

PROJEKT ERASMUS+

MARKET
QUALIFICATIONS
- A SIGNPOST
FOR MINIMIZING
COMPETENCE GAPS
BETWEEN EDUCATION
AND THE LABOUR
MARKET IN THE
HORECA SECTOR

[2020-1-PL01-KA202-082206]



Co-funded by
the European Union



102 QUALIFICATION

NOWOCZESNE, ELASTYCZNE ŚCIEŻKI UCZENIA SIĘ - PROGRAMY
NAUCZANIA I PAKIETY EDUKACYJNE (TRENER/UCZEŃ) DLA
BRANŻY HORECA

**PROGRAM NAUCZANIA DLA KWALIFIKACJI 1:
KREOWANIE SMAKÓW I DEKOROWANIE POTRAW**

Projekt Erasmus+ pt: "Market qualifications - a signpost for minimizing competence gaps between education and the labour market in the HoReCa sector".

Numer projektu: 2020-1-PL01-KA202-082206

Finansowane w ramach programu Erasmus+ Unii Europejskiej:

Wsparcie Komisji Europejskiej na rzecz przedstawienia niniejszej publikacji nie stanowi poparcia dla treści, które odzwierciedlają jedynie poglądy autorów, a Komisja nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie zawartych w niej informacji.

Rezultat 2: Nowoczesne, elastyczne ścieżki uczenia się – programy nauczania i pakiety edukacyjne (trener/uczeń) dla branży HoReCa

Opracowanie:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji – koordynator, Radom, Polska

EVACO – Kraków, Polska

EDITC LTD – Nikozja, Cypr

AKDENIZ UNIVERSITY – Antalia, Turcja

Fundación Equipo Humano (FEH) – Walencja, Hiszpania

Samerimpeks Impulsi DOO – Skopje, Republika Macedonii Północnej

Kontakt:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji

ul. Królowej Jadwigi 15

26-600 Radom

innowacja.edukacja@onet.pl

<https://innowacja-edukacja.eu/>

WPROWADZENIE

Głównym celem projektu Market qualifications - a signpost for minimizing competence gaps between education and the labour market in the HoReCa sector (nr projektu: 2020-1-PL01-KA202-082206) jest zwiększenie dostępu do uczenia się przez całe życie o charakterze formalnym, nieformalnym i pozaformalnym w branży HoReCa poprzez opracowanie i wdrożenie modeli walidacji i certyfikacji zgodnie z Europejskimi Ramami Kwalifikacji.

Projekt HoReCa4VET przyczynia się do identyfikacji efektów uczenia się w ramach zidentyfikowanych efektów uczenia się przez pracodawców w oparciu o aktualne zapotrzebowanie rynku, jako dodatkowych umiejętności zawodowych w wymiarze europejskim, które można zdobyć w trzech kwalifikacjach w ramach projektu: Kreowanie smaków i dekorowanie dania; Zarządzanie pracą kuchni i Zarządzanie w branży HORECA.

Kwalifikacje wypracowane w projekcie mogą stanowić uzupełnienie umiejętności nabytych w ramach edukacji formalnej i pozaformalnej, gdyż jest to odpowiedź na zidentyfikowane w przeprowadzonych badaniach potrzeby rynku pracy.

Opracowany rezultat oferuje nowoczesne, elastyczne ścieżki kształcenia - programy nauczania i pakiety edukacyjne (trener/stażysta) dla sektora HoReCa opiera się na rozwoju szkoleń w środowisku pracy, a także aktywizujących metodach dydaktycznych, nowoczesnych, innowacyjnych metodach nauczania uwzględniających uwzględnić specyfikę HoReCa.

Przy opracowywaniu rezultatu duży nacisk położono na indywidualizację szkolenia, aktywne i praktyczne metody uczenia się, rozwiązania w zakresie organizacji i dydaktyki. Metodologia opracowanych programu nauczania i pakietów edukacyjnych koncentrowała się na najlepszych praktykach zidentyfikowanych w krajach partnerskich (Cypr, Polska, Hiszpania, Republika Macedonii Północnej i Turcja). Moduły zostały przypisane do kwalifikacji, natomiast jednostki do efektów uczenia się lub zadań zawodowych zostały opisane za pomocą zbiorów wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Opracowany program i pakiety edukacyjne uwzględniają specyfikę krajów partnerskich.

Program szkolenia został oparty na wynikach analizy pracy IO1. Program opisuje efekty uczenia się, które można osiągnąć poprzez naukę w miejscu pracy.

Parterzy HoReCa4VET

KWALIFIKACJA 1 - KREOWANIE SMAKÓW I DEKOROWANIE POTRAW

1. WPROWADZENIE

Nowoczesna gastronomia nie tylko otwiera się na nowe smaki i techniki, ale również sama je kreuje. Dobry szef kuchni musi być trochę wizjonerem – umieć wyobrazić sobie kuchnię i siebie w niej za kilka lub kilkanaście lat. Zawsze będą ludzie stęsknieni smaków z dzieciństwa i ich doznania będą musiały zostać zaspokojone, tyle że na miarę postępu, jaki w ciągu tych dziesięciu lat nastąpi. Dlatego warto zachować smaki, wciąż rozwijając aranżację potraw, wprowadzając nowości i czyniąc oczywiste pozornie oczywistym. Bryndza podhalańska, sudecki miód gryczany, karp Małuszyński czy kaszubska truskawka – te oraz inne regionalne produkty o wyjątkowym smaku, staną się podstawą do kreowania nowoczesnej kuchni polskiej.

Szefowie kuchni, często wspólnie z historykami, poszukują dawnych receptur. Inspirując się nimi, kreują dania oparte na historycznych przekazach, dodając im jednocześnie ducha nowoczesności. Okazuje się, że historyczna kuchnia polska idzie w parze z nowoczesnymi trendami. Historia zatacza koło. Smaki powracają na nowo. Wykorzystując receptury z przeszłości, możemy zasmakować historii. Odkrywamy na nowo kuchnię polską i podkreślamy wartość tradycyjnego smaku¹.

Jednocześnie dostęp do produktów z różnych stron świata sprawia, że coraz częściej eksperymentujemy kulinarnie. Nasza kreatywność w kuchni ograniczona jest jedynie naszą wyobraźnią. Dzięki wymianie pomysłów i produktów zaczęły powstawać takie potrawy jak **pomidorowa z curry i papryczką chilli, pizza tajska czy sushi po włosku. Oczywiście to nie wszystko. Połączenia nieraz bywają zaskakujące. Najważniejsze, żeby nam smakowało, a samo przygotowywanie sprawiało satysfakcję.**

Nowoczesna sztuka kulinarna to kreowanie smaków starych w nowej aranżacji ale także eksperymentowanie, łączenie tego co pozornie do siebie nie pasuje np. pieprz czekolada.

Umiejętność kreowania smaków stanowi jest wręcz niezbędna w obecnym czasie dla osób pracujących w branży gastronomiczną i zajmujących się tworzeniem potraw. Osoba posiadająca takie umiejętności staje się bardziej atrakcyjna na rynku pracy, poszerza swoje umiejętności zawodowe o kwalifikacje poszukiwane na rynku.

Dekorowanie potraw, przystawek i talerzy cieszy się coraz większą popularnością zarówno w gastronomii, jak i prywatnych kuchniach. Smak, aromat, ale także strona wizualna przyrządzanych potraw są niezwykle ważne, natomiast dodatki mogą sprawić, że danie zachwyci zarówno smakiem, jak i wyglądem.

Sztuka kulinarna nie polega wyłącznie na przyrządzaniu smacznych potraw, ale też na takim ich podaniu, by już sam ich wygląd dostarczał przyjemnych doznań. Celem dekorowania potraw jest pobudzenie wszystkich zmysłów smakoszy, zarówno wzroku, zapachu, jak i smaku. Patrzenie na atrakcyjnie i kusząco wyglądające dania, niewątpliwie zachęca się do ich skosztowania. Poza tym ładnie udekorowane potrawy zyskują nie tylko na wyglądzie, ale również smakują inaczej, a dekoracyjne dodatki podnoszą ich walory smakowe.

Umiejętne dekorowanie potraw jest kluczem do efektownej aranżacji dań. Potrawy powinny być tak podane, aby ich wygląd był apetyczny. Uzyskamy to poprzez estetyczne ułożenie ich w odpowiednich naczyniach i udekorowanie.

¹ <https://www.szef-kuchni.com.pl/artyku%C5%82y/poszukujac-dawnych-smakow>

Pierwsze zetknięcie z potrawą, to zwrócenie uwagi na jej wygląd. Zanim jeszcze ocenimy smakowitość dania, zwracamy uwagę na atrakcyjność podania i ogólną estetykę. Nie wiedząc niczego o potrawie, możemy ją wybrać spośród innych tylko dlatego, że ładnie wygląda i nam się podoba. dostępności.²

Umiejętność prawidłowej ekspedycji i dekoracji potraw jest wręcz niezbędna w obecnym czasie dla osób pracujących w branży gastronomicznej i zajmujących się przygotowaniem potraw. Osoba posiadająca uprawnienia dekorowania potraw staje się bardziej atrakcyjny na rynku pracy, poszerza swoje umiejętności zawodowe o kwalifikacje poszukiwane na rynku.

2. DODATKOWE UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWE

W Polsce, od 1 września 2019 roku szkoła prowadząca kształcenie zawodowe może zaoferować uczniowi przygotowanie do nabycia dodatkowych uprawnień zawodowych w zakresie wybranych zawodów, dodatkowych umiejętności zawodowych lub kwalifikacji rynkowych funkcjonujących w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji.³

Co to jest DUZ?

Dodatkowe umiejętności zawodowe - należy rozumieć jako umiejętności wykraczające poza podstawę programową kształcenia w zawodzie szkolnictwa branżowego, których nabycie przez uczniów w trakcie nauki w szkole lub słuchaczy kursów umiejętności zawodowych zwiększa ich szanse na przyszłe zatrudnienie w danym zawodzie, zawierające zestawy celów kształcenia i treści nauczania opisanych w formie oczekiwanych efektów kształcenia: wiedzy, umiejętności zawodowych oraz kompetencji personalnych i społecznych w odniesieniu do tych umiejętności

Opracowanie programów nauczania dla dodatkowych umiejętności zawodowych pozwala na dostosowanie kształcenia i szkolenia zawodowego do potrzeb lokalnego i regionalnego rynku pracy. Stworzenie uczniom warunków do nabywania dodatkowych umiejętności zawodowych (DUZ) jest jednym z celów uelastyczenia systemu kształcenia zawodowego i dostosowania go do realnych potrzeb rynku pracy.

Opracowywane programy DUZ przyczynią się do zwiększenia zatrudnienia absolwentów branżowych szkół i techników na dynamicznie zmieniającym się rynku pracy.

Projekt HoReCa4VET jako DUZ

W projekcie HoReCa4VET wstępnie opracowano dodatkową umiejętność zawodową w zakresie kwalifikacji **Kreowanie smaków i dekorowanie potraw**, dla której określone zostały efekty kształcenia i kryteria weryfikacji tych efektów (rezultat 1) oraz program nauczania. Zaproponowane dodatkowe umiejętności zawodowe (DUZ) wynikają ze zwiększonego zapotrzebowania na rynku na specjalistów w tym zakresie.

Z opracowanego w projekcie programu skorzystać mogą placówki oświatowe prowadzące kształcenie zawodowe, które będą mogły zaoferować uczniom przygotowanie do nabycia dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów; uczniowie szkół prowadzących kształcenie zawodowe, którzy w ramach obowiązkowych zajęć edukacyjnych będą mogli uzyskać przygotowanie do nabycia dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów czy absolwenci szkół i placówek systemu oświaty

² <https://agroredakcja.pl/agroplatforma-odr/zasady-dekorowania-potraw>

³ Dodatkowe umiejętności zawodowe w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego zawarte są w załączniku nr 33 do rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 maja 2019 r. w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego (Dz. U. poz. 991, ze zm.).

prowadzących kształcenie zawodowe – uzyskane przez nich dodatkowe umiejętności zawodowe zwiększą ich szanse na zatrudnienie na lokalnym i regionalnym rynku pracy.

Wszystkie zaproponowane dodatkowe umiejętności zawodowe (DUZ) wynikają ze zwiększonego zapotrzebowania na rynku na specjalistów w tym zakresie.

3. ZAŁOŻENIA ORGANIZACYJNE

3.1. Liczba godzin przewidzianych na realizację programu

Kwalifikacja odpowiada na zapotrzebowanie rynku pracy (ryнку HoReCa) w zakresie profesjonalnego przygotowania potraw w szczególności kreowania nowych smaków i dekorowania potraw w zakresie różnych kultur kuchni, profesjonalnego dekorowania przygotowanych potraw, szacowania opłacalności prowadzonej działalności, planowania pracy własnej i podległego zespołu oraz jednej z najważniejszych kwestii w kuchni tj. bezpieczeństwa rozumianego w aspekcie bezpieczeństwa i higieny pracy swojej, zespołu jak również w aspekcie zdrowia i życia ludzkiego, czyli klientów będących głównymi odbiorcami i nabywcami.

Wskazany zestaw efektów uczenia się w ramach niniejszego programu dodatkowych umiejętności zawodowych zaplanowano na minimum 140 godzin.

Zajęcia powinny odbywać się w grupach, z podziałem na zespoły 2-osobowe. Zaleca się również samodzielne wykonywanie ćwiczeń symulujących zadania zawodowe.

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem różnych form pracy aktywizujących uczniów np. praca w grupach.

3.2. Wymagania kwalifikacyjne osób prowadzących zajęcia

Wymagania kwalifikacyjne osób prowadzących zajęcia w ramach dodatkowej umiejętności zawodowej określają przepisy w sprawie szczegółowych kwalifikacji wymaganych od nauczycieli. Szczegółowe wymagania osób prowadzących zajęcia to:

- ukończone studia pierwszego stopnia na kierunku (specjalności) zgodnym z nauczaniem przedmiotem oraz posiadanie przygotowania pedagogicznego lub
- studia pierwszego stopnia na kierunku, którego efekty kształcenia, obejmują treści nauczanego przedmiotu, wskazane w podstawie programowej dla tego przedmiotu, oraz posiadanie przygotowania pedagogicznego.

Osoba prowadząca zajęcia w ramach dodatkowej umiejętności zawodowej powinna:

- posiadać umiejętności i doświadczenie,
- posiadać przygotowanie pedagogiczne.

Ponadto może to być:

- pracodawca z branży gastronomicznej, który posiada uprawnienia instruktora praktycznej nauki zawodu;
- pracodawca z branży gastronomicznej posiadający niezbędną wiedzę teoretyczną i doświadczenie w zakresie przygotowania potraw.

Wykładowcy: osoby posiadające wiedzę teoretyczną i praktyczną z zakresu szkolenia. Instruktorzy: osoby prowadzące zajęcia praktyczne, posiadające kwalifikacje.

3.3. Wyposażenie dydaktyczne

Opis infrastruktury pracowni

a. usytuowanie stanowiska

stanowiska dydaktyczne powinny znajdować się w pobliżu sali do zajęć praktycznych, wskazane w tym samym budynku.

b. wielkość i inne wymagania dotyczące pomieszczenia lub innego miejsca, w którym znajduje się stanowisko; wielkość pomieszczenia, liczba i usytuowanie stanowisk, sposób wykończenia podłóg, sufitów, ścian, okien i drzwi zgodna z przepisami prawa w zakresie wymagań: budowlanych, bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej oraz sanitarno-epidemiologicznych.

c. minimalna powierzchnia (kubatura) niezbędna dla pojedynczego stanowiska;

stanowisko o powierzchni dostosowanej do zasad ergonomii i zapewniające swobodę ruchu wystarczającą do wykonywania pracy w sposób bezpieczny.

d. wyposażenie stanowiska w niezbędne media z określeniem ich parametrów

- punkty zasilania w energię elektryczną z napięciem 230 V z zabezpieczeniem przeciwporażeniowym oraz wyłącznikami bezpieczeństwa na stanowiskach oraz centralnym wyłącznikiem bezpieczeństwa,
- instalacja ogrzewcza,
- wentylacja grawitacyjna,
- oświetlenie dzienne z dodatkowo możliwością oświetlenia światłem sztucznym,
- szerokopasmowe łącze internetowe.

