

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Laura PANTŮČKOVÁ

ANALÝZA MOŽNOSTÍ ZAVÁDĚNÍ SOUČASNÝCH
GASTRONOMICKÝCH TRENDŮ V RESTAURAČNÍM
PROVOZU

Analysis possibility of introducing current culinary trends in restaurant

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Eva Lukášková, Ph.D.

Ústav gastronomie, hotelnictví
a cestovního ruchu

Brno, 2015

Jméno a příjmení autora: Laura Pantůčková

Název bakalářské práce: Analýza možností zavádění současných gastronomických trendů
v restauračním provozu

Název bakalářské práce v AJ: Analysis possibility of introducing current culinary trends in
restaurant

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Eva Lukášková, Ph. D.

Rok obhajoby: 2015

Anotace

Předmětem bakalářské práce je Analýza možností zavádění současných gastronomických trendů. Cílem je zhodnocení konkrétního restauračního zařízení a navržení možností uplatnění nových gastronomických trendů do konkrétního restauračního provozu. Bakalářská práce je rozdělena do dvou částí - teoretické a praktické. Z obecné platformy vyústuje do konkrétního návrhu zavedení nových moderních gastronomických trendů, které jsou nezbytné pro bezproblémový chod vybraného restauračního provozu. Jde především o oblasti, díky kterým si restaurační provoz udrží svoji kvalitu. Jednotlivé kroky jsou podloženy odbornou literaturou, která souvisí s danou problematikou. Dále jsem vycházela ze znalostí interních dokumentů konkrétního restauračního provozu s názvem Jakoby, kde jsem provedla analýzu z hlediska aktuální situace na trhu. Součástí praktické části je část návrhová, jejichž vyústěním je možnost zavedení konkrétních změn v restauraci Jakoby.

Annotation

This bachelors thesis is focused at analysis of possibilities of implementing current gastronomical trends. The aim is to evaluate the current operations of the business and create possibilities of implementation of the new gastronomical trends in the restaurant processes. My bachelors thesis is divided into two sections, theoretical and practical section. In the theoretical section i will be discussing the the meanings of the theoretical terminology, which are closely related to the topic. Analysis of the modern trends that are essential for successful operations of that branch, will be made too. These trends then ensure that the quality could be made to the desired level. In the practical section, i will evaluate that certain restaurant processes based on the current market situation. In the recommendations section specific possibility of introducing new trends in a particular operation .

Klíčová slova

Gastronomické trendy, Moderní trendy, Provozovna, Gastronomie, Restaurace, Trendy

Key words

Culinary trends, Modern trends, Gastronomy, Trends, Restaurant, Parlour/Workshop

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Analýza možností zavádění současných gastronomických trendů v restauračním provozu* vypracovala samostatně pod vedením Ing. Evy Lukáškové, Ph. D. a uvedla v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne 17. 4. 2015

vlastnoruční podpis autora

Na tomto místě bych ráda poděkovala paní *Ing. Evě Lukáškové, Ph. D.* a za cenné informace, které mi dopomohly ke vzniku bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat Milanu Dvořáčkovi za rozhovor. V neposlední řadě chci poděkovat rodině za podporu.

OBSAH

Anotace.....	3
Annotation.....	3
Klíčová slova.....	3
Key words	3
Obsah.....	6
Úvod.....	9
I. Teoretická část.....	10
1 Pohostinství v české republice	11
2 GASTRONOMIE.....	14
2.1 Nové trendy v gastronomii.....	16
2.1.1 Zážitková gastronomie	16
2.1.2 Fast food.....	17
2.1.3 Česká gastronomie	18
2.1.4 Restaurace v České republice.....	18
2.2 Společné stravování.....	19
3 Metody pro provedení analýzy.....	22
3.1 Analýza vnějšího prostředí.....	22
3.1.1 Analýza makroprostředí	23
3.1.2 Analýza mikroprostředí.....	25
3.2 Analýza vnitřního prostředí.....	25
3.3 SWOT analýza	26
II. Praktická část.....	28

4	analytická část	29
4.1	Charakteristika restaurace Jakoby	29
4.1.1	Restaurace a pivní bar Jakoby	29
4.1.2	Jídelní lístek.....	30
4.1.3	Nápojový lístek	33
4.1.4	Organizační struktura	34
4.1.5	Partnerství a procesy	35
4.1.6	Spolek Jakubák.....	36
5	strategické analýzy restaurace a pivního baru jakoby	37
5.1	Analýza makroprostředí restaurace a pivního baru Jakoby.....	37
5.2	Analýza mikroprostředí restaurace a pivního baru Jakoby	38
5.3	SWOT analýza	39
5.4	Řízený rozhovor s provozní osobou restaurace Jakoby	42
6	návrhy pro pivní bar a restauraci jakoby	45
6.1	Osobní návrhy pro restauraci a pivní bar Jakoby	45
6.2	Technologické návrhy	47
	Závěr.....	49
	Použité zdroje	50
	Seznam Schémat.....	52
	Seznam tabulek.....	53
	Seznam zkratk.....	54
	SEZNAM PŘÍLOH	55
	Přílohy	56

ÚVOD

Pro gastronomické odvětví je velmi důležité držet se nových trendů a tyto systematicky zavádět do provozu s cílem docílení co nejkvalitnějšího a nejefektivnějšího chodu provozovny. Dále je třeba trvale sledovat vývoj v dané oblasti, což je rovněž důležité pro udržení přední pozice mezi konkurencí a z toho plynoucí konkurenční výhody.

V teoretické části bakalářské práce jsou definovány moderní pojmy a trendy gastronomie, mimo jiné analýzy vedoucí k řešení eventuelních problémů dané provozovny.

Praktická část je věnována podrobnému rozboru chodu restaurace a pivního baru Jakoby. Je zde využito analýz mikroprostředí a makroprostředí, díky kterým je SWOT analýza vyhodnocena. Na základě řízeného rozhovoru s provozním restaurace a pivního baru Jakoby, jsou v této části uvedeny konkrétní návrhy pro zlepšení efektivnosti a chodu restaurace.

Cílem této práce je analyzovat současný stav restaurace. Využití těchto analýz a dále pak moderních gastronomických trendů je účelem celkového zlepšení provozu restaurace a pivního baru Jakoby.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 POHOSTINSTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE

Cílem této kapitoly je stručná historická exkurze do pohostinství v rámci České republiky, která nás uvede do dané problematiky.

V 19. století je rozvoj především v rámci hotelnictví, které na českém území bylo zaměřeno na lázeňské oblasti. V těchto oblastech vznikaly hotelové komplexy. Na našem území se nejvíce těšily oblibě západočeské lázně. České pohostinství zažívá největší slávu v roce 1918 po rozdělení Rakouska-Uherska za vzniku samostatného Československého státu. V období první světové války bylo lázeňství zcela utlumeno. Lázeňské komplexy byly hojně využívány armádou.¹ Vývoj pohostinství na území českého státu byl velmi expanzivní, jelikož ho výrazně ovlivnil rozvoj soukromého podnikání. Významným středoevropským městem se stala Praha, která v této oblasti slavila úspěch především díky národní kuchyni a dobrému pivu, které se posléze stalo velmi oblíbeným nápojem i v sousedních zemích. Mezi nejvýznamnější lázeňská města patřila: Karlovy Vary, Poděbrady, Luhačovice, Mariánské Lázně, uznávána za mezinárodní centra s vysokou úrovní péče o hosty.² V roce 1941 po nařízení ministerstva průmyslu vznikl Svaz pro cizinecký ruch v Čechách a na Moravě. Tento svaz rozdělil podniky do tří skupin. Skupiny byly rozděleny na hostinskou a hotelovou činnost, cestovní kanceláře.³ V období tzv. socialismu byly podniky značně redukovány. Mezi „výhody“ socialistické doby patřily nízké ceny v restauračních zařízeních a v neposlední řadě budování rekreačních středisek pro využívání volného času pracujících. Zvýšená poptávka po všech druzích služeb vedla ke krizi tohoto oboru. Podniky prošly značnou restrukturalizací. Pohostinství bylo rozděleno do druhů provozů, ve kterých byly zahrnuty Interhotely, Restaurace a jídelny a v poslední řadě družstevní podniky Jednota. Podniky Jednota hrály velmi významnou roli zejména na venkově.

¹ KOSMÁK, P. *Aktuální stav hotelového podnikání*. [online]. 1999–2010. [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://www.cestovni-ruch.cz/hotelieri/kosmak/aktualni.php>.

² SALAČ, Gustav. *Stolničení*. 1. vydání. Praha: Fortuna, 1996. ISBN 80-7168-333-7.

³ KOVAČ, Lukáš. *Vývoj a úroveň hotelnictví v ČR a některých státech EU*. Bakalářská práce. Zlín: UTB ve Zlíně, Fakulta technologická, Ústav potravinářského inženýrství, 2010.

Na konci 60. let došlo k významnému zvratu, protože lidé začali více cestovat do zahraničí. Tehdy cestovní kancelář Čedok byla inspirována budováním hotelových řetězců v západním bloku a tak v roce 1965 vnikaly na našem území zmíněné Interhotely, které navštěvovali především zahraniční hosté. Tyto interhotely vznikaly po celé Československé republice. Díky Čedoku a vybudování sítě Interhotelů přineslo toto budování standardizaci ubytování, byl kladen větší důraz na obsluhu. Vznikaly provozní manuály, provozní osoby mohli využívat nových výpočetních technik.⁴ Po období roku 1989 vznikly změny, které daly impuls pro vznik tržního hospodářství. V tomto období byly zrušeny sítě, jako jsou již zmíněné Interhotely, Restaurace a Jídelny. Nastala liberalizace v nastavování cen a vznikaly nové kategorie ubytovacích a pohostinských zařízení. V období 90. let ubytovací zařízení představovalo pouze 5% v celkové ubytovací kapacitě. Hotely, které měly tři a čtyři hvězdičky nespĺňovaly tehdejší standardy západoevropských zemí a tak v 90. letech bylo statisticky prokázáno, že pouze 10% hotelů odpovídalo standardům, které člověk mohl nalézt v západní Evropě. Tyto nedostatky se týkaly především vybavení hotelů, jako byly jednolůžkové a dvoulůžkové pokoje, koupelny, telefonní centrály a především většina hotelů měla nízkou gastronomickou úroveň. V tomto období byla výhoda znovuzavedení soukromého podnikání, kde se tyto standardy na základě rodinného podnikání zlepšovaly. Těchto změn se lidé mohli dožadovat v menších hotelech a penzionech. Tento stav vylepšil celkovou situaci na trhu.⁵ Na zlepšování kvality se podílí v současném období asociace a sdružení jako jsou Asociace hotelů a restaurací ČR, Sdružení podnikatelů a pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách ČR, Asociace číšníků ČR. Byl navýšen počet provozoven určených ke společnému stravování, rozšířil se i sortiment nápojů a jídel, obsluha využívá nových systémů zaváděných do gastronomického zařízení. Vzrostla celková kvalita služeb a vznikají nové formy ubytování a stravování. Můžeme vymezit dva časové úseky, které ovlivňovaly, nebo ovlivňují kvalitu v pohostinství. O období, jako kvantitativním můžeme hovořit od roku 1989 do roku 1999. Tehdejší provozovny se postupně vracely původním majitelům, popřípadě připadly tyto provozovny dědicům. Tito dědicové však ve většině případů nebyli dostatečně kvalifikovaní. Na druhou stranu vznikaly, či byly zakládány

⁴ KIRÁĽOVÁ, Alžběta. *Marketing hotelových služeb*. 2. vydání. Praha: Ekopress, 2006. ISBN 80-86929-05-1.

⁵ HORNER, S. – SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

nové provozovny, a to především s cílem dosažení co nejvyššího zisku. Začalo se využívat nových technologií, na trh přišly nové suroviny a vstoupily na trh nové gastronomické firmy, jakými jsou například: McDonald's, KFC- Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Crocodile.⁶

⁶ LUKÁŠKOVÁ, PH.D. a Ing. Zdeněk MÁLEK, PH. D. *FOOD AND BEVERAGE MANAGEMENT*. Brno ISBN ISBN 978-80-87300-23-7.

2 GASTRONOMIE

Cílem této kapitoly je vymežit pojmy jakými jsou základní lidská potřeba, gastronomie, zážitková gastronomie, Fast-food atd.

