním pojmem gastronomie, vedle restauračních forem stravování se úspěšně rozvíjí také stravování institucionální (školní, firemní, nemocniční).

Sít' gastronomických podniků je i přes vstup zahraničních subjektů stále tvořena převážně malými tuzemskými podniky, z nichž většina patří mezi tzv. mikropodniky. Z hlediska forem provozování převažují fyzické osoby. Vedle samostatných a nezávislých podnikatelů dnes již však není ojedinělý ani franchizing. Tato forma je uplatňována více u provozoven rychlého občerstvení, tzv. fast food. Každý podnikatel se sám dle vlastního uvážení zařadí do příslušné kategorie, označit provozovnu zvenčí je zákonná povinnost.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skriptá VŠH Praha, 2011; kapitola 1; 2 a 3 (mimo 3.4)

Vývoj pohostinství v ČR: Pohostinství je nedílnou součástí cestovního ruchu. Jeho rozvoj je úzce spojen s rozvojem ostatních odvětví a s celkovým rozvojem země. České pohostinství má historicky dlouhou tradici, která se formálně začala tvořit od roku 1918. Je to období rozmachu a rychlého rozvoje soukromého podnikání. Období druhé světové války představuje velký útlum a dlouhodobou krizi. Dalším mezníkem ve vývoji pohostinství je rok 1948, kdy došlo k likvidaci soukromého podnikání, gastronomické podniky byly ve státním (RaJ,

Interhotely) a družstevním vlastnictvím (Jednota, Včela). Návrat k soukromému podnikání nastal až po roce 1989. Část gastronomických podniků se dostala prostřednictvím restitucí zpět do rukou původním vlastníkům, došlo poměrně rychle k privatizaci, síť gastronomických podniků rychle vzrostla.

Další vývoj pohostinství je ovlivňován mnoha faktory, mezi které např. patří: otevření mnoha nových restauračních podniků; značně vzrostl počet pracovníků působících v gastronomických službách; mění se vybavenost provozoven zaváděním nových technologií; do oblasti služeb včetně gastronomie vstupují zahraniční investoři; objevují se nové způsoby provozování; velké změny nastaly v oblasti zásobování; mění se vztah mezi nabídkou a poptávkou; roste konkurence; zákazník se stává náročnějším, rostou jeho požadavky na kvalitu; objevují se nové formy komunikace; pozornost musí být věnována také marketingu.

Gastronomie, gastronomické služby: Častěji, než výraz pohostinství a společné stravování je v dnešní době používán mezinárodně srozumitelný termín gastronomie. Existuje několik definic, které podstatu slova vystihují. Gastronomické služby můžeme definovat jako kombinaci hmatatelného výrobku (jídlo a pití) a nehmatatelné služby, která se pohybuje podle rozsahu a kvality služeb v různých poměrech.

Formy společného stravování: Společné stravování se vyskytuje ve formě *restaurační* (dříve veřejné) a ve formě *institucionální* (dříve uzavřeně). Pro institucionální formu lze použít také výraz stravování systémové nebo účelové.

Způsoby provozování gastronomických podniků: Síť gastronomických podniků je více než z 98 % procent tvořena malými a často nezávislými podniky. Průměrný podnik má čtyři pracovníky. Nezávislý podnik je provozován samostatně, nezávisle na jiném subjektu. Některé podniky jsou součástí tuzemského či zahraničního gastronomického řetězce – řetězec podnik vlastní nebo sám řídí pronajatý podnik, dále mohou být uzavřeny smlouvy o řízení a v poslední době je v gastronomii rozšířeno také řízení podniku na základě smlouvy o franchisingu.

Kategorizace a klasifikace: Hostinská činnost patří podle zákona o živnostenském podnikání mezi živnosti ohlašovací. Živnostenské úřady nemohou určovat provozovatelům živností ani typ restauračního zařízení ani rozsah poskytovaných služeb. V současné době neexistuje

jednotná a pro všechny závazná klasifikace. Každý podnikatel se zařadí do některé kategorie sám podle vlastního uvážení. Vnější označení provozovny na viditelném místě je však ze zákona o ŽP povinné. Gastronomické provozovny restauračního typu podle statistické metodiky EU (Eurostat) se dělí na dvě skupiny - „Restaurace“ a „Bary“. Každá skupina se ještě člení na další kategorie.

Shrnutí kapitoly

Pohostinství prošlo v průběhu let svým vývojem a jeho další vývoj je ovlivňován mnoha faktory. Společné stravování se v současné době vyskytuje buď ve formě restauračního stravování nebo stravování institucionálního. V gastronomii převažují malé a nezávislé podniky, provozované fyzickými osobami na základě živnostenského oprávnění (hostinská činnost). Některé podniky jsou součástí tuzemských nebo i zahraničních řetězců. Přestože v ČR není v gastronomii povinně používána jednotná klasifikace, každý provozovatel musí ze zákona o ŽP provozovnu zvenčí na viditelném místě označit.

Pojmy k zapamatování

Gastronomie, gastronomické služby, restaurační forma stravování, stravování institucionální (systémové), nezávislý podnikatel, tuzemský a zahraniční řetězec, franchising, klasifikace – kategorie, označení provozoven

Úkoly k zopakování a procvičení

Úkoly k procvičení a k zopakování probrané látky jsou uvedeny za čtvrtou kapitolou a jsou určeny pro všechny kapitoly společně, tj. pro celý 1. modul.

2.kapitola: Stravovací úsek v hotelu, organizace, samostatný restaurační podnik, pracovníci

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s organizační strukturou velkého a malého hotelu a samostatného restauračního podniku
- se členěním stravovacího úseku – výrobní a odbytová část
- s pracovními funkcemi a náplněmi práce pracovníků stravovacího úseku

Klíčová slova

Organizační struktura, stravovací úsek, výrobní a odbytová část, pracovníci stravovacího úseku

Úvod

Úkolem organizační struktury je co nepřesněji a srozumitelně vyjádřit dělbu práce, rozdělení pravomocí a odpovědností, vztahy nadřízenosti a podřízenost. Jedná se výlučně o vnitřní záležitost podniku. Organizace bude jednodušší u malých podniků, kde dochází k větší kumulaci funkcí a nevzniká potřeba zřizovat mnoho organizačních stupňů.

Stravovací úsek zahrnuje část výrobní (kuchyně a sklady) a část odbytovou. Každá část se dále dělí na střediska a pracoviště.

Počet řídicích a výkonných pracovníků a jejich zařazení do příslušné funkce je v jednotlivých gastronomických podnicích odlišné. Rozhodující je zpravidla velikost podniku, druh a počet středisek, rozsah poskytovaných služeb a způsob provozování.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011; kapitola 4 celá; 5.1; 5.2 a 5.4.1

Organizační struktura hotelového nebo restauračního podniku by měla být jednoduchá, přehledná a každému srozumitelná. Cílem organizace je vytvořit takovou strukturu, kde budou jednotlivé činnosti vzájemně koordinovány a budou zároveň vytvářeny srozumitelný celek. Je třeba vždy vymezit: dělbu práce, spolupráci jednotlivých celků (úseky, střediska,

pracoviště), vztahy podřízenosti a nadřízenosti a vymezit rozhodovací pravomoci. Organizační struktura gastronomických podniků je vnitřní záležitostí každého provozovatele (majitele) a může být i značně odlišná. U velkých hotelových podniků je nezbytné vytvoření úseků (nejčastěji: stravovací úsek, ubytovací úsek, technický úsek, finanční úsek, personální úsek, obchodní a marketingový úsek), které se dále člení na střediska a pracoviště. V malých podnicích dochází velmi často ke kumulaci funkcí, úzká zaměřenost není z provozních ani z ekonomických důvodů možná. Organizace každého podniku závisí především na druhu a velikosti podniku, na jeho zaměřenosti a na rozsahu poskytovaných služeb. Každý pracovník by měl být s organizační strukturou seznámen a měl by vědět, kde je jeho místo. Příklad organizačního schéma malého a velkého hotelu je uveden ve skriptech na str. 41 a 42.

Stravovací úsek (Food & Beverage Management) rozdělujeme zpravidla na část **výrobní** a část **odbytovou**. Výrobní středisko (kuchyně) se člení na: hlavní kuchyň (teplá kuchyň, varna), studenou kuchyň, cukrárnu, pekárnu, umyvárnu, přípravny (hrubé a čisté) a příruční sklady. Jednotlivé části mohou, ale ne vždy musí být stavebně odděleny. Mezi odbytová střediska v hotelu např. patří: restaurace, kavárna, vinárna, lobby bar, room service, banketní oddělení.

Počet a velikost odbytových středisek opět záleží na velikosti hotelu, na jeho zaměření a rozsahu poskytovaných služeb.

Stravovací úsek řídí **Food & Beverage Manager** (vedoucí stravovacího úseku). V menších podnicích se stále používá zažitý výraz „provozní“. Pracovníky stravovacího úseku můžeme rozdělit na pracovníky výrobní a odbytové části. Příklad pracovních pozic v odbytové části: Asistent vedoucího stravovacího úseku (asistent F&B Managera), vedoucí střediska (Restaurant Manager, Banqueting Manager, Coffee Manager, Catering Manager, ...), vedoucí směny (Supervisor), číšník, servírka, barman, sommelier. Mezi pracovníky výrobní části patří: Vedoucí výrobního střediska (Executive Chef), šéfkuchař (Sous Chef, Pastry Chef), kuchař, cukrář, kalkulantka, pomocná kuchařka, pomocná síla, pracovníci umývárny.

Shrnutí kapitoly

Organizační struktura je vnitřní záležitostí každého podniku, není všude stejná. V menších podnicích je jednodušší, dochází zde často ke kumulaci jednotlivých funkcí. Organizační

struktura by měla být vždy přehledná, srozumitelná a každý pracovník by měl s ní být seznámen. Závisí na velikosti podniku, jeho zaměření a rozsahu poskytovaných služeb. Stravovací úsek se dělí na část výrobní a odbytovou. Podle potřeby jsou zřizovány pracovní funkce. Ke každé pracovní pozici musí být vypracována pracovní náplň, každý pracovník musí vědět, do jakého střediska patří, kde je jeho pracoviště, kdo je jeho nadřízený a podřízený.

Pojmy k zapamatování

Organizační struktura, stravovací úsek (F&B Management), rozdělení výrobní a odbytové části, Food&Beverage Manager, pracovní pozice ve výrobní a odbytové části.

Úkoly k zapamatování a procvičení

Úkoly k procvičení a k zopakování probrané látky jsou uvedeny za čtvrtou kapitolou a jsou určeny pro všechny kapitoly společně, tj. pro celý 1. modul.

Další studijní zdroje

Organizační schéma malých a velkých hotelů nebo restauračních podniků – dostupné na internetových stránkách zvolených hotelů, restauračních nebo cateringových společností. Využijte a zhodnoťte organizační strukturu (schéma) podniku, ve kterém pracujete.

3. kapitola: Nákupní a skladovací činnost, skladování zboží a surovin

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s možnostmi a způsoby zajišťování zboží a surovin

- se skladováním zboží a surovin

Klíčová slova

Suroviny a zboží, sklady – druhy skladů, evidence – dodací list, skladová karta, příjemka, převodka, metoda FIFO

Úvod

Úkolem nákupu je zajistit suroviny a zboží v potřebném množství a kvalitě tak, aby byl zajištěn plynulý a bezporuchový provoz a zároveň byly respektovány ekonomické, technické, ekologické a sociální požadavky firmy. Pozornost je nutno věnovat výběru dodavatele, ale i způsobu objednávání zboží.

Dodané zboží je po jeho příjmu uloženo do příslušného skladu nebo je dodáno přímo do výrobního či odbytového střediska. Skladování zboží a surovin musí odpovídat hygienickým požadavkům.

