

Obsah

PŘEDMLUVA	3
1. ÚVOD DO PROBLEMATIKY SPOLEČNÉHO STRAVOVÁNÍ A HOTELNICTVÍ	4
1.1. DRUHY A FORMY SPOLEČNÉHO STRAVOVÁNÍ	4
1.2. RESTAURAČNÍ STRAVOVÁNÍ	5
1.3. ZÁVODNÍ STRAVOVÁNÍ	6
1.4. ŠKOLNÍ STRAVOVÁNÍ	6
1.5. MÍSTO SPOLEČNÉHO STRAVOVÁNÍ VE SPOLEČNOSTI	7
2. ZÁKLADNÍ PŘEDPOKLADY PRO PODNIKÁNÍ VE SPOLEČNÉM STRAVOVÁNÍ A HOTELNICTVÍ	8
2.1. PRÁVNÍ A ODBORNÉ ASPEKTY PODNIKÁNÍ VE SPOLEČNÉM STRAVOVÁNÍ A HOTELNICTVÍ	8
2.2. TECHNICKÁ ZAŘÍZENÍ PRO VYBAVENÍ PROVOZOVNY VEŘEJNÉHO STRAVOVÁNÍ	12
2.2.1. <i>Stroje a zařízení pro výrobu a uchování pokrmů ve výrobních střediscích provozoven veřejného stravování</i>	12
2.2.2. <i>Stroje a zařízení odbytových středisek dle jednotlivých kategorií</i>	15
3. ČLENĚNÍ PROVOZŮ A STŘEDISEK SPOLEČNÉHO STRAVOVÁNÍ A HOTELŮ	17
3.1. VÝROBNÍ PROCES VE SPOLEČNÉM STRAVOVÁNÍ	17
3.1.1. <i>Členění výroby</i>	18
3.2. ŘÍZENÍ VÝROBY	19
3.3. PROCES REALIZACE VE SPOLEČNÉM STRAVOVÁNÍ	19
3.3.1. <i>Odbytová střediska (provoz, podnik společného stravování)</i>	19
3.3.2. <i>Odbytová střediska ubytovacích služeb</i>	24
3.3.3. <i>Kategorizace ubytovacích zařízení</i>	24
3.4. PÉČE O HOSTA V UBYTOVACÍM ZAŘÍZENÍ	26
3.4.1. <i>Příchod hosta</i>	27
3.4.2. <i>Pobyt hosta</i>	27
3.4.3. <i>Odjezd hosta</i>	28
3.5. SLUŽBY V UBYTOVACÍM STŘEDISKU	28
3.5.1. <i>Placené a neplacené služby</i>	28
3.5.2. <i>Služby jednotlivých pracovišť</i>	29
4. OBCHODNÍ VZTAHY VE SPOLEČNÉM STRAVOVÁNÍ A HOTELNICTVÍ	32
4.1. ZÁSADOVÁNÍ VŠEMI DRUHY MATERIÁLU	32
4.2. ZÁKLADNÍ PRINCIPY OBJEDNÁVÁNÍ POTRAVIN A DALŠÍCH MATERIÁLŮ	33
4.3. VSTUPNÍ KONTROLA POTRAVIN A OSTATNÍHO MATERIÁLU	34
4.4. SKLADOVÁNÍ POTRAVIN A OSTATNÍHO MATERIÁLU	36
5. FINANCOVÁNÍ VE SPOLEČNÉM STRAVOVÁNÍ A HOTELU	38
5.1. FINANČNÍ PLÁN	38
5.2. ANALÝZA PODNIKATELSKÉ ČINNOSTI	42
5.2.1. <i>Náklady</i>	43
5.2.2. <i>Zisk</i>	53
5.2.3. <i>Efektivnost a rentabilita provozů společného stravování</i>	56
6. MARKETING V PODNIKU SPOLEČNÉHO STRAVOVÁNÍ	59
6.1. PODSTATA MARKETINGU VE SPOLEČNÉM STRAVOVÁNÍ	59
6.2. STRATEGIE MARKETINGU	60
6.3. NÁSTROJE MARKETINGU - MARKETINGOVÝ MIX	60

6.4. MARKETINGOVÁ STRATEGIE TVORBY OBCHODNÍHO PROGRAMU PROVOZOVNY VEŘEJNÉHO STRAVOVÁNÍ	60
6.4.1. Tvorba produktu - co budeme vyrábět a prodávat.....	62
6.4.2. Formy prodeje produktu.....	63
6.5. RYCHLÉ FORMY STRAVOVÁNÍ.....	68
6.6. CENA PRODUKTU - ZAČ BUDEME PRODÁVAT.....	69
6.7. KOMUNIKACE SE ZÁKAZNÍKEM VE VEŘEJNÉM STRAVOVÁNÍ.....	72
7. ÚLOHA KONTROLY VE SPOLEČNÉM STRAVOVÁNÍ.....	76
7.1. DRUHÝ KONTROLNÍ ČINNOSTI	76
7.1.1. Členění kontrolní činnosti.....	76
7.2. PROVÁDĚNÍ KONTROL V HOTELU	77
7.3. VÝZNAM AUDITU VE SPOLEČNÉM STRAVOVÁNÍ.....	81
POUŽITÁ A DOPORUČENÁ LITERATURA.....	83