I. Przykładowa pracownia ekspedycji potraw⁴ wyposażona w:

- stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu, z urządzeniem wielofunkcyjnym, projektorem multimedialnym lub tablicą interaktywną lub monitorem interaktywnym,
- plansze poglądowe dotyczące ekspedycji potraw,
- wykaz maszyn, urządzeń, aparatów, narzędzi i innego sprzętu właściwego dla kwalifikacji
- zlewozmywak z instalacją zimnej i ciepłej wody,
- stół do ekspedycji potraw,
- komplet naczyń i drobnego sprzętu kuchennego,
- kuchenka mikrofalowa,
- podgrzewacze do talerzy,
- wózki pomocnicze,

⁴ Rekomendowane wyposażenie pracowni i warsztatów szkolnych dla zawodu technik żywienia i usług gastronomicznych, opracowane na potrzeby Regionalnych Programów Operacyjnych na lata 2014 – 2020, Krajowy Ośrodek Wspierania Edukacji Zawodowej i Ustawicznej

Warszawa 2013

- salamandra elektryczna
- regały na sprzęt
- krzesła pasujące do stołów,
- wózek kelnerski,
- pomocnik kelnerski,
- lada barowa, jako miejsce do wydawania napojów,
- hockery,
- ekspres do kawy,
- sokowirówka,
- warnik,
- mikser,
- kostkarka do lodu,
- zmywarka do szkła barmańskiego,
- szkło, porcelana i drobny sprzęt barmański,
- chłodziarka na napoje,
- bielizna stołowa.

a) wykaz sprzętu/urządzeń pomiarowych, diagnostycznych

- termometr do mierzenia temperatury produktu poddanego obróbce termicznej,
- wagi pomiarowe;
- miarki barowe.

b) biblioteczka zawodowa wyposażona w dokumentację, instrukcje, normy, procedury, przewodniki, regulaminy, przepisy prawne właściwe dla danego stanowiska

- instrukcje obsługi maszyn i urządzeń,
- procedury i instrukcje stanowiskowe systemów zapewnienia jakości i bezpieczeństwa zdrowotnego żywności,
- receptury gastronomiczne,
- karty potraw i napojów.

c) wykaz środków do udzielania pierwszej pomocy

- apteczka zaopatrzona w środki niezbędne do udzielania pierwszej pomocy wraz z instrukcją o zasadach udzielania pierwszej pomocy.

d) wykaz środków zapewniających przestrzeganie zasad ergonomii oraz bezpieczeństwa i higieny pracy

- umywalka do rąk z dopływem ciepłej i zimnej wody, z dozownikiem do mydła oraz z pojemnikiem na ręczniki papierowe, kosz z klapą,
- certyfikaty urządzeń lub świadectwa zgodności z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy,

- instrukcje obsługi maszyn i urządzeń,
- gaśnica proszkowa,
- znaki ostrzegawcze, schemat drogi ewakuacyjnej,
- środki ochrony indywidualnej oraz rękawice i okulary do obsługi pieca konwekcyjno-parowego.
- skrócone instrukcje obsługi maszyn i urządzeń umieszczone obok nich,
- pralnica przemysłowa z suszarką i programem antyzgniatającym (lub inne rozwiązania zapewniające systematyczność utrzymania w czystości bielizny stołowej),
- żelazko, deska do prasowania,
- mały domowy magiel elektryczny.
- zestaw pierwszej pomocy oraz procedury udzielania pierwszej pomocy poszkodowanym w stanach nagłego zagrożenia zdrowia.

II. Przykładowa pracownia ekspedycji potraw⁵ wyposażona w:

- stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu, z urządzeniem wielofunkcyjnym, projektorem multimedialnym lub tablicą interaktywną lub monitorem interaktywnym,
- plansze poglądowe dotyczące przygotowania potraw,
- wykaz maszyn, urządzeń, aparatów, narzędzi i innego sprzętu właściwego dla kwalifikacji
- stoły produkcyjne,
- trzon kuchenny z piekarnikiem/kuchenka indukcyjna z piekarnikiem;
- zlewozmywak z instalacją ciepłej i zimnej wody,
- zestaw garnków i innych naczyń kuchennych,
- zestaw noży kuchennych,
- drobny sprzęt produkcyjny,
- maszynka do mielenia,
- frytownica
- chłodziarka z zamrażarką,
- zmywarka do naczyń,
- piec konwekcyjno-parowy/piekarnik z termoobiegiem,
- kuchenka mikrofalowa,
- kuchenka indukcyjna,
- podgrzewacz do talerzy,

⁵ Rekomendowane wyposażenie pracowni i warsztatów szkolnych dla zawodu technik żywienia i usług gastronomicznych, opracowane na potrzeby Regionalnych Programów Operacyjnych na lata 2014 – 2020, Krajowy Ośrodek Wspierania Edukacji Zawodowej i Ustawicznej
Warszawa 2013

- sous vide - urządzenie do gotowania w niskich temperaturach,
- pakowarka próżniowa,
- naświetlacz do jaj,
- bielizna i zastawa stołowa,
- tace kelnerskie metalowe,
- wychładzarka szokowa/schładzarko-zamrażarka,
- blender,
- sokowirówka,
- robot kuchenny wieloczynnościowy;
- zastawa stołowa, sztucze i szkło stołowe oraz inny sprzęt do podawania potraw,
- regał, szafa magazynowa,
- stoły i krzesła,
- bielizna stołowa,
- kosz i pojemniki na segregowane odpady,

Zestaw do dekoracji stołów, potraw i carvingu:

- a) zestaw do dekoracji potraw:** -temperówka do warzyw i owoców z co najmniej trzema końcówkami, -nóż do małej spirali, -nóż do dużej spirali
- butelki do dekorowania
 - foremki do układania żywności
 - pęsety gastronomiczne
 - porcjonery
 - Wydrążacze
- b) zestaw do dekoracji stołów:** - obręczki, - serwety płócienne białe gładkie 30x30, 40x40, 50x50. **c) zestaw do carvingu-** -noże do cięcia -do rzeźbienia -wycinarki o różnych kształtach -noże do kulek -noże w kształcie „V” -noże okrągłe -dekoratory -obieraczki -noże karbowane -inne narzędzia do carvingu

Podstawowe środki dydaktyczne to:

- stanowiska wyposażone w sprzęt kuchenny,
- zestaw noży,
- zlewozmywaki,
- lodówka,
- zastawa stołowa,
- bielizna stołowa.

Podstawowe środki dydaktyczne to: wyposażenie kuchni molekularnej (do pracy z ciekłym azotem), urządzenia do miksowania zamrożonych surowców, płyty grillowe, kamień do pieczenia i serwowania.

UWAGA

Zaleca się aby kształcenie w ramach dodatkowej umiejętności zawodowej odbywało się w rzeczywistych warunkach pracy. Może odbywać się w pracowniach zawodowych, u pracodawcy lub w centrum kształcenia zawodowego.

3.4. Wymagania wobec osób kształconych zgodnie z programem dodatkowej umiejętności zawodowej

Dla realizacji programu dodatkowej umiejętności zawodowej Kreowanie smaków i dekorowanie potraw – wymagane jest osiągnięcie efektów kształcenia zawartych w programie.

Planując dodatkową umiejętność zawodową – Kreowanie smaków i dekorowanie potraw należy zadbać, aby realizacja jej była kształceniem praktycznym.

4. CELE KSZTAŁCENIA DODATKOWEJ UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWEJ

Absolwent realizujący program w zakresie Dodatkowej Umiejętności Zawodowej Kreowanie smaków i dekorowanie potraw powinien być przygotowany do wykonywania następujących zadań zawodowych:

1. Posługiwania się maszynami i urządzeniami gastronomicznymi do obróbki produktów
2. Stosowania nowoczesnych technik przygotowania potraw do kreowania smaków potraw kuchni staropolskiej w nowoczesnej odświeżeniu
3. Stosowania nowoczesnych technik przygotowania potraw do kreowania nowych smaków
4. Dekorowania i ekspediowania potraw.
5. Wykonywanie dekoracji z warzyw i owoców.

5. WYKAZ EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DODATKOWEJ UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWEJ ORAZ KRYTERIÓW WERYFIKACJI DLA MODUŁU KREOWANIE SMAKÓW

Do wykonywania zadań zawodowych w zakresie dodatkowej umiejętności zawodowej niezbędne jest osiągnięcie niżej wymienionych efektów kształcenia:

Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji
Uczeń	Uczeń
Dobiera odpowiednio do okoliczności właściwy sprzęt do obróbki wstępnej i cieplnej produktów	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dobiera i stosuje (w zakresie sporządzanych potraw) zestawy noży w sposób bezpieczny ■ Profesjonalnie wykonuje rozdrabnianie i serwowanie odpowiednio dla danej kuchni ■ Obsługuje maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw
Przygotowuje potrawy zgodnie ze zleconą usługą lub zamówieniem	<ul style="list-style-type: none"> ■ Monitoruje jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ Dobiera środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych

<p>Przygotowuje samodzielnie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Objaśnia i prezentuje receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ Określa czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ Podaje wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni ■ Wyszukuje i łączy produkty oraz opracowuje nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ Prezentuje wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” ■ Uzasadnia zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspiera promocję lokalnych marek), ■ Uzasadnia wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ Stosuje i łączy produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ Odpowiada za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości ■ Uwzględnia dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. ■ Analizuje aspekt ekonomiczny sporządzania potraw w zależności od przyjętej kuchni (w oparciu o daną gamę smaku, czas przygotowania, dostępność produktów, cenę produktów)
<p>Sporządza potrawy charakterystyczne w danej kuchni</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Eksperymentuje w zakresie łączenia produktów spożywczych dostępnych w danej kulturze kuchni ■ Sporządza potrawy według określonych receptur ze szczególnym uwzględnieniem ich walorów smakowych w zakresie zamówień indywidualnych jak również zbiorowych ■ Przygotowuje nowe dania zgodnie z pojawiającymi się trendami np. w zakresie zdrowej żywności

Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Nazwa przedmiotu
Uczeń	Uczeń	
<p>dobiera odpowiednio do okoliczności właściwy sprzęt do obróbki wstępnej i cieplnej produktów</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ dobiera i stosuje (w zakresie sporządzanych potraw) zestawy noży w sposób bezpieczny ■ profesjonalnie wykonuje rozdrabnianie i serwowanie odpowiednio dla danej kuchni ■ obsługuje maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	<p>Maszyny i urządzenia gastronomiczne do obróbki produktów</p>
<p>przygotowuje potrawy zgodnie ze zleconą usługą lub zamówieniem</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitoruje jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobiera środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych 	<p>Nowoczesne techniki przygotowania potraw</p>
<p>przygotowuje samodzielnie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ objaśnia i prezentuje receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ określa czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podaje wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni ■ wyszukuje i łączy produkty oraz opracowuje nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentuje wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” 	<p>Nowoczesne techniki przygotowania potraw</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ■ uzasadnia zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspiera promocję lokalnych marek), ■ uzasadnia wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ stosuje i łączy produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiada za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości ■ uwzględnia dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. ■ analizuje aspekt ekonomiczny sporządzania potraw w zależności od przyjętej kuchni (w oparciu o daną gamę smaku, czas przygotowania, dostępność produktów, cenę produktów) 	
Sporządza potrawy charakterystyczne w danej kuchni	<ul style="list-style-type: none"> ■ eksperymentuje w zakresie łączenia produktów spożywczych dostępnych w danej kulturze kuchni ■ Sporządza potrawy według określonych receptur ze szczególnym uwzględnieniem ich walorów smakowych w zakresie zamówień indywidualnych jak również zbiorowych ■ Przygotowuje nowe dania zgodnie z pojawiającymi się trendami np. w zakresie zdrowej żywności 	Nowoczesne techniki przygotowania potraw

6. WYKAZ EFEKTÓW KSZTAŁCENIA DODATKOWEJ UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWEJ ORAZ KRYTERIÓW WERYFIKACJI DLA MODUŁU DEKOROWANIE POTRAW

Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji
Uczeń	Uczeń
w zmiennych warunkach stosuje niezbędne akcesoria związane w podaniem potraw w danej kulturze kuchni	<ul style="list-style-type: none"> ■ uzasadnia wybór zastawy/naczynia do oferowanego dania ■ dobiera kolorystykę adekwatną do zastawy oraz do oferowanego dania ■ określa i uzasadnia ilość oraz jakość naczyń niezbędnych do danego zamówienia lub usługi
dobiera technikę dekorowania i serwowania potraw	<ul style="list-style-type: none"> ■ wykonuje elementy dekoracji z elementów jadalnych oraz niejadalnych wykonuje samodzielnie dekorację z warzyw, owoców, kwiatów, itp. ■ stosuje, jadalne i niejadalne elementy dekoracji oraz zabezpiecza noże i sprzęt do carvingu ■ tworzy aranżacje dekoracyjne z wykorzystaniem przygotowanych elementów i rzeźb z serwetek, warzyw, owoców itp.
komponuje kolory na talerzu oraz ułożenie potraw	<ul style="list-style-type: none"> ■ eksponuje danie z uwzględnieniem walorów artystycznych ■ wykonuje własne kompozycje przestrzenne z przygotowanych potraw
organizuje kolejność wydawania potraw	<ul style="list-style-type: none"> ■ dobiera i uzasadnia wybór osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) ■ ustala z zespołem ramy czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu ■ wydaje dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp.)

wykonuje rzeźbienie w owocach i warzywach z wykorzystaniem różnych sposobów krojenia	<ul style="list-style-type: none"> ■ wykonuje/tworzy drobne kwiatki i miniaturowe elementy dekoracyjne ■ ze wskazanych materiałów ■ wykonuje kwiaty ozdobne m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora ■ wykonuje/tworzy liście dekoracyjne
--	---

Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Nazwa przedmiotu
Uczeń	Uczeń	
w zmiennych warunkach stosuje niezbędne akcesoria związane w podaniem potraw w danej kulturze kuchni	<ul style="list-style-type: none"> ■ uzasadnia wybór zastawy/naczynia do oferowanego dania ■ dobiera kolorystykę adekwatną do zastawy oraz do oferowanego dania ■ określa i uzasadnia ilość oraz jakość naczyń niezbędnych do danego zamówienia lub usługi 	Techniki dekorowania/ Ekspedycja potraw
dobiera technikę dekorowania i serwowania potraw	<ul style="list-style-type: none"> ■ wykonuje elementy dekoracji z elementów jadalnych oraz niejadalnych wykonuje samodzielnie dekorację z warzyw, owoców, kwiatów, itp. ■ stosuje, do wykonania dekoracji oraz zabezpiecza noże i sprzęt do carvingu ■ tworzy aranżacje dekoracyjne z wykorzystaniem przygotowanych elementów i rzeźb z serwetek, warzyw, owoców itp. 	Techniki dekorowania potraw
komponuje kolory na talerzu oraz ułożenie potraw	<ul style="list-style-type: none"> ■ eksponuje danie z uwzględnieniem walorów artystycznych ■ wykonuje własne kompozycje przestrzenne z przygotowanych potraw 	Techniki dekorowania potraw
organizuje kolejność wydawania potraw	<ul style="list-style-type: none"> ■ dobiera i uzasadnia wybór osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) ■ ustala z zespołem ramy czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu ■ wydaje dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp.) 	Ekspedycja potraw
wykonuje rzeźbienie w owocach i warzywach z wykorzystaniem różnych sposobów krojenia	<ul style="list-style-type: none"> ■ wykonuje/tworzy drobne kwiatki i miniaturowe elementy dekoracyjne ■ ze wskazanych materiałów ■ wykonuje kwiaty ozdobne m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora ■ wykonuje/tworzy liście dekoracyjne 	Wykonywanie dekoracji z warzyw i owoców