Zodpovědný pracovník vede předepsanou evidenci související s objednáváním a skladováním zboží a s jeho následným výdejem.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011; kapitola 5.3.

Zboží a suroviny pro gastronomický provoz je **možné zajišťovat mnoha způsoby** – osobní nákup, písemnou, telefonickou či elektronickou objednávkou, stálé pravidelné objednávky (pečivo), prostřednictvím obchodních zástupců a v poslední době se můžeme setkat i s aukcemi.

Za účelem zajištění zboží a surovin můžeme s dodavatelem předem uzavřít smlouvu, povinnost vyplývající z legislativy to však není. **Výběru dodavatele** je třeba věnovat patřičnou pozornost, je vhodné si ověřit a posoudit především: sortiment a inovace nabídky,

ceny zboží a surovin, schopnost dodavatele dodržet své závazky, termíny dodávek, způsob dopravy, pružnost, formy plateb, záruční lhůty, dodržování hygienických požadavků, reference, certifikace. Podniky provozované na základě franchizingu někdy musí využívat určených smluvních dodavatelů. Vždy by to však mělo být pro ně výhodné.

Zajištění zboží a surovin má zpravidla na starosti nákupčí nebo referent zásobování, který zpravidla je podřízen F&B managerovi. V menších provozech si suroviny a zboží zajišťuje a objednává přímo šéfkuchař, pracovník odbytu nebo přímo vlastník.

Suroviny a zboží se ukládají podle jednotlivých komodit do příslušných skladů nebo jsou dodány přímo do příslušného výrobního či odbytového střediska. **Sklady** musí odpovídat hygienickým i technickým podmínkám. Rozlišujeme tyto sklady: suché, chladné, chlazené, mrazicí boxy, sklady obalů, sklady čisticích prostředků, sklady prádla, inventáře, sklady odpadů (olej, biologický odpad). Při skladování je třeba uplatňovat tzv. **metodu FIFO** (first in, first out). V opačném případě by mohlo dojít k situaci, že budeme z regálů odebírat čerstvé zboží a zboží staršího data zůstane ve skladu. Vzniká tím nebezpečí, že budeme skladovat zboží s prošlou záruční lhůtou.

Odběr zboží se provádí za přítomnosti dodavatele podle **dodacího listu**. Pak následuje příjem zboží do skladu. Evidence je vedena na **skladové kartě**. Výdej zboží se uskutečňuje podle **žádanky a výdejky**. K převodu zboží mezi středisky se používá tzv. **převodka**.

Shrnutí kapitoly

Zajišťovat zboží a suroviny pro gastronomický provoz je možné mnoha způsoby. Je třeba věnovat pozornost výběru dodavatele a nenakupovat pod časovým tlakem. Každé zboží by mělo být řádně a včas uloženo do skladu nebo předáno přímo do provozu. Skladování zboží a surovin musí odpovídat požadavkům výrobce (záruční doba, teplota skladování) a hygienickým požadavkům. Na každé zboží musíme mít doklad o nákupu – dodací list, paragon. V zájmu přehledu je potřebné a vhodné vést evidenci o zboží a surovinách – skladové karty.

Pojmy k zapamatování

Možnosti a způsoby zajišťování zboží surovin, kritéria pro výběr dodavatele, druhy skladů, metoda skladování FIFO, skladová evidence.

Úkoly k zapamatování a k procvičení

Úkoly k procvičení a k zopakování probrané látky jsou uvedeny za čtvrtou kapitolou a jsou určeny pro všechny kapitoly společně, tj. pro celý 1. modul.

4. kapitola: Výrobní středisko, výrobní program, trendy ve výrobě

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s řízením výrobní činnosti
- s plánováním výroby – s výrobním programem
- s trendy ve výrobě

Klíčová slova

Výrobní středisko, výrobní plán, trendy ve výrobě, convenience

Úvod

Výroba pokrmů se uskutečňuje ve výrobním středisku, v kuchyni. Za výrobu a plynulý chod výrobního střediska zodpovídá vedoucí výrobního střediska popř. šéfkuchař. Výroba se uskutečňuje podle výrobního plánu, který zahrnuje určení co budeme vyrábět (sortiment), kolik porcí budeme připravovat a určení potřeby surovin.

Výroba je ovlivňována mnoha faktory. Většina provozoven uplatňuje při přípravě pokrmů mnoho trendů, které znamenají odlišení se od ostatních, přizpůsobení se požadavkům zákazníků, využívání nových technologií a technologických postupů a v neposlední řadě také vedou k usnadnění práce. V poslední době se rozšířila nabídka a používání konvencí.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011; kapitola 5.4

Příprava a výroba pokrmů a jejich výdej probíhá ve **výrobním středisku** – v kuchyni. Výroba v gastronomii v restauračních formách zpravidla znamená širší sortiment a menší objem výroby. V institucionálním stravování toto však neplatí, zde může být připravováno denně několik set až několik tisíc porcí, přičemž sortiment nebývá tak široký.

Za plynulý a bezporuchový chod výrobního střediska zodpovídá **vedoucí výroby**, popř. šéfkuchař, který je přímo podřízen F&B managerovi nebo přímo řediteli. Řízení a organizace práce ve výrobním středisku zahrnuje mnoho činností, mezi které patří: příprava pracoviště, kontrola pracovníků (osobní hygiena, vlastní práce), dodržování hygieny a čistoty ve výrobním středisku, zajištění zboží a surovin včetně sledování hospodárnosti, vlastní příprava a výroba pokrmů, výdej pokrmů, sledování kvality (receptury, teploty, úprava) a také vytváření nabídky (jídelní lístek, menu).

Výroba pokrmů ve výrobním středisku se řídí **výrobním plánem**. Výrobní plán určuje, **co se bude vyrábět** (sortiment), **kolik porcí** od každého druhu se bude připravovat a jaké **suroviny** je třeba pro výrobu zajistit. Základním východiskem pro výrobní plán je: jídelní lístek (sortiment) a menu, předem objednané akce, obsazenost hotelu, sledování prodejnosti a oblíbenosti pokrmů (některé pokrmy se prodávají více, u některých je poptávka z důvodu menší oblíbenosti menší), rozložení poptávky v průběhu týdne i dne, výrobní a kapacitní možnosti a v neposlední řadě jsou to i další gastronomická hlediska (sezónnost, novinky, gastronomické dny, ...). V úvahu při plánování je nutno brát někdy i počasí (sezónní podniky) a konané akce v okolí.

Potřebu surovin zjistíme z **kalkulace pokrmů**. V kuchyni je možné používat zpracované osvědčené receptury (Receptury teplých pokrmů, Receptury studených pokrmů, Receptury cukrářských výrobků, Receptury dietních pokrmů) nebo je možné si vypracovat kalkulace vlastní, což z důvodu odlišení v dnešní době převládá.

Při přípravě pokrmů je patrné uplatňování mnoha **trendů** (skripta str. 62). Vlivem dostupnosti potřebných surovin a díky široké nabídce kuchyňských technologií můžeme v relativně malém prostoru připravit velký počet pokrmů a ani není potřeba mít velké skladovací prostory. **Nové technologie** (shocker) umožňují při dodržení požadovaných podmínek prodloužení použitelnosti pokrmů, a tudíž jejich přípravu „dopředu“. Jedná se o tzv. „šokové“ nebo „vakuové“ vaření. Konvektomat v kuchyni se stal již samozřejmostí. Mezi trendy ve výrobě lze zařadit i vaření před hostem – front cooking, což představuje pro výrobní pracovníky značné změny v jejich chování a v celkovém přístupu k hostovi (větší komunikace s hostem, stále je pozorován).

V této kapitole je nezbytné se zmínit také o **konveniencích** (convenience). Jedná se o produkty určitým způsobem již předem zpracované nebo ošetřené. Tyto produkty mohou mít různou podobu – mražené, dehydrované, sterilované nebo jsou určeny přímo ke konzumaci. Sortiment těchto produktů je na trhu dostupný a je poměrně široký. Výhoda konveniencí spočívá především ve zkrácení doby přípravy, v dlouhé záruční době, není téměř žádný odpad (pouze obal), umožňují nám reagovat na nepředvídanou poptávku, jsou v prvotřídní kvalitě. Jejich využívání vede k úsporám energií i pracovních sil. Je třeba je umět však používat správným způsobem a v přiměřené míře. Jsou použitelné v restauračním i v institucionálním stravování.

Shrnutí kapitoly

Příprava pokrmů se uskutečňuje ve výrobním středisku, za jehož provoz zodpovídá vedoucí výroby, popř. šéfkuchař. Výroba pokrmů se řídí výrobním plánem. V současné době je i ve výrobě uplatňováno mnoho trendů, které vedou k ulehčení a k zjednodušení práce, znamenají odlišnou nabídku a respektování přání a požadavků zákazníků.

Pojmy k zapamatování

Výrobní plán, kalkulace pokrmů, trendy, konvenience, shocker, front cooking.

Úkoly k zapamatování a k procvičení (pro 1. modul)

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu jednotlivých kapitol. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem vašeho „sebehodnocení“. Splnění požadavků uvedených v „hodnocení“ je předpokladem pro další studium.

Varianta č.1: Kvizové otázky

1. Z hlediska velikosti převažují v gastronomii podniky
a) velké b) střední c) malé d) mikropodniky
2. Z hlediska provozování převažují v gastronomii
a) zahraniční řetězce b) tuzemské řetězce c) samostatní živnostníci d) franchizing
3. Do institucionálního stravování nepatří
a) fast food b) školní jídelna c) firemní jídelna d) menza
4. Z uvedených pozic do stravovacího úseku zpravidla nepatří
a) Room service supervisor b) Hotelová hospodyně c) Sous chef d) Sommelier
5. Stravovací úsek v hotelu zpravidla zahrnuje
a) všechny provozní části b) ubytování a stravování c) výrobu a odbyt d) bankety a obchod
6. Metoda FIFO se uplatňuje při
a) přepravě zboží b) skladování zboží c) výrobě pokrmů d) servisu pokrmů a nápojů
7. Mezi doklady související se skladováním zboží a surovin nepatří
a) účet hosta b) paragon c) dodací list d) skladová karta e) komando
8. Mezi konvenience lze zařadit
a) listové těsto b) před smažené hranolky c) čerstvě zhotovený salát d) palačinku
9. K prodloužení použitelnosti vyrobených pokrmů potřebujeme

- a) konvektomat b) shocker c) lednici d) mrazák e) delší tepelnou úpravu

10. Výrobní plán zahrnuje

- a) co, kolik a z čeho vyrobit b) kolik a pro koho vyrobit c) kdy, kde a jak vyrobit

Varianta č.2: Přiřadte k jednotlivým pojmům odpovídající vymezení

Pojmy:

1. Gastronomické služby
2. Formy společného stravování
3. Výrobní plán
4. Konvenience
5. Stravovací úsek
6. Klasifikace a kategorizace
7. Organizační struktura
8. Trendy ve výrobě
9. Označení provozoven
10. Skladová evidence

Vymezení:

- a) Výrobky se zabudovanou službou
- b) Vyplývá ze zákona o živnostenském podnikání
- c) Kombinace hmatatelného (jídlo a pití) výrobku a nehmatatelné služby (servis)
- d) Restaurace a bary
- e) Dodací list, příjemka, skladová karta, výdejka
- f) Restaurační a institucionální
- g) Úseky, střediska, pracoviště – pracovní pozice
- h) Sortiment, množství, suroviny – co, kolik, z čeho
- ch) Konvektomat, front cooking, dostupnost surovin, respektovat požadavky hosta
- i) Výrobní a odbytová část

Varianta č. 3: Pravdivé (P) a nepravdivé (N) výroky

1 Gastronomii lze chápat jako nauku zahrnující teoretickou i praktickou znalost toho, co se

- vztahuje k lidské výživě. P/N
2. Pro veřejné stravování byl dříve používán výraz stravování účelové nebo systémové. P/N
 3. V gastronomii převažují z hlediska způsobu provozování restaurační skupiny a řetězce. P/N
 4. Označení gastronomické provozovny zvenčí je ze zákona o živnostenském podnikání povinné. P/N
 5. Klasifikace a kategorizace v gastronomii je povinná a vychází z jednotné metodiky Eurostatu. P/N
 6. Vedoucí výroby může být přímo podřízen F&B managerovi nebo řediteli hotelu. P/N
 7. Smlouva s dodavatelem o dodávce zboží a surovin musí být vždy uzavřena písemnou formou, vyplývá to z legislativy. P/N
 8. Do odbytové části v hotelu nepatří room service, ale patří tam bankety a catering. P/N
 9. Systém přípravy pokrmů cook&chill umožňuje prodloužení použitelnosti pokrmů. Musíme však použít shocker. P/N
 10. Konvenience jsou produkty, které přicházejí do kuchyně již nějakým způsobem ošetřeny nebo zpracovány. Používáme pro ně také výraz produkty se zabudovanou službou. P/N

Varianta č.4: Doplňte chybějící text

Strana uvedená v závorce vás upozorňuje na správnou odpověď.