Podle Lukáškové a Málka mezi základní lidské potřeby patří utišení pocitu hladu a žízně. Tyto primární potřeby můžeme uspokojit buď formou společného, nebo individuálního stravování. V současné době je pojem gastronomie synonymem pojmu společné stravování. Význam slova gastronomie pochází z řeckého slova gaster (žaludek) a nomen (nauka), která zahrnuje znalost všeho, co se k lidské výživě vztahuje.⁷

Dle Seidlerové, je gastronomie nauka o labužnictví a prvé řadě o kuchařském umění. Obecně lze říci, že gastronomie zahrnuje i soubor specifických pravidel, určující, jak jídla upravovat, jak je servírovat, jaké nápoje jsou nejvhodnější apod. Stanovuje tedy jakousi pomyslnou hranici správné výživy člověka.⁸

Nejzákladnější požadavky strávníků, ať již v restauračních zařízeních, či stravovnách, je uspokojit svoje chuťové buňky. Docílení lahodného pocitu uspokojení, ke kterému beze sporu i úprava podávaného jídla a příjemná obsluha patří, je skvělou vizitkou restaurace, kam se zákazník vždy rád vrátí. Je takto lze v dnešní silné konkurenci na tomto trhu uspět.

Bohužel stále ještě má v dnešní době negativní vliv na kvalitu veřejného stravování doba minulá, míněno období let 90. V restauračních zařízeních byla v oblibě tzv. hotová jídla, typu: španělský ptáček s rýží, smetanové omáčky, ovocné kompoty, zeleninové saláty, knedlík s vejci, plíčka na smetaně, gothajský salám s cibulí, rakvička se šlehačkou. Byla to jídla typická pro období, kdy se lidé většinou stravovali z vlastních zásob a restauračních zařízení využívali jen zřídka kdy.

V dnešní době se mnohé nezměnilo a lidé se i nadále nejen na dovolených, ale i v zaměstnání stále stravují z vlastních zásob. Přesto je trend využívání gastronomických služeb stoupající.

⁷ LUKÁŠKOVÁ, PH.D. a Ing. Zdeněk MÁLEK, PH. D. FOOD AND BEVERAGE MANAGEMENT. Brno. ISBN 978-80-87300-23-7.

⁸ SEIDLEROVÁ, Sabina. *Společenská setkání a gastronomická pravidla uplatňována v rámci poskytování služeb ve společném stravování*. Diplomová práce. Zlín: UTB ve Zlíně, Fakulta technologická, Ústav potravinářského inženýrství, 2008. [48 s.]

Vyplývá to ze statistiky uveřejněné na serveru www.ekonomika.eurozpravy.cz, ve kterém 54% respondentů odpovědělo, že si nosí do zaměstnání své vlastní jídlo, dále pak 15% respondentů se stravuje v restauracích, dalších 13% v podnikových kantýnách. V 5% zaměstnanci využívají rozvážkové služby a konečně 13% respondentů se v zaměstnání nestravuje vůbec. Do tohoto statistického šetření bylo zapojeno 2158 respondentů. Z tohoto průzkumu vyplývá, že si lidé připravují z úsporných důvodů vlastní pokrmy, což snad vede k tomu, že strava připravená doma, je sestavena podle představ konzumenta a snad je i zdravější a dietnější.

V 55% z 282 dotázaných firem přispívá svým zaměstnancům na stravu formou stravenek. Ve zbývajících případech firmy nepřispívají zaměstnancům na jídlo vůbec anebo uvažují nad zavedením vlastního firemního stravování.⁹

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že gastronomii můžeme definovat třemi základními body, vymezenými ve schématu č. 1.

Schéma č. 1

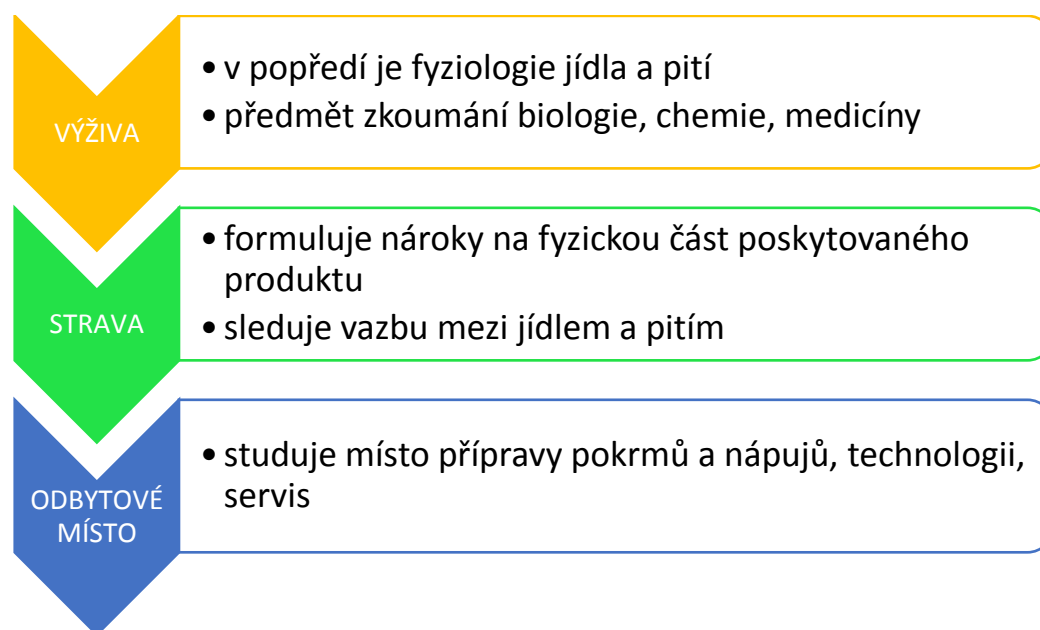


Schéma č. 1: Vymezení gastronomie výživou, stravou a odbytovým místem Zdroj: Vlastní úprava podle ZIMÁKOVÁ, Blanka. Food & Beverage management. Skriptum. 2. vydání. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, Katedra hotelnictví, 2009. ISBN 978-80-86578-74-3.

⁹ Češi šetří stravenky pro rodinu, oběd si nosí z domu. [online]. [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://ekonomika.eurozpravy.cz/ceska-republika/44370-cesi-setri-stravenky-pro-rodinu-obed-si-nosi-z-domu/>

2.1 Nové trendy v gastronomii

V současné době poptávka zákazníků po kvalitnějším jídle stoupá. Jelikož lidé mají více přístupnějších informací o původu potravin, zvyšuje se tím poptávka po farmářských výrobcích či bio potravinách. V současné době je lepší přístup k informacím, odkud produkt a za jakých podmínek pochází. Zejména se jedná o produkty, jako jsou vejce, zelenina či maso.

V periodiku *Apetitonline.cz*, píše Vaňková o syrové stravě, ke které se dnes obrací mnoho strávníků. Jde o typ kuchyně, které se říká rawfood kuchyně. Tato kuchyně se zabývá pouze úpravou syrových surovin upravených maximálně do 42 °C a bez jakékoliv chemické úpravy. Mezi tyto pokrmy patří například: cuketové špagety, polévky či lasagne z červené řepy.

Mezi novodobé trendy patří příprava domácího chlebového kvásku. Mezi novodobé trendy patří např. příprava domácího chlebového kvásku.

Tyto jsou oblíbeny zejména kvůli možnosti kontroly použitých surovin, což u hotových výrobků říci nelze. Tato skutečnost inspirovala vyznavače tohoto typu výroby pokrmů např. k vytvoření webových stránek www.pecempecen.cz.¹⁰

2.1.1 Zážitková gastronomie

Zážitková gastronomie, nebo slow food se zaměřuje nejen na chuť, ale především se jedná o skladbu pokrmů na talíři, kde sebemenší detail hraje významnou roli. V tomto případě jde o zapojení většiny lidských smyslů. Tento typ gastronomie praktikují většinou luxusnější restaurace, které si mohou dovolit zaměstnat zkušené kuchaře s bohatou praxí a jak je dnes dobrým zvykem i praxí v zahraničí. Neméně důležitá je i vysoká kvalita obslužného personálu, který je dostatečně s degustačním menu obeznámen a je schopen hostovi prezentovat veškeré informace týkající se skladby pokrmů a podávání vhodných nápojů.

Formy zážitkové gastronomie se liší podle typu událostí, které mohou být doprovázené neobvyklou (typovou či stylovou) výzdobou restaurace, nebo hudbou vhodnou pro daný druh události.

¹⁰ VAŇKOVÁ, Irena. [online]. s. 1 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.apetitonline.cz/novinky/4160-nove-trendy-v-gastronomii-syrova-strava-vareni-online-a-domaci-pecivo.html>

Zde můžeme zmínit i typ podávání pokrmů, mezi které patří tzv. Front cooking, kde host vidí celkovou přípravu pokrmů, jelikož je připravováno přímo před jeho zraky. Pokrmy by měly být doprovázeny nápoji, které snoubí chuť pokrmu a např. vína. Ke každému chodu je většinou podáván jiný druh vína, taky aby hostovi co nejvíce navodila evokující chuť a odnesl si tak zážitek, kterým je zážitková gastronomie tolik oblíbená.

Mezi tento typ stravování řadíme i tzv. Finger food, který doprovází většinou významnější chvíle, jakou jsou plesy, oslavy, svatby. Jedná se většinou o 1- 2 sousta a jsou servírovány tak, aby se daly vzít do rukou bez zásahu příborů a host by se neměl od pokrmu umazat. Tyto typy pokrmů jsou podávány na tzv. mušlích, špízech nebo jsou podávány jako kanapky. Do finger food oblasti řadíme např. sushi, ale i Amuse bouche, které je podáváno před začátkem hlavního menu pro nabuzení chutě.

2.1.2 Fast food

V roce 1940 v USA (Kalifornie) vznikla nová vlna stravování, která je nazývána fast food, a je zaměřená především na rychlost a jednoduchost, kdy pokrmy nebudou muset připravovat kvalifikovaní kuchaři, ale lidé i bez vzdělání v oboru. Na pokrmy jsou kladeny nejmenší požadavky na přípravu a jsou určeny pro rychlou konzumaci přímo na místě. Mezi nejvýznamnější řetězce v oblasti fast food je především McDonald's, KFC, Burger King a mezi jejich nejprodávanější produkty patří hamburgery, hranolky, ale i kebab a dále nápoje v čele s oblíbenou coca-cola.

Do kategorie fast food je třeba zařadit typ stravování Junk food neboli nezdravé jídlo, kde výživová hodnota obsahuje vysoký obsah cukru, tuku, soli, a tím i kalorií (dále pak obsahují i pesticidy, kukuřičný sirup, hormony, pesticidy a mnoho dalších škodlivých látek pro tělo)¹¹. Do nezdravého jídla řadíme nejčastěji smažená jídla, kterými jsou fast foody natolik známé. Trend fast foodu si již nedrží místo mezi moderními trendy, ale stále je celosvětově oblíbený.

V roce 1986 vznikl v Itálii spolek, který se rozhodl bojovat proti fast food řetězcům a jejich hlavním cílem je zachovat kulturu stolování a stravování.

¹¹ SMITH, Andrew F. *Fast food and junk food: an encyclopedia of what we love to eat*. Santa Barbara, Calif.: Greenwood, c2012, 2 v. (1x, 815 p.). ISBN 03-133-9394-X.

2.1.3 Česká gastronomie

Gastronomie České republiky je dána geografickou polohou země. Česká republika je zemí, která se nachází ve vnitrozemí a má chladnější podnebí. Díky tomuto podnebí jsou základními surovinami ty, které se dají vypěstovat doma, mezi tyto suroviny patří zejména obilniny, luštěniny, brambory, zelenina, ale i maso.

Mezi základní složky českého jídla právě maso patří. Maso vepřové, drůbeží, hovězí, králičí, ale i zvěřina. Do této kategorie můžeme zařadit i sladkovodní ryby především kapra, candáta, úhoře a pstruha.

Oblíbenými přílohami české kuchyně jsou zejména knedlíky a omáčky, které obsahují většinou smetanu, mouku a máslo. Knedlíky máme především houskové, bramborové a plněné ovocem či uzeninou. Mezi oblíbené české pokrmy svačínového typu můžeme zařadit i obložené chlebíčky, Olomoucké tvarůžky, pražskou šunku.

Za nejoblíbenější nápoj je považováno pivo, které je celosvětově známé, díky své nezaměnitelné chuti. Mezi nejznámější české pivovary patří především Pilsner Urquell a Budějovický Budvar se svými produkty. Dalšími oblíbenými nápoji, které mají u nás mnoholetou tradici, jsou zejména jihomoravská vína a jako aperitiv před jídlem Becherovka s karlovarskou tradicí. Mnohde se tzv. pro lepší trávení ujala i typická valašská slivovice.