7. PLAN NAUCZANIA DODATKOWEJ UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWEJ - KREOWANIE SMAKÓW

Nazwa przedmioty/zajęć	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godz.	Uwagi o realizacji
I. Maszyny i urządzenia gastronomiczne do obróbki produktów	Profesjonalne noże do gastronomii i ich zastosowanie	2	
	Sprzęt do rozdrabniania i serwowania	1	
	Sprzęt do tworzenia nowoczesnych dekoracji	1	
	Urządzenia używane do gotowania w nowych technikach kulinarnych.	2	
	Sprzęt i technika wykonywania vacuum	1	
	Sprzęt i technika nowoczesnego wędzenia	1	
	Sprzęt i technika wykonywania sous vide	1	
	Sprzęt używany w kuchni molekularnej	1	
	Urządzenia anti - gridle	1	
	Urządzenia do techniki pajoet	1	
	Syfony i ich zastosowanie	1	
	Narzędzia do grillowania w stylu plancha	1	
	Tworzenie i serwowanie dań na kamieniu	1	
	II. Nowoczesne techniki przygotowania potraw	Zasady planowania produkcji potraw i napojów	1
Etapy planowania produktu		1	
Planowanie produktu dla różnych grup konsumentów i usług		2	
Przechowywanie i magazynowanie potraw		1	
Kalkulacja cen		1	
Współpraca z lokalnymi dostawcami		2	
Charakterystykę nowych technik kulinarnych		2	
Nowe sposoby marynowania oraz przygotowanie do wędzenia - ćwiczenia praktyczne - awangardowe kiszonki		3	
Nieoczywiste łączenie smaków - ćwiczenia		2	
Przygotowanie dań techniką food pairing		5	
Przygotowanie potraw techniką sous-vide		5	
Przygotowanie potraw kuchni molekularnej		5	
Przygotowanie potraw kuchni fusion		5	
Wielokulturowość w kuchni - ćwiczenia praktyczne		5	
Przygotowanie dań kuchni lokalnych		5	
Kuchnia polska w nowoczesne odświeżenie - ćwiczenia praktyczne		5	
Ćwiczenia w kreowaniu nowoczesnych dań vege		5	
Nowoczesne techniki przygotowania dań dietetycznych - ćwiczenia		5	
Nowoczesne dekorowanie i serwowanie dań - ćwiczenia		5	
Razem		80	

8. PLAN NAUCZANIA DODATKOWEJ UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWEJ - DEKOROWANIA POTRAW

Nazwa przedmioty/zajęć	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godz.	Uwagi o realizacji
I. Techniki dekorowania potraw	Dekoracje jadalne i niejadalne	2	
	Podstawy aranżacji i dekoracji talerza - plating	2	
	Sprzęt do tworzenia dekoracji	2	
	Tworzenie dekoracji talerzowych z wykorzystaniem: puree warzywnego, majonezów smakowych, z użyciem pudrów warzywnych oraz grzybowych, z użyciem syfonu do bitej śmietany i mikrofalówki (tzw. szybkie biszkoty, gąbki smakowe w różnych kolorach)	8	
	Dekorowanie talerzy poprzez specjalne układanie elementów potrawy oraz właściwe ich docinanie	2	
	Tworzenie dekoracji poprzez zastosowanie tiuli warzywnych	2	
	Zastosowanie elementów pieczywa w dekoracji	2	
	Tworzenie chipsów ryżowych w różnych kolorach oraz smakach do wykorzystania w potrawach wytrawnych oraz słodkich	2	
	Aranżacje dekoracyjne z wykorzystaniem przygotowanych elementów i rzeźb z serwetek, warzyw, owoców	2	
	Kompozycje przestrzenne	2	
II. Ekspedycja potraw	Kolejność wydawania potraw i napojów	1	
	Rozwiązania techniczne w zakresie ekspedycji potraw	1	
	Temperatura wydawanych potraw	1	
	Przechowywanie i magazynowanie potraw	1	
	Podział zadań w zakresie wydawania potraw	1	
	Higieniczna ekspedycja potraw	1	
	Praktyczna ekspedycja potraw	5	
III. Wykonywanie dekoracji z warzyw i owoców	Carving - wiadomości wstępne.	1	
	Narzędzia i noże	1	
	Przechowywanie dekoracji z owoców	2	
	Aranżacje z owoców	8	
	Przygotowanie warzyw, narzędzi i noży do pracy	1	
	Techniki cięć	1	
	Przechowywanie dekoracji	1	
	Dekoracje z Warzyw	8	
Razem		60	

9. PROGRAM NAUCZANIA DLA PRZEDMIOTÓW DODATKOWEJ UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWEJ

Wykaz przedmiotów nauczania

1. Maszyny i urządzenia gastronomiczne do obróbki produktów.
2. Nowoczesne techniki przygotowania potraw.
3. Techniki dekorowania potraw.
4. Ekspedycja potraw
5. Wykonywanie dekoracji z warzyw i owoców.

9.1. Maszyny i urządzenia gastronomiczne do obróbki produktów

Cele ogólne przedmiotu

1. poznanie stosowanie (w zakresie sporządzanych potraw) zestawów noży w sposób bezpieczny
2. profesjonalne wykonywanie: rozdrabnianie i serwowanie odpowiednio dla danej kuchni
3. poznanie zasad obsługi maszyn, urządzeń i sprzęt niezbędnych do przygotowania potraw.

Cele operacyjne

1. opisać zastosowanie noży do bezpiecznego rozdrabniania surowców,
2. wykonać samodzielnie rozdrabnianie surowców,
3. opisać zastosowanie sprzętu wykorzystywanego w nowoczesnych technikach sporządzania potraw.

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godz.	Wymagania programowe		Uwagi o realizacji
			Podstawowe Uczeń potrafi:	Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Etap realizacji
I. Maszyny i urządzenia gastronomiczne do obróbki produktów	Profesjonalne noże do gastronomii i ich zastosowanie	2	<ul style="list-style-type: none"> dobierać i stosować (w zakresie sporządzanych potraw) zestawy noży w sposób bezpieczny 	<ul style="list-style-type: none"> określić zastosowanie profesjonalnych noży do gastronomii 	
	Sprzęt do rozdrabniania i serwowania	1	<ul style="list-style-type: none"> profesjonalnie wykonać rozdrabnianie i serwowanie odpowiednio dla danej kuchni obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	<ul style="list-style-type: none"> zastosować sprzęt do rozdrabniania i serwowania 	
	Sprzęt do tworzenia nowoczesnych dekoracji	1	<ul style="list-style-type: none"> wskazać sprzęt do tworzenia nowoczesnych dekoracji 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	
	Urządzenia używane do gotowania w nowych technikach kulinarnych.	2	<ul style="list-style-type: none"> wskazać sprzęt do gotowania w nowych technikach kulinarnych. 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godz.	Wymagania programowe		Uwagi o realizacji
			Podstawowe Uczeń potrafi:	Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Etap realizacji
	Sprzęt i technika wykonywania vacuum	1	<ul style="list-style-type: none"> wskazać sprzęt do gotowania w nowych technikach kulinarnych. 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	
	Sprzęt i technika nowoczesnego wędzenia	1	<ul style="list-style-type: none"> wskazać sprzęt do gotowania w nowych technikach kulinarnych. 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	
	Sprzęt i technika wykonywania sous vide	1	<ul style="list-style-type: none"> wskazać sprzęt do sporządzania potraw metodą sous vide. 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	
	Sprzęt używany w kuchni molekularnej	1	<ul style="list-style-type: none"> wskazać sprzęt stosowany w kuchni molekularnej. 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	
	Urządzenia anti - gridle	1	<ul style="list-style-type: none"> wskazać sprzęt wykorzystywany w technice anti-gridle. 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	
	Urządzenia do techniki pajoet	1	<ul style="list-style-type: none"> wskazać sprzęt do techniki pajoet. 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	
	Syfony i ich zastosowanie	1	<ul style="list-style-type: none"> wskazać zastosowanie syfonów w nowoczesnej kuchni. 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	
	Narzędzia do grillowania w stylu plancha	1	<ul style="list-style-type: none"> wskazać sprzęt do grillowania w stylu plancha. 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	
	Tworzenie i serwowanie dań na kamieniu	1	<ul style="list-style-type: none"> wskazać sprzęt do tworzenia i serwowania dań na kamieniu. 	<ul style="list-style-type: none"> obsługiwać maszyny, urządzenia i sprzęt niezbędny do przygotowania potraw 	

9.2. Techniki dekorowania potraw

Cele ogólne przedmiotu

1. Poznanie technik dekorowania i serwowania potraw.
2. Poznanie zasad komponowania kolorystyki potraw.
3. Poznanie zasad układania potraw na talerzu.

Cele operacyjne

1. Opisać dekoracje jadalne i niejadalne.
2. Wykonać samodzielnie dekoracje z warzyw lub owoców.

3. Uzasadnić zastosowanie narzędzi do tworzenia dekoracji.
4. Tworzyć aranżacje dekoracyjne z wykorzystaniem przygotowanych elementów i rzeźb z serwetek, warzyw, owoców itp.
5. Eksponować dania z uwzględnieniem walorów artystycznych.
6. Wykonywać własne kompozycje przestrzenne z przygotowanych potraw.

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godz.	Wymagania programowe		Uwagi o realizacji
			Podstawowe Uczeń potrafi:	Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Etap realizacji
I. Techniki dekorowania potraw	Dekoracje jadalne i niejadalne	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ wskazać elementy dekoracji z elementów jadalnych oraz niejadalnych ■ określić zastosowanie dekoracji jadalnych i niejadalnych 	<ul style="list-style-type: none"> ■ scharakteryzować elementy jadalne i niejadalne dekoracji 	
	Podstawy aranżacji i dekoracji talerza - plating	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ scharakteryzować zasady platingu ■ omawia naczynia i zestawy naczyń do platingu 	<ul style="list-style-type: none"> ■ stosuje zasady doboru naczyń i zestawu naczyń do platingu 	
	Sprzęt do tworzenia dekoracji	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ wskazać noże i sprzęt do dekorowania 	<ul style="list-style-type: none"> ■ zastosować noże i sprzęt do dekoracji. 	
	Tworzenie dekoracji talerzowych z wykorzystaniem: puree warzywnego, majonezów smakowych, z użyciem pudrów warzywnych oraz grzybowych, z użyciem syfonu do bitej śmietany i mikrofalówki (tzw. szybkie biszkopty, gąbki smakowe w różnych kolorach)	8	<ul style="list-style-type: none"> ■ wskazać elementy dekoracji z elementów jadalnych oraz niejadalnych ■ określić zastosowanie dekoracji jadalnych i niejadalnych 	<ul style="list-style-type: none"> ■ zastosować elementy dekoracji z elementów jadalnych oraz niejadalnych ■ wykonać samodzielnie dekorację z warzyw, owoców, kwiatów, itp. ■ eksponować danie z uwzględnieniem walorów artystycznych 	
	Dekorowanie talerzy poprzez specjalne układanie elementów potrawy oraz właściwe ich docinanie	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ charakteryzować kompozycje dań z uwzględnieniem walorów artystycznych 	<ul style="list-style-type: none"> ■ eksponować danie z uwzględnieniem walorów artystycznych 	
	Tworzenie dekoracji poprzez zastosowanie tiuli warzywnych	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ charakteryzować aranżacje dekoracyjne z wykorzystaniem przygotowanych elementów i rzeźb z serwetek, warzyw, owoców itp 	<ul style="list-style-type: none"> ■ tworzyć aranżacje dekoracyjne z wykorzystaniem przygotowanych elementów i rzeźb z serwetek, warzyw, owoców itp. ■ eksponować danie z uwzględnieniem walorów artystycznych 	

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godz.	Wymagania programowe		Uwagi o realizacji
			Podstawowe Uczeń potrafi:	Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Etap realizacji
	Zastosowanie elementów pieczywa w dekoracji	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ wskazać elementy dekoracji z elementów jadalnych oraz niejadalnych ■ określić zastosowanie dekoracji jadalnych i niejadalnych 	<ul style="list-style-type: none"> ■ zastosować elementy dekoracji z elementów jadalnych oraz niejadalnych ■ wykonać samodzielnie dekorację z warzyw, owoców, kwiatów, itp 	
	Tworzenie chipsów ryżowych w różnych kolorach oraz smakach do wykorzystania w potrawach wytrawnych oraz słodkich	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ wskazać elementy dekoracji z elementów jadalnych oraz niejadalnych ■ określić zastosowanie dekoracji jadalnych i niejadalnych 	<ul style="list-style-type: none"> ■ zastosować elementy dekoracji z elementów jadalnych oraz niejadalnych ■ wykonać samodzielnie dekorację z warzyw, owoców, kwiatów, itp 	
	Aranżacje dekoracyjne z wykorzystaniem przygotowanych elementów i rzeźb z serwetek, warzyw, owoców	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ charakteryzować aranżacje dekoracyjne z wykorzystaniem przygotowanych elementów i rzeźb z serwetek 	<ul style="list-style-type: none"> ■ wykonywać własne aranżacje dekoracyjne z wykorzystaniem przygotowanych elementów i rzeźb z serwetek 	
	Kompozycje przestrzenne	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ charakteryzować własne kompozycje przestrzenne z przygotowanych potraw 	<ul style="list-style-type: none"> ■ wykonywać własne kompozycje przestrzenne z przygotowanych potraw 	

PROCEDURY OSIĄGANIA CELÓW KSZTAŁCENIA PRZEDMIOTU

Propozycje metod nauczania:

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem różnych form organizacyjnych: indywidualnie i zespołowo. Metody podające, jak: wykład, pogadankę, opowiadanie, opis, prelekcję, objaśnienie lub wyjaśnienie powinny być uzupełniane przez metody aktywizujące, jak: metodę przypadków i przede wszystkim metody praktyczne, w tym pokaz, ćwiczenia przedmiotowe i symulacja.

Środki dydaktyczne:

Wśród środków dydaktycznych rekomendowanych do wykorzystania przez nauczycieli i instruktorów praktycznej nauki zawodu wymienić należy środki:

- wzrokowe w postaci tablicy szkolnej lub flipchartu do obrazowania rysunków czy przykładów graficznych, a także wydruki, fotografie, katalogi sprzętu, zestawy ćwiczeń, materiały edukacyjne, przepisy prawne dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy etc.,
- wzrokowo-słuchowe obejmujące zasoby kanałów tematycznych na stronach internetowych, filmy dydaktyczne związane z tematyką surowców i produkcji gastronomicznej i inne treści multimedialne.

Zajęcia powinny się odbywać w pracowni gastronomicznej, w której znajduje się komputer z dostępem do internetu.

Obudowa dydaktyczna:

Miejsce zajęć powinno być wyposażone w stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu, z drukarką, ze skanerem oraz z projekтором multimedialnym. Zestawy ćwiczeń z instrukcjami, karty samooceny, karty pracy dla uczniów. Miejsce realizacji musi być wyposażone w niezbędny sprzęt do wykonania ćwiczeń praktycznych.

Warunki realizacji programu przedmiotu:

Zajęcia powinny być prowadzone w pracowni gastronomicznej, z podziałem na zespoły 1-2 osobowe.

Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych ucznia/słuchacza

Sprawdzanie opanowania wymagań programowych będzie przeprowadzone na podstawie wykonanych ćwiczeń praktycznych. W ocenie należy uwzględnić ich poprawność, jakość wykonania, efekt wizualny. Sprawdzanie osiągnięć powinno odbywać się przez cały okres realizacji programu zajęć na podstawie kryteriów przedstawionych na początku zajęć.

Sposoby ewaluacji przedmiotu

Podczas ewaluacji przedmiotu można wykorzystać:

- testy osiągnięć,
- samoocenę dokonywaną przez nauczyciela,
- ankiety oceny zajęć,
- opinie osób trzecich (wizytatorów).

Jakość procesu nauczania i uzyskiwane efekty zależą w dużym stopniu od programu nauczania przedmiotu:

- jego koncepcji,
- doboru stosowanych metod i technik nauczania,
- używanych środków dydaktycznych w odniesieniu do założonych celów i treści kształcenia - materiału nauczania.

Realizacja programu nauczania w ramach przedmiotu powinna zapewnić osiągnięcie założonych efektów z podstawy programowej. Na tym etapie ewaluacji programu nauczania przedmiotu mogą być wykorzystywane:

- zestawienia bieżących osiągnięć,
- karty/arkusze samooceny,
- obserwacje (kompletne, wybiórcze - nastawione na poszczególne elementy, np. kształtowanie najważniejszych umiejętności, kształtowanie postaw, indywidualizacja, warunki i sposób realizacji).

W ramach ewaluacji programu wskazane jest określenie i przeanalizowanie:

- treści, które są opanowane bez problemów,
- treści, których opanowanie sprawia trudności,
- środków dydaktycznych, stosowanych metod nauczania,
- osiągniętych wyników.