1. V případě stravování se jedná o stravování pro vymezené skupiny osob, tedy o svým způsobem formu společného stravování, která nemá vztah k cestovnímu ruchu (str. 15).
2. Struktura gastronomických podniků je tvořena z více než 98% podniky. Jsou to tzv. podnikatelé, jejichž podnik je provozován / a na jiném podniku (str. 24).
3. Odběr zboží se provádí podle (dvě slova), přičemž se sleduje druh zboží, dodané, jakost a zjevná neporušenost (s.55).
4. V posledních letech lze ve výrobě zaznamenat uplatňování mnoha nových, mezi které především patří (str. 62).

5. Anglický výraz znamená v překladu pohodlí, přiměřenost a pohodlnou přípravu (str.64).

Správné odpovědi:

Varianta č.1: 1d; 2c; 3a; 4b; 5c; 6b; 7a,e; 8a,b; 9b; 10a;

Varianta č.2: 1c; 2f; 3h; 4a; 5i; 6d; 7g; 8ch; 9b; 10e;

Varianta č.3: 1P; 2N; 3N; 4P; 5N; 6P; 7N; 8N; 9P; 10P

Varianta č.4: Správnou odpověď najdete ve skriptech na stranách uvedených v závorce

Za každou správnou odpověď získáváte 1 bod – max. 40 bodů

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení upevnění vašich znalostí získaných studiem kapitol č.1–4. Celkem můžete získat maximálně 40 bodů. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali **28–40** bodů, jste připraveni k dalšímu studiu. Jestliže jste získali **méně než 27 bodů**, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem jednotlivých kapitol, eventuelně se spojte s tutorem předmětu.

2. modul = 5 hodin

1.3 Průvodce studiem 2. modulu „Prodejní a odbytová činnost, nabídka, banketní a cateringové služby, cenová politika, EET, kvalita služeb“

Modul tvoří čtyři tématické okruhy. Každý okruh je probírán samostatně, jako kapitola v učebním materiálu:

5. Prodejní a odbytová činnost, formy nabídky, jídelní a nápojový lístek, menu
6. Banketní a cateringová činnost – příprava a realizace akce
7. Cenová politika v gastronomii, kalkulace, vyúčtování s hostem, EET
8. Kvalita služeb v gastronomii a její řízení

Výklad vychází ze základní učebnice ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011, ISBN 978-80-87411-28-5

U každého probíraného okruhu je uvedena kapitola nebo její část, kterou musí studenti v rámci samostatné přípravy prostudovat. Odkazy použité v textu se vztahují k uvedené učebnici.

Kapitola č. 5: Prodejní a odbytová činnost, formy nabídky, jídelní a nápojový lístek, menu

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s formami prodeje v gastronomii
- s různými způsoby nabídky pokrmů a nápojů
- s tvorbou jídelního a nápojového lístku a menu

Klíčová slova

Formy prodeje, odbyt, nabídka, jídelní a nápojový lístek, menu, trendy

Úvod

Prodej pokrmů a nápojů se uskutečňuje v odbytových střediscích a je ovlivňován mnoha faktory. Vychází z druhu a velikosti provozovny a z jejího zaměření. Prodejní plán by měl reagovat na konkrétní spotřebitelskou poptávku a vhodně zvolenou nabídkou ji ovlivňovat.

Rozlišujeme různé formy prodeje – prodej s obsluhou, samoobslužný prodej, pultový prodej, pochůzkový prodej (omezeně) a prodej vendingový. Nabídka pokrmů a nápojů je hostům prezentována v podobě – snídaně, oběda, večeře, brunch, happy hours, při různých gastronomických akcích nebo může být zajištěn servis přímo hostovi na pokoj (room service).

Vývoj gastronomických služeb (trendy) je patrný nejen v počtu restauračních podniků, ale také v jejich zaměření, ve vybavení, v designu, v inventáři, v nabídce či v přístupu k hostovi.

Nabídka pokrmů a nápojů může být prezentována různými způsoby, nejrozšířenější je však stále prostřednictvím jídelního a nápojového lístku nebo menu.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011; kapitola 5.5 a 6

Prodej pokrmů a nápojů v gastronomii je rozhodně odlišný od prodeje v maloobchodě – velmi často je těsně spojen s výrobou a následnou konzumací, která se uskutečňuje většinou na stejném místě a uskutečnění jednoho prodeje trvá podstatně déle. Termín prodávat a obsluhovat nemůžeme ztotožňovat. Obsluhovat znamená nejen předkládat hostovi pokrmy a nápoje, ale také nabídku pohody a odpočinku. Vlastní péči o hosta musí být věnováno mnohem více pozornosti.

Prodej pokrmů a nápojů se uskutečňuje v odbytových střediscích. Rozlišujeme různé **formy prodeje**, způsoby a systémy obsluhy:

- **Prodej s obsluhou** je časově nejnáročnější a vyžaduje vyšší znalosti a dovednosti obsluhujícího personálu, zahrnuje kompletní péči o hosta od jeho příchodu až do odchodu. Rozlišujeme obsluhu jednoduchou a složitou. Prodej s obsluhou může být uskutečňován různým způsobem – výběr z jídelního či nápojového lístku (ala carte), předem sestavené menu, výběr z nabídkových stolů (table d'hote), přímá nabídka, akce, room service
- **Samoobslužný prodej** je uplatňován především v tzv. fast foodech. Je to prodej velice produktivní, nejsou zde tak vysoké nároky na obsluhující personál, komunikace s hostem je omezenější, host nezůstává zpravidla dlouho
- **Pultový prodej** je uplatňován opět ve střediscích rychlého občerstvení, je to prodej tzv. přes ulici (okénka, stánky)
- **Prodej pomocí automatů (vendingový prodej)** je používán hlavně v místech s vysokou koncentrací obyvatelstva (nemocnice, nádraží, školy). Je to prodej bez

kontaktu prodávajícího s hostem (kupujícím), v restauračním provozu je používán spíše jako doplňková forma (např. tabákové výrobky)

- **Donáška** představuje novodobou moderní formu prodeje nabízenou některými provozovny zdarma nebo za příplatek (např. pizzerie)

Způsob obsluhy znamená, jak budeme pokrmy a nápoje hostovi podávat. Rozlišujeme: restaurační způsob obsluhy (jednoduchá a složitá obsluha), francouzský způsob obsluhy, kavárenský způsob obsluhy nebo slavnostní (banketní) způsob obsluhy.

Systém obsluhy znamená rozdělení činností a dělbu práce při obsluze hostů. V praxi jsou nejčastěji používány tyto systémy obsluhy: rajónový systém, systém vrchního číšníka nebo francouzský systém.

Snídaně jsou v restauračních provozech nabízeny hostům převážně v ubytovacích zařízeních. V poslední době se však rozšířila nabídka snídaní i v samostatných restauračních provozech. V hotelech je v současné době nejčastěji uplatňován způsob nabídky tzv. „bufetovou formou, která vzhledem k většímu počtu hostů, kteří v hotelu snídají (většina), přináší značné výhody (rychlost, široký výběr, úspora pracovních sil, ...). Podle šíře nabídky rozlišujeme: kontinentální (základní) snídaně, rozšířená snídaně, anglická snídaně, bufetová snídaně.

Brunch lze charakterizovat jako formu nabídky, která je svým sortimentem i časově zahrnuta do doby po snídaních a do doby podávání obědů (nejčastěji 11.00 – 15.00). Brunch je určen nejen hotelovým hostům, ale představuje oblíbenou formu nabídky i pro hosty „z ulice“. Nabídka je pestrá, je připravena na nabídkových stolech, každý host zaplatí jednotnou částku a konzumuje podle vlastního výběru. Součástí ceny mohou být i některé nápoje (zpravidla omezeně).

Obědy a večeře nabízejí v různých podobách a různým způsobem hotelové i samostatné restaurační podniky. Vytíženost podniků v polední či večerní dobu závisí na mnoha faktorech – jsou to např.: umístění provozovny, zaměření provozovny, rozsah nabídky, možnosti parkování, cenová hladina, účel návštěvy (pracovní oběd, slavnostní oběd), kvalita kuchyně, kvalita obsluhy, chování personálu, čistota, vybavenost a útulnost provozovny a mnoho dalších. V polední dobu jsou hodně využívány provozovny **rychlého občerstvení** – fast food.

Happy hours je a forma nabídky uplatňována v provozovnách v časech nižší poptávky (15.00-18.00). Zákazníkům je nabízen stejný sortiment za výrazně nižší ceny – např. vše za 50% cenu nebo k určité objednávce něco zdarma.

V gastronomii je používáno mnoho **způsobů nabídky** - jídelní a nápojový lístek, stojánky na stolech, světelné tabule, přímá (aktivní) nabídka – vitríny, vozíky. Jídelní a nápojový lístek je však stále nerozšířenější a osvědčený způsob nabídky. Lze jej definovat jako seznam nabízených pokrmů nebo nápojů doplněný a mnoho dalších informací a údajů.

Jídelní (nápojový) lístek je vizitkou každého provozovatele restauračního podniku. Má hosta nejen informovat, ale i emocionálně oslovit, zviditelnit nabídku, pomoci se rozhodnout, budit a posilovat nákupní impulsy a v neposlední řadě také dokumentovat a naznačit atmosféru a kvalitu. Informace a údaje uváděné na jídelním a nápojovém lístku jsou uvedeny ve skriptech na str.92. Cena v národní měně musí být uvedena vždy (zákon o ochraně spotřebitele). Pokud je účtován couvert, musí být na JL také uveden. Dne 13.12.2014 vstoupilo v platnost Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům. Povinnost uvádění informace o přítomnosti alergenů v pokrmech a označování těchto alergenů se týká všech poskytovatelů veřejného stravování. U všech poskytovaných pokrmů musí být uveden stanovený alergen, který pokrm může obsahovat. EU specifikovala 14 hlavních alergenů, které jsou provozovatelé stravovacích zařízení povinni u pokrmů označit. Označení přítomnosti alergenu lze vyznačit na jídelním lístku číslem označující alergen. Číselné označení s odkazem na seznam alergenů může být součástí jídelního lístku, případně lze uvést odkaz na seznam alergenů, který musí být k spotřebitelům k dispozici.