2.1.4 Restaurace v České republice

V rámci České republiky je nabídka služeb gastronomie velmi pestrá. Za nejluxusnější restauraci je považována Allegro v hotelu Four Seasons, která jako první získala hvězdu gastronomického průvodce Michelin. Dále do služeb můžeme zařadit i hospůdky, fast foody. V posledních letech řadíme mezi nejoblíbenější kuchyně v Česku zejména italskou, čínskou či mexickou. K lepší orientaci ze široké nabídky restaurací slouží příručka Grand Restaurant, která nás provází tuzemskými restauracemi. Do tohoto průvodce jsou řazeny restaurace na základě hodnocení nezávislých lidí, z mnoha různých profesní či sociálních vrstev. Aktuálně je v průvodci přes 510 restaurací.¹²

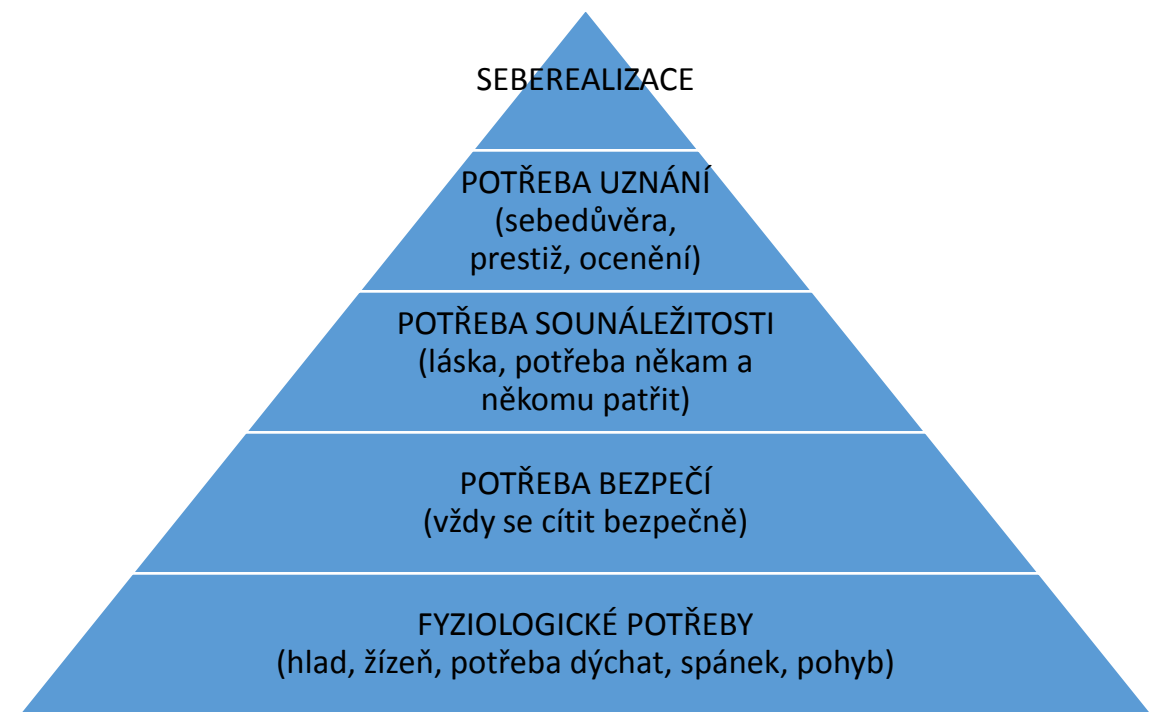
¹² JENERÁLOVÁ, Ivana. Česká gastronomie. [online]. 2010 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/98231-ceska-gastronomie>

2.2 Společné stravování

Ze schématu vyplývá, že rozlišujeme dva druhy stravování a těmi jsou: individuální a společné nebo taky otevřené a uzavřené. Otevřené stravování je veřejné, takže sem řadíme stravování v restauracích, bufetech či bistrech a mezi uzavřené řadíme např. školní jídelny, nemocnice nebo také vězeňské stravování. Zásada společného stravování patří mezi uspokojení základních potřeb obyvatelstva.

Tyto potřeby jsou vysvětleny v Maslowově pyramidě potřeb ve schématu č. 2.

Schéma č.2 Maslowova pyramida potřeb

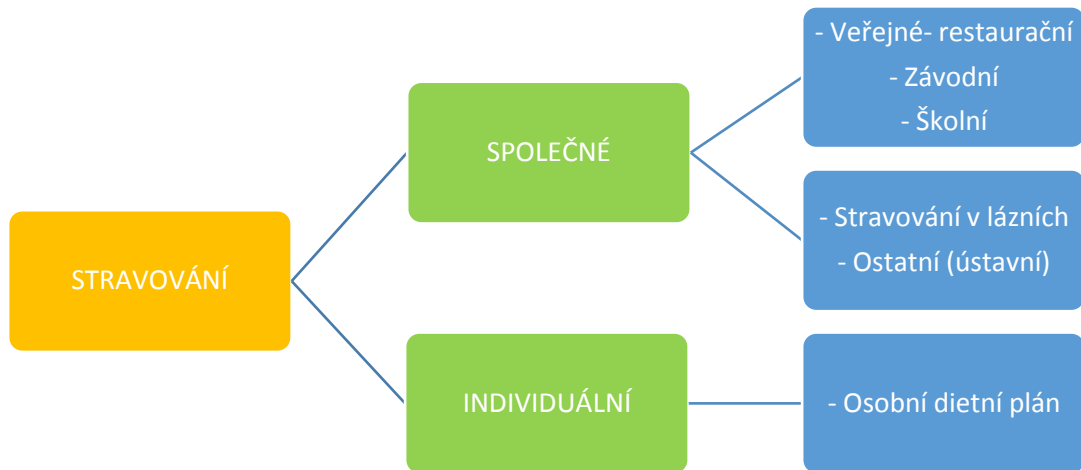


Zdroj: Vlastní úprava podle VEBER, Jaromír. A KOL. MANAGEMENT: Základy-moderní manažerské přístupy-výkonnost a prosperita. 2009. vyd. Praha 3: Management Press, s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7261-200-0.¹³

¹³ VEBER, Jaromír. A KOL. MANAGEMENT: Základy-moderní manažerské přístupy-výkonnost a prosperita. 2009. vyd. Praha 3: Management Press, s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7261-200-0.

Tuto službu může poskytovat osoba, která se drží vyhlášky o hygienických požadavcích na poskytované stravovací služby. Formy společného stravování jsou znázorněny ve schématu č. 3.

Schéma č. 3 Různé formy společenského stravování



Zdroj: Vlastní úprava podle INDROVÁ, Jarmila. Podnikatelská činnost ve stravování a hotelnictví. Praha: VŠE 1995. ISBN 80-7079-054-7.

Ze schématu vyplývá, že lze rozlišovat dva druhy stravování: individuální a společné neboli otevřené a uzavřené. Otevřené stravování je veřejné, tudíž sem řadíme stravování v restauracích. Typickým uzavřeným stravováním jsou školní jídelny, nemocniční nebo také vězeňská stravovací zařízení.

Rozdělení společného stravování:

- ZÁKLADNÍ: poskytování obědů a večeří,
- DOPLŇKOVÉ: forma stravování mimo základní potřebu stravování (bufety, bankety, koktejly)¹⁴

Úloha společného stravování:

- Ovlivňována životní úroveň obyvatelstva (poskytuje volný čas, tím, že konzumenti nevaří doma),
- uspokojuje výživové potřeby obyvatelstva,
- přispívá k racionální výživě,
- umožňuje poskytování pracovních příležitostí,
- přímo ovlivňuje rozvoj několika odvětví národního hospodářství a působí na ekonomický růst (zemědělství a potravinářský průmysl, strojírenství),
- spolupodílí se na tvorbě hrubého domácího produktu.
- patří mezi nedílné součásti naší kultury¹⁵

¹⁴ INDROVÁ, Jarmila. *Podnikatelská činnost ve stravování a hotelnictví*. Praha: VŠE, 1995. ISBN 80-7079-054-7.

¹⁵ ZIMÁKOVÁ, Blanka: *Food & Beverage management*. Skriptum. 2. vydání. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, Katedra hotelnictví, 2009. ISBN 978-80-86578-74-3.

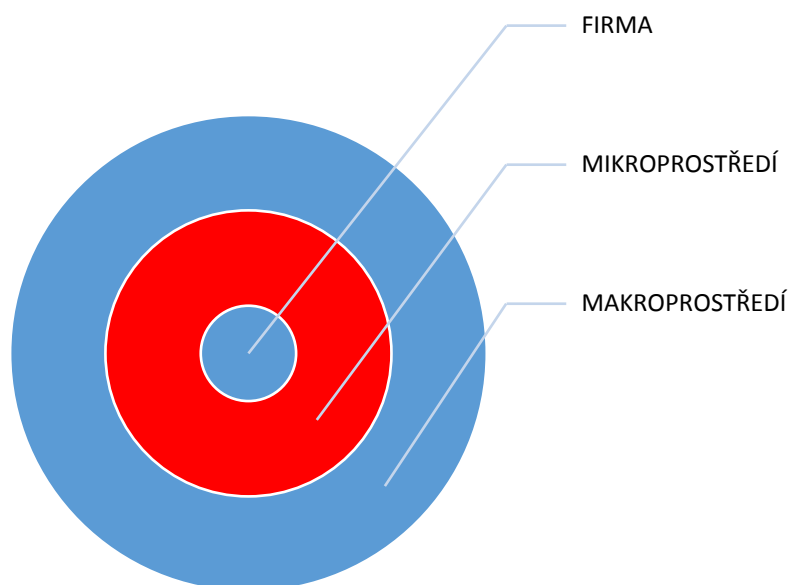
3 METODY PRO PROVEDENÍ ANALÝZY

Následující kapitoly definují analýzy, které budou aplikovány v praktické části.

3.1 Analýza vnějšího prostředí

Ve schématu č. 4 je charakterizován podnik a jeho okolí.

Schéma č. 4 Firma a její okolí



Zdroj: vlastní zpracování, Inspirováno: VEBER, Jaromír. A KOL. MANAGEMENT: Základy-moderní manažerské přístupy-výkonnost a prosperita. 2009. vyd. Praha 3: Management Press, s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7261-200-0

3.1.1 Analýza makroprostředí

Analýza makroprostředí se zabývá vnější situací podniku. Jsou to faktory, které významně ovlivňují podnik. Pro zjištění faktorů ovlivňující podnik bývá využito několika metod, kterými jsou např. Metoda PEST, nebo také PESTEL, PESTLE, STEP, PELST.

- P- politické a právní prostředí,
- E- ekonomické faktory,
- S- sociální a kulturní faktory,
- T- technické a technologické faktory,
- E- ekologické faktory

Politické a právní prostředí je úzce spjato s legislativním segmentem makroprostředí. Politický segment hodnotí politický stav v rámci České republiky, tedy politickou stabilitu, politickou etiku, která uvádí jistotu pro podniky na trhu. Ovšem uvádí i charakteristiku regulace, které činnosti podnik může vykonávat. V rámci restaurací je třeba udržet bezpečnost na pracovišti v souladu s normami Hazard Analysis and Critical Control Points (dále jen HACCP). Vydanými komisí Evropského parlamentu.¹⁶ Z politických vyhlášek je třeba budoucí dodržení zákazu kouření, které bude schváleno v nejbližších měsících dle Ministra zdravotnictví Svatopluka Němečka celoplošně.¹⁷ Důležité je zmínit aktuální vyhlášku od Asociace hotelů a restaurací v České republice (dále jen AHR ČR) pro restaurační zařízení, aby byly dostupné informace o alergenech obsažených ve všech potravinách a nápojích, které restaurace nabízí.¹⁸ Inovace bude doporučena konkrétnímu restauračnímu provozu v praktické části.

¹⁶ NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY (ES) č. 852/2004 ze dne 29. dubna 2004 o hygieně potravin [online]. 2004 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.haccpexpres.cz/database/narizeni_ES_852_2004.pdf

¹⁷ Poslední slovo ministra: Kouření v restauracích zakážeme plošně. In: Poslední slovo ministra: Kouření v restauracích zakážeme plošně [online]. Praha, 2015 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/298143-posledni-slovo-ministra-koureni-v-restauracich-zakazeme-plosne/>

¹⁸ Metodický pokyn informování o alergenech. In: *Sbírka zákonů*. 2014. Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/legislativa/metodicky-pokyn-informovani-o-alergenech/>

Ekonomický segment se zabývá mírou inflace, zadlužením i nárůstem ekonomiky.¹⁹ V rámci České republiky a Jihomoravského kraje je třeba se zmínit o míře nezaměstnanosti, která dle údajů Českého statistického úřadu (dále jen ČSÚ) k 31. 3. 2014 činí 9,8 %²⁰

V sociálním segmentu makroprostředí je zobrazena demografie obyvatelstva (složení populace, jakou víru uznává, preference vzdělání apod.). Zmíněné faktory výrazně ovlivňují sociální segment pro výzkum této metody.²¹ Ale i vzdělání Moravě je na vysoké úrovni a to díky vysokému počtu vysokých škol, zejména v Brně, kde se nachází hned 3 vysoké školy z nichž nejvýznamnější jsou Masarykova univerzita, Mendelova univerzita a Vysoké učení technické. Zmíněné a další univerzity poskytují studentům spoustu studijních oborů, kterých ročně využívá přes 80 000 studentů. Statistické údaje dokládá webový článek z brněnského zpravodajství České televize.²²

Technicko- technologický segment řeší využití nových inovací, které by mohly výrazně ovlivnit chod celého podniku a jeho další vývoj.