Dzięki zrealizowaniu tych działań możliwa będzie optymalizacja treści programowych, wyposażenia i środków dydaktycznych oraz stosowanych metod nauczania.

9.3. Nowoczesne techniki przygotowania potraw

Cele ogólne przedmiotu

1. Przygotowanie potrawy zgodnie ze zleconą usługą lub zamówieniem.
2. Samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni.
3. Sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni.

Cele operacyjne

1. Monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem.
2. Dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych.
3. Objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni.
4. Określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia.
5. Podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni.
6. Wyszukać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne.
7. Prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym”.
8. Uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek).
9. Uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów.
10. Stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni.
11. Odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości.
12. Uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp.
13. Analizować aspekt ekonomiczny sporządzania potraw w zależności od przyjętej kuchni (w oparciu o daną gamę smaku, czas przygotowania, dostępność produktów, cenę produktów).

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godz.	Wymagania programowe		Uwagi o realizacji
			Podstawowe Uczeń potrafi:	Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	
II. Nowoczesne techniki przygotowania potraw	Zasady planowania produkcji potraw i napojów	1	<ul style="list-style-type: none"> monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem 	<ul style="list-style-type: none"> analizować aspekt ekonomiczny sporządzania potraw w zależności od przyjętej kuchni (w oparciu o daną gamę smaku, czas przygotowania, dostępność produktów, cenę produktów) 	
	Etapy planowania produktu	1	<ul style="list-style-type: none"> monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem 	<ul style="list-style-type: none"> analizować aspekt ekonomiczny sporządzania potraw w zależności od przyjętej kuchni (w oparciu o daną gamę smaku, czas przygotowania, dostępność produktów, cenę produktów) 	
	Planowanie produktu dla różnych grup konsumentów i usług	2	<ul style="list-style-type: none"> monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem 	<ul style="list-style-type: none"> analizować aspekt ekonomiczny sporządzania potraw w zależności od przyjętej kuchni (w oparciu o daną gamę smaku, czas przygotowania, dostępność produktów, cenę produktów) 	
	Przechowywanie i magazynowanie potraw	1	<ul style="list-style-type: none"> dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych 	<ul style="list-style-type: none"> analizować aspekt ekonomiczny sporządzania potraw w zależności od przyjętej kuchni (w oparciu o daną gamę smaku, czas przygotowania, dostępność produktów, cenę produktów) 	
	Kalkulacja cen	1	<ul style="list-style-type: none"> analizować aspekt ekonomiczny sporządzania potraw w zależności od przyjętej kuchni (w oparciu o daną gamę smaku, czas przygotowania, dostępność produktów, cenę produktów) 	<ul style="list-style-type: none"> monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia 	
	Współpraca z lokalnymi dostawcami	2	<ul style="list-style-type: none"> uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. 	<ul style="list-style-type: none"> charakteryzować lokalnych dostawców 	

	Charakterystykę nowych technik kulinarnych	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni 	<ul style="list-style-type: none"> ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. 	
	Nowe sposoby marynowania oraz przygotowanie do wędzenia - ćwiczenia praktyczne - awangardowe kiszonki	3	<ul style="list-style-type: none"> ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni 	<ul style="list-style-type: none"> ■ przygotowanie potrawy zgodnie ze zleconą usługą lub zamówieniem, ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	
	Nieoczywiste łączenie smaków - ćwiczenia	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni 	<ul style="list-style-type: none"> ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	
	Przygotowanie dań techniką food pairing	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni ■ wyszukiwać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” 	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp 		
	Przygotowanie potraw techniką sous-vide	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni ■ wyszukać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	
	Przygotowanie potraw kuchni molekularnej	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni 	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ wyszukać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	
	Przygotowanie potraw kuchni fusion	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni ■ wyszukać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	
	Wielokulturowość w kuchni - ćwiczenia praktyczne	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni 	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni ■ wyszukiwać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	
	Przygotowanie dań kuchni lokalnych	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni ■ wyszukiwać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	

	Kuchnia polska w nowoczesne odświeżenie - ćwiczenia praktyczne	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni ■ wyszukiwać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	
	Menu degustacyjne	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni ■ wyszukiwać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” 	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp 		
	Nowoczesne techniki przygotowania dań dietetycznych - ćwiczenia	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni ■ wyszukać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	
	Nowoczesne dekorowanie i serwowanie dań - ćwiczenia	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ samodzielne przygotowanie potrawy oraz nowości kulinarne charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ sporządzanie potrawy charakterystycznej w danej kuchni, ■ objaśniać i prezentować receptury charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ określać czas niezbędny na przygotowanie danego zamówienia ■ podawać wady i zalety związane z przygotowaniem potraw w kontekście danej kultury kuchni 	<ul style="list-style-type: none"> ■ monitorować jakość i ilość przygotowanych potraw zgodnie z przyjętym zamówieniem ■ dobierać środki i metody przechowania oraz transportu przygotowanych potraw w kontekście walorów smakowych oraz zdrowotnych ■ uzasadniać wskazania i przeciwwskazania do sporządzenia danego asortymentu potraw w kontekście preferencji i gustów klientów 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ wyszukać i łączyć produkty oraz opracowywać nowe potrawy, nowe pomysły gastronomiczne ■ prezentować wykonanie dań będących jego „daniem popisowym” ■ uzasadniać zalety stosowania lokalnych produktów przydatnych w danej kulturze kuchni (wspierać promocję lokalnych marek), ■ uwzględniać dostępność na rynku produktów np. sezonowych, świeżych ryb, itp. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ stosować i łączyć produkty spożywcze (np. przyprawy) charakterystyczne dla danej kultury kuchni ■ odpowiadać za zamówienia produktów i półproduktów spożywczych w niezbędnej ilości oraz o odpowiedniej jakości 	
--	--	--	--	--	--

9.4. Ekspedycja potraw

Cele ogólne przedmiotu

1. Organizuje kolejność wydawania potraw.
2. W zmiennych warunkach stosuje niezbędne akcesoria związane w podaniem potraw w danej kulturze kuchni.

Cele operacyjne

1. Uzasadnić wybór zestawu/naczynia do oferowanego dania.
2. Określić i uzasadnić ilość oraz jakość naczyń niezbędnych do danego zamówienia lub usługi.
3. Dobrać i uzasadnić wybór osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.).
4. Ustalić z zespołem ramy czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu.
5. Opisać czynności wydawania dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp.).
6. Wykonać wydanie dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp.).

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godz.	Wymagania programowe		Uwagi o realizacji
			Podstawowe Uczeń potrafi:	Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Etap realizacji
II. Ekspedycja potraw	Kolejność wydawania potraw i napojów	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ omówić osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) ■ omówić czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu 	<ul style="list-style-type: none"> ■ określić terminy przeglądów bieżących i okresowych wózków widłowych 	Klasa V pierwsze półrocze
	Rozwiązania techniczne w zakresie ekspedycji potraw	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ omówić osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ dobrać i uzasadnić wybór osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) 	

			<ul style="list-style-type: none"> omówić czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu omówić techniczne rozwiązania w zakresie ekspedycji 	<ul style="list-style-type: none"> ustalić z zespołem ramy czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu wydać dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp. 	
	Temperatura wydawanych potraw	1	<ul style="list-style-type: none"> wymienić temperatury wydawanych dań omówić proces wydawania dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp 	<ul style="list-style-type: none"> wydać dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp 	
	Przechowywanie i magazynowanie potraw	1	<ul style="list-style-type: none"> opisać warunki przechowywania i magazynowania potraw omówić proces wydawania dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp 	<ul style="list-style-type: none"> wydać dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp 	
	Podział zadań w zakresie wydawania potraw	1	<ul style="list-style-type: none"> omówić osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) omówić czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu 	<ul style="list-style-type: none"> dobrać i uzasadnić wybór osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) ustalić z zespołem ramy czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu wydać dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp. 	
	Higieniczna ekspedycja potraw	1	<ul style="list-style-type: none"> omówić osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) omówić czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu omówić higieniczne zasady ekspedycji 	<ul style="list-style-type: none"> dobrać i uzasadnić wybór osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) ustalić z zespołem ramy czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu wydać dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp. 	
	Praktyczna ekspedycja potraw	5	<ul style="list-style-type: none"> omówić ilość oraz jakość naczyń niezbędnych do danego zamówienia lub usługi, omówić osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) 	<ul style="list-style-type: none"> określić i uzasadnić ilość oraz jakość naczyń niezbędnych do danego zamówienia lub usługi, wykonywać kwiaty ozdobne m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora 	

			<ul style="list-style-type: none"> omówić czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu omówić techniczne rozwiązania w zakresie ekspedycji 	<ul style="list-style-type: none"> wykonywać/tworzyć liście dekoracyjne dobrać i uzasadnić wybór osoby do wykonania przydzielonych zadań w zakresie wydawania potraw (zupy, sałatki, desery itp.) ustalić z zespołem ramy czasowe wydawania poszczególnych dań oraz dekorację stołu wydać dania z zachowaniem ich właściwości odżywczych (gorące, świeże itp.) 	
--	--	--	---	--	--

9.5. Wykonywanie dekoracji z warzyw i owoców

Cele ogólne przedmiotu

- wykonywanie rzeźbienia w owocach
- wykonywanie rzeźbienia w warzywach
- stosowanie różnych sposobów krojenia.

Cele operacyjne

- wykonać drobne kwiatki i miniaturowych elementów dekoracyjnych ze wskazanych materiałów,
- wykonać kwiaty ozdobne,
- wykonać liście dekoracyjne.

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godz.	Wymagania programowe		Uwagi o realizacji
			Podstawowe Uczeń potrafi:	Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Etap realizacji
II. Wykonywanie dekoracji z warzyw i owoców	Carving – wiadomości wstępne.	1	<ul style="list-style-type: none"> opisać co to jest carving 	<ul style="list-style-type: none"> określić przydatność carvingu do dekoracji potraw 	
	Narzędzia i noże	15	<ul style="list-style-type: none"> opisać noże i sprzęt do carvingu 	<ul style="list-style-type: none"> stosować, do wykonania dekoracji oraz zabezpiecza noże i sprzęt do carvingu 	
	Przechowywanie dekoracji z owoców	2	<ul style="list-style-type: none"> opisać sposób przechowywania dekoracji z owoców 	<ul style="list-style-type: none"> scharakteryzować sposób przechowywania dekoracji z owoców 	
	Aranżacje z owoców		<ul style="list-style-type: none"> opisać sposób wykonania drobnych kwiatków i miniaturowych elementów dekoracyjne ze wskazanych materiałów 	<ul style="list-style-type: none"> wykonywać/tworzyć drobne kwiatki i miniaturowe elementy dekoracyjne ze wskazanych materiałów 	

			<ul style="list-style-type: none"> opisać sposób wykonania kwiatów ozdobnych m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora opisać sposób wykonania/tworzenia liście dekoracyjne 	<ul style="list-style-type: none"> wykonywać kwiaty ozdobne m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora wykonywać/tworzyć liście dekoracyjne 	
	Przygotowanie warzyw, narzędzi i noży do pracy		<ul style="list-style-type: none"> opisać sposób wykonania drobnych kwiatków i miniaturowych elementów dekoracyjne ze wskazanych materiałów opisać sposób wykonania kwiatów ozdobnych m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora opisać sposób wykonania/tworzenia liście dekoracyjne 	<ul style="list-style-type: none"> wykonywać/tworzyć drobne kwiatki i miniaturowe elementy dekoracyjne ze wskazanych materiałów wykonywać kwiaty ozdobne m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora wykonywać/tworzyć liście dekoracyjne 	
	Techniki cięć		<ul style="list-style-type: none"> opisać technik cięć drobnych kwiatków i miniaturowych elementów dekoracyjne ze wskazanych materiałów opisać sposób wykonania kwiatów ozdobnych m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora opisać sposób wykonania/tworzenia liście dekoracyjne 	<ul style="list-style-type: none"> wykonywać/tworzyć technik cięć drobne kwiatki i miniaturowe elementy dekoracyjne ze wskazanych materiałów wykonywać kwiaty ozdobne m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora wykonywać/tworzyć liście dekoracyjne 	
	Przechowywanie dekoracji		<ul style="list-style-type: none"> opisać sposób przechowywania dekoracji z warzyw 	<ul style="list-style-type: none"> scharakteryzować sposób przechowywania dekoracji z warzyw 	
	Dekoracje z Warzyw		<ul style="list-style-type: none"> opisać sposób wykonania drobnych kwiatków i miniaturowych elementów dekoracyjne ze wskazanych materiałów opisać sposób wykonania kwiatów ozdobnych m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora opisać sposób wykonania/tworzenia liście dekoracyjne 	<ul style="list-style-type: none"> wykonywać/tworzyć drobne kwiatki i miniaturowe elementy dekoracyjne ze wskazanych materiałów wykonywać kwiaty ozdobne m.in. z cebuli, buraków, kalarepy, szyszki z marchwi, pietruszki, pora wykonywać/tworzyć liście dekoracyjne 	

PROCEDURY OSIĄGANIA CELÓW KSZTAŁCENIA PRZEDMIOTU

Propozycje metod nauczania:

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem różnych form organizacyjnych: indywidualnie i zespołowo. Metody podające, jak: wykład, pogadankę, opowiadanie, opis, prelekcję, objaśnienie lub wyjaśnienie powinny być uzupełniane przez metody aktywizujące, jak: metodę przypadków i przede wszystkim metody praktyczne, w tym pokaz, ćwiczenia przedmiotowe i symulacja.

Środki dydaktyczne:

Wśród środków dydaktycznych rekomendowanych do wykorzystania przez nauczycieli i instruktorów praktycznej nauki zawodu wymienić należy środki:

- wzrokowe w postaci tablicy szkolnej lub flipchartu do obrazowania rysunków czy przykładów graficznych, a także wydruki, fotografie, katalogi sprzętu, zestawy ćwiczeń, materiały edukacyjne, przepisy prawne dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy etc.,
- wzrokowo-słuchowe obejmujące zasoby kanałów tematycznych na stronach internetowych, filmy dydaktyczne związane z tematyką surowców i produkcji gastronomicznej i inne treści multimedialne.

Zajęcia powinny się odbywać w pracowni gastronomicznej, w której znajduje się komputer z dostępem do internetu.

Obudowa dydaktyczna:

Miejsce zajęć powinno być wyposażone w stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu, z drukarką, ze skanerem oraz z projekтором multimedialnym. Zestawy ćwiczeń z instrukcjami, karty samooceny, karty pracy dla uczniów. Miejsce realizacji musi być wyposażone w niezbędny sprzęt do wykonania ćwiczeń praktycznych z zakresu nowoczesnych technik przygotowywania potraw.

Warunki realizacji programu przedmiotu:

Zajęcia powinny być prowadzone w pracowni gastronomicznej, z podziałem na zespoły 1-2 osobowe.

Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych ucznia/słuchacza

Sprawdzanie opanowania przez uczniów wymagań programowych będzie przeprowadzone na podstawie wykonanych ćwiczeń praktycznych. W ocenie należy uwzględnić ich poprawność, jakość wykonania, efekt wizualny. Sprawdzanie osiągnięć powinno odbywać się przez cały okres realizacji programu zajęć na podstawie kryteriów przedstawionych na początku zajęć.

Sposoby ewaluacji przedmiotu

Podczas ewaluacji przedmiotu można wykorzystać:

- testy osiągnięć,
- samoocenę dokonywaną przez nauczyciela,
- ankiety oceny zajęć,
- opinie osób trzecich (wizytatorów).

Jakość procesu nauczania i uzyskiwane efekty zależą w dużym stopniu od programu nauczania przedmiotu:

- jego koncepcji,
- doboru stosowanych metod i technik nauczania,
- używanych środków dydaktycznych w odniesieniu do założonych celów i treści kształcenia – materiału nauczania.

Realizacja programu nauczania w ramach przedmiotu powinna zapewnić osiągnięcie założonych efektów z podstawy programowej. Na tym etapie ewaluacji programu nauczania przedmiotu mogą być wykorzystywane:

- zestawienia bieżących osiągnięć,
- karty/arkusze samooceny,
- obserwacje (kompletne, wybiórcze – nastawione na poszczególne elementy, np. kształtowanie najważniejszych umiejętności, kształtowanie postaw, indywidualizacja, warunki i sposób realizacji).