Řazení sortimentu pokrmů a nápojů zpravidla vychází z gastronomických pravidel, je však na provozovateli, jak je dodržuje. Kompletní lístek by měl být koncipován alespoň do těchto oddílů: studené předkrmy, polévky, teplé předkrmy, ryby, masité pokrmy, sýry, dezerty, (nápoje). I při sestavování jídelního a nápojového lístku jsou patrné mnohé trendy. Jídelní lístek by neměl být přetížený a poměr skupin pokrmů by měl být úměrný. Pravidla a zásady pro sestavování jídelního a nápojového lístku jsou uvedeny na str. 95-96.

Celkový vzhled a výraz jídelního a nápojového lístku, na který musíme rovněž dbát, ovlivňují mnohé aspekty: velikost a formát lístku; materiál – používaný papír; barevnost a kontrast barev; druh a velikost písma; rozmístění jednotlivých skupin a celkový vzhled – grafická

úprava (obrázky), rozmístění jednotlivých částí. Špatnou vizitkou jsou určité pomačkané, špinavé, proškrtané JL nebo gramatické chyby v názvech pokrmů popř. v jejich popisech. Každý provozovatel by si měl občas provést vlastní audit (vyhodnocení) jídelního a nápojového lístku.

Menu lze definovat jako pevnou sestavu pokrmů, k nimž mohou být přiřazeny také nápoje. Rozlišujeme menu jednoduché (2-3 chody) nebo složité (4 a více chodů). Podle příležitosti sestavujeme menu slavnostní, které musí danou příležitost svým obsahem také vystihovat (svatební, vánoční, velikonoční, ...). Také při sestavování menu musíme dodržovat určitá pravidla.

Shrnutí kapitoly

Tato kapitola je zaměřena na nabídku v restauračních provozech. Jsou zde zmiňovány formy a způsoby prodeje a nabídky. Velká pozornost je věnována jídelnímu lístku, nápojovému lístku a menu. Kromě funkce, náležitostí, pravidel pro sestavování a obsahové stránky je zdůrazněna i nutnost se zabývat i vnější stránkou jídelního a nápojového lístku a jeho vyhodnocováním.

Pojmy k zapamatování

Jídelní lístek, nápojový lístek, menu, ala carte, table d'hote, snídaně, brunch, happy hours, gastronomická pravidla, audit, couvert

Úkoly k zapamatování a procvičení

Úkoly k procvičení a k zopakování probrané látky jsou uvedeny za osmou kapitolou a jsou určeny pro všechny kapitoly společně, tj. pro celý 2. modul.

Další studijní zdroje

BUREŠOVÁ,P; ZIMÁKOVÁ,B.: Gastronomické služby-servis, skripta, VŠH, Praha 2016, třetí vydání, kapitola 11 a 12;

Kapitola č.6: Banketní a cateringová činnost – příprava a realizace akce

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s fázemi přípravy společensko – gastronomické akce
- s realizací akcí
- s cateringovou činností

Klíčová slova

Banketní činnost, gastronomické akce, catering, opce, pracovní příkaz – komando

Úvod

Příprava a zajišťování akcí v hotelu je zpravidla záležitostí obchodního oddělení, vlastní realizaci má již na starosti oddělení banketů a akcí (dle organizace). Větší akce jsou objednávány a připravovány zpravidla s velkým předstihem a představují koordinaci mnoha činností, které na sebe navazují, jsou vzájemně propojené a jedna bez druhé může narušit celkový dojem a spokojenost hostů.

Samostatné restaurační podniky mají pro akce k dispozici prostory (salonky), které umožňují realizaci akce pro zákazníka a zároveň nenaruší každodenní provoz „ala carte“.

Přípravou a zajišťováním akcí mimo vlastní stravovací prostory se v dnešní době zabývá mnoho cateringových společností. Jsou to hotely, restaurační podniky, ale především specializované samostatné cateringové firmy. I v této oblasti jsou patrné odlišné přístupy k zákazníkům, odlišná kvalita poskytovaných služeb a také i velká konkurence.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011; kapitola 5.6 ; 5.7 a 5.8

Pojem **banketový obchod** zahrnujeme přípravu a zajišťování společensko gastronomických akcí pořádaných za různým účelem a při různých příležitostech (konference, semináře, firemní pracovní i společenské akce, soukromé akce). Gastronomická část akce může mít různou formu, např. banket, raut, recepce, gala recepce, cocktail, číše vína, coffee break.

Současná doba se vyznačuje velkou konkurencí a širokou nabídkou. Musíme počítat s tím, že klient má z čeho vybírat, může srovnávat, je náročnější a jeho požadavky rostou. Činnosti související se zajištěním a následnou realizací každé akce můžeme rozdělit do několika částí:

- **poptávka**
- **setkání se zákazníkem** – schůzka, poskytnutí základních informací, prohlídka prostoru, ukázky gastronomické nabídky, ukázky dekorace, nabídky programová, cenové informace, ... - zákazník často vyžaduje **opci**
- **zpracování nabídky** – zpravidla písemnou formou: základní informace o akci (klient, datum, čas a místo konání, druh akce, počet osob, objednavatel), nabídka pokrmů a nápojů v několika variantách, cenová kalkulace
- **objednávka** – smlouva – zálohová faktura
- **upřesnění** - konečný počet hostů objednavatel upřesní zpravidla až několik málo dní před vlastní realizací (dle domluvy)
- **pracovní příkaz – komando** – obsahuje veškeré informace o akci; obdrží jej každé středisko nebo každé pracoviště, které se na zajištění akce podílí (výroba, odbyt-banketní oddělení, technické oddělení, květinářka, úklid, ...)
- **realizace akce** – zodpovídá a zajišťuje banketní oddělení (vedoucí akce)
- **platba** – podle předchozí domluvy
- **zhodnocení akce**

Catering představuje zajišťování stravovacích služeb mimo vlastní stravovací zařízení nebo i v něm. Tento druh obchodu se u nás rozšířil po roce 1989, kdy vzniklo mnoho specializovaných samostatných firem, které poskytují cateringové služby v různém rozsahu (kompletní služby včetně zajištění prostoru a programové nabídky nebo pouze gastronomické

služby) v různých velikostech a v různé šíři působnosti (jen v tuzemsku, v určitém regionu nebo i v zahraničí).

Nezbytnou podmínkou pro zajišťování cateringových akcí jsou výrobní a skladovací prostory. Odbytové prostory nejsou nutností, akce se mohou konat v nejrůznějších místech, které si klient vybere (přímo u klienta, zámky, hrady, parky, ...). Cateringová činnost je značně odlišná od restaurační ala cartové činnosti. Akce je předem domluvena, známe počet hostů a termín konání, což umožňuje i vhodně plánovat počty pracovníků. Rozložení akcí však není zpravidla rovnoměrné, proto jsou z hlediska personálního akce zajišťovány zpravidla tzv. externími pracovníky (obsluha, výroba částečně – studenti, brigádníci).

Písemné zpracování celé akce, jak je uvedeno výše, je nejen nezbytné, ale i nutné. Velký důraz musí být kladen na způsob jednání s klientem, na variabilitu, pestrost nabídky a samozřejmě kvalitu poskytovaných služeb. Za zdárný průběh každé akce zpravidla zodpovídá vedoucí akce (garant), osoba, na kterou se v průběhu akce v případě potřeby může klient kdykoliv obrátit. Velký důraz musí být kladen na dokonalou organizaci v průběhu přípravy i realizace akce.

Shrnutí kapitoly

Banketní a cateringová činnost představuje významnou část obchodní činnosti hotelové, restaurační nebo i samostatné cateringové společnosti. Každé akci musí být věnována patřičná pozornost, musí být dobře naplánována, zorganizována a připravena. Zákazník má možnost výběru, konkurence je velká, zákazník je stále náročnější a jeho požadavky rostou. O každé domluvené akci musí být informováno příslušné středisko nebo pracoviště – je to zpravidla formou pracovního příkazu (komanda). Také realizace vlastní akce musí být dobře zorganizována.

Pojmy k zapamatování

Banketní činnost, catering, opce, objednávka, nabídka, pracovní příkaz, realizace akce

Úkoly k zapamatování a procvičení

Úkoly k procvičení a k zopakování probrané látky jsou uvedeny za osmou kapitolou a jsou určeny pro všechny kapitoly společně, tj. pro celý 2. modul.

Další studijní zdroje

BUREŠOVÁ,P; ZIMÁKOVÁ,B.: Gastronomické služby-servis, skripta, VŠH, Praha 2016, třetí vydání, kapitola 14 a 15;

Kapitola č.7: Cenová politika, kalkulace, vyúčtování s hostem, EET

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s vnějšími a vnitřními faktory ovlivňující ceny pokrmů, nápojů a služeb
- se způsoby tvorby cen
- s kalkulacemi prodejních cen pokrmů a nápojů
- se způsoby vyúčtování s hostem
- s povinnostmi elektronicky evidovat tržby

Klíčová slova

Prodejní cena, kalkulace, vnější a vnitřní faktory, kalkulační metody, EET

Úvod

V současném tržním hospodářství je uplatňována tzv. volná tvorba cen, což platí i pro gastronomii. Každý podnikatel rozhoduje o cenách svých produktů a služeb v souladu se svými cíli, záměry a zákonnými předpisy. Prodejní ceny pokrmů, nápojů a služeb jsou ovlivňovány nejen náklady, ale mnoha dalšími vnějšími i vnitřními faktory.

Smyslem kalkulace prodejních cen v gastronomii je stanovit takové ceny, které zajistí pokrytí veškerých nákladů a umožní docílit požadovaný zisk. Vedle množstevní kalkulace vytváříme kalkulaci cenovou, která primárně vychází z nákladů vynaložených na jejich výrobu a prodej.

Vyúčtování s hostem probíhá různými způsoby. Od 1.12.2016 jsou podnikatelé povinni evidovat tržby elektronicky.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011; kapitola 7 a 8

Cena vyjadřuje hodnotu zboží nebo služby a je jediným marketingovým nástrojem, tvořícím příjmy. Při stanovení ceny v gastronomii je třeba přihlížet k vnějším i vnitřním faktorům, které ji ovlivňují. Jsou to: **vnější faktory** – podmínky trhu, konkurence, míra inflace, sezónní výkyvy, legislativní omezení a **vnitřní faktory** – cíle firmy, postavení firmy, možnosti firmy, rozsah a úroveň nabídky, segment zákazníků, na který se orientujeme, náklady a další.

Každý podnikatel provádí určitou cenovou politiku. Firmy uplatňují:

- politiku vysokých cen – méně zákazníků, luxusnější podniky
- politiku nízkých cen – rychlé proniknutí na trh, větší počet hostů, nižší úroveň služeb
- diferencované cen – skupiny, happy hours, děti, rozdíl podle sezóny, ...

Při tvorbě ceny lze používat různé metody. Mezi nejpoužívanější patří:

- tvorba cen podle nákladů
- tvorba cen podle poptávky
- tvorba cen podle konkurence (není nutné konkurenci následovat, ale je dobré ji znát)

Smyslem kalkulace prodejních cen pokrmů, nápojů a služeb je vytvoření takových cen, které zajistí pokrytí všech vynaložených nákladů a umožní docílit požadovaný zisk. Podkladem pro kalkulaci jsou:

- přímé náklady - surovinové, které můžeme spočítat přesně na jednici (porci)

- nepřímé náklady – energie, mzdy, nájemné, technologické vybavení a jeho údržba, inventář, doprava, ...
- legislativa – např. DPH
- zisk

Nejčastěji používanou metodou je tzv. přírážková metoda, kdy k nákladům na suroviny připočítáme procentní přírážku v určité výši, která zahrnuje pokrytí všech ostatních nákladů a dosažení zisku.

$$\text{Prodejní cena} = \text{přímé náklady} + \text{zisková přírážka} + \text{DPH}$$

Vyúčtování s hostem probíhá v gastronomických provozech různými způsoby. Zpravidla to závisí na rozhodnutí provozovatele, který vychází z druhu a velikosti gastronomického zařízení, z klientely a ze způsobu prodeje (ala carte, smluvní partneři - akce pro skupiny, předem domluvené akce). Vyúčtování zahrnuje vystavení účtu a inkaso. Platba je prováděna v hotovosti nebo bezhotovostním platebním stykem – platební karty, převod na účet hosta, faktura.