Ekologický faktor podniku sleduje environmentální postupy, sleduje celkové životní prostředí.²³

PESTE analýza bude aplikována v praktické části pro detailnější zjištění faktorů ovlivňující makroprostředí podniku.

¹⁹ VYSEKALOVÁ, PH.D., Doc. PhDr. Jitka. A KOL. Marketing. Praha 1: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-979-3.

²⁰ Český statistický úřad. ADAM, Ing. Karel. Nezaměstnanost v Jihomoravském kraji k 31. březnu 2014 [online]. 2014, 9. 4. 2014 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/nezamestnanost_v_jihomoravskem_kraji_k_31_breznu_2014

²¹ VYSEKALOVÁ, PH.D., Doc. PhDr. Jitka. A KOL. Marketing. Praha 1: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-979-3.

²² ČT BRNO, ČTK. Do Brna míří téměř osmdesát tisíc studentů [online]. Brno, 2013, 11. 9. 2013 15:00 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/zpravodajstvi-brno/zpravy/241596-do-brna-miri-temer-osmdesat-tisic-studentu/>

²³ VYSEKALOVÁ, PH.D., Doc. PhDr. Jitka. A KOL. Marketing. Praha 1: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-979-3.

3.1.2 Analýza mikroprostředí

Charakterizuje blízké prostředí a faktory podniku, které přímo ovlivňují chod vybraného podniku. Mezi významné faktory patří:

- Konkurence
- Dodavatelé
- Zákazníci²⁴

3.2 Analýza vnitřního prostředí

Metoda, která hodnotí 7 manažerských faktorů, které významně ovlivňují chod celého podniku. Faktory podniku v rámci metody 7S mohou být definovány, jako kritické faktory.

Mezi manažerské faktory 7S řadíme:

- Strategie- vymezené strategické cíle,
- Struktura- rozdělení odpovědnostních vztahů (nadřízenost, podřízenost),
- Sdílené hodnoty- principy respektované všemi zaměstnanci,
- Schopnosti- předávané zkušenosti ostatním zaměstnancům,
- Styl- jakou činností se osoby v manažerské pozici zabývají nejdéle,
- Systémy řízení- formální i neformální proces prosazování strategie,
- Spolupracovníci- řídicí i řadoví zaměstnanci, loajalita, motivační procesy²⁵

²⁴ HORNER, S. – SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

²⁵ KUBÍK, Josef a Alena KERLINOVÁ. *Strategický management v hotelnictví a cestovním ruchu*. Brno: Vysoká škola obchodní a hotelová, 2012, 127 s. ISBN 978-80-87300-36-7.

3.3 SWOT analýza

Je technika zabývající se zhodnocením vnitřních a vnějších faktorů, významně ovlivňujících úspěšný chod podniku, kterými jsou:

- Stanovení silných stránek podniku,
- Stanovení slabých stránek podniku,
- Hrozby,
- Příležitosti v okolí podniku,

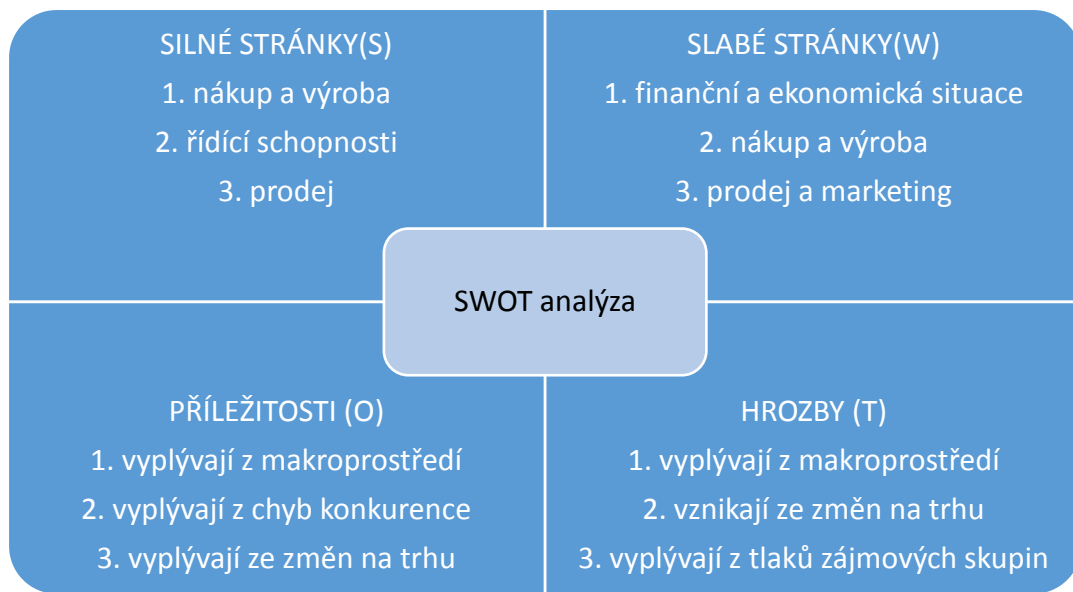
Hrozby a příležitosti, jsou takové pozice podniku, které mohou nastat. Mezi tyto budoucí body může patřit např. různorodost podnikání, vysoká konkurence, hrozba vstupu nových konkurenčních podniků.

Silné a slabé stránky výrazně ovlivňují tvorbu strategických bodů, které jsou analyzovány ve výzkumu a vývoji podniku.

Veškeré stránky SWOT analýzy jsou uvedeny ve Schématu č. 5. Z tohoto důvodu byla zařazena teorie spojená s objasněním SWOT analýzy, která poté bude aplikována v praktické části na zhodnocení konkrétního restauračního provozu.²⁶

²⁶ VEBER, Jaromír. A KOL. *MANAGEMENT: Základy-moderní manažerské přístupy-výkonnost a prosperita*. 2009. vyd. Praha 3: Management Press, s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7261-200-0

Schéma č. 5 SWOT analýza



Zdroj: vlastní zpracování, inspirováno: VYSEKALOVÁ, PH.D., Doc. PhDr. Jitka. A KOL. Marketing. Praha 1: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-979-3

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ANALYTICKÁ ČÁST

Analytická část bakalářské práce nás provede obecnou charakteristikou restaurace a pivního baru Jakoby.

4.1 Charakteristika restaurace Jakoby

Cílem této kapitoly je analyzovat vybraný podnik, kterým je restaurace a pivní bar Jakoby. Dále pak v návrhové části budou navrženy obměny, které by mohly být zavedeny do provozu restaurace a pivního baru Jakoby.

4.1.1 Restaurace a pivní bar Jakoby

- Adresa: Jakubské náměstí 6, 602 00 Brno
- E-mail: info@restauracejakoby.cz
- Tel.: +420 602 JAK OBY (602 525 629), +420 542 211 452
- Otevírací doba: ČT: 11.00 – 24.00
PÁ: 11.00 – 01.00
SO: 12.00 – 01.00
NE: 12.00 – 23.00
- Provozovatel: Slušnej oddíl s.r.o.
Jakubské nám. 128/6, 602 00 Brno
IČ: 29310687, DIČ: CZ29310687

Restaurace a pivní bar Jakoby se nachází v historické budově na Jakubském náměstí v samém centru Brna. Budova na Jakubském náměstí má bohatou minulost. Již od 18. Století se zde nacházely restaurace, jako jsou U Velkého mázu či Plzeňský dvůr, kde se v tomto období taktéž točil plzeňský Prazdroj. V roce 1906 byla celá budova přestavěna na hotel, který byl známý především dobrou pohostinností a čistými pokoji s ústředním topením.²⁷ A proto, že je budova natolik historicky známá, byla tato skutečnost pro investory impulsem pro vytvoření a oživení kdysi známých, populárních restaurací.

²⁷ ALTMAN, Karel a Vladimír FILIP. *Brno: zájezdní hostince a hotely = Brünn : Gasthäuser und Hotels*. Vyd. 1. Brno: Josef Filip, 2012, 287 s. Bruna Aeterna. ISBN 978-80-905166-0-1.

Strategické umístění je velmi důležitým bodem pro tuto restauraci, jelikož spousta lidí, studentů, výletníků a turistů denně proudí kolem známého kostela u Svatého Jakuba, podle kterého je právě toto náměstí pojmenováno. Rovněž bych zmínila vhodnost umístění hned vedle populárního divadla Bolka Polívky, kde se téměř každý večer odehrávají představení, ať už se jedná o zájezdní divadla či domácí, brněnské divadelní spolky. Jelikož každé představení začíná ve večerních hodinách, je restaurace Jakoby ideálním místem pro příjemné posezení buď před začátkem představení, či po jeho skončení.

Restaurace má 125 míst k sezení z čehož je 10 míst posezení na baru. Restaurace, je rozdělena na kuřáckou a nekuřáckou část. Estetičtější pohled na restauraci tvoří velká francouzská okna, která bývají v letních měsících otevřena. Kuřácká část v zadní části restaurace je velmi dobře odvětrávána a klimatizována. V prostoru před restaurací v příjemném stínu kostela, je v letních měsících otevřena zahrádka pro cca 40 hostů.

Restaurace a pivní bar Jakoby byla navržena v roce 2014 do průvodce Czech Specials. Czech Specials, je průvodcem po restauracích v rámci České republiky, které nabízí tradiční česká jídla moderně pojatá. Jsou to restaurace, které si zakládají na kvalitních surovinách pro přípravu typických českých jídel.

4.1.2 Jídelní lístek

Restaurace je zaměřena na podávání kvalitních produktů, ať už je řeč o pivě, nápojích či jídlech, která jsou připravována z kvalitních surovin, bez využívání chemických polotovarů, jakými by mohla být instantní bramborové kaše, náhražkové omáčky apod.

Denně podává restaurace menu, kde si host může vybrat ze dvou jídel a jedné polévky, které se podává v době oběda do vyprodání. Mimo jiné nabízí zákazníkům týdenní menu. Týdenní nabídka je prezentována formou informační tabule, umístěné u vchodu do samotné restaurace. Většinou se v této týdenní nabídce objevují z hlediska dodržení zdravé výživy lidí v produktivním věku rybí maso, pro doplnění vitamínů Omega 3- mastných kyselin. K dostání jsou ryby, jako jsou Dorada (Pražma), Candát, Mořský vlk apod. Většinou se menu skládá ze sezonních surovin, či se řídí aktuálními svátky (Silvetrovské menu, Svatý Martin, Valentýnské menu, Zabíjačkové menu).

Jídelní lístek je sestavován každého čtvrt roku, tak, aby měl každý zákazník možnost širšího výběru jídel. Proto restaurace nabízí nejen jídelní lístek ale i denní menu, které je vždy platné do vyprodání zásob, jak je zmíněno výše.

Restaurace nabízí mnoho forem jídel. Dostačující výběr předkrmů, polévky, saláty, malé saláty, těstoviny, ryby, jídla k pivu, hlavní jídla, dezerty a nakonec nápoje alkoholické či nealkoholické.

Zejména předkrmy se staly velice oblíbenou formou k navození chuti před hlavním jídlem. Oblíbeným předkrmem se staly paštiky, paštiky husí, kachní či zvěřinové, podávané s pečivem a domácími chutney (cibulové, švestkové). Aktuální nabídka paštiky je paštika z kachních jatýrek se švestkovým chutney, dále například konfitované krevety v chilli s česnekem a bagetou.

Nejoblíbenější polévkou v restauraci Jakoby je vývar z volské oháňky, zeleninou a nudlemi. Tato polévka od otevření restaurace nezměnila svoji pozici v oblíbenosti a stále si drží vedoucí místo na jídelním lístku, přestože tento bývá pravidelně obměňován.

Do sekce těstovin je nutno zařadit oblíbený pokrm Sýrové špece s tyrolským horským sýrem, restovanou cibulkou a hlávkovým salátem. Vedení restaurace není znám fakt, že se tento originál připravuje v rámci jiných brněnských restaurací. Oblíbený pokrm pochází z horských oblastí bavorského Allgäu a rakouského Tyrolska, kde byl velmi oblíbenou a zejména v zimním období lehce dostupnou stravou pastevců dobytka a obyvatel žijících vysoko v horách. Odtud název allgäuer či tyroler Bergkäse.