W ramach ewaluacji programu wskazane jest określenie i przeanalizowanie:

- treści, które są opanowane bez problemów,
- treści, których opanowanie sprawia trudności,
- środków dydaktycznych, stosowanych metod nauczania,
- osiąganych wyników.

Dzięki zrealizowaniu tych działań możliwa będzie optymalizacja treści programowych, wyposażenia i środków dydaktycznych oraz stosowanych metod nauczania.

10. KREOWANIE SMAKÓW

Kreowanie smaków

Żywność to podstawa egzystencji każdego żywego organizmu. Zmiany w stylu odżywiania się ludzi stwarzają możliwość kreowania nowych smaków dla żywności oraz kultywowanie tradycyjnych. Spożywanie żywności jest koniecznością, ale i przyjemnością, zwłaszcza jeśli jest dobrze przyprawiona, skomponowana recepturowo. Każdy surowiec mięsny, rybny potrzebuje oprawy smakowej, tła w którym odnajduje się wyrazistość głównego składnika. Wystarczy szczypta tej czy innej przyprawy a produkt nie tylko wyglądem będzie zachęcał, ale i aromatem podczas obróbki technologicznej, aż w końcu rozpywał się burzą wyrafinowanych smaków na podniebieniu.

Smak jest królem a królową - tekstura

Ostatnie badania rynku wskazują na silnie zainteresowanie klientów doznaniem smakowymi w trakcie jedzenia. Ważną rolę w tym procesie odgrywa tekstura produktu

Z jednej strony efekt ten można uzyskać poprzez proces produkcji, a z drugiej poprzez dodanie różnych składników, Konsumenty poszukują nowych smaków w połączeniu ze znanymi formatami i aromatami, co prowadzi do ciekawych kombinacji. Krzyżowanie smaków pozornie niepasujących składników to przejaw kulinarnej kreatywności.

1. Techniki gotowania

Gotowanie jest sztuką kulinarną, która związana jest z przygotowaniem potraw. Aby umiejętnie zgłębiać tajemnice sztuki gotowania, warto znać podstawowe techniki kulinarne.

Do najbardziej popularnych klasycznych i nowoczesnych sposobów przyrządzania dań należą:

1. **Blanszowanie** - polega na krótkotrwałym zanurzeniu we wrzątku lub włożeniu składników do zimnej wody i wyjęciu ich natychmiast, gdy woda się zagotuje..
2. **Deglacage (deglasowanie)**. Sekretem tej techniki jest „odklejanie” smaku ze składników, które wcześniej były smażone na patelni. Wystarczy odlać resztkę tłuszczu, a do tego, co pozostało na dnie, dolać niewielką ilość płynu, np. wody, bulionu, wina lub śmietany. Płyn należy zagotować, z skorupką z patelni delikatnie zeskrobać za pomocą łopatki i wymieszać - w ten sposób przygotowujemy aromatyczny sos.
3. **Dekostrukcja** - technikę tę można zastosować w przypadku dosłownie każdego dania. Polega ona na zmianie prezentacji poszczególnych składników przy jednoczesnym zachowaniu, a czasem nawet wzmocnieniu charakterystycznego smaku.
4. **Duszenie** - polega na połączeniu smażenia z gotowaniem. Duszenie stosuje się głównie w celu przygotowania potraw z różnych gatunków mięsa, gdy samo pieczenie może je jedynie wysuszyć. Duszenie jest zbliżone do pieczenia w kąpieli wodnej, ale ma tę zaletę, że można je przeprowadzić w rondlu, garnku lub na patelni gdy nie mamy do dyspozycji piekarnika.
5. **Emulsyfikacja** - technika gotowania, która pozwala trwale połączyć substancje tłustą i wodnistą. Dzięki temu powstają emulsje, nadające daniu nową strukturę. Można w nich zawrzeć dowolny smak i zabarwić je na każdy kolor.
6. **Fermentacja** - najstarszą metodą fermentacji pożywienia jest fermentacja mlekowa, która polega na wytworzeniu się w warunkach tlenowych kwasu mlekowego. Jego bakterie znajdują się m.in. w świeżych liściach porzeczki, chrzanu i szczawiu. Te produkty i sól pozwalają w sposób kontrolowany zakisnąć na sucho lub mokro niemal każdą żywność.
7. **Flambirowanie** - skrapianie gotowej potrawy alkoholem i zapalenie już na stole.
8. **Garniowanie** - ozdabianie dań i napojów mieszanych.
9. **Glazurowanie** - metoda stosowana do wykańczania warzyw gotowanych w małej ilości wody. Ugotowane warzywo należy oprószyć mąką ziemniaczaną a następnie włożyć z powrotem do wody i zagotować.
10. **Gotowanie metodą sous-vide** - lub inaczej gotowanie w pojemniku próżniowym. Przygotowanie potrawy odbywa się w niskiej temperaturze. Wszystko zostaje w potrawie, smak i aromat. Przygotowany produkt gotuje się w wodzie, utrzymując równomierną, niską temperaturę przez długi czas, czyli to tzw. „kąpiel wodna”.
11. **Gotowanie na parze** - to bardzo zdrowy sposób przyrządzania żywności, dzięki któremu nie traci się wielu cennych składników odżywczych. W trakcie gotowania na parze nie wypływają się najcenniejsze mikroelementy, a poza tym produkty zachowują swój kształt, smak i wygląd.
12. **Gotowanie pod ciśnieniem** - w tzw. szybkowarach stosujemy głównie, gdy przygotowujemy dania z produktów, które długo się gotują. Metoda ta polega na tym, że ciśnienie wytwarzające się wewnątrz garnka ze specjalną, szczelną pokrywą pozwala uzyskać temperaturę ok. 110-120°C. Obydwa czynniki: temperatura i ciśnienie skracają czas gotowania nawet do 30%.

13. **Gotowanie tradycyjne** - polega na ogrzewaniu żywności w gotującej się wodzie w temperaturze 98-100°C. Gotowanie żywności w ten sposób powoduje rozmiękczenie tkanek i rozpuszczenie składników pokarmowych.
14. **Gotowanie w kąpeli wodnej** - stosujemy wtedy, gdy chcemy przygotować krem lub sos na bazie masła albo jaj, jak również wówczas, gdy chcemy rozpuścić składniki, które łatwo się przypalają, jak masło, czy czekolada.
15. **Grillowanie** - polega na beztłuszczowym smażeniu mięs i warzyw. Obecnie mamy do dyspozycji również grille elektryczne i gazowe.
16. **Kandyzowanie** - konserwowanie całych lub pokrojonych owoców. Zabieg ten polega na kilkakrotnym smażeniu tych produktów w syropach o coraz większej zawartości cukru, dzięki czemu owoce zachowują pożądany kształt.
17. **Klarowanie** - technika gotowania polegająca na usunięciu piany i mętnych zawiesin z powierzchni wywarów mięsnych, warzywnych, rybnych, owocowych oraz konfitur i powideł. Potrawy stają się przejrzyste i bardziej aromatyczne. Najczęściej klarowany jest rosół, wino oraz konfitury.
18. **Kompresowanie** polega na próżniowym zapakowaniu jedzenia, by nadać mu wyjątkowy smak lub kolor. Oczywiście musimy wcześniej umieścić produkt w odpowiednim towarzystwie, np. mięso obtoczyć ziołami albo kawałki owoców umieścić w syropie cukrowym.
19. **Pasteryzowanie** - sposób konserwacji produktów, polegający na niszczeniu drobnoustrojów w wysokiej temperaturze, poprzez kilkunastominutowe podgrzewanie - np. soków czy mleka. Pasteryzować można również produkty, gdy są zamknięte w szklanych pojemnikach, poprzez umieszczenie ich w dużym garnku wypełnionym gotującą się wodą.
20. **Peklowanie** - technika gotowania polegająca na poddawaniu mięsa działaniu solanki lub mieszanki peklującej. Efektem tego procesu jest utrwalanie barwy, wytworzenie charakterystycznego smaku i zapachu mięsa oraz przedłużenie trwałości produktu.
21. **Pieczenie mięsa w piekarniku** - W piekarniku pieczemy głównie mięsa, ale możemy też przyrządzić najprzeróżniejsze zapiekanki z ziemniaków, ryżu, makaronów, a także piec same jarzyny, gołąbki, bigos oraz powidła.
22. **Podprawianie** - zagęszczanie sosów i zup poprzez dodawanie do nich śmietany, kefiru, zawiesiny przygotowanej z mąki i wody lub zasmażki.
23. **Prażenie** - obróbka termiczna w temperaturze 100°C. Produkty prażą się we własnym płynie lub w niewielkiej ilości wody lub tłuszczu w przypadku produktów suchych.
24. **Saute** - technika smażenia na patelni kawałków mięsa, ryb, bez panierki, oprószone tylko solą, pieprzem lub ziołami.
25. **Smażenie na patelni** - Smażenie na patelni wymaga wyższych temperatur (ok. 250°C). Bardzo ważne jest dobre rozgrzanie tłuszczu przed smażeniem. Ostatnio jednak bardzo popularne stało się smażenie bez tłuszczu lub z bardzo małą jego ilością (dosłownie kilka kropli) na patelniach grillowych oraz teflonowych.
26. **Smażenie w głębokim oleju** - polega na wrzucaniu do dużej ilości tłuszczu rozgrzanego do ok. 200°C porcji pokrojonych ryb, mięsa, warzyw. W głębokim tłuszczu smaży się również faworki, niektóre drożdżówki i pączki.

27. **Stir-fry** jest nowoczesną techniką przeciwstawną do smażenia w głębokim oleju. Zanim przystąpimy do przyrządzania potrawy, należy przygotować, umyć i pokroić wszystkie składniki – później wszystko będzie się odbywało na tyle szybko. Rozgrzewamy na woku niewielką ilość oleju, następnie krótko podgrzewamy przyprawę i wrzucamy pozostałe składniki dania, rozpoczynając od tych, które potrzebują najdłuższej obróbki cieplnej (np. mięsa). Wszystko musi odbywać się szybko, a składniki należy energicznie mieszać. Nie można dopuścić do tego, by warzywa puściły soki i zaczęły się dusić. Tak przygotowane produkty nie tracą swoich kolorów i aromatów, pozostają soczyste i chrupiące.
28. **Suchy lód**, tak samo jak ciekły azot, powstaje z gazu, z tą różnicą, że jest to zestalony dwutlenek węgla o temperaturze $-78,5^{\circ}\text{C}$. W przeciwieństwie do lodu wytworzonego z wody, nie topi się, a sublimuje. Przy użyciu suchego lodu możemy osiągnąć inne efekty niż przy ciekłym azocie. Przede wszystkim sprawia, że produkt, który poddamy jego działaniu staje się gazowany, oraz przybiera lekko kwaśny smak.
29. **Suszenie** polega na wystawieniu żywności na działanie ciepła i przepływającego powietrza. Jeśli zależy nam na czasie, wkładamy produkt do piekarnika rozgrzanego do $80-100^{\circ}\text{C}$ z włączonym termoobiegiem. W dehydratorze możemy suszyć w niższej temperaturze, ale też proces trwa dłużej.
30. **Szpikowanie** - umieszczanie w dziczyźnie lub mięsie dzikiego ptactwa słupków wędzonej słoniny w celu zapobiegania jego wysuszeniu podczas pieczenia lub smażenia.
31. **Tranżerowanie** - krojenie na kawałki, plastry lub płaty pieczonych mięs lub dzielenie na kawałki pieczonego w całości drobiu.
32. **Trybowanie** - oczyszczanie mięsa, ryb lub drobiu z niejadalnych części, ścięgien, skóry i tłuszczu. Pozostałości po trybowaniu wykorzystuje się do sporządzania wywarów, zup i sosów.
33. **Wędzenie** - metoda konserwacji żywności (mięsa i przetworów mięsnych, ryb, serów itp.) za pomocą dymu. W wyniku tego procesu produkty żywnościowe uzyskują specyficzny zapach, smak i zabarwienie powierzchni.
34. **Zagęszczanie** - technika zagęszczania daje wiele korzyści. Pierwszą i najważniejszą jest uczucie, jakie zagęszczona substancja pozostawia na języku. Pomaga uwypuklić smak, sprawić, że potrawa nabierze kremowej, bogatej konsystencji. Dzięki tej właściwości można zredukować ilość tłuszczu w daniu przy zachowaniu smaku i **soczystości**
35. **Zamrażanie azotem** to kolejna technika używana w kuchni molekularnej. Po zanurzeniu ciepłej potrawy w azocie otrzymamy danie ciepło-zimne, które wewnątrz pozostanie gorące, zaś jego powierzchnia zostanie pokryta ciekłą warstwą lodu.
36. **Żelowanie** to technika kulinarna, która pozwala przygotować danie lub dodatek do dania o konsystencji galaretki. W tej technice gotowania wykorzystuje się naturalne składniki, takie jak np. agar, guma gellan lub żelatyna.

2. Receptury gastronomiczne

Receptury gastronomiczne to w dużym skrócie mocno rozbudowane przepisy, które muszą zawierać określone dane i w większości wypadków są bardzo dokładne.

Co musi zawierać receptura gastronomiczna?

W tego typu recepturze muszą zostać zapisane następujące dane:

- nazwa potrawy (lub napoju),
- składniki (ich ilość musi być zapisana w odpowiednich jednostkach - kilogramach, litrach lub sztukach),

- informacje dodatkowe (porady odnośnie kolejnych kroków przygotowywania, wskazówki dotyczące wykorzystania składników, wagę oraz opcjonalnie zdjęcie).

Receptury w gastronomii zawierają też sposób przybrania danej potrawy.

Receptury są niezbędne przy sporządzaniu zapotrzebowania na surowce podczas planowania produkcji, pozwalają kontrolować prawidłowość przebiegu procesów produkcyjnych i rozliczać zużycie surowca.

Sporządzanie potraw i napojów na podstawie receptur gwarantuje powtarzalność ich cech oraz dobrą jakość. Doświadczony kucharz potrafi dostosować recepturę do indywidualnych cech surowca, nieznacznie zmieniając jej niektóre parametry, np. ilość wody dodawanej do mąki lub cukru do owoców. Przed przystąpieniem do planowania produkcji i wykonywania potrawy należy recepturę uważnie przeczytać. Po pobraniu surowca postępuje się zgodnie z zawartymi w recepturze zaleceniami i na końcu sprawdza ilość otrzymanego wyrobu, czyli uzyskaną wydajność.

Receptura gastronomiczna - przykład

Przyjęło się, że receptury gastronomiczne bardzo często mają formę tabeli z najważniejszymi informacjami. Poniżej znajdziesz przykład.

Receptura gastronomiczna			
Nazwa		Spaghetti bolognese	
Liczba porcji		4	
Wielkość porcji		400 g	
Czas obróbki wstępnej		20 min	
Czas gotowania		2 godz. 30 min	
Składniki			
Składniki	Ilość	Jednostka	Opis
Wołowo-wieprzowe mięso mielone	500	g	
Marchewka	80	g	Obrana i pokrojona w kostkę
Seler	150	g	Obrany i pokrojony w kostkę
Korzeń pietruszki	80	g	Obrany i pokrojony w kostkę
Seler naciowy	100	g	Pokrojony w kostkę
Cebula	100	g	Obrana i pokrojona w kostkę
Czosnek	20	g	Obrany i posiekany
Przecier pomidorowy	600	ml	
Pomidory malinowe	300	g	Sparzone, obrane i pokrojone w kostkę
Bulion wołowy	150	ml	
Śmietana 30%	200	ml	
Oliwa z oliwek	80	ml	
Makaron spaghetti	500	g	
Woda	500	ml	
Sól	35	g	Do wody na makaron
Świeża bazylia	20	g	Posiekana
Natka pietruszki	20	g	Posiekana
Masło	80	g	
Sól, pieprz, cukier, ocet balsamiczny			Do smaku

Sposób przyrządzenia / opis technologiczny:

1. W garnku rozgrzać 10 ml oliwy z oliwek. Wrzucić marchewkę, seler, seler naciowy, korzeń pietruszki i cebulę. Smażyć do lekkiego zarumienienia.
2. Do warzyw dodać łyżkę przecieru pomidorowego. Mieszać, aby nic się nie przypaliło. Po 10 min wlać bulion do garnka. Po odparowaniu bulionu do warzyw dodać przecier pomidorowy, pomidory, czosnek i doprawić solą i pieprzem. Zmniejszyć grzanie, pozostawić na 2 godziny, co jakiś czas mieszając.
3. Po tym czasie dodać 2-3 listki bazylii i rozdrobnić warzywa blenderem. Następnie przetrzeć je przez sito. Dodać odrobinę octu balsamicznego i cukru.
4. Na patelni rozgrzać 10 ml oliwy. Wrzucić mięso mielone i rozbić je szpatułką. Smażyć do odparowania całej wody.
5. Do mięsa dodać łyżkę przecieru pomidorowego. Smażyć przez 5 min. Dodać śmietanę 30% i pozostawić na 30 min, co jakiś czas mieszając.
6. Wodę zagotować w garnku i dodać sól. Gdy zacznie wrzeć, wrzucić makaron. Gotować 8 min, a następnie odcedzić.
7. Przyrządzenie 1 porcji: na osobnej patelni rozgrzać 10 ml oliwy, dodać 120 g usmażonego mięsa, 150 ml sosu, 20 g masła i 120 g makaronu. Po 3 min dodać szczyptę pietruszki i bazylii. Podawać na talerzu udekorowanym listkami świeżej bazylii.