Od 1.12.2016 (1.fáze) platí pro ubytovací a stravovací služby (CZ-NACE 55+56) povinnost evidovat tržby elektronicky. Elektronickou evidenci tržeb (EET) upravuje zákon č. 112/2016 Sb., o evidenci tržeb. Spolu s ním nabyl platnosti doprovodný zákon č. 113/2016 Sb., kterým se snižuje DPH v oblasti stravovacích služeb z 21 % na 15 % s výjimkou alkoholických nápojů. Na účtence, kterou obdrží zákazník, musí být uvedeny tyto povinné údaje:

- Fiskální identifikační kód
- Daňové identifikační číslo
- Označení provozovny, ve které je tržba uskutečněna
- Označení pokladního zařízení, na kterém je tržba evidována
- Pořadové číslo účtenky
- Datum a čas přijetí tržby nebo vystavení účtenky, pokud je vystavena dříve
- Celková částka tržby
- Bezpečnostní kód poplatníka
- Údaje, zda je tržba evidována v běžném nebo zjednodušeném režimu

Povinnost EET se některých podniků bude týkat až v dalších fázích.

Shrnutí kapitoly

Tvorba cen pokrmů a nápojů je záležitostí každého provozovatele, dnes je uplatňována tzv. volná tvorba cen. Cena by měla v sobě zahrnovat veškeré náklady spojené s přípravou a prodejem pokrmu, nápoje či služby a měla by zároveň umožnit vytvoření zisku. Respektovat je nutné také legislativní požadavky (DPH). Cena je ovlivňována mnoha vnějšími i vnitřními faktory. Provozovatelé používají různé metody. Také způsob vyúčtování s hostem je věcí každého provozovatele. Od 1.12.2016 je však povinnost elektronické evidence tržeb (EET).

Pojmy k zapamatování

Cena, vnější a vnitřní faktory ovlivňující cenu, struktura ceny, přímé a nepřímé náklady, diferencované ceny, vyúčtování s hostem, EET.

Úkoly k zopakování a procvičení

Úkoly k procvičení a k zopakování probrané látky jsou uvedeny za osmou kapitolou a jsou určeny pro všechny kapitoly společně, tj. pro celý 2. modul.

Kapitola č.8: Kvalita služeb v gastronomii a její řízení

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s definicí kvality služeb a s faktory ovlivňující kvalitu služeb
- s kritérii pro posuzování kvality služeb
- s řízením kvality služeb

Klíčová slova

Kvalita služeb, požadavky na kvalitní služby, ovlivňující faktory, řízení kvality služeb

Úvod

Kvalita gastronomických služeb je v poslední době velmi často diskutována. Někde je na vysoké úrovni, v mnoha případech se však vyskytují problémy a nedostatky - obecně lze říci, že úroveň služeb v gastronomii není dobrá. Definovat kvalitu služeb je z důvodu jejich nehmatatelnosti poměrně složité. Přesto však existuje několik definic, které se snaží kvalitu služeb vystihnout.

Potřeby a požadavky zákazníků se mění, vyvíjejí a jsou ovlivněné mnoha faktory.

V souvislosti s kvalitou služeb je třeba klást velký důraz na její řízení. Pokud chce provozovatel, aby neztratil své hosty, aby získal hosty další a aby hosté odcházeli spokojeni, musí věnovat pozornost řízení kvality služeb. V poslední době je i u nás oboru hotelnictví a gastronomii uplatňován tzv. systém managementu jakosti, který vychází z mezinárodně uznávaných platných ISO norem.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011; kapitola 11

Definovat kvalitu služeb je mnohem těžší, než kvalitu výrobku. S ohledem na současný trend orientace na zákazníka, lze konstatovat, že pojem kvality je vytvářen především požadavků hostů. Lze říci, že kvalita je schopnost služby uspokojit potřeby hostů, které mohou být hostem vyslovené, nevyslovené či neuvědomělé. Další definice jsou uvedeny na str. 123.

Potřeba a požadavky našich hostů se však vyvíjejí a mění a jsou ovlivněny mnoha **faktory**, např.: věk, pohlaví, životní styl, místo, kde zákazník žije, majetkové poměry a společenské postavení, společenské vlivy, tradice a zvyklosti a v neposlední řadě i zdravotní stav.

Mezi **kritéria** pro posuzování kvality služeb v gastronomii např. patří: dostupnost služby, spolehlivost, odborná způsobilost, komunikace a vhodné chování, prostředí, důvěryhodnost, přiměřenost výběru, zda jsou služby odpovídající – samozřejmě musíme brát v úvahu poměr hodnoty a ceny.

Řízení kvality služeb zahrnuje řadu činností, mezi které patří:

- Strategická koncepce- firma musí mít jasnou představu o svých cílech, o trhu, o segmentu zákazníků, o jejich potřebách a požadavcích
- Snaha managementu o dosahování dobré kvality služeb musí být trvalá (zahrnuje i záležitosti související s vybavením provozovny, s designem, s prostředím, s pohodlím apod.)
- K řízení kvality služeb značně pomáhá používání standardů (používání norem) – každý pracovník musí jasně vědět, co se od něho očekává, co a jak má vykonávat, musí být jasně a přesně stanovena pravidla
- Provádět kontrolu – jedná se o vnitřní kontrolu. Sledujeme připravenost pracovníků, připravenost pracoviště, způsob prezentace pokrmů a nápojů, vlastní servis, komunikaci s hostem, způsob vyúčtování, atd. Neobvyklý není ani tzv. mystery shopping
- Provádět školení a trénink pracovníků – vypracovat si plán školení nebo to mohou být každodenní „pětiminutovky“ před vlastním provozem
- Sledovat spokojenost zákazníků (mít zpětnou vazbu) – pomocí vlastní přímé komunikace s hostem, pomocí dotazníků, sledováním připomínek, stížností a pochval
- Připomínky a stížností hostů řešit – nejlépe okamžitě, nešetříme omluvou, buďme raději velkorysí
- Věnovat pozornost také svým zaměstnancům (interní marketing) – vhodné pracovní podmínky, nepřetěžovat pracovníky, motivovat pracovníky, komunikovat s nimi

System managementu jakosti (ISO normy) představuje celosvětově uznávaný a osvědčený nástroj, který poskytuje zákazníkům větší záruky, že jejich požadavky na kvalitu budou splněny. Zákazník získává větší důvěru a jistotu ve spolehlivost, v serióznost. System řízení jakosti pomáhá organizaci udržet si své zákazníky, získávat zákazníky nové. Hlavním účinkem zavedení systému je snaha o vyšší spokojenost hostů.

Shrnutí kapitoly

Definovat kvalitu služeb je na rozdíl o výrobku často dost náročné. Požadavky hostů se mění a vyvíjí a jsou ovlivňovány mnoha faktory. Je celá řada kritérií, podle kterých host kvalitu

služeb hodnotí. Pokud si chceme své hosty udržet a pokud chceme získat hosty nové, musíme kvalitě služeb a jejímu řízení věnovat patřičnou pozornost. Nesmíme ani zapomínat na své zaměstnance. V poslední době je i v gastronomii zaváděn tzv. systém managementu jakosti.

Pojmy k zapamatování

Definice kvality služeb, faktory ovlivňující kvalitu služeb, kritéria pro posuzování kvality, řízení kvality služeb, standardy, manuály, trénink a školení, sledování spokojenosti., interní marketing.

Úkoly k zapamatování a k procvičení (pro 2. modul)

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu jednotlivých kapitol. Kontrola znalostí získaných studiem každé kapitoly je základem vašeho „sebehodnocení“. Splnění požadavků uvedených v „hodnocení“ je předpokladem pro další studium.

Varianta č.1: Kvizové otázky

1. Vendingový prodej je prodej:

- a) ambulanti prodej b) pultový prodej c) prodej pomocí automatů d) samoobslužný p.

2. Brunch je:

- a) forma nabídky b) technologie v kuchyni c) název pokrmu d) tzv.šťastná hodinka

3. Opce je:

- a) druh platby b) nezávazná rezervace c) název pokrmu d) poplatek za služby

4. Komando je výraz pro:

- a) smlouvu o akci b) formu nabídky c) způsob vyúčtování s hostem d) pracovní příkaz

5. Hmotnost pokrmu na jídelním lístku:

- a) musí být uvedena vždy b) stačí ji uvádět pouze u masitých pokrmů
c) písemnou formou být nemusí d) podnikatel se sám rozhodne, co zvolí

6. Pivo v nápojovém lístku podle gastronomických pravidel zařazujeme:
a) za nealkoholické nápoje b) za lihoviny c) za teplé nápoje d) za vína
7. Mezi přímé náklady (N) spojené s přípravou pokrmů a nápojů patří:
a) N na mzdy b) N na energie c) N na suroviny d) N na technologie a inventář
8. DPH v restauračním zařízení s obsluhou v České republice je:
a) 15 % b) 21 % c) pokrmy 15 %, alkoholické nápoje 21 % d) nápoje 15%, pokrmy 21 %
9. EET pro ubytovací stravovací zařízení je:
a) povinné ze zákona od 1.12.2016 b) není to povinnost vyplývající ze zákona
c) povinné při platbě v hotovosti d) povinné jen při platbě bezhotovostní
10. Tzv. Mystery shopping představuje:
a) také cateringový obchod b) formu prodeje a nákupu zboží a surovin
c) způsob sledování konkurence d) nákup za účelem sledování spokojenosti hosta

Varianta č.2: Přiřad'te k jednotlivým pojmům odpovídající vymezení

Pojmy:

1. Formy prodeje
2. Happy hours
3. Kontinentální a bufetová
4. Pracovní příkaz
5. Nabídka – smlouva
6. Jídelní lístek
7. Menu
8. Faktory a kritéria
9. Kalkulace
10. Řízení kvality služeb

Vymezení:

- a) Přímé a nepřímé náklady
- b) Seznam pokrmů doplněný o určité údaje
- c) Životní styl, vhodné chování, spolehlivost, dostupnost
- d) Standardy – kontrola – trénink
- e) Pevná sestava vyjadřující určitou příležitost doplněná o nápoje
- f) Návrh, cenová kalkulace, způsob platby
- g) Zvýšení obrátu v době slabší poptávky
- h) Informace o akci
- i) Snídaně je nabízena různou formou
- j) S obsluhou, bez obsluhy, fast food, vending

Varianta č. 3: Pravdivé (P) a nepravdivé (N) výroky

1. Mezi nejrozšířenější formy prodeje používané v gastronomii patří samoobslužný a vendingový prodej. P/N
2. Bufetová forma podávání snídaní je v současné době v hotelech převažující, ala cartová forma se používá zpravidla pouze při malém počtu hostů. P/N
3. V zásadě platí, že banketová činnost se lépe plánuje a je zajišťována zpravidla s menšími náklady, než je tomu v provozu „ala carte“ a často je i ziskovější. P/N
4. Na každou gastronomickou akci musí být mezi objednavatelem a poskytovatelem uzavřena smlouva o akci v písemné formě. P/N
5. Nezbytnou podmínkou pro zajišťování cateringových služeb je: mít výrobní a odbytové prostory, mít dostatečné technické vybavení a vlastní vozový park (chlazené vozidlo). P/N
6. Prvním nápojem v menu je aperitiv, posledním nápojem je digestiv. Studený předkrm se řadí před teplý předkrm, sýr se řadí před dezert a hlavní pokrm by měl být zařazen někde uprostřed. P/N