Jídla k pivu obsahují doplňkové pokrmy, které výborně snoubí chuť s pivem. Mezi tyto pokrmy patří domácí brambůrky, domácí bramborák s tuňanským zelím, klobáska z farmy Šošůvka a domácí pražené mandle.

V hlavních chodech je třeba zmínit domácí hovězí svíčkovou, tatarský biftek, telecí řízek na přepuštěném másle. Tato jídla patří mezi oblíbená, a proto si opět drží od roku 2012 své místo v jídelníčku. Ostatní pokrmy v sekci hlavních chodů se mění dle sezónnosti i oblíbenosti u zákazníků.

Jako poslední v jídelní nabídce restaurace Jakoby se nachází dezerty, kam patří *Crème Brullée*, krémový čokoládový dort z Belgické čokolády s vanilkovou omáčkou a pošírovaná hruška

v červeném víně podávaná se skořicovou zmrzlinou. Aktuálně restaurace nabízí domácí *tiramisu*.

V jídelním lístku jsou vegetariánská jídla označena hvězdičkou (*). Což je pro vegetariánské zákazníky velmi lákavé. V rámci menu lze na vyžádání připravit i některé pokrmy v bezlepkové formě. U obsluhy je možné si vyžádat podrobnější informace o alergenech obsažených v jídlech i nápojích. Tato informace je vymezena v teoretické i praktické části v analýze makroprostředí podniku (PESTE analýza).

Sezónní menu

V zimním období je zvýšená poptávka po typických českých jídlech, například hovězí svíčková, či jiné těžší omáčky. V zimním menu nastává absence zeleninových salátů především z hlediska cenové dostupnosti, jelikož v klimatických podmínkách v rámci České republiky nelze mnoho druhů salátů pěstovat, tudíž je nutno odebírat z velkoobchodu a cena těchto produktů je vyšší než v letním období. Tento fakt je znám i z chuti, která se k nám dováží, nedosahuje takové kvality a proto je na jídelním lístku k nalezení velmi sporadicky.

Naopak je tomu v jarním menu, kdy výběr zeleniny a salátů je podstatně větší a cenově dostupnější. (rané brambory, pažitka, čerstvá kořenová zelenina, špenát, velký výběr salátů). K těmto druhům zeleniny pak je vhodné mladé maso, typu drůbeží, kůzlečí, telecí.

V letních měsících je třeba zmínit rozdělení oblíbenosti jídel, kdy u žen převládá poptávka po zeleninových salátech. Zelenina je dostupnější a proto doplňuje jídelní lístek. Naopak u mužů převládá maso všech druhů, či jiná více kořeněná jídla. Letní jídelní lístek je rozšířen o nabídku těstovin a jiných lehčích jídel.

Podzimní menu obsahuje jídla připravována ze zvěřinového masa, či z tmavého ovoce, které je pro Českou republiku tolik typické. Mezi tmavé ovoce řadíme: hrušky, jablka, švestky.

V současné době se zvyšuje poptávka po lokálních či bio potravinách, což respektuje ve své nabídce i restaurace Jakoby. Restaurace nabízí ve víkendových dnech nabídku jídel určených speciálně pro děti. Taková jídla jsou méně okořeněná a podávána v menších porcích. S tímto menu je úzce spjato menu rodinné, které je taktéž podávané o víkendu z hlediska návštěvnosti rodin s dětmi.

4.1.3 Nápojový lístek

Nápojový lístek je sestaven z netradičních, zajímavých nápojů, ať už alkoholických či nealkoholických. Mezi velice oblíbené patří domácí šťávy (okurková, pomerančová, bezinková, zázvorová), domácí ledové čaje, ale i alkoholické koktejly.

Za pozornost stojí piva, která jsou čepována z chlazených pivovarských boxů, bez kontaktu se vzduchem a pivo je vedeno k výčepu tou nejkratší možnou cestou, takže si zachovává svoji chuť. Nabídka piv je rozšířena o několik dalších žádaných druhů piv.

Také nabídka vín je velmi široká a neomezuje se jen na kvalitní jihomoravská vína. Nabízena jsou tak vína italská, francouzská, německá (*Mosel*) a Rakouská (*Südtirol*).

Horké nápoje obsahují především kávu, teplé čaje (zázvorový, mátový, ale i Fairtrade čaje), grog, svařené víno.

Oblíbenou položkou v nápojovém lístku jsou koktejly: *Forbidden Fruits*, *Negroni*, *Margarita on the rocks* a *Cuba Libre*. Restaurace nabízí svůj speciální koktejl *Jakoby Mojito*. Koktejl je ochucen jahodovo- třešňovým čajem. Původně tento koktejl byl podáván na kostkách ledu podle originální receptury. Zákazníci restaurace tento druh přípravy odmítali a proto se *Jakoby mojito* podává zpět na ledové tříšti.

Nápojový lístek dále obsahuje mnoho dalších druhů alkoholických nápojů (cognac, brandy, whiskey, rum, grappa, gin, vodka, likéry).

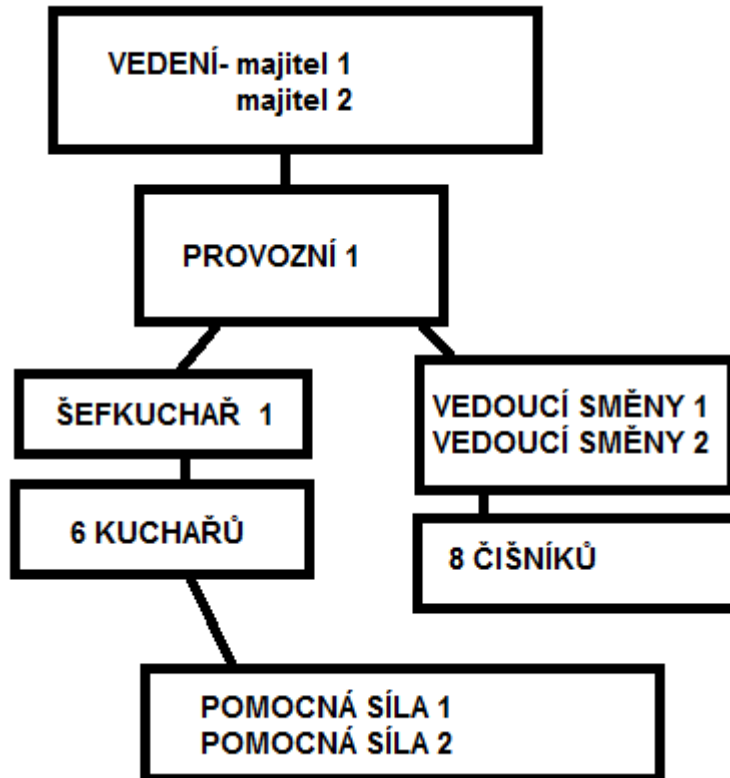
Spolupráce s dodavateli potravin a nápojů je zmíněno níže v kapitole 4.1.5. Mezi největší dodavatele nápojů do restaurace *Jakoby* patří *Dios Trading s.r.o.*. Tato obchodní společnost se zabývá dodáváním alkoholických i nealkoholických nápojů do restaurací v Brně a Praze. Doplňkovým zbožím jsou nealkoholické nápoje (*Coca-Cola*, *Fanta*, *Sprite*, *Cappy*) a mnoho dalších.

Aktuální jídelní a nápojový lístek je uveden v příloze bakalářské práce.

4.1.4 Organizační struktura

Organizační struktura restaurace Jakoby je zobrazena ve Schématu č. 6.

Schéma č. 6 Organizační struktura



Zdroj: vlastní zpracování

V čele vedení Restaurace Jakoby stojí dva majitelé, dvě kvalifikované osoby, které se aktivně zapojují do celého procesu vedení restaurace. Jejich cílem bylo vytvořit nejen pro Brňany, ale i pro návštěvníky Brna místo, kde si pochutnají na dobré kuchyni, kvalitním pivu, vínu, destilátech a kde prioritou je příprava kvalitních domácích i mezinárodních jídel, domácích klobás, paštik, nebo vlastní výroba dezertů.

Do pozice provozního byl vybrán Milan Dvořáček, titulovaný „Conseiller en vine“, udělovaným Francouzským institutem (www.restauracejakoby.cz). Titul získal v roce 2008, kdy cestoval po vinařstvích v Burgundsku a Alsasku. Svoji profesní dráhu začínal v restauracích U Kastelána, Noem Arch, Leporelo a pomáhal mimo jiné založit kuchařskou školu vaření *Divoká vařečka*. Úkolem provozního je udržet restauraci v chodu a to od

pomocných sil až po šéfkuchaře. Mimo jiné objednává a přijímá zboží od dodavatelů. Samozřejmostí je administrativní činnost v tomto podniku.

Dalším článkem vedení podniku je šéfkuchař, který také díky své profesi procestoval svět, kde sbíral cenné zkušenosti, které může ve své činnosti uplatňovat a dále rozvíjet. Úkolem šéfkuchaře, jako hlavního článku kuchyně, je navrhnout spolu s vedením podniku, sestavení jídelníčku pro následující provozní týden, s přihlédnutím ke svátečním dnům nebo jiným mimořádným akcím. Koordinuje činnost ostatních pracovníků kuchyně, které přímo řídí. Rozdělení do profesí (teplá jídla, studená kuchyně a dezerty) je pro plynulý a bezchybný chod kuchyně samozřejmostí. Do bezchybného výkonu kuchyně pod jeho vedením jsou zapojeni celkem další tři kuchaři na každé směně.

Nedílnou součástí kuchyně a tváří celého podniku je servis, jehož součástí je bar, v čele s barmanem, u něhož je předpoklad znalostí přípravy nápojů. Vedoucí směny dbá na plynulý chod, řeší případné problémy se zákazníky, aby zákazník odcházel spokojen a s vizí opětovné návštěvy podniku. Podklady pro inventuru předkládá jednou týdně a u této je vždy přítomen.

Neodmyslitelným článkem celého provozu restaurace jsou pomocné síly, pečující o pořádek a čistotu v jednotlivých provozech.

4.1.5 Partnerství a procesy

Výhodou restaurace Jakoby je jeho poloha v „novém společenském centru“ Brna, na Jakubském náměstí. Místa, kde se ve svém volném čase setkávají studenti, turisté i návštěvníci divadla Bolka Polívky. Koncept restaurace je podobný svým charakterem např. Stopkové pivnici na ulici 4eské, nebo restauraci Potrefená Husa na Šilingrově náměstí. Avšak na rozdíl od uvedených podniků je více dbáno na kvalitnější suroviny a produkty, které Jakoby ve svém sortimentu nabízí. Tato skutečnost je dána zejména tím, že vedení podniku využívá nabídky zboží od renomovaných dodavatelů, kde kvalita je na prvním místě. Jedná se zejména o Firmy: Bio zelenina Velehrad, dodávající nejen sezonní, ale i exotičtější zboží, dále Darina Oborná – moučné produkty. Ale na příklad výroba domácích knedlíků či zákusků je výhradně ve vlastní režii podniku. Podobné je to i s masem a masnými výrobky, a to od Firmy Steihauser či Eko farmy Šošůvky.

Dále je třeba zmínit dodavatele vína a destilátů: Vinařství Gala, Vinařství Mikrosvín, Vinařství Galafarm a firma Žufánek.

Jak bylo zmíněno v kapitole 4.1.3 Nápojový lístek, dalším důležitým dodavatelem je Dios Trading. Tato společnost byla popsána v již zmíněné kapitole.

4.1.6 Spolek Jakubák

Za účelem rozvoje kulturního a večerního života na Jakubském náměstí vznikla v roce 2013 organizace *Spolek Jakubák*. Organizace vznikla ve spolupráci pivního baru Na Stojáka, kavárny Aida a divadla Bolka Polívky. Nedostatečné spolupráci jmenovaných podniků a následné součinnosti příslušných úřadů, nebyl úmysl tohoto spolku realizován.

Proces obnovení bude zmíněn v kapitole 6.1 Osobní návrhy pro restauraci a pivní bar Jakoby.

5 STRATEGICKÉ ANALÝZY RESTAURACE A PIVNÍHO BARU JAKOBY

V následujících kapitolách jsou vybrané analýzy pro restauraci a pivní bar Jakoby. Cílem je analyzovat makroprostředí a mikroprostředí podniku pomocí metody PEST a analýzy SWOT.

5.1 Analýza makroprostředí restaurace a pivního baru Jakoby

V kvalitním restauračním podnikání je nezbytné dodržovat právní vyhlášky a normy HACCP. Vedení Restaurace tuto skutečnost plně respektuje a tím maximálně omezuje možnost porušování zákonů a norem v souladu s HACCP.