Forma receptury gastronomicznej może się różnić w zależności od kuchni. Może ona być wydrukowana na papierze i przechowywana w segregatorach lub w wersji elektronicznej na komputerze czy urządzeniach mobilnych.

3. Urządzenia służące do nowoczesnych technik gastronomicznych

Proces technologiczny w gastronomii składa się z dwóch podstawowych części – obróbki wstępnej (segregacji, oczyszczania, płukania i rozdrabniania surowca) oraz obróbki właściwej (termicznej).

W zasadzie podstawowy podział urządzeń wykorzystywanych w gastronomii jest bardzo prosty i wręcz oczywisty. Obejmuje on bowiem sprzęt podzielony pod kątem tego, do czego konkretnie jest wykorzystywany. Może być więc przeznaczony do przechowywania produktów spożywczych, transportowania oraz produkowania.

Urządzenia gastronomiczne przeznaczone do kuchni, które dzieli się na:

1. maszyny przeznaczone do obróbki cieplnej oraz mechanicznej produktów spożywczych,
2. chłodnicze, czyli różnego rodzaju lodówki oraz zamrażarki,
3. meble gastronomiczne,
4. drobne akcesoria kuchenne.

Zdecydowanie najbardziej zaawansowane technologicznie są te związane z obróbką produktów spożywczych, w tym mechaniczną. Co się do nich zalicza?

Sprzęt wykorzystywany do obróbki mechanicznej jest zdecydowanie najważniejszy w każdej kuchni restauracyjnej. Urządzenie tego typu rozdrabniają, siekają, oczyszczają, obierają, myją produkty spożywcze i odpowiedzialne są za wiele innych zadań. Rodzajów takich maszyn jest więc wiele, poczynając od prostych młynków, blenderów, mikserów czy wyciskarek soku, a kończąc na nowoczesnych sprzętach do szatkowania, mielenia, a nawet formowania. Wśród urządzeń wykorzystywanych w nowoczesnej kuchni wyróżniamy:

PACO JET Maszyn służąca do ucierania zmrożonych mas na lody i sorbety;



KAMIEŃ DO PIECZENIA umożliwi nam przygotowanie świetnej, chrupiącej pizzy ale również ciasteczek, chleba, mięsa czy warzyw. Wykonany jest z naturalnego materiału. Dzięki porowatości wchłania i uwalnia wilgoć dzięki czemu ciasto będzie chrupiące



PAKOWARKA PRÓŻNIOWA urządzenie do jedno - lub wieloporcjowego pakowania żywności oraz kompresowania produktów np. kompresowanie kawałków arbuza w marynacie z octu balsamicznego i miodu;



CYRKULATOR SOUS VIDE urządzenie do gotowania niskotemperaturowego, w którym pierś kaczki gotowana może być w temperaturze 68 stopni Celsjusza przez 20 minut;



SMOKING GUN mikrowędzarkę do porcjowego podwędzania produktów lub gotowych przystawek

4. Popularne techniki krojenia

Krojenie to jedna z najważniejszych umiejętności podstawowych w przetwórstwie spożywczym. Niezwykle ważną rolę pełnią w tym przypadku jednocześnie: rodzaj krojonego produktu, jakość noża oraz prawidłowa technika. Im większy ruch tnący, tym mniejszy wymagany jest nacisk.

Typy noży



Nóż szefa kuchni – szerokie ostrze o wyjątkowej ostrości to najważniejsza część tego noża. Duży i ciężki pewnie leży w dłoni i pozwala na dokonywanie precyzyjnych cięć – czy to podczas krojenia mięsa i filetowania ryb, czy też w czasie dzielenia warzyw i owoców na części.



Nóż uniwersalny – długi, ale zdecydowanie cieńszy od noża szefa kuchni. Nadaje się do krojenia wędlin na plastry, obróbki warzyw i owoców, a także do obierania.



Nóż do krojenia warzyw – mały, krótki i bardzo poręczny jest niezastąpiony do obierania i skrobania. Świetnie radzi sobie także podczas krojenia ziemniaków, ogórków, marchewek i wszystkich innych warzyw.



Nóż do pieczywa – długi i wyposażony w charakterystyczne, rzadkie zęby. Z tego względu doskonale radzi sobie zarówno z dużymi bochenkami chleba, jak i drobniejszymi bułeczkami.



Nóż do obierania – jego ostrze jest charakterystycznie zaokrąglone, a sam nożyk jest niewielki. Za jego pomocą łatwo usuniesz skórkę z warzyw i owoców, wykrawając ją bardzo cienko.



Nóż do wędlin - struktura surowych wędlin jest dość włóknista, przez co trudno jest pokroić ją na idealnie cienkie plastry. Tutaj z pomocą przychodzi długi, cienki nóż z gładkim ostrzem, który świetnie radzi sobie z mięsem.

Nóż do serów - noży do serów jest tak naprawdę kilka. Jeśli jesteś miłośnikiem tego typu przekąsek lub serwujesz w swojej restauracji deski serów, koniecznie musisz mieć je wszystkie.



nóż do steków nóż do trybowania



nóż do filetowania



nóż do łososia



tasak i chiński tasak nóż do steków



<https://www.expondo.pl/inspiracje/techniki-krojenia-warzyw/#O-jak-kroi%C4%87-warzywa-%E2%80%93-najpopularniejsze-metody>

Techniki krojenia

ROCK CHOP



Tą techniką kroimy mięsiste owoce i warzywa o delikatnej skórce.

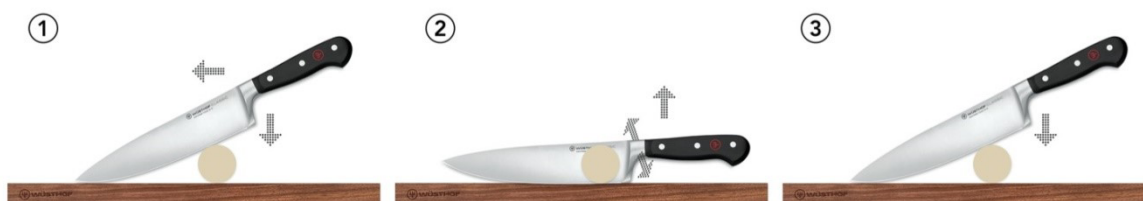
Czubek noża opieramy na **drewnianej desce do krojenia**, następnie kierujemy rękojeść w dół oraz delikatnie do przodu. Następnie do góry i delikatnie w tył. Czubek noża przylega cały czas do deski.

DRAW SLICE



Opieramy czubek noża na desce i płynnym ruchem ciągniemy nóż w kierunku do siebie. Ta technika przydaje się do krojenia produktów o delikatnej strukturze, gdzie ważne jest, by nie zmiążyć produktu.

CROSS CHOP



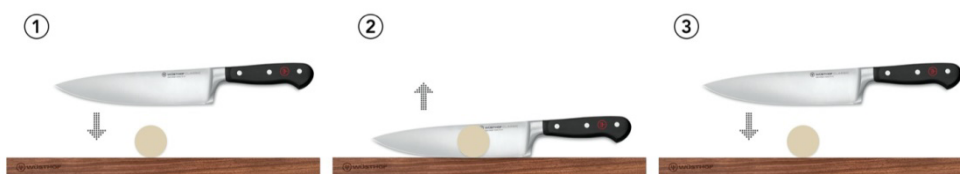
Ta technika jest bardzo podobna do Rock Chop - dodajemy tu jeszcze ruchy na boki. Sprawdzą się perfekcyjnie podczas siekania ziół.

PUSH SLICE



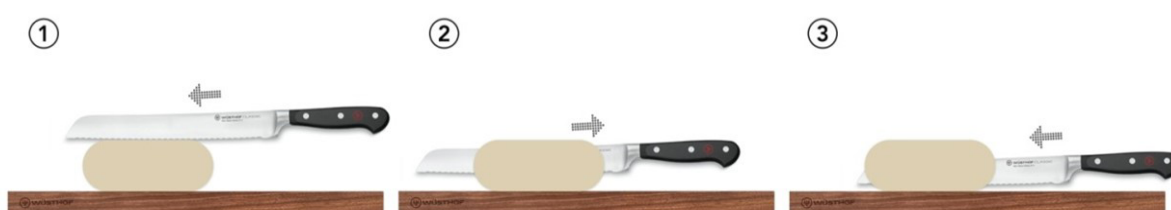
Kolejna bardzo popularna technika krojenia, przydatna szczególnie podczas siekania warzyw. Ostrze jest pchane do przodu, jednocześnie opada na deskę do krojenia.

TAP CHOP



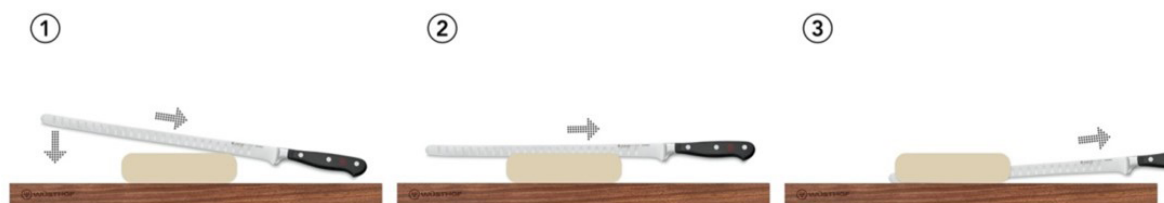
Ta technika sprawdzi się podczas krojenia produktów o małej średnicy, jak marchewka czy ogórek. Ruch noża odbywa się tylko do góry i na dół, a ostrze pracuje równoległe do **deski drewnianej do krojenia**.

SAWING CUT



Nóż porusza się w przód i tył, zagłębiając się w krojony produkt bez dodatkowego nacisku, który mógłby powodować jego miążdżenie, zgniatanie. Technika stosowana głównie do krojenia pieczywa, ale również perfekcyjnie sprawdzi się do owoców i warzyw o twardej skórce i miękkim wnętrzu.

PULL SLICE



Ostrze tuż przy rękojeści opieramy na krojonym produkcie, czubek jest jednocześnie zadarty ku górze. Staramy się wykonać jedno, równe cięcie, ciągnąc nóż do siebie, jednocześnie opuszczając czubek. Ta technika jest często stosowana przez kucharzy sushi podczas krojenia bardzo delikatnych produktów, jak chociażby mięso surowej ryby.

<https://tghome.pl/blog/techniki-krojenia.html>

„Prawidłowe trzymanie noża jest podstawą bezpiecznej, efektywnej i wygodnej pracy. Prezentujemy poniżej trzy podstawowe sposoby chwytu w zależności od rodzaju noża.”

Chwyt dla noży typu: Chef (szefa kuchni), Deba, Santoku, Nakiri.

Jest to jedna z najbardziej wszechstronnych technik i jest zalecana do większości zastosowań. Szczególnie dobrze nadaje się do przenoszenia energii, dlatego też sprawdza się do stosowania podczas cięcia żywności, której struktura jest włóknista.



Chwyt dla noży typu: Chef (szefa kuchni), Deba, Santoku, Nakiri, tasak.

Popularna technika wykorzystywana do dokładnego rozdrabniania, zwłaszcza warzyw.



Chwyt dla noży typu: Slicer, Yanagiba, Takohiki.

W tej technice palec wskazujący pozwala łatwo kontrolować nóż, zapewniając precyzję wykonywanych cięć. Technika bardzo często stosowana przez kucharzy sushi.

<https://masahiro.pl/nozopedia/chwyt-noza>



5. Łączenie, krzyżowanie smaków

Niektórzy już znają połączenia, które dostarczają nowych, ciekawych doznań smakowych. Większość ludzi wciąż jednak nie przyjmuje do wiadomości, że prezentowane poniżej połączenia w ogóle mogą zaistnieć. A rekomendowane są przecież przez najbardziej doświadczonych kucharzy i mistrzów gotowania o światowej renomie.

Foodpairing, czyli nietuzinkowe duety połączeń to filozofia, która polega na tym, by nasze codzienne smaki zestawić w niestandardowy sposób. Wtedy otrzymujemy zupełnie nowe potrawy, z odmiennym smakiem i charakterem.

Metody na poszukiwanie nowych smaków są dwie. Pierwsza z nich zakłada, by łączyć ze sobą pokrewne smaki. Jak to wygląda w praktyce? Słodkie mieszamy ze słodkim, gęste z gęstym, a słone ze słonym. Czyli figi lub daktyle będą świetnie komponować się z mleczną czekoladą. Podpowiedzią będą tu również kolory. Komponując warzywa czy owoce, mieszaj je zgodnie z ich barwą, a nie smakiem.

Druga zakłada coś zupełnie innego. Kucharze, komponujący smaki według tej metody dowodzą, że najlepszy smak uzyskamy przez pomieszczenie ze sobą smakowych przeciwieństw. Mamy pięć smaków: umami, słodki, gorzki, kwaśny i słony. Jednak aromatów im towarzyszących jest o wiele więcej. I to na nich w dużej mierze skupia się całe zamieszanie. Kucharz musi dobrać smaki w ten sposób, by dobrane składniki uwypuklały aromaty, a nie je psuły.

POŁĄCZENIE	EFEKT
MIĘSO+ANYŻ	uwypukli i wzbogaci smak samego mięsa
CUKIER I MARCHEWKI	Dodawanie cukru do warzyw może wydawać się dziwne, ale to na przykład bardzo popularna metoda przyrządzania marchewek we Francji. Konkretna nazwa tej potrawy to Karotki Vichy, gdzie łączy się marchewki, sól, pieprz, cukier i wodę mineralną z Vichy, po czym gotuje na małym ogniu, aż marchewki lekko zmiękną. Cukier podnosi ich smak, a końcowy rezultat to fantastyczna potrawa z jarzyn o pięknym pomarańczowym kolorze. Należy jednak pamiętać, że chodzi o odrobinę cukru, który należy do wszystkich potraw dodawać jedynie umiarkowanie.
CUKIER I POMIDORY	Cukier trzcinowy podkreśla smak wielu potraw, także pomidorów. Użyj więc cukru zamiast soli. Pomidory są z natury kwaśkowane, a dodatek soli tylko to podkreśla. Cukier natomiast wydobywa pełnię smaku samego pomidora, który wszak jest owocem. Tomates confites to przepyszna pieczona przystawka z wykorzystaniem słodkich pomidorów. Takie pomidory powinno się piec przez przynajmniej 2-3 godziny w 90°C zwłaszcza jeżeli mamy zamiar przechowywać je przez jakiś czas w słoiku.