7. Při tvorbě cen pokrmů a nápojů vycházíme z přímých a nepřímých nákladů a z ceníků, jejich dodržení může být předmětem kontroly (ČOI). P/N
8. Platba je prováděna v hotovosti nebo bezhotovostním způsobem. Vystavení účtu z registrační pokladny a EET není podmínkou. P/N
9. Požadavky na pracovníky související s kvalitou služeb, tzv. standardy musí být vypracovány pro každé odbytové středisko, musí být konkrétní a musí být vydány vždy v písemné podobě. P/N
10. Sledovat spokojenost zákazníků se službami můžeme různými způsoby, např. pomocí stížností a pochval, pomocí dotazníků a nejčastěji přímo vlastní komunikací. P/N

Varianta č.4: Vyberte správnou odpověď

1. Mezi výhody a přednosti rychlého občerstvení patří
- a) pohodlí, širší sortimentu a především mladý pracovní kolektiv
 - b) prostředí a způsob obsluhy a minimální komunikace
 - c) rychlost dosažitelnost
2. Za účelem poskytnutí informací o každé akci je zpracován (a)
- a) pracovní příkaz
 - b) nabídka a objednávka
 - c) smlouva o akci,
- který (kterou) obdrží
- a) zákazník
 - b) každé středisko, kterého se akce týká včetně zákazníka
 - c) každé středisko či pracoviště, kterého se akce týká
3. Počet nabízených pokrmů ve skupině studené předkrmy nebo polévky v jídelním lístku by měl být
- a) úměrný ve vztahu k ostatním skupinám a k počtu prodávaných jídel za den
 - b) každá skupina (studené předkrmy i polévky) by měla tvořit minimálně 10% nabídku z celkového počtu jídel
 - c) Studených předkrmů zařazujeme vždy více než polévek a vždy s ohledem na další skupiny

4. Počet jídelních lístků v restauraci musí
- a) odpovídat kapacitě provozovny, rozložení poptávky, každý host by měl lístek dostat
 - b) vycházet z kapacity provozovny, nepsané pravidlo říká, že minimálně musí být dispozici 20 ks lístků
 - c) odpovídat počtu míst a obrátce: minimální počet lístků je 20% z kapacity
5. Mezi vnější faktory ovlivňující ceny pokrmů a nápojů v restauračních zařízeních nepatří
- a) konkurence, sezónní výkyvy, inflace
 - b) přímé a nepřímé náklady, zisk
 - c) právní činitelé, kupní síla obyvatelstva, DPH
6. Pro řízení kvality služeb jsou nezbytné
- a) kvalifikovaný personál, ceny pokrmů a nápojů
 - b) dobře vypracované organizační schéma a ISO
 - c) standardy, kontrola a sledování spokojenosti
7. Spokojenost zákazníků se službami v gastronomii nejčastěji zjišťujeme
- a) prostřednictvím tzv. mystery shoppingu
 - b) přímou komunikací se zákazníkem
 - c) v gastronomii se tím moc nezabýváme, spíše se to týká služeb ubytovacích
8. Diferencované ceny se v gastronomii
- a) nepoužívají
 - b) používají: v hotelech tak rozlišujeme hotelové a „nehotelové“ hosty (hosty z ulice)
 - c) používají: např. u skupin, dětské klientely,
9. Přímé náklady v gastronomii zahrnují
- a) náklady na suroviny
 - b) náklady na mzdy a energie
 - c) DPH a zisk

Správné odpovědi:

Varianta č.1: 1c; 2a; 3b; 4d; 5c,d; 6a; 7c; 8c; 9 a,c; 10d;

Varianta č.2: 1j; 2g; 3i; 4h; 5f; 6b; 7e; 8c; 9a; 10d;

Varianta č.3: 1N; 2P; 3P; 4N; 5N; 6P; 7N; 8N; 9N; 10P;

Varianta č.4: 1c; 2a, 2c; 3a; 4a; 5b; 6b; 7b; 8c; 9a;

Za každou správnou odpověď získáváte 1 bod - max. 40 bodů

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení upevnění vašich znalostí získaných studiem kapitol č.5-8. Celkem můžete získat maximálně 40 bodů. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali **28–40** bodů, jste připraveni k dalšímu studiu. Jestliže jste získali **méně než 27 bodů**, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem jednotlivých kapitol, eventuelně se spojte s tutorem předmětu.

3. modul = 5 hodin

1.4 Průvodce studiem 3. modulu „ Hygiena v gastronomii, BOZP, podpora prodeje, kontrola, profesní sdružení a gastronomické koncepty“

Modul tvoří tři tématické okruhy. Každý okruh je probírán samostatně, jako kapitola v učebním materiálu:

9. Hygiena v gastronomii – legislativa, HACCP, BOZP, kouření v gastronomii
10. Podpora prodeje v gastronomii. Kontrolní činnost v gastronomii
11. Profesní sdružení, oceňování gastronomických podniků, gastronomické koncepty

Výklad vychází ze základní učebnice ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011, ISBN 978-80-87411-28-5
U každého probíraného okruhu je uvedena kapitola nebo její část, kterou musí studenti v rámci samostatné přípravy prostudovat. Odkazy použité v textu se vztahují k uvedené učebnici. Zdrojem pro samostatnou přípravu u druhé části kapitoly č.11 je uvedení internetového odkazu.

Kapitola č. 9: Hygiena v gastronomii – legislativa, HACCP, BOZP, kouření v gastronomii

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s legislativou gastronomii
- se systémem kritických bodů – HACCP
- s BOZP v gastronomii
- s problematikou kouření v gastronomii

Klíčová slova

Hygiena, bezpečnost pokrmů, legislativa, HACCP, BOZP, kouření

Úvod

Stravovací služby jsou zařazeny mezi činnosti epidemiologicky závažné. Potraviny a pokrmy tedy patří do kategorie výrobků, které podléhají zvýšené kontrole ze strany státu. Zvýšená pozornost je věnována hygieně a bezpečnosti pokrmů, bezpečnosti hostů, ale i ochraně provozovatelů.

Základní požadavky na bezpečnost potravin stanoví legislativa Evropské unie a také legislativa národní. Hygienou a bezpečností potravin také souvisí povinnost zavádění tzv. systému kritických bodů – HACCP.

Za péči o bezpečnost a ochranu zdraví při práci odpovídá podle zákoníku práce zaměstnavatel, který je právně odpovědný za plnění všech povinností, vyplývajících z pracovně-právních vztahů. Povinnosti jsou v tomto směru uloženy i zaměstnancům, kteří se tak na zajištění bezpečnosti musí aktivně podílet.

Kouření v restauračních prostorách upravuje zákon č. 305/2009 Sb., který vstoupil v platnost od července roku 2010.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011; kapitola č. 9,10,15.

Zákon o ochraně veřejného zdraví zařazuje stravovací služby mezi **činnosti epidemiologicky závažné**. Potraviny a pokrmy jsou patřící do kategorie výrobků, které podléhají zvýšené kontrole ze strany státu.

V souvislosti se vstupem České republiky do Evropské unie postupně vstoupily v platnost nové právní předpisy. Je třeba zdůraznit, že legislativa EU je nadřazená legislativě národní, nemůže být ve vzájemném rozporu ani být duplicitní.

Základní požadavky na kvalitu a bezpečnost potravin stanoví především následující předpisy:

Legislativa Evropské unie

- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 853/2004 o hygieně potravin
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002, kterým se stanoví obecné zásady a požadavky potravinového práva
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 853/2004 o úředních kontrolách
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1831/2003 o materiálech a předmětech určených pro styk s potravinami

Legislativa národní

- Zákon č.258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví
- Zákon č.634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění
- Vyhláška č.602/2006 Sb., o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných

- Zákon č. 305/2009 Sb., kterým se mění zákon č. 379/2005 Sb., o opatřeních k ochraně před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem jinými návykovými látkami a o změně souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

Zvlášť významný dokument zaměřený na dodržování hygienických požadavků v gastronomii představuje Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 853/2004 o hygieně potravin.

Hlavním cílem obecných a zvláštních hygienických pravidel je především:

- zajistit vysokou úroveň ochrany spotřebitele
- je stanovena obecná povinnost provozovatelů
- je zdůrazněna přímá odpovědnost provozovatele
- veškeré uvedené požadavky jsou požadavky minimální
- důraz je kladen na dodržování teplotního řetězce
- zaveden je požadavek sledovanosti a samokontroly
- používat programy bezpečnosti založené na zásadách HACCP
- provádět kontrolní činnost úředními kontrolami

Mezi **obecné hygienické požadavky** patří:

- Obecné požadavky na provozovny
- Specifické požadavky na prostory a přípravu
- Požadavky na pojízdné a přechodné provozy
- Požadavky na přepravu
- Požadavky na zařízení
- Požadavky na potravinářské odpady
- Požadavky na vodu
- Osobní hygiena
- Požadavky na skladování, rozmrazování a balení
- Regulace škůdců
- Školení

Mezinárodní zdravotní organizace (WHO) vydala „**deset zlatých pravidel**“ k zabezpečení zdravotní nezávadnosti potravin (str. 119).

HACCP (Analýza nebezpečí pomocí kritických bodů) představuje především preventivní přístup a je nástrojem vlastní kontroly provozovatele. Povinnost zavést tento systém v každém

gastronomickém provozu (restaurační i institucionální formy) vstoupila v platnost v ČR od 1.5.2004. Smyslem je uvědomit si možná nebezpečí, pochopit problém a zhodnotit způsob provádění postupů a manipulace s potravinami a výrobky.

Bezpečnost a ochrana zdraví při práci (BOZP) je podle pracovního práva České republiky definována jako souhrn práv a povinností účastníků pracovního poměru a dalších pracovněprávních vztahů, které směřují k zajištění bezpečnosti a k ochraně zdraví při práci. Povinnosti jsou v tomto směru uloženy nejen zaměstnavatelům, ale i zaměstnancům, kteří se tak na zajištění bezpečnosti musí aktivně podílet. Za péči o bezpečnost a ochranu zdraví při práci odpovídá podle zákoníku práce zaměstnavatel.

Povinnosti zaměstnavatele v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci

Zaměstnavatel je povinen zajistit, aby pracoviště byla prostorově a konstrukčně uspořádána a vybavena tak, aby pracovní podmínky pro zaměstnance z hlediska bezpečnosti, hygieny a ochrany zdraví při práci odpovídaly bezpečnostním požadavkům a hygienickým limitům na pracovní prostředí a pracoviště

Základní povinností zaměstnavatele je rovněž provádět vhodnou prevenci rizik a předcházet tak všem faktorům, které by mohly negativně ovlivnit bezpečnost a zdraví zaměstnanců.

Za plnění úkolů zaměstnavatele v péči o bezpečnost a ochranu zdraví při práci odpovídají vedoucí zaměstnanci na všech stupních řízení v rozsahu svých funkcí. Tyto úkoly jsou rovnocennou a neoddělitelnou součástí jejich pracovních povinností. Vedoucí zaměstnanci soustavně kontrolují dodržování zásad BOZP při práci během celého pracovního procesu. Pečují o zlepšování pracovních podmínek a snižování rizikovosti práce, uplatňují opatření ke snižování pracovní úrazovosti.