V souladu s Nařízením Evropského parlamentu a Rady EU, č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, jsou alergenové označení obsažené v prodávaných produktech či výrobcích na požádání u obsluhy k nahlédnutí. Rovněž je vedení podniku připraveno respektovat zamýšlený plošný zákaz kouření v restauračních provozech. Předpokládaný termín schválení v parlamentu ČR je začátek roku 2016.

Ekonomické prostředí viz kapitola 3.1.1. Ekonomické prostředí je výrazně ovlivněno nezaměstnaností, které je v rámci Jihomoravského kraje na vysoké úrovni. Jedná se o čtvrtý nejvíce nezaměstnaný kraj v rámci České republiky (ČSÚ 2014). Ovšem z hlediska umístění je restaurace z ekonomického hlediska na vysoké úrovni, z hlediska segmentace trhu. Segmentace trhu bude zmíněna v sociálních a kulturních faktorech provozu.

Sociální a kulturní faktory jsou ovlivněny vírou, vzdělaností a věkem obyvatelstva. Restauraci a pivní bar Jakoby navštěvují lidé zejména v produktivním věku a spíše movitější. I přes vysoký počet studentů v městě Brně, je restaurace těmito hosty v důsledku vyšších cen méně navštěvovaná (www.restauracejakoby.cz).

Technické a technologické faktory v restauraci Jakoby, jsou drženy na vysoké úrovni. I přes vysokou technickou a technologickou přítomnost přístrojů bude navrženo několik inovací v rámci technologií. Z hlediska infrastruktury je restaurace na kritickém bodě zejména proto, že v přímé blízkosti není možnost parkování.

Ekologické faktory, tedy environmentální držení pravidel je velice důležité pro chod celé restaurace. Je nutno dodržovat v podobě odvětrávání s filtrací. Důležitým faktorem je odvoz přepáleného oleje, který je určen k likvidaci a v neposlední řadě třídění skla a odvoz odpadků.

5.2 Analýza mikroprostředí restaurace a pivního baru Jakoby

Konkurence

Konkurence jako taková v oblasti Jakubského náměstí nehrozí, protože každý podnik má jiný koncept. Konkrétně mluvíme o pivnici Na Stojáka, kterou navštěvuje jiná segmentace zákazníků. Jistá hrozba pro zánik existuje po celý rok, ale jestliže podnik bude veden stále kvalitně jako doposud, má jistou šanci pro udržení se na brněnském restauračním trhu.

Dodavatelé

Podrobnější informace uvádím v kapitole 4.1.5 Partnerství a procesy, kde jsou uvedeny veškeré informace o dodavatelích, kteří spolupracují s restaurací a pivním barem Jakoby.

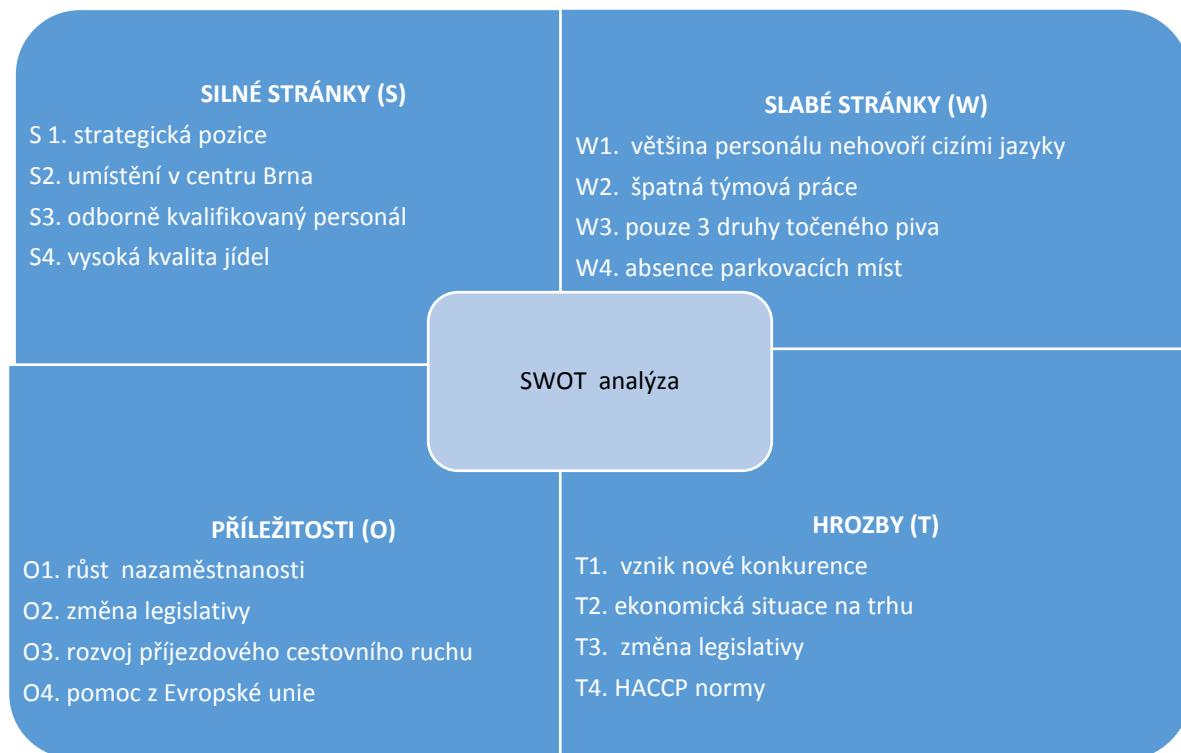
Zákazníci

Segmentace zákazníků restaurace a pivního baru Jakoby tvoří zejména zákazníci v produktivním věku. Většina zákazníků pochází z Jihomoravského kraje a to díky umístění přímo v centru Brna. Opět je třeba zmínit bohatší klientelu. Díky strategickému místu, navštěvují restauraci i cizinci, kteří do města zavítají za prací či zábavou.

5.3 SWOT analýza

SWOT analýza byla stanovena pro zhodnocení prostředí v konkrétním restauračním provozu, dále pak slouží pro navržení možností uplatnění nových gastronomických trendů do tohoto restauračního provozu Jakoby. Ve SWOT analýze jsou charakterizovány stránky, které ovlivňují chod celé restaurace.

Schéma č. 7 SWOT analýza restaurace a pivního baru Jakoby



Zdroj: vlastní zpracování

- Silné stránky- restaurace se nachází na strategickém místě v centru Brna na Jakubském náměstí v blízkosti Divadla Bolka Polívky a mimo divadlo proudí denně po náměstí mnoho lidí. Zákazníkům je poskytován servis vyškoleným personálem. V rámci nabídky restaurace si zákazníci mohou v odpoledních hodinách vybrat mezi levnějšími i dražšími jídly. Levnější nabídka se týká poledního menu, které restaurace nabízí. Čili nabídka restaurace je velice pestrá a zákazník, tak má možnost velkého výběru,

- Slabé stránky- díky strategické pozici v centru Brna by měl personál ovládat alespoň jeden cizí jazyk. Nedostatek personálu, znalého cizího jazyka, má negativní vliv na komunikaci se zahraničním zákazníkem a tím na bezchybný chod restaurace. Dále je třeba v restauraci a pivním baru Jakoby rozšířit nabídku točených piv, tak aby název pivní byl opodstatněný. Významnou slabou stránkou je absence parkovacích míst, jelikož se restaurace nachází právě v centru Brna, je třeba vlastnit povolení pro vjezd. Většina zákazníků toto povolení nevlastní,
- Příležitosti- nárůstem nezaměstnanosti roste procento lidí, kteří hledají práci a tím dávají impuls právě restauraci, která může využít těchto osob a zaměstnat je tak za nižší mzdu. V blízké budoucnosti bude změněna legislativa o zákazu kouření v restauracích, která patří mezi významnou příležitost této restaurace. V příležitostech tohoto podniku je třeba zmínit návštěvnost turistů, kterým restaurace rozvíjí příjezdový cestovní ruch. Významnou příležitostí je rozvoj ze strany Evropské unie, díky zaučení nejen servisu, ale především kuchařů, kteří jsou seznámeni s novými gastronomickými trendy,
- Hrozby- je třeba se obávat vzniku nové konkurence na trhu. Změna legislativy zákazu kouření v restauracích může vést k poklesu návštěv kuřáckých hostů. Nedílnou součástí mezi hrozbami mohou být nedodržené normy HACCP, které vymezují kritické body v restauračním provozu. Ekonomická situace na trhu je důležitým faktorem hrozeb z hlediska návštěvnosti zákazníků.

V tabulce č. 1 a č. 2 jsou zpracována vlastní ohodnocení faktorů SWOT analýzy

Tabulka č. 1 Identifikace faktorů a určení výskytu a vlivu

Faktor:	O	Současnost		Blízká budoucnost		Vzdálenější budoucnost	
		Pravděpodobnost výskytu a vlivu					
	T	výskyt	vliv	výskyt	vliv	výskyt	vliv
Růst nezaměstnanosti	O	3	3	2	3	2	2
Změna legislativy	O	1	1	2	2	3	2
Rozvoj příjezdového cestovního ruchu	O	1	1	2	2	3	3
Pomoc z Evropské unie	O	2	2	3	2	3	2
Vznik nové konkurence	T	1	2	2	2	3	3
Ekonomická situace na trhu	T	2	2	2	2	2	3
Změna legislativy	T	1	1	3	3	3	3
HACCP normy	T	3	3	3	3	3	3

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 2 Identifikace faktorů a určení výskytu a vlivu

Faktor:	S	Současnost		Blízká budoucnost		Vzdálenější budoucnost	
		Pravděpodobnost výskytu a vlivu					
	W	výskyt	vliv	výskyt	vliv	výskyt	vliv
Strategická pozice	S	3	3	3	3	3	3
Umístění v centru brna	S	3	3	3	3	3	3
Odborně kvalifikovaný personál	S	2	1	2	1	3	3
Vysoká kvalita jídel	S	3	2	3	2	3	3
Většina personálu nehovoří cizími jazyky	W	1	2	2	2	2	2
Špatná týmová práce	W	1	1	1	1	1	1
Pouze 3 druhy točeného piva	W	2	2	2	2	3	3
Absence parkovacích míst	W	3	1	3	2	3	2

Zdroj: vlastní zpracování

Hodnocení v tabulce č. 1 a 2 je obodováno z hlediska síly výskytu a vlivu v současnosti, blízké budoucnosti a vzdálenější budoucnosti. Bylo hodnoceno čísly 1, 2 a 3, kde číslo 1 značí nízký vliv, číslo 2 značí průměrný vliv a v poslední řadě číslo 3 má nejsilnější vliv na restauraci a pivní bar Jakoby.

Písenné označení SWOT označují jednotlivé metody (silné stránky, slabé stránky, příležitosti, hrozby) v rámci zmíněné analýzy.

5.4 Řízený rozhovor s provozní osobou restaurace Jakoby

V lednu roku 2015 byl proveden rozhovor s provozní osobou restaurace a pivního baru Jakoby, který byl ochoten zodpovědět všechny otázky týkající se konkrétního restauračního provozu. Informace získané z rozhovoru jsou obsaženy v celé praktické části.

1. Jak byste vylepšil nabídku restaurace Jakoby?

Naše restaurace neustále hledá nové a zajímavé věci, kterými bychom oživili jak stálou anebo sezonní dále se snažíme přizpůsobit momentální poptávce našich zákazníků. To znamená, že musíme být se zákazníky v neustálém kontaktu a ptáme se jich, o co by měli zájem anebo čím oživit nabídku. Například, nedávno spoustu našich zákaznic i zákazníků začalo po novém roce držet diety a tak jsme se spojili s jednou dietní firmou a začali jsme podle ní pár jídel i nápojů připravovat, abychom o tyto zákazníky nepřišli.

2. Jaká segmentace zákazníků navštěvuje restauraci a pivní bar Jakoby?

Snažíme se oslovit co nejširší okruh zákazníků ať už jsou to zahraniční turisté a nebo i zahraniční studenti, kteří v Brně bydlí, tak pro klasického spotřebitele u nás. Je to patrné i z naší nabídky. Třeba jako jediný pivní bar s restaurací nabízíme širokou škálu vín od různých dodavatelů, jak z naší tak i zahraniční produkce. Cenově vycházíme také vstříc všem kategoriím zákazníků, najdou u nás jak cenově dostupná kvalitní vína tak i draží špičková vína. Snažíme se o to, aby jste do restaurace mohli přijít jak na oběd s obchodním partnerem tak na večeři s přítelkyní anebo se večer pobavit s partou přátel. Pokaždé u nás najdete zrovna to, co hledáte a očekáváte pro daný typ setkání.