SÓL I KAWA	Szczypta soli podniesie walory kawy podobnie jak czyni to w przypadku praktycznie każdej innej potrawy (łącznie ze słodkimi daniami deserowymi).
CHILI I CZEKOLADA	Czekolada pogłębi wyrazisty smak chilli, wzmacniając jego pieprzną podstawę.
ZIEMNIAKI I GAŁKA MUSZKATOŁOWA	Zaledwie odrobina gałki doda głębi smaku ziemniakom.
JABŁKA I WANILIA	Jabłka są bardzo kwaskowate i zazwyczaj trzeba je posłodzić przed poddaniem obróbce termicznej. Wiele osób dodaje jeszcze cynamon lub gałkę muszkatołową. Wanilia natomiast nadaje jabłkom ciekawej nuty smakowej, której źródło nie każdy odgadnie, ale z pewnością każdy należycie doceni.
RUKOLA I GRUSZKA	idealne zestawienie jako dodatek do obiadu, albo samodzielna sałatka. To połączenie smaku cierpkiego i rozkosznie słodkiego, okraszone sokiem z pomarańczy wymieszanym z odrobiną octu winnego, pięci podniebienie. Zamiast więc przygotowywać standardową mieszankę z papryką czy pomidorami, koniecznie spróbuj ze słodką gruszką.
PIEPRZ I TRUSKAWKI	Świeże truskawki podaje się najczęściej z cukrem, ale dodatek drobno zmielonego świeżego pieprzu podkreśla walory smakowe, które w przeciwnym razie pozostają w ukryciu. Musi to być czarny pieprz.
CZERWONE MIĘSO PRZYPRAWIONE CYNAMONEM	uwypukli i wzbogaci smak samego mięsa

6. Kuchnia tradycyjna w nowej odsłonie

Kuchnia staropolska to kuchnia oparta na prostych potrawach przyrządzanych z płodów rolnych i mięs zwierząt dzikich i hodowlanych oraz ryb morskich i słodkowodnych. Sięgano również po owoce, zebrane zioła, przyprawy i grzyby. Obficie wykorzystywano sól, stale obecne były kasze a uczy obficie kraszono piwem i miodem pitnym. Dzięki wpływom włoskim kuchnia staropolska wzbogaciła się o warzywa i przyprawy oraz powstały podstawy cukiernictwa polskiego. Orientowi zawdzięczamy korzenie, kaszę gryczaną, mak, bakalie, chałwę oraz mrożone przeciery i soki owocowe czyli sorbety. Marynowanie i siekanie mięsa, szaszłyki, tatar, kutia i łamańce z makiem to też zasługa wpływu Orientu. Nowe techniki i metody gotowania to zasługa wpływu kuchni francuskiej. To dzięki francuzom kuchnia polska wzbogaciła się o farsze, pasztety, auszpiki, trufle, kapary anchois. Kucharze polscy poznali blanszowanie, faszerowanie, glazurowanie, panierowanie, szpikowanie i inne. Żydom zawdzięczamy sposoby przyrządzania gęsiny, ryb, śledzi czy np. chałki. Holendrzy natomiast doskonalili nas w technice wytwarzania serów.. Na współczesny obraz polskiej kuchni składają się rzadko gdzie indziej spotykane składniki przygotowywane od lat zgodnie z tradycyjnymi recepturami. Są to między innymi marynowane grzyby, żur, kiszona ogórki, kiszona kapusta, suszone grzyby, zsiadłe mleko i twaróg. Charakterystyczne dla kuchni polskiej surowce to również owoce leśne, mak, śledzie i ryby oraz dziczyzna. Tradycyjny był również szacunek dla surowca (który zawsze musiał być pierwszej świeżości) oraz dla gotowych potraw. Chleb, którego wypiekano kilkadziesiąt gatunków otaczano szczególną czcią.

Inspiracją dla nowoczesnej kuchni polskiej może być również odwaga, z jaką nasi przodkowie podchodzili do przyprawiania potraw. Bardzo często stawiali oni na kontrast, oparty szczególnie na zestawieniu smaków słodkich z kwaśnymi. Dania polewano dużą ilością octu lub soku z cytryny czy limonki, dodając cukru, owoców, powideł lub miodu. Cukier traktowano nie tylko jako słodzik do deserów, ale jako pełnoprawną przyprawę, uzupełniającą smaki mięs czy dań warzywnych.

Odważnie podchodzono również do przyprawiania. Potrawy często nabierały od nich bardzo intensywnego aromatu, smaku oraz koloru. Wybierano egzotyczny szafran, cynamon, pieprz, imbir, gałkę muszkatołową, które

stanowiły jedną z demonstracji bogactwa i statusu. Wykorzystywano również znalezione na łąkach i w lasach zioła. Stosowano m.in. nasiona jałowca, kminek, czosnek, chrzan, gorczycę.

Siedem cech kuchni staropolskiej, którą warto wykorzystać

1. Hierarchiczność - chociaż dzisiaj nie ma podziałów należy łączyć kuchnię chłopów z kuchnią szlachty i stosować: groch, gryka, proso, komosa, warzywa korzeniowe, rzepa, kapusta, dziczyzna, raki, kawior, szlachetne mięsa
2. Kulinarne podróże - nie należy się bać wprowadzania do kuchni staropolskiej zagranicznych a nawet egzotycznych składników: figi, rodzynki, migdały, cytryny, kasztany, pieprz, szafran, karczochy, szparagi, pomidory, trufle, gęsie szyjki
3. Ograniczenia postu - dania staropolskie nie muszą być ciężkostrawne, kluczem są dobrej jakości składniki i sztuka ich przygotowania. Lekkostrawne dania przygotowuje z ryb: sandacz, okoń, pstrąg i karp.
4. Sezonowość i lokalność - układaj menu zgodnie ze zmianami sezonowymi, czerp inspiracje z tradycji lokalnych, stosuj sezonowe owoce i warzywa, dziczyznę, świeże zioła, zboża, lokalne sery, powidła i miody
5. Sztuka mięsa - wykorzystaj nietypowe sztuki mięsa i podroby: wątróbka, nereczki, ozorki, ogony, cynaderki, drób i dzikie ptactwo
6. Kontrasty - odważnie łącz smaki, które podbijają się dzięki kontrastom, zwłaszcza słodki i kwaśny: cukier, miód, owoce, powidła, rodzynki połączone z octem, cytryna i limonką
7. Bogactwo przypraw - do dań można dodać nawet najbardziej egzotyczne przyprawy korzenne i łączyć je z ziołami: pieprz, szafran, imbir, gałka muszkatołowa, kminek, cynamon, świeże zioła, jałowiec.

Współcześni Polscy restauratorzy pracują w przekonaniu, że aby uzyskać najlepszy smak trzeba gotować i próbować, gotować i poszukiwać aż dotrze się do perfekcji - aż z nieograniczonej palety kolorów dobierze się takie, które idealnie się komponują tworząc piękne dzieło. W poszukiwaniu swoich docierają do źródeł i odnajdują smaki naszych, autentycznych staropolskich recepturach z wpływami kuchni różnych narodów. Najlepszą - jakościowych - co stanowi podstawę ich kuchni - trzeba po prostu o nie zadbać. Ten powrót do tradycji, do rodzimych produktów czyli wartościowych kasz, świeżych warzyw i owoców, nabiału, różnorodności grzybów i zdrowych ryb, ta fascynacja tradycjami kulinarnymi to innych narodów to tworzenie nowej jakości i nowych kompozycji, nowych niezapomnianych wrażeń kulinarnych, nowych obrazów.

Okazuje się także, że zasady rządzone kuchnią staropolską mogą znacznie odmienić i podnieść wartość przyrządzanych dzisiaj dań. Szczególne znaczenie ma powrót do naturalności, jakości i korzystania z darów ziemi. Jeśli więc chcemy zaproponować nową odsłonę kuchni staropolskiej, powinniśmy poszukać inspiracji na polu, łące czy w lesie. Stamtąd przecież czerpali ją nasi przodkowie.

Szefowie kuchni proponują nam polską kuchnię w nowoczesnej odsłonie - lokalną, wielokulturową, molekularną i po prostu smaczną.

Wykorzystując zdobyte za granicą doświadczenia, stosując z jednej strony nowoczesne, a z drugiej tradycyjne techniki kulinarne. Inspirując się polską przyrodą, nawiązując do tradycji regionów oraz bogatej historii Polski. Nowa kuchnia polska to klasyczna kuchnia dostosowana do warunków technologicznych dzisiejszych czasów. Natura, stare książki kucharskie i zapomniane receptury, stają się inspiracją i są tłumaczone na język współczesnej kuchni. Menu jest komponowane w rytm przyrody, zgodnie z indywidualnie dopasowanym kalendarzem. Do potraw w nowym wydaniu zaleca tradycyjne polskie alkohole: miody pitne, wysokogatunkowe wódki oraz nalewki. W poszukiwaniu najlepszych kompozycji smakowych kucharze zmieniają strukturę składników i odwraca ich role. Jeśli zupa, to w wersji zdekonstruowanej. Jeśli chleb, to ten słynny z palonym sianem. Dla szefów kuchni

najistotniejszy jest smak. Choć używają metody sous vide, to z kuchni nie mogą zniknąć klasyczne metody obróbki czy tradycyjna patelnia. Jej kuchnia jest nowoczesna, choć równocześnie nie zmusza gości do wychodzenia poza własną strefę komfortu.

Często wprowadza się do karty coraz modniejsze podroby i zapomniane części zwierząt: mózdzek, grasicę, ozorek, policzki, kości szpikowe czy frytki ze świńskich uszu.

Scena nowej kuchni polskiej jest dynamiczna i cały czas się zmienia. Powstają nowe miejsca i koncepty – niekoniecznie wpisujące się w koncepcję fine diningu i niekoniecznie w dużych miastach.

Comber z sarny owinięty porami



Składniki:	
1 kg combera z sarny bez kości	Sól
1 por przepołowiony wzdłuż	Pieprz
Rozmaryn	Oliwa z oliwek

Przygotowanie



1. Oczyszczyć comber i podzielić go na kawałki. Obgotuj krótko pojedyncze warstwy pora w osolonej wodzie, po czym od razu ostudź je lodowatą wodą.
2. Przypraw mięso odrobiną soli i pieprzu i skrop oliwą z oliwek. Poodrywaj listki rozmarynu, drobno je posiekaj i rozłóż na kawałkach sarniny.
3. Zawień mięso starannie w paski pora i zwiąż sznurkiem kuchennym.
4. Grilluj wszystko z obu stron przez 2-3 minuty w średniej temperaturze (temperatura wewnętrzna 60°C).

<https://www.makro.pl/food-lovers/comber-z-sarny>

Czerwona kapusta z jabłkiem

Porcje: 6 / Czas gotowania: ok. 90 min. + czas odczekania



Składniki	
1 czerwona kapusta (ok. 1 kg.)	1 saszetka przypraw zawierająca liść laurowy, jagody jałowca, pieprz, anyż gwiaździsty, cynamon
250 ml czerwonego wina	4 łyżki stołowe klarowanego masła
150 ml octu z czerwonego wina	Sól
3 jabłka	Pieprz
3 cebule	Cukier

Przygotowanie



1. Przekrój kapustę na cztery lub sześć części (w zależności od jej wielkości), usuń łodygę i pokrój kawałki warzywa na cienkie paski.
2. Pokrój cebule i jabłka na małe kawałeczki.
3. Dobrze dopraw wszystko octem, czerwonym winem, solą i cukrem...
4. ...i porządnie zagnieć. Dodaj przyprawy i pozostaw wszystko na przynajmniej dwie godziny - najlepiej na całą noc.
5. Przeciśnij kapustę przez sito, zbierz płyn.
6. Uduś kapustę na klarowanym masle.
7. Stopniowo dodawaj płyn z kapusty i duś kapustę przez ok. 45 minut, aż stanie się miękką.
8. Dodaj do smaku sól, pieprz i cukier.

<https://www.makro.pl/food-lovers/czerwona-kapusta-z-jablkiem> <https://culture.pl/pl/artykul/od-amaro-do-krzyzakow-czyli-o-nowoczesnej-kuchni-polskiej>

7. Menu degustacyjne a sezonowe

Nasze kubki smakowe, gdy jemy danie, koncentrują się jedynie na trzech pierwszych kęsach, później intensywność doznań smakowych spada. W momencie gdy mamy wiele małych dań, możemy w 100 proc. skoncentrować się na wyjątkowych smakach

Parowanie

W porównaniu z długim i wąskim menu, menu parowania ma następującą strukturę podawać konkretny napój z każdym podawanym daniem.

To menu pozwala na podanie właściwego napoju ze składnikami, które składają się na danie i podkreślają jego walory smakowe.

Wystawa

Menu wystawy jest serwisem gastronomicznym, który jest skoncentrowany na doświadczeniu i umiejętnościach szefa kuchni, dlatego składa się z od 9 do 50 dań.

Cechą charakterystyczną potraw degustacyjnych jest to, iż mają one istotnie mniejsze rozmiary w stosunku do standardowych dań z karty. Niekiedy można odnieść wrażenie, iż przypominają przystawki, a nawet amuse-bouche.

W kwestii samych dań i ich rodzajów, to zwykle w trakcie takiej degustacji zaserwowane mogą zostać:

AMUSE-BOUCHE (czasem więcej niż 1), czyli bardzo drobna przystawka na jeden kęs podawana na przykład na łyżeczce lub łyżce. Warto wówczas skosztować ją w całości, by poczuć pełną kompozycję smaków. Czasem zdarzają się także „większe” amuse-bouche, które jemy na kilka kęsów, ale osobiście preferuję te naprawdę drobne, gdyż zazwyczaj bardziej zaskakują kompozycją smaków. Miejmy na uwadze, że taka przekąska to wybór szefa kuchni, coś specjalnego i wyjątkowego - przedsmak dalszej degustacji.

ZIMNE PRYZYSTAWKI - drobne potrawy, która nie powinny przeciążać żołądka, ale pobudzać apetyt.

CIEPŁE PRYZYSTAWKI - jak wyżej, aczkolwiek w wersji na ciepło.

ZUPA - zgodnie z ideą menu degustacyjnego będzie wyjątkowa, ale i niewielka.

SORBET - często cytrynowy lub śliwkowy (może być z dodatkiem alkoholu). Jego rolą jest oczyszczenie kubków smakowych przed dalszą degustacją i wsparcie procesu trawienia.

DANIE GŁÓWNE - zasadą jest, że dania mięsne podawane są po rybnych. Ponadto przy większej ilości dań białe mięso ma pierwszeństwo przed jagnięciną, królik przed wołowiną, a dziczyzna będzie serwowana na końcu. Tutaj także porcja nie powinna być zbyt duża, aby nie „przytłoczyć” pozostałych przysmaków.

DESER - może być bardzo różnorodny, na ciepło lub na zimno.

A na koniec możemy zamówić kawę lub herbatę (te najczęściej nie stanowią standardowego elementu menu degustacyjnego).

Ważne jest, aby każde danie miało dobrą prezentację i doskonały smak, aby to osiągnąć, należy nabyć składniki od dostawców wysokiej jakości.

Niektóre restauracje, które oferują tylko menu degustacyjne, zapewniają swoim klientom doświadczenie, które trwa od trzech do czterech godzin.

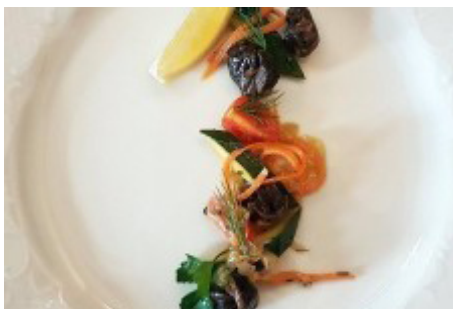
Inne restauracje traktują swoje menu degustacyjne jako demonstrację typowych dań z konkretnych krajów lub regionów. To menu degustacyjne jest idealne do serwowania i przyjmowania turystów.

Czytaj więcej na:

<https://kulinaria.trojmiasto.pl/Menu-degustacyjne-w-trojmiejskich-restauracjach-n160654.html#tri>

<https://blog.monouso.pl/menu-degustacyjne-wskazowki-jak-wdrozyc-je-w-swojej-firmie/>

Cała koncepcja degustacji polega na tym, aby na bazie kilku składników stworzyć małe dzieła sztuki.



Ślimaki winniczki smażone z szalotką i karotką podane z emulsją winno-maślaną z czosnkiem zwieńczone świeżą siekaną pietruszką.



Siekany tatar z polędwicy wołowej z ekologicznego chowu podany z cebulą, marynowanym pieprznikiem jadalnym i jajkiem przepiórczym.