Vedoucí úseků, středisek, případně jejich zástupci, provádí denně kontrolu svého pracoviště z hlediska BOZP. Kontrola je zaměřena především na:

- pořádek a čistotu na pracovišti, v příručních skladech, manipulačních prostor podlah
- stav strojů a přístrojů (ochranné kryty, spouštěcí a vypínací zařízení, kabely)
- stav osvětlení, větrání (klimatizace)
- vybavení pracovníků OOPP, pracovními prostředky a jejich používání
- dodržování zásad požární ochrany (volné únikové cesty, přístup k hasícím přístrojům)

Práva a povinnosti zaměstnanců v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci

Zaměstnanci mají právo:

- na zajištění BOZP, na informace o rizicích jejich práce a na informace o opatřeních na ochranu před jejich působením
- odmítnout výkon práce, o níž se důvodně domnívají, že bezprostředně a závažným způsobem ohrožuje jejich život nebo zdraví popřípadě život či zdraví jiných osob; takové odmítnutí nelze posuzovat jako nesplnění povinností zaměstnance
- účastnit se na řešení otázek BOZP podílet se na vytváření zdravého a bezpečného pracovního prostředí

Zaměstnanci jsou povinni:

- pracovat svědomitě a řádně podle svých sil, znalostí a schopností a plnit pokyny svých nadřízených
- dodržovat právní a ostatní předpisy vztahující se k jejich vykonávané práci za předpokladu, že s nimi byli řádně seznámeni
- řídit se zásadami bezpečného chování na pracovišti a informacemi a pokyny zaměstnavatele
- dbát na své zdraví a bezpečnost i na zdraví a bezpečnost osob, jichž se bezprostředně týká jednání nebo opomenutí při práci
- účastnit se školení zajišťovaných zaměstnavatelem v oblasti BOZP a podrobit se ověření svých znalostí
- dodržovat stanovené pracovní postupy, používat stanovené pracovní prostředky, používat osobní ochranné pracovní prostředky a ochranná zařízení
- udržovat svěřené stroje, nástroje, nářadí, technická zařízení a pracoviště v pořádku a v dobrém provozuschopném stavu
- oznámit svému nadřízenému nedostatky a závady na pracovišti, které by mohly případně ohrozit bezpečnost nebo zdraví při práci a podle svých možností se účastnit jejich odstraňování
- nepožívat alkoholické nápoje ani jiné návykové látky na pracovišti a v pracovní době
- podrobit se na pokyn příslušného vedoucího pracovníka zkoušce, zda není pod vlivem alkoholu nebo jiných návykových látek
- dodržovat zákaz kouření na pracovišti
- předcházet všemi možnými prostředky a způsoby vzniku pracovního úrazu, oznámit svému nadřízenému svůj pracovní úraz (pokud to jeho zdravotní stav dovolí) nebo

pracovní úraz jiné osoby, jehož byl svědkem a spolupracovat při vyšetřování jeho příčin

- podrobit se předepsaným lékařským prohlídkám

Pracovníkům se zakazuje zejména:

- přinášet na pracoviště alkoholické nápoje a jiné omamné látky a požívat je, přicházet na pracoviště pod vlivem alkoholu nebo omamných prostředků
- kouřit mimo vyhrazené prostory
- poškozovat nebo odstraňovat bezpečnostní zařízení, bezpečnostní kryty na strojích a bezpečnostní značky
- pracovat se strojním, elektrickým a jiným zařízením, s nímž nebyli seznámeni
- svévolně vypínat a zapínat stroje a zařízení mimo stanovený pracovní postup, nechávat bez dohledu stroje a zařízení v chodu, snímat ochranné kryty nebo pracovat na strojích bez nich
- provádět údržbářské práce či montáž pod napětím nebo provádět jakékoli zásahy do strojů bez oprávnění
- provádět čištění strojů nebo zařízení za chodu
- nekvalifikovaným pracovníkům pracovat na strojích a zařízeních, které vyžadují odbornou způsobilost

Každý zaměstnavatel povinen seznámit zaměstnance s právními a ostatními předpisy k zajištění BOZP, bezpečnosti technických zařízení a ochrany zdraví při práci, které doplňují jejich kvalifikační předpoklady pro výkon práce, pravidelně ověřovat znalosti těchto předpisů, kontrolovat a vyžadovat jejich dodržování.

Státní odborný dozor nad bezpečností práce a nad dodržováním stanovených pracovních podmínek vykonávají orgány státního odborného dozoru, jimiž jsou Český úřad bezpečnosti práce podřízený Ministerstvu práce a sociálních věcí a inspektoráty bezpečnosti práce.

Co se týče **kouření v restauračních provoznách**, tak zde došlo k následující legislativní úpravě. Od 1. července 2010 nabyl účinnosti zákon č. 305/2009 Sb., kterým se mění zákon č. 379/2005 Sb., o opatřeních k ochraně před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem, jinými návykovými látkami a o změně souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. V § 8 uvedeného zákona je uvedeno: „U vstupu do zařízení společného stravování provozovaného na základě hostinské činnosti je jeho provozovatel povinen viditelně označit,

aby byla zajištěna informovanost osob před vstupem do zařízení. Zda jde o nekuřácké zařízení, musí být označeno grafickou značkou „Kouření zakázáno“. Kuřácké zařízení musí být označeno grafickou značkou „Kouření povoleno“. Zařízení s vyhrazenými prostory musí být označeno grafickou značkou „Stavebně oddělené prostory pro kuřáky a nekuřáky“ a zároveň prostory, v nichž je kouření zakázáno, musí být označeny grafickou značkou „Kouření zakázáno“ a prostory, v nichž je kouření povoleno, musí být označeny grafickou značkou „Kouření povoleno“.

Vzhled grafických značek je rovněž upraven zákonem. Dodržování povinností stanovených tímto zákonem vykonává: obec, obecní policie, Policie České republiky a v případě stravovacích služeb též orgán ochrany veřejného zdraví.

Shrnutí kapitoly

Hygieně a bezpečnosti potravin pokrmů je nutno věnovat patřičnou pozornost. Provozovatelé musí dodržovat požadavky vyplývající z platné legislativy EU i z legislativy národní. Velký důraz je kladen na prevenci a uvědomění si možného nebezpečí, což je i cílem tzv. systému kritických bodů (HACCP), který musí každý provozovatel mít zaveden a aplikovat jej. Kontrolní činnost a státní zdravotní dozor provádí Krajské hygienické stanice – KHS.

Za péči o bezpečnost a ochranu zdraví při práci odpovídá podle zákoníku práce zaměstnavatel. Dodržování povinností se týká nejen zaměstnavatele, ale i zaměstnance.

Provozovatelé restauračních zařízení musí respektovat nařízení zákona, který se problematikou kouření restauračních provozovnách zabývá.

Pojmy k zapamatování

Legislativa EU a národní, HACCP, obecné a zvláštní hygienická pravidla, obecné požadavky, BOZP, kouření v restauračních provozovnách

Úkoly k zopakování a procvičení

Úkoly k procvičení a k zopakování probrané látky jsou uvedeny za jedenáctou kapitolou a jsou určeny pro všechny kapitoly společně, tj. pro celý 3. modul.

Další studijní zdroje

Výše uvedená legislativa je v plném znění dostupná na internetu

Kapitola č.10: Podpora prodeje v gastronomii. Kontrolní činnost v gastronomii

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s příklady podpory prodeje v gastronomii
- s vnějšími kontrolními orgány

Klíčová slova

Marketing, podpora prodeje, vnější kontrola

Úvod

Podpora prodeje představuje marketingový nástroj komunikace mezi firmou a současným nebo potencionálním zákazníkem. Podpora prodeje představuje takovou formu komunikace, jejímž cílem je stimulovat prodej prostřednictvím dodatečných podnětů.

Kontrolní činnost má své nezastupitelné místo na všech stupních řízení. Vnější kontrolu v gastronomii provádí různé instituce, které mají ke kontrole oprávnění ze zákona. Kontrolu v ČR upravuje zákon o státní kontrole.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 20119; kapitola č. 12 a 13.

Marketingový nástroj Promotion (propagace, komunikace) je jedním ze základních prostředků komunikace podniku se zákazníkem (stávajícím i potencionálním). **Podpora prodeje** patří mezi základní složky komunikačního mixu (další složky jsou: reklama, osobní prodej, práce s veřejností, publicita a přímý marketing).

Hlavním cílem podpory prodeje je stimulovat prodej prostřednictvím dodatečných podnětů. Jedním ze základních předpokladů pro zaměření prodejního úsilí a pro podporu prodeje je znalost trhu. Je třeba vědět, co host chce a co si naopak nepřeje, co host očekává, co postrádá, popř. co dobře či špatně snáší.

Mezi konkrétní příklady podpora prodeje v gastronomii např. patří:

- nabídka poledního menu za zvýhodněné ceny, dětské menu
- přímá nabídka – aperitivy, studené předkrmy, saláty, dezerty (vitríny, vozíky)
- dobře zpracovaný jídelní lístek včetně provádění jeho obměny
- gastronomické dny či týdny zaměřené na pokrmy cizích kuchyní
- nabídka denní speciality
- show kitchen, brunch
- zvýraznění regionální gastronomie
- připravit malou pozornost pro hosta na uvítanou (pomazánka a vlastní pečivo)
- a mnoho dalších

Kontrolní činnost má své nezastupitelné místo na všech stupních manažerského řízení. Každý řídicí pracovník provádí kontrolu v rámci svých kompetencí a pravomocí. To je však kontrola vnitřní. Předmětem této kapitoly je vnější kontrola, kterou v oblasti gastronomie provádí různé instituce, které k tomu mají oprávnění ze zákona. Státní kontrolu upravuje v České republice v obecných principech zákon č. 552/1991 Sb., o státní kontrole, v platném znění. Státní kontrolu podle zákona provádějí: ministerstva a ostatní orgány státní správy

v rozsahu stanoveném zvláštními předpisy, do jejichž působnosti specializovaná kontrola náleží a dále místní orgány státní správy a orgány územní samosprávy.

Kontrolní orgány v gastronomii:

- Česká obchodní inspekce (ČOI) je orgánem státní správy, který kontroluje právnické a fyzické osoby prodávající nebo dodávající výrobky a zboží na vnitřní trh, poskytující služby nebo vyvíjejí jinou podobnou činnost na vnitřním trhu. Zřizovatelem je ministerstvo průmyslu a obchodu.
- Státní zdravotní dozor vykonávají Krajské hygienické stanice (KHS), zřizovatelem je ministerstvo zdravotnictví. KHS řídí, provádí a zajišťuje hygienický dozor, dává pokyny k odstranění závad, při závažných nedostatcích může činnost provozovny po určitou dobu zakázat. Spolu s ČOI jsou nejobávanějším kontrolním orgánem v gastronomii.
- Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI)
- Policie České republiky – plní úkoly především ve věcech veřejného pořádku a bezpečnosti a sleduje dodržování zákona před alkoholismem a jinými toxikomaniemi
- Státní požární dozor zajišťuje Hasičský záchranný sbor (HZS), zřizovatelem je ministerstvo vnitra
- Český úřad bezpečnosti práce a Inspektorát bezpečnosti práce - zřízen ministerstvem práce a sociálních věcí
- Živnostenský úřad
- Finanční orgány
- Úřady práce
- Metrologické orgány – Český metrologický institut, Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví (ÚNMZ) - měřidla
- Česká národní banka – směnárenská činnost
- Zdravotní pojišťovny
- Správa sociálního zabezpečení

Do systému kontrolní činnosti zahrnujeme také různé typy **auditů**, které jsou prováděny buď na základě povinnosti vyplývající ze zákona nebo na objednávku.

Shrnutí kapitoly

Kapitolu č. 11 by bylo možné rozdělit na dvě samostatné části, neboť zahrnuje dvě odlišující se problematiky.

Podpora prodeje představuje významný marketingový nástroj používaný také v gastronomii. Cílem je stimulovat prodej prostřednictvím dodatečných podnětů.

Vnější kontrolní činnost provádějí různé kontrolní orgány na základě zákona o kontrole. O provedené kontrole musí být proveden zápis (protokol o kontrole) a s výsledky kontroly musí být příslušná osoba seznámena. V gastronomii přímo v provozu je to nejčastěji ČOI a KHS.