3. Uvažujete s vedením restaurace o rozšíření podnikání?

Snažíme se neusnout na vavřínech a neustále se postupně snažíme rozšiřovat nabídku pro naše zákazníky, takže v současné době jsme již schopní pro naše zákazníky dělat catering a velmi se teď rozšiřuje servis *Takeaway* – kdy si u nás zákazník objedná jídlo pro větší skupinu lidí třeba na 3 dny a my mu vše připravíme a zákazník si vše odveze, a upraví posléze dle vlastní potřeby.

4. Kdo je Vaším největším konkurentem?

Naší konkurencí je téměř každá restaurace v našem okolí, musíme se snažit být samozřejmě vždy o krůček dopředu anebo stejně aby nám naši stálí zákazníci neutekly, a ti k nám samozřejmě přivedou i další zákazníky. Mluvená reklama je to nejlepší co může restauraci potkat. Navíc je většinou nebereme jako konkurenci, ale jako výzvu být lepší ve všech směrech. Žene nás to dopředu.

5. Jaký máte názor na aktuální gastronomické trendy?

Mě velice vyhovuje návrat k původní chuti a k dané surovině, když máte úctu k produktům, se kterými pracujete vždy je to znát na výsledku vaší práce. Samozřejmě je dobré se občas ohlédnout zpět a dělat věci, které se již dříve dělali a byly oblíbené (to zákazníci vždy ocení).

6. Co si myslíte o mých návrzích doporučených pro restauraci Jakoby?

Vždy je dobré rozšiřovat jak team pracovníků, tak i technologii, vždy to přinese něco nového a zajímavého. Pokud se toto neděje anebo naopak se stavy snižují je to neklamný důkaz toho, že něco je v restauraci v nepořádku a neubírá se správným směrem. To právě vyplývá z otázky – jak byste vylepšil nabídku restaurace. Je potřeba jít neustále kupředu jak s technologiemi, tak v práci a komunikaci s lidmi na té velice záleží a nejen v našem oboru.

7. Sledujete efektivnost nabídky?

Neustále sledujeme jak u poledního menu tak u denní nabídky a nebo u akcí, které připravujeme, jak na to zákazníci reagují a co mají anebo nemají v oblibě. U denní nabídky a u akcí je to celkem zřejmé hned a lépe se dá předpokládat, který pokrm půjde lépe a který méně. U poledního menu je to vždy složitější ne vždy se kombinací můžete zákazníkovi strefit do jeho chutě.

8. Co považujete ve své práci za nejsložitější?

Při mé práci je asi nejdůležitější komunikace jak s hosty tak se svými podřízenými a to považuji asi za nejtěžší úkol. Musíte se snažit být ke všem milí a příjemní, ale také přísný a někdy i neústupný. Práce s lidmi je vždy složitá.

6 NÁVRHY PRO PIVNÍ BAR A RESTAURACI JAKOBY

Kapitola bude věnována možnostem pro zavedení nových gastronomických trendů do konkrétního restauračního provozu.

I přes vysokou kvalitu podávaných jídel a služeb ze stran zaměstnanců je třeba navrhnout inovace pro zavedení do provozu.

6.1 Osobní návrhy pro restauraci a pивní bar Jakoby

Jako první inovaci je třeba zmínit navržení rozšíření počtu pracovníků jak v kuchyňském provozu, tak i na servisu a to zejména v letních měsících, kdy se v polovině června otevírá provoz letní zahrádky, nacházející se v zadní části kostela Sv. Jakuba. Jediným handicapem zahrádky je její umístění naproti restauraci, kde příchod je protnut místí komunikací.

Po otevření zahrádky se kapacita restaurace rozrůstá o 40 míst. Po zkušenostech z minulých let je provoz zahrádky se stávajícím počtem zaměstnanců těžko zvládnutelný. Pro zachování plynulého chodu servisu a jeho kvality, je tudíž nezbytné počet pracovníků o odpovídající počet navýšit o tzv. sezónní pracovníky. Problém lze řešit brigádníky z řad studentů, kde by na jednu směnu připadl jeden číšník a jeden kuchař navíc.

Z ekonomického hlediska by byl provoz restaurace a pивního baru Jakoby zatížen jen v minimální částce. Náklady na jednoho zaměstnance restaurace a pивního baru Jakoby, jsou zobrazeny v tabulce č. 3.

Pro konkrétní návrh bylo rozhodnuto v rámci zkvalitnění služeb v této restauraci. Bude zvýšena efektivnost, co se týče nabídky pro hosty a celkově se zvýší kvalita nabízených služeb ze stran restaurace Jakoby.

Dále je třeba zmínit jednání s místními úřady a obnovit tak spolupráci Spolku Jakubák. Byl by to pro daný restaurační provoz velký přínos pro zvýšení zisku s nepatrnými náklady. Náklady by byly rozpočítány do všech zúčastněných podniků v rámci Jakubského náměstí. Jak bylo zmíněno v kapitole 4.1.6 Spolek Jakubák by v rámci projektu pořádal kulturně hudební produkce a ve spolupráci s Divadlem Bolka Polívky je možné pořádat malá divadelní představení na ulici, módní přehlídky, nebo pořádání dětských dnů, na které by byla přilákána nová klientela.

Při příležitosti obnovení spolku, je možné rozšíření propagace a reklamy. Pokud by podniky byly propagovány společně, jako Jakubské náměstí by restaurační provozy ušetřily finanční prostředky na propagaci.

Návrh na další inovaci, je jednání s městskou částí Brno- střed, se kterou je třeba projednat rozšíření vánočních trhů. Na rozšíření by se podílel opět celý Spolek Jakubák. V rámci rozšíření vánočních trhů by byly pořádány netradiční akce např. soutěž o nejlepší svažené víno, punč, nebo nejchutnější domácí klobásu, mezi pořádajícími restauracemi.

Tabulka č. 3 Náklady na sezónní personál

1 číšník/ 75 Kč hodina/ 1000 den	1 kuchař/ 80 Kč hodina/ 1 120 Kč den
• číšník 16 dní/ měsíc= 16 000	• kuchař 16 dní/ měsíc= 17 920

Zdroj: vlastní zpracování (náklady na sezónní personál jsou přibližné)

Z hlediska gastronomických trendů je nutno rozšířit nabídku točených piv. Momentálně restaurace nabízí pouze 3 druhy točeného piva. Jelikož má restaurace v názvu pivní bar je počet nabídky malý.

Mezi další gastronomický návrh je nezbytné zařadit alespoň jeden pokrm navíc v nabídce poledního menu, jelikož ze dvou jídel si většina zákazníků nevybere. Absence výběru ze tří jídel může mít za následek snížení návštěvnosti v poledních hodinách.

6.2 Technologické návrhy

V rámci zkvalitňování služeb je nutno zmínit návrh nákupu univerzálního vařiče pro přípravu jídel formou sous-vide, která se zabývá tepelnou úpravou pokrmů pod tlakem. Tato kuchařská metoda slouží pro úpravu v tzv. vakuu, kde jsou potraviny ukládány do igelitového obalu. Tento obal se surovinami (maso, ryby, zelenina, koření) je vložen do vakuovacího přístroje a poté vložen do sous-vide přístroje. Během 10-15 minut je jídlo hotové a připraveno k podávání. Příprava jídel formou sous-vide je oblíbená celosvětově, protože uchovává veškeré přidané ingredience.

Pro přípravu jídla formou sous-vide je třeba vlastnit vakuovací přístroj, který je nedílnou součástí celé přípravy. Potřebnou „vakuovačku“ restaurace vlastní. Pořizovací cena sous-vide vařiče je uvedena v tabulce č. 4.

Tabulka č. 4 Náklady na pořízení sous-vide vařiče

Náklady na pořízení sous-vide
• Sous- vide vařič= cca 15 000 Kč
• vakuovací sáček/ 0,20 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (ceny na pořízení vařiče sous-vide jsou přibližné).

Dalším typem pro zkvalitňování služeb restaurace a pivního baru Jakoby je nákup přístroje zvaného šokér. Přístroj zrychlí proces prudkého zchlazení, či úplného zamražení.

Jedná se pouze o příjemnější pocit zákazníka. V případě, že by požadoval si produkt odnést domů, nebo aby si při konzumaci například čerstvých pražených mandlí nepopálil prsty či ústa. Přístroj šokér, slouží rovněž pro prevenci proti tvoření se mikroorganismů, které se vytvářejí při delším skladování. Pořizovací cena šokového zchlazovače je uvedena v tabulce č. 3. Ceny zchlazovacích šokérů se pohybují cca od 30 000- 150 000 Kč. Pro potřebu restaurace Jakoby, která si chce udržovat tradici v čerstvosti potravin je možný nákup levnějšího přístroje na zchlazování potravin.

Tabulka č. 5 Náklady na pořízení zchlazovacího přístroje

Náklady na pořízení přístroje šokér

- Šokový zchlazovač=
30 000- 150 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (ceny uvedené v tabulce jsou pouze orientační)

Do provozu by měl být pořízen přístroj pro výrobu ledu, který je pro provoz nezbytný. V současné době restaurace zchlazovací přístroj vlastní, ale jeho kapacita pro výrobu ledu je malá. Současný přístroj vyrobí až 46Kg/24hod se zásobníkem na 16Kg ledu ovšem pro zkvalitnění služeb restaurace a pivního baru Jakoby, je nutno pořídit přístroj s kapacitou až 90Kg/24 hod se zásobníkem na 55Kg ledu. S přihlédnutím k blížící se letní sezóně je nutné brát pořízení výrobce ledu zcela vážně. V tabulce č. 6 je uvedena přibližná pořizovací cena výrobce ledu s kapacitou na 55Kg ledu.

Tabulka č. 6 Náklady na pořízení výrobce ledu

Náklady na pořízení výrobce ledu

- Výrobce ledu=
47 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (cena uvedená v tabulce je pouze orientační)

ZÁVĚR

Moderní trendy v gastronomii se každým rokem mění a záleží na jednotlivých restauracích a jejich provozovatelích, zda tyto trendy respektují či nikoliv. Každý restaurační provoz se drží svého konceptu a zapojuje moderní trendy dle poptávky zákazníků, kteří danou restauraci navštěvují.

Práce se zabývala analýzou zavádění gastronomických trendů do restaurace a pivního baru Jakoby.

Teoretická část práce byla zaměřena na vymezení pojmů moderních trendů v rámci České republiky, kde veškerá tvrzení byla čerpána z odborné literatury. V teoretické části práce byl charakterizován celkový rozvoj pohostinství u nás. V kapitole gastronomie byly popsány lidské potřeby, dále pak trendy, které jsou stále oblíbené a významně ovlivňují chod restaurací. Dále pak byly charakterizovány pojmy, jako fast food, obecně nové trendy, české gastronomie. A mezi hlavní cíle kapitoly bylo také vymezení pojmů společného stravování.

V praktické části bakalářské práce byly předloženy možné návrhy, které by mohly zkvalitnit a zefektivnit chod a služby restaurace a pivního baru Jakoby.

Doporučení a návrhy se týkaly navýšení počtu zaměstnanců v letní sezóně, rozšíření počtu jídel v rámci poledního menu, několika návrhů na zlepšení či rozšíření technologického vybavení restaurace a v neposlední řadě aktivního jednání s úřady za účelem obnovení činnosti Spolku Jakubák.

V případě využití návrhových doporučení restaurací a pivním barem Jakoby, by mohly být celkovým přínosem pro ještě dokonalejší chod restaurace.

Přínosem celé bakalářské práce je především analýza gastronomických trendů, tedy jaké možnosti v oblasti restauračního provozu existují.

Je nutné zmínit, že byly splněny všechny cíle práce, které byly v práci popsány. Tedy cíl práce byl splněn.

POUŽITÉ ZDROJE

Monografie:

ALTMAN, Karel a Vladimír FILIP. *Brno: zájezdní hostince a hotely = Brünn : Gasthäuser und Hotels*. Vyd. 1. Brno: Josef Filip, 2012, 287 s. Bruna Aeterna. ISBN 978-80-905166-0-1.

HORNER, S. – SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

INDROVÁ, Jarmila. *Podnikatelská činnost ve stravování a hotelnictví*. Praha: VŠE, 1995. ISBN 80-7079-054-7.

KIRÁLOVÁ, Alžběta. *Marketing hotelových služeb*. 2. vydání. Praha: Ekopress, 2006. ISBN 80-86929-05-1.

KOVAČ, Lukáš. *Vývoj a úroveň hotelnictví v ČR a některých státech EU*. Bakalářská práce. Zlín: UTB ve Zlíně, Fakulta technologická, Ústav potravinářského inženýrství, 2010.

KUBÍK, Josef a Alena KERLINOVÁ. *Strategický management v hotelnictví a cestovním ruchu*. Brno: Vysoká škola obchodní a hotelová, 2012, 127 s. ISBN 978-80-87300-36-7.

LUKÁŠKOVÁ, PH.D. a Ing. Zdeněk MÁLEK, PH. D. *FOOD AND BEVERAGE MANAGEMENT*. Brno ISBN ISBN 978-80-87300-23-7.

SALAČ, Gustav. *Stolničení*. 1. vydání. Praha: Fortuna, 1996. ISBN 80-7168-333-7.

SEIDLEROVÁ, Sabina. *Společenská setkání a gastronomická pravidla uplatňována v rámci poskytování služeb ve společném stravování*. Diplomová práce. Zlín: UTB ve Zlíně, Fakulta technologická, Ústav potravinářského inženýrství, 2008.

SMITH, Andrew F. *Fast food and junk food: an encyclopedia of what we love to eat*. Santa Barbara, Calif.: Greenwood, c2012, 2 v. (1x, 815 p.). ISBN 03-133-9394-X.

VEBER, Jaromír. *A KOL. MANAGEMENT: Základy-moderní manažerské přístupy-výkonnost a prosperita*. 2009. vyd. Praha 3: Management Press, s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7261-200-0.

VYSEKALOVÁ, PH.D., Doc.PhDr.Jitka. *A KOL. Marketing*. Praha 1: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-979-3.

ZIMÁKOVÁ, Blanka. *Food & Beverage management*. Skriptum. 2. vydání. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, Katedra hotelnictví, 2009. ISBN 978-80-86578-74-3.

Internetové zdroje:

Český statistický úřad. ADAM, Ing. Karel. *Nezaměstnanost v Jihomoravském kraji k 31. Březnu* 2014 [online]. 2014, 9. 4. 2014 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/nezamestnanost_v_jihomoravskem_kraji_k_31_breznu_2014

Češi šetří stravenky pro rodinu, oběd si nosí z domu. [online]. [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://ekonomika.eurozpravy.cz/ceska-republika/44370-cesi-setri-stravenky-pro-rodinu-obed-si-nosi-z-domu/>

ČT BRNO, ČTK. *Do Brna míří téměř osmdesát tisíc studentů* [online]. Brno, 2013, 11. 9. 2013 15:00 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/zpravodajstvi-brno/zpravy/241596-do-brna-miri-temer-osmdesat-tisic-studentu/>

JENERÁLOVÁ, Ivana. Česká gastronomie. [online]. 2010 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/98231-ceska-gastronomie>

KOSMÁK, P. *Aktuální stav hotelového podnikání*. [online]. 1999–2010. [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://www.cestovni-ruch.cz/hotelieri/kosmak/aktualni.php>.

Metodický pokyn informování o alergenech. In: *Sbírka zákonů*. 2014. Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/legislativa/metodicky-pokyn-informovani-o-alergenech/>

NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY (ES) č. 852/2004 ze dne 29. dubna 2004 o hygieně potravin [online]. 2004 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.haccpexpres.cz/database/narizeni_ES_852_2004.pdf

Poslední slovo ministra: Kouření v restauracích zakážeme plošně. In: *Poslední slovo ministra: Kouření v restauracích zakážeme plošně* [online]. Praha, 2015 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/298143-posledni-slovo-ministra-koureni-v-restauracich-zakazeme-plosne/>

VAŇKOVÁ, Irena. [online]. s. 1 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.apetitonline.cz/novinky/4160-nove-trendy-v-gastronomii-syrova-strava-vareni-online-a-domaci-pecivo.html>

SEZNAM SCHÉMÁT

Schéma 1 Vymezení gastronomie výživou, stravou a odbytovým místem

Schéma 2 Maslowova pyramida potřeb

Schéma 3 Různé formy společného stravování

Schéma 4 Firma a její okolí

Schéma 5 SWOT analýza

Schéma 6 Organizační struktura

Schéma 7 SWOT analýza restaurace Jakoby

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Identifikace faktorů s určením výskytu a vlivu

Tabulka 2 Identifikace faktorů s určením výskytu a vlivu

Tabulka 3 Náklady na sezónní personál

Tabulka 4 Náklady na pořízení sous-vide vařiče

Tabulka 5 Náklady na pořízení zchlazovacího přístroje

Tabulka 6 Náklady na pořízení výrobku ledu

SEZNAM ZKRATEK

HACCP- Hazard Analysis and Critical Control Points

ČSÚ- Český statistický úřad

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 Foto: Restaurace z venku

Příloha 2 Foto: Interiér restaurace

Příloha 3 Foto: Interiér restaurace

Příloha 4 Foto: Jídelní lístek

PŘÍLOHY

Foto č. 1 Restaurace z venku



Zdroj: vlastní foto

Foto č. 2 Interiér restaurace



Zdroj: vlastní foto

Foto č. 3 Interiér restaurace



Zdroj: vlastní foto

Příloha č. 4 Jídelní lístek

VINNÝ
LÍSTEK

JAKOBY 
PIVNÍ BAR & RESTAURANT

ROZLÉVANÁ BÍLÁ 0,1l

Pinot Grigio, Benatti, Veneto – Itálie	29 Kč
Palava, pozdní sběr, polosladké, Vinice Hranice – Morava	39 Kč
Ryzlík vlátský, jakostní, suché, Mikrosvin – Morava	39 Kč
Ryzlík rynský, Nahe – Německo	49 Kč

ROZLÉVANÁ RŮŽOVÁ 0,1l

Zweigeltrebe, zemské, suché V.S.V.B. – Morava	30 Kč
Bardolino Chiaretto, Gadi – Itálie	40 Kč

ROZLÉVANÁ ČERVENÁ 0,1l

Merlot, Benatti, Veneto – Itálie	29 Kč
Modrý portugal, zemské, suché, Galafarm – Morava	39 Kč
Montepulciano d'Abruzzo, Benatti, Veneto – Itálie	40 Kč
Château Grand Jean, Reserva, Bordeaux Superieur – Francie, 2010	55 Kč

BÍLÁ VÍNA 0,75l

Rulandské sedé, jakostní, suché, V.S.V.B. – Morava, 2013	198 Kč
Ryzlík vlátský, jakostní, suché, Mikrosvin – Morava, 2013	268 Kč
Palava, pozdní sběr, polosladké, Vinice Hranice – Morava, 2013	278 Kč
Veltlínské zelené, kabinet, suché, Mádľ – Morava, 2013	298 Kč
Rulandské sedé, pozdní sběr, suché, Plaček – Morava 2013	298 Kč
Rulandské sedé, kabinet, suché, Mádľ – Morava, 2013	348 Kč
Ryzlík rynský, pozdní sběr, suché, Mádľ – Morava, 2012	348 Kč
Chardonnay, výběr z hroznů, polosladké, Baňaiř – Morava, 2011	398 Kč
Tramín červený, výběr z hroznů, polosladké, Moravino – Morava, 2012	398 Kč
Sauvignon, pozdní sběr, suché, Moravino – Morava, 2012	398 Kč
Ryzlík rynský, pozdní sběr, suché, Sonberk – Morava, 2012	450 Kč
Rulandské sedé-Chardonnay, pozdní sběr, suché, Sonberk – Morava 2011	450 Kč
Ryzlík Vlátský, pozdní sběr, suché, Gala – Morava, 2013	460 Kč
0,375 l Ryzlík Vlátský, pozdní sběr, Gala – Morava 2012	230 Kč
Palava, výběr z hroznů, polosladké, Gotberg – Morava, 2013	498 Kč

RŮŽOVÁ VÍNA 0,75l

Zweigeltrebe, zemské, suché, V.S.V.B. – Morava	218 Kč
Frankovka rosé, kabinet, suché, Mádľ – Morava, 2013	298 Kč

ČERVENÁ VÍNA 0,75l

Modrý Portugal, zemské, suché, V.S.V.B. – Morava	198 Kč
Frankovka, zemské, suché, Trpělka-Oulehla – Morava	268 Kč
Modrý portugal, zemské, suché, Galafarm – Morava, 2012/13	278 Kč
Rulandské modré, výběr z hroznů, suché, Moravino – Morava, 2011	398 Kč
Cabernet Sauvignon, pozdní sběr, suché, Moravino – Morava, 2012	398 Kč
Neronet, pozdní sběr, suché, Veverka – Morava, 2013	428 Kč
Gryllus, pozdní sběr, suché, Rodina Špalkova – Morava, 2010	548 Kč

ZAHRANIČNÍ BÍLÁ VÍNA 0,75l

Pinot Grigio IGT, Benatti, Veneto – Itálie, 2013	298 Kč
Gavi Oro DOCG, La Scolca, Piemonte – Itálie, 2013	458 Kč
Pinot Grigio DOC, Cantina Cortaccia, Alto Adige – Itálie, 2013	498 Kč
Pinot Grigio DOC, J. Hofstätter – Itálie, 2013	598 Kč
Welschriesling, Hauser, Weinviertel – Rakousko, 2013	348 Kč
Grüner Veltliner, Riedenselection DAC, Krenstal – Rakousko, 2013	398 Kč
Grüner Veltliner Friend, Hauser, Weinviertel – Rakousko, 2012	498 Kč
Riesling "Dr. L." trocken, Loosen, Mosela – Německo, 2013	498 Kč
Riesling kabinet, Hauck, Rheinhessen – Německo, 2013	388 Kč
Riesling trocken, Grauschiefer QbA, Jakob Schneider, Nahe – Německo, 2013	418 Kč
Sauvignon Blanc, Kim Crawford, Marlborough – Nový Zéland, 2013	728 Kč
Chablis AOC, Gilbert Pico, Bourgogne – Francie, 2012	678 Kč
Chablis 1er cru, Domaine Alain Geoffroy, Bourgogne – Francie, 2013	998 Kč
0,50 l Estrella, sladké, Murviedro, Valencia – Španělsko	198 Kč

ZAHRANIČNÍ RŮŽOVÁ VÍNA 0,75l

Bardolino Chiaretto DOC, Benatti, Veneto – Itálie 2013	298 Kč
Côtes De Provence, Minuty – Francie, 2013	598 Kč

ZAHRANIČNÍ ČERVENÁ VÍNA 0,75l

Merlot IGT, Benatti, Veneto – Itálie, 2012	298 Kč
Montepulciano d'Abruzzo DOC, Benatti, Abruzzo – Itálie, 2013	298 Kč
Valpolicella Ripasso DOC, Bertani – Veneto Itálie, 2011	648 Kč
Amarone della Valpolicella DOC, Benatti, Veneto – Itálie, 2011	998 Kč
Barbera d'Alba DOC, M. Reverdito, Piemonte – Itálie, 2011/12	498 Kč
Barolo Castagni DOCG, M. Reverdito, Piemonte – Itálie, 2007	1 098 Kč
Barbaresco Manzola DOCG, F. Nada, Piemonte – Itálie, 2004	1 498 Kč
Langhe Nebbiolo DOC, Bel Colle, Piemonte – Itálie, 2012	498 Kč
Chianti DOCG, La Vigna, Toscana – Itálie, 2013	328 Kč
Promis IGT, Ca Marcanda-Gaja, Toscana – Itálie, 2011	1 248 Kč
Brunello di Montalcino DOCG, Col d'orcia, Toscana – Itálie, 2006	1 648 Kč
Le Volte Dell'Omellaia, Tenuta dell'Omellaia, Toscana – Itálie, 2012	758 Kč
Château Grand Jean, Reserva, Bordeaux Superieur – Francie, 2010	398 Kč
Domaine Pujol, D. Pujol, Minervois – Francie, 2011	498 Kč
Luberon "La Fiboise" AOC, M. Chapoutier, Vallée du Rhona – Francie, 2012	398 Kč
Vina Jaraba Crianza, Pagode, La Mancha – Španělsko, 2009	348 Kč
Cabernet Sauvignon "Reserva", Vinya Santa Rita, Maipo Valley – Chile, 2010	498 Kč
Malbec "1884", E. Gascon, Mendoza – Argentina, 2013	498 Kč

ŠUMIVÁ VÍNA 0,75l

Estrella Frizzante Blanco, sweet, Murviedro – Španělsko	198 Kč
Prosecco DOC, Extra Dry, Treviso – Itálie	298 Kč
Prosecco DOCG, Dry, De Faveri, Millesimato, Valdobbiadene – Itálie, 2012	498 Kč
Prosecco DOCG, Extra Dry, Zardetto Molin, Valdobbiadene – Itálie, 2013	498 Kč
Moët Chandon Brut Imperial, Brut, Champagne – Francie	1 698 Kč
Veuve clicquot Ponsardin, Brut, Champagne – Francie	1 798 Kč
Veuve clicquot Ponsardin Rose, Brut, Champagne – Francie	2 398 Kč
Dom Perignon Vintage 2004, Brut, Champagne – Francie	5 998 Kč

www.restauracejakoby.cz

Zdroj: vlastní zdroj