Smardze faszerowane gładkim musem z perliczki, smażone na maśle pietruszkowym, podane z pieczonym pomidorem.



Pieczony szpik z krów z ekologicznego chowu, podany z czosnkiem confit, chipsem z papryki i ziołową grzanką.



Szafranowy bulion gotowany na mazurskich rybach, podany z korzennymi warzywami, smażonymi szijkami rakowymi i kawałkami ryby.



Pieczona w ziołowej oliwie polędwica z dorsza podana na musie z ekologicznej papryki i kalafiorze.



Smażona na różowo pierś z kaczki, podana na puree z ekologicznego buraka i smażonej brukselce.



Mus z koziego sera na bazie z białej czekolady, podany z sorbetem z pieczonego jabłka i wina musującego z bezą szpinakową.



W pierwszej opcji – mięsnej znajdują się m.in.: rosti ziemniaczane z wędzonym łososiem, kozi twaróg z owocami leśnymi, śledź po kaszubsku, kiszony barszcz z hibiskusa na cielęciny, łupacz z białym bisque **i fasolą**, ruchanki na kiszonym twarogu z rokitnikiem i migdałami, w opcji wegańskiej można zaś spróbować dyni piżmowej marynowanej w miodzie z aksamitki, wegańskiego twarogu z owocami leśnymi, borowikowego pâté lorrain czy młodej oberżyny z figą w cebulowym Jacqueline.

Czytaj więcej na:

<https://kulinaria.trojmiasto.pl/Menu-degustacyjne-w-trojmiejskich-restauracjach-n160654.html#tri>

Szonowe menu jest wymieniane przez ekspertów jako jeden z wiodących trendów gastronomicznych. Szefowie kuchni w swoich wypowiedziach często podkreślają rolę sezonowości w menu. Dlaczego? Konsumenci podświadomie czują, że sezonowe produkty są najbogatsze w składniki odżywcze, a zatem najlepsze dla ich zdrowia. Jednocześnie potrawy stworzone na ich bazie wyróżniają niezrównany smak, który jest możliwy do osiągnięcia jedynie w sezonie!



Wprowadzając sezonowe menu, pokazujemy gościom, że stawiamy na składniki najwyższej jakości, dbamy o ciekawe, urozmaicone dania. Sezonowość to właściwie same korzyści dla restauracji – wizerunkowe i smakowe.

Sezonowość najłatwiej podkreślać dodatkami. **Nawet najbardziej tradycyjne dania można odświeżyć za pomocą odpowiednich warzyw i owoców. Jak je wyróżnić w menu? Warto pamiętać o różnorodności - to ona jest kluczem do sukcesu. Wybierać należy zatem, jeśli to możliwe, warzywa i owoce od lokalnych producentów, ale także te egzotyczne, z różnych stron świata. Takie menu wyklucza monotonię.**

Sezonowość już sama w sobie zawiera obietnicę zmian i różnorodności. Warto nauczyć się zonglować składnikami sezonowymi i wprowadzać sezonowe warzywa w różnych odstonach. **Do łask wracają chociażby potrawy z ziemniaka. Można go wykorzystać na dziesiątki sposobów: w sałatkach, plackach, zapiekankach i dodatkowo podbijać ich smak kolejnymi, charakterystycznymi dla danej pory roku składnikami. A młode ziemniaki? To jeden z głównych symboli sezonowości.**

Podobnie można postępować z całą listą produktów. Celebryzuj sezon na szparagi kremowymi zupami, grillowanymi sałatkami. Podawaj je też z sosem holenderskim lub zapiekaj z boczkiem. Truskawki, maliny i borówki sprawdzą się nie tylko w deserach – śmiało dodawaj je do sałatek oraz mięs.



Jesienią podkreślaj w daniach grzyby i dynie. Możesz przygotować z nich zupy, sosy, a nawet własne przetwory. W deserach i sałatkach nie może zabraknąć karmelizowanych gruszek i śliwek!

CZYM JEST CARVING?

2CARVING – jest to sztuka dekorowania potraw i stołów rzeźbionymi z fantazją różnymi warzywami i owocami. Celem carvingu jest aby dania czy potrawy sprawiały bardziej atrakcyjny oraz estetyczny wygląd oraz przyciągały klientów. W rękach mistrzów carvingu każdy owoc czy warzywo zamienia się w dzieło sztuki. Ojczyznę carvingu są kraje azjatyckie, szczególnie Tajlandia, Chiny, a także Japonia i inne kraje ościenne. Sztuka ta jest znana od ponad 1000 lat.

Sztuka ta przeżywała swój rozkwit za czasów dynastii Song, która rządziła w Chinach w latach 960-1279. Najważniejszym wydarzeniem związanym z carvingiem jest festiwal Loi Kratong, a Sukhothai jest najlepszym miejscem w Tajlandii żeby go zobaczyć. Obecnie sztuka rzeźbienia jest przekazywana obcokrajowcom i praktykowana na całym świecie, szczególnie przez kucharzy, którzy poprzez tą sztukę chcą poprawić wizualnie efekty swoich dań.

11. WYKAZ PROPONOWANEJ LITERATURY

1. BHP w branży gastronomicznej, Dominik P., WSiP, Warszawa 2016
2. Kucharz małej gastronomii. Organizacja, bezpieczeństwo i higiena pracy, Żabicki W., WSIP, Warszawa 2008.
3. Carving. Dekorowanie potraw oraz stołu owocami i warzywami krok po kroku, Rajmund Królik, Wydawnictwo Twoje, 2012
4. Dekorowanie potraw, Joanna Góźdz, Piotr Syndoman, Buchman
5. Kurs Carvingu. Poziom Podstawowy. Podręcznik do ćwiczeń, Dominika Sadowska Paweł Sztenderski. Carving-Art Paweł Sztenderski, 2017
6. Sekrety dekoracji z warzyw i owoców. Krok po kroku. Łukasz Szewczyk, Piotr Wasik, Carving-Art Paweł Sztenderski, 2017
7. Sekrety dekorowania potraw, Cara Hobday, Jo Denbury, Wydawnictwo Muza
8. Sporządzanie i ekspedycja potraw i napojów, część 1-2, Kmiótek A., WSiP, Warszawa 2013
9. Sporządzanie i ekspedycja potraw i napojów, część 3, Zienkiewicz M., WSiP, Warszawa 2013.
10. Porównanie właściwości fizycznych i chemicznych produktów poddanych obróbce sous vide w stosunku do tradycyjnych metod obróbki termicznej. Postępy w naukach o żywieniu. Hanus P., Jaworska G., Pycia K., Baran I., Szarek N. Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego. 2020.
11. Sporządzanie i ekspedycja potraw i napojów, część 1-2, Kmiótek A., WSiP, Warszawa 2013
12. Sporządzanie i ekspedycja potraw i napojów, część 3, Zienkiewicz M., WSiP, Warszawa 2013.
13. Wyposażenie techniczne zakładów gastronomicznych. Jastrzębski W. WSiP, Warszawa 2005.
14. Czasopisma specjalistyczne: „Hotele i Restauracje”, „Kuchnia”, „Magazyn dla Smakoszy”, „Poradnik Restauratora”, „Przegląd Gastronomiczny”, „Akademia Kulinarna”.
15. Zasoby Internetu w zakresie zawodowym.





PROJEKT ERASMUS+

MARKET
QUALIFICATIONS
- A SIGNPOST
FOR MINIMIZING
COMPETENCE GAPS
BETWEEN EDUCATION
AND THE LABOUR
MARKET IN THE
HORECA SECTOR

[2020-1-PL01-KA202-082206]



Co-funded by
the European Union



102 QUALIFICATION

NOWOCZESNE, ELASTYCZNE ŚCIEŻKI UCZENIA SIĘ

- PROGRAMY NAUCZANIA I PAKIETY EDUKACYJNE (TRENER/UCZEŃ)

DLA BRANŻY HORECA

Projekt Erasmus+ pt.: **"Market qualifications - a signpost for minimizing competence gaps between education and the labour market in the HoReCa sector"**.

Numer projektu: 2020-1-PL01-KA202-082206

Finansowane w ramach programu Erasmus+ Unii Europejskiej:

Wsparcie Komisji Europejskiej na rzecz przedstawienia niniejszej publikacji nie stanowi poparcia dla treści, które odzwierciedlają jedynie poglądy autorów, a Komisja nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie zawartych w niej informacji.

Rezultat 2: Nowoczesne, elastyczne ścieżki uczenia się - programy nauczania i pakiety edukacyjne (trener/uczeń) dla branży HoReCa

Opracowanie:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji - koordynator, Radom, Polska

EVACO - Kraków, Polska

EDITC LTD - Nikozja, Cypr

AKDENIZ UNIVERSITY - Antalia, Turcja

Fundación Equipo Humano (FEH) - Walencja, Hiszpania

Samerimpex Impulsi DOO - Skopje, Republika Macedonii Północnej

Kontakt:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji

ul. Królowej Jadwigi 15

26-600 Radom

innowacja.edukacja@onet.pl

<https://innowacja-edukacja.eu/>

WPROWADZENIE

Głównym celem projektu Market qualifications - a signpost for minimizing competence gaps between education and the labour market in the HoReCa sector (nr projektu: 2020-1-PL01-KA202-082206) jest zwiększenie dostępu do uczenia się przez całe życie o charakterze formalnym, nieformalnym i pozaformalnym w branży HoReCa poprzez opracowanie i wdrożenie modeli walidacji i certyfikacji zgodnie z Europejskimi Ramami Kwalifikacji.

Projekt HoReCa4VET przyczynia się do identyfikacji efektów uczenia się w ramach zidentyfikowanych efektów uczenia się przez pracodawców w oparciu o aktualne zapotrzebowanie rynku, jako dodatkowych umiejętności zawodowych w wymiarze europejskim, które można zdobyć w trzech kwalifikacjach w ramach projektu: Kreowanie smaków i dekorowanie dania; Zarządzanie pracą kuchni i Zarządzanie w branży HORECA.

Kwalifikacje wypracowane w projekcie mogą stanowić uzupełnienie umiejętności nabytych w ramach edukacji formalnej i pozaformalnej, gdyż jest to odpowiedź na zidentyfikowane w przeprowadzonych badaniach potrzeby rynku pracy.

Opracowany rezultat oferuje nowoczesne, elastyczne ścieżki kształcenia - programy nauczania i pakiety edukacyjne (trener/stażysta) dla sektora HoReCa opiera się na rozwoju szkoleń w środowisku pracy, a także aktywizujących metodach dydaktycznych, nowoczesnych, innowacyjnych metodach nauczania uwzględniających uwzględnić specyfikę HoReCa.

Przy opracowywaniu rezultatu duży nacisk położono na indywidualizację szkolenia, aktywne i praktyczne metody uczenia się, rozwiązania w zakresie organizacji i dydaktyki. Metodologia opracowanych programu nauczania i pakietów edukacyjnych koncentrowała się na najlepszych praktykach zidentyfikowanych w krajach partnerskich (Cypr, Polska, Hiszpania, Republika Macedonii Północnej i Turcja). Moduły zostały przypisane do kwalifikacji, natomiast jednostki do efektów uczenia się lub zadań zawodowych zostały opisane za pomocą zbiorów wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Opracowany program i pakiety edukacyjne uwzględniają specyfikę krajów partnerskich.

Program szkolenia został oparty na wynikach analizy pracy IO1. Program opisuje efekty uczenia się, które można osiągnąć poprzez naukę w miejscu pracy.

Partnerzy HoReCa4VET

KWALIFIKACJA 2 - ZARZĄDZANIE PRACĄ W KUCHNI

MODUŁ 1: ORGANIZACJA PRACY ZESPOŁU KUCHNI

PLANOWANIE ZATRUDNIENIA

Planowanie zatrudnienia personelu to proces, który ma na celu przewidywanie potrzeb kadrowych w firmie, zarówno teraźniejszych, jak i przyszłych, w celu osiągnięcia wyznaczonych celów.

Innymi słowy, ma na celu zakwalifikowanie i ilościowe określenie liczby osób, które optymalizują wyniki w krótkim, średnim i długim okresie, kluczowych informacji, które mogą mieć wpływ na zysk lub stratę, np. firma z liczbą personelu poniżej optymalnej nie jest w stanie zrealizować postawionych celów (np. poniesione).

Planowanie może przynieść wiele **korzyści**:

- Identyfikacja obecnych i przyszłych potrzeb kadrowych.
- Uzyskanie realnych danych.
- Wsparcie awansu i zachęcanie do podnoszenia kwalifikacji personelu (plany kariery), przy uwzględnieniu potrzeb firmy.
- Zwiększenie motywacji do pracy.

Planowanie składa się z wielu fundamentach etapów, które są niezwykle ważne dla osiągnięcia sukcesu firmy:

- Plan rekrutacji.
- Plan treningowy.
- Planowanie kariery.
- Plan promocyjny.
- Plan kosztów personelu.

Niektóre z tych planów zostaną przedstawione w następnych rozdziałach.

Proces planowania personelu obejmuje następujące fazy: (1) analiza bieżącej sytuacji; (2) przegląd wymagań; (3) strategia; (4) ocena/przegląd/planowanie.

Faza 1. Zbieranie informacji jakościowych i ilościowych na temat całej struktury firmy, w celu poznania liczby pracowników i zakresu obowiązków każdego z nich (schemat organizacyjny, opis stanowisk, rotacja pracowników itp.).

Faza 2. Dzięki poprzedniej analizie firma wie, jakimi zasobami dysponuje, a także jakie potrzeby się pojawią, a które nie zostały zaspokojone. Ważne jest również, aby wziąć pod uwagę fakt, że wiele firm ma potrzeby, które różnią się znacznie w czasie, np. sezonowość. To właśnie na tym etapie szczególny nacisk kładzie się na planowanie siły roboczej, wyznaczanie miejsc pracy, działań i obowiązków każdego pracownika lub grupy pracowników, głównie w oparciu o działalność z poprzednich lat.

Faza 3. Wdrożenie strategii kadrowej w celu uwzględnienia wyników. Zwiększenie, zmniejszenie lub utrzymanie liczby pracowników w celu zaspokojenia potrzeb, a pracownicy mogą zostać przeniesieni do nowych funkcji, jeśli ich umiejętności nie są wykorzystywane (np. tymczasowe umowy o pracę, mobilność funkcjonalna (z przyczyn organizacyjnych) itp.).

Faza 4. Na koniec należy ocenić zastosowaną strategię i, jeśli to konieczne, dokonać nowych zmian i planowania. Jak wspomniano powyżej, planowanie może opierać się na doświadczeniu, poprzednich raportach lub wynikach oceny.

Modele można zaplanować w perspektywie krótko-, średnio- lub długoterminowej:

1. **Planowanie krótkoterminowe:** występuje wówczas, gdy planujemy na okres do jednego roku. To jest miejsce, w którym można przewidzieć, co wpłynie na firmę w krótkim okresie, na przykład przejścia na emeryturę, zwolnienia, urlopy itp. Analiza krótkoterminowa pozwala firmom poznać personel, który należy zabezpieczyć, aby zapewnić produkcję. Jednak ważne jest również, aby wiedzieć, ile osób jest potrzebnych w produkcji czy w obszarze administracyjnym, czyli siły roboczej bezpośredniej i pośredniej.

a) **Pracę bezpośrednią** można przewidzieć za pomocą następującego wzoru:

Zapotrzebowanie na personel = liczba jednostek do wyprodukowania rocznie / liczba jednostek wyprodukowanych na godzinę × liczba godzin na rok

b) **Pracę pośrednią** (administracyjną) można przewidzieć na podstawie analizy sprawdzonych lub opartych na doświadczeniu kryteriów organizacyjnych i przewidywanego obciążenia pracą.

2. Średnio- i długoterminowe zatrudnienie: Przy szacowaniu potrzeb kadrowych na okres 3 i 10 lat. Wiąże się to z bardziej złożoną zgodnością, ponieważ istnieje większe zróżnicowanie czynników wpływających na personel.

Do oszacowania planowania średnio- i długoterminowego można wykorzystać następujące metody statystyczne:

A. **Ekstrapolacja trendu:** jest metodą opartą na danych historycznych.

B. **Korelacja i regresje.**

C. **Modele prognostyczne:