Pojmy k zapamatování

Příklady podpora prodeje, vnější kontrolní orgány v gastronomii

Úkoly k zopakování a procvičení

Úkoly k procvičení a k zopakování probrané látky jsou uvedeny za jedenáctou kapitolou a jsou určeny pro všechny kapitoly společně, tj. pro celý 3. modul.

Další studijní zdroje

Internetové stránky ČOI a KHS (statistika)

Kapitola č.11: Profesní sdružení, oceňování gastronomických podniků, gastronomické koncepty

Studijní cíle

V této kapitole se seznámíte:

- s profesními sdruženími v gastronomii
- se zajímavými gastronomickými koncepty

- se způsoby oceňování gastronomických podniků

Klíčová slova

Profesní sdružení, koncepty, oceňování

Úvod

V oblasti gastronomie a hotelnictví působí některé zájmové a profesní organizace, sdružení a asociace, jejichž společným cílem a posláním je obhajovat zájmy svých členů, poskytovat informace a servis sdruženým členům a umožnit jim výměnu zkušeností a informací.

V posledních letech se v gastronomii objevily v oblasti restauračního i institucionálního stravování mnohé gastronomické koncepty, projekty a nápady, které jsou oceňovány.

V současné době jsou vyhlašovány také různé soutěže o nejzajímavější a nejlepší gastronomický podnik. Kritéria pro posuzování podniků i podmínky pro zapojení se do těchto projektů a soutěží jsou velmi odlišné a pro každý projekt specifické.

Studijní text

Použijte literaturu:

ZIMÁKOVÁ, B.: Food & Beverage Management, skripta VŠH Praha, 2011; kapitola č. 3.4 a 14.

V České republice působí v oblasti gastronomie a hotelnictví různé zájmové organizace, sdružení a asociace. Členství je u nás v profesních organizacích dobrovolné, při porovnání s některými okolními zeměmi je však stále na nízké úrovni. Hlavním cílem a posláním níže uvedených organizací je zpravidla profesně obhajovat zájmy svých členů, poskytovat informace, umožnit výměnu zkušeností a servis.

Mezi nejvýznamnější organizací v ČR patří Asociace hotelů a restaurací České republiky (**AHR ČR**), která vznikla v roce 2006 sloučením dvou do té doby dominantních subjektů – HO.RE.KA ČR a NFHR ČR. Mezi další oborové organizace patří:

- Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách v ČR (UNIHOST)
- Asociace kuchařů a cukrářů (AKC ČR)
- Asociace číšníků České republiky (ASCISCR)
- Asociace sommeliérů ČR (AS ČR)
- Česká barmanská asociace (CBA)
- Asociace společného stravování (ASPOS)
- a některé další

Z mezinárodních organizací je třeba zmínit Konfederaci národních asociací hotelů, restaurací, kaváren a obdobných zařízení v Evropě (**HOTREC**) a Mezinárodní asociaci hotelů a restaurací (**IH&RA**). Českou republiku v těchto mezinárodních organizacích zastupuje AHR ČR.

V oblasti gastronomie se můžeme setkat s různými soutěžemi, s oceňováním gastronomických podniků, s vyhlašováním zajímavých konceptů a projektů. Jsou to různé činnosti vyhlašované na úrovni národní i mezinárodní. Některé z nich jsou následně uvedeny:

- **Průvodce Michelin** (*Le Guide Michelin*) je série knižních průvodců vydávaných každoročně francouzskou společností Michelin. Restauračním podnikům jsou na základě předchozích návštěv kontrolorů udělovány 1 – 3 hvězdičky. Jedná se o velmi prestižní záležitost. V ČR jsou v současnosti 3 restaurace, které získaly 1 hvězdičku.
- **Mauerův výběr** je citován médií jako jediný nezávislý průvodce na našem trhu. Vychází z názorů nezávislých hodnotitelů, kteří se mezi sebou neznají, patří do různých sociálních a profesních skupin, a které spojuje láska k dobrému jídlu. Zde je hodnocení od 1 do 5 (jako ve škole). Tradice trvá již deset let, průvodce je vydáván každoročně v knižní podobě.
- **Pilsner Urquell Guide Pub** je tištěný průvodce po hospodách Pilsner Urquell. Je sestavován na základě hlasování spotřebitelů, které probíhá celoročně.
- Ve spolupráci agentury CzechTourism s Asociací hotelů a restaurací ČR a Asociací kuchařů a cukrářů ČR vznikl velmi zdařilý projekt s názvem **Czech Specials** či „**Ochutnejte Českou republiku**“ (červen 2009). Společným cílem projektu je zatraktivnit potencionální turistické destinace a představit regiony naší republiky prostřednictvím kulinářských specialit, jak zahraničním, tak i domácím turistům. Vznikla značka „Czech Specials“ jako označení pro restaurace a hotelové provozy, které přistoupí k tomuto projektu a budou ve svých zařízeních vařit národní (Czech

Specials) a regionální speciality (Czech Special regional). Projekt byl v roce 2011 rozšířen o nabídku pokrmů vhodných pro rodiny (Czech Specials family) a o lehké pokrmy (Czech Specials light)

- **Cenu Jaroslava Vašaty** – bronzovou plaketu za „Úspěšný gastronomický koncept“ uděluje redakce časopisu Food Service. Touto cenou se oceňují podniky, které vnesly na český gastronomický trh zajímavý a úspěšný koncept, který je dále rozvíjen a stále zdokonalován
- **Projekt „Dítě vítáno“** – na internetovém portálu Babyweb.cz vzniká databáze míst přátelských k dětem
- **Projekt „Cyklisté vítáni“**
- A další zajímavé projekty nebo soutěže

Shrnutí kapitoly

Tuto kapitolu lze rozdělit na dvě samostatné části. První se zmiňuje o profesních sdruženích v oboru. V textu jsou uvedeny nejznámější a nejvýznamnější oborové organizace, jejich cíle a hlavní smysl činnosti.

Druhá část této kapitoly se zabývá oceňováním gastronomických podniků, vyhlásováním zajímavých konceptů a projektů. I zde jsou nejzajímavější a nejznámější projekty uvedeny a vysvětleny.

Pojmy k zapamatování

Názvy profesních sdružení a asociací, gastronomické koncepty a projekty – názvy a jejich podstata

Další studijní materiály

www.ahrcr.cz; www.czechspecials.cz; www.gastronews.cz; www.grand-restaurant.cz

Úkoly k zapamatování a k procvičení (pro 3. modul)

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu jednotlivých kapitol. Kontrola znalostí získaných studiem každé kapitoly je základem vašeho „sebehodnocení“.

Varianta č.1: Kvizové otázky

1. Požadavky na dodržování hygienických předpisů v gastronomii vyplývají
 - a) z národní legislativy, hlavně z vyhlášky č. 602/2006 Sb. o hyg. požadavcích
 - b) z legislativy Evropské unie a zároveň i z legislativy národní
 - c) pouze a výhradně z legislativy Evropské unie – musí být používána
 - d) máme vlastní předpisy a nařízení, které byly upraveny podle potřeb ČR

2. Zavádění systému kritických bodů – HACCP je v ČR
 - a) povinné pro každý gastronomický provoz již od roku 2004
 - b) povinné pro podniky vyrábějící více než 25 000 porcí měsíčně (institucionální stravování)
 - c) je to povinnost pro výrobní a zpracovatelské podniky (pekárny, zpracovatelé masa, ...)
 - d) povinnost to zatím není, je to na bázi dobrovolnosti, ale již se o tom uvažuje

3. Členství v některém profesním sdružení v gastronomii je v ČR
 - a) povinné je být členem AHR ČR, ostatní členství je dobrovolné
 - b) povinné členství v některém oborovém sdružení či v asociaci vyplývá z legislativy
 - c) podniky vyrábějící pokrmy musí být alespoň členy Asociace kuchařů a cukrářů
 - d) členství v žádném sdružení není povinné, je dobrovolné

4. Mauerův výběr je
 - a) projekt zaměřený na podporu cestovního ruchu prostřednictvím národní gastronomie
 - b) odborná kuchařská kniha obsahující národní a regionální speciality
 - c) projekt zabývající se hodnocením restauračních podniků v ČR, hodnotitelé jsou nezávislí
 - d) každoroční vyhlášení nejlepších restaurací podle předem daných kritérií, hodnocení provádí předem stanovená odborné komise

5. Kontrola vnějšími státními orgány v gastronomii

- a) je prováděna a je upravena v obecných principech zákonem o státní kontrole
- b) je prováděna velmi omezeně, pouze na základě oznámení stížností spotřebitelů
- c) není prováděna vůbec, kontrola je vnitřní záležitostí každého provozovatele
- d) vnější kontrolní orgány provádí pouze audity a pravidelné kontroly po ukončení roku

Varianta č.2: Pravdivé (P) a nepravdivé (N) výroky

1. Mezi deset zlatých pravidel k zabezpečení zdravotní nezávadnosti potravin mimo jiné patří:

- umývat si opakovaně ruce před začátkem přípravy potravin P/N
- ochraňovat potraviny před hmyzem, hlodavci a jinými zvířaty P/N
- mít trvale u sebe zdravotní průkaz P/N

2. Povinnost dodržovat požadavky v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci má pouze zaměstnavatel P/N

3. Podpora prodeje představuje formu komunikace, jejímž cílem je stimulovat prodej prostřednictvím dodatečných podnětů P/N

4. Projekt Czech Specials aneb Ochutnejte Českou republiku má rozšířit nabídku ve vybraných restauracích v atraktivních destinacích cestovního ruchu P/N

Varianta č.3: Přiřad'te k jednotlivým pojmům odpovídající vymezení

Pojmy:

- 1. HACCP
- 2. Obecné hygienické požadavky
- 3. Podpora prodeje
- 4. Složky komunikačního mixu
- 5. Vnější kontrola
- 6. Gastronomické projekty
- 7. Profesní sdružení
- 8. Dodržování zákona před alkoholismem
- 9. „Kouření zakázáno“

10. Průvodce Michaelin

11. BOZP

Vymezení:

- a) Udělování hvězdiček restauracím
- b) Czech Specials
- c) potravinářské odpady
- d) ČOI, KHS
- e) Viditelně označit před vstupem do zařízení
- f) Systém kritických bodů
- g) Podpora prodeje
- h) Policie ČR
- i) Nabídka poledního menu za zvýhodněné ceny
- j) AHR ČR
- k) Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

Správné odpovědi

Varianta č.1: 1b; 2a; 3d; 4c; 5a;

Varianta č.2: 1P,1P,1N; 2N; 3P, 4N

Varianta č.3: 1f; 2c; 3i; 4g; 5d; 6b); 7j; 8h; 9e; 10a, 11k

Za každou správnou odpověď získáváte 1 bod – max. 21 bodů

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení upevnění vašich znalostí získaných studiem kapitol č.9-11. Celkem můžete získat maximálně 21 bodů. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali **14-21** bodů, jste připraveni k dalšímu studiu. Jestliže jste získali **méně než 13 bodů**, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem jednotlivých kapitol, eventuelně se spojte s tutorem předmětu.

Požadavky na zpracování seminární práce (případová studie)

Studenti kombinované formy studia vypracují seminární práci (případová studie). Seminární práce má přispět k prohloubení znalostí studenta ve zvoleném tématu, k jeho schopnosti formulovat účelový projekt a pracovat s literaturou a dalšími zdroji. Rozsah práce je doporučen na 6 – 10 stran Práce bude odevzdána elektronicky před ukončením kurzu

(zimakova@vsh.cz) a její úroveň bude ohodnocena dle stupnice ECTS. Bez uznané seminární práce nemůže student absolvovat zkoušku.

Příklady témat případové studie:

Zpracování společenské akce (banket, recepce) včetně komanda

Trendy v gastronomii

Ojedinělý gastronomický koncept

Zpracování návrhu nabídky pro restaurační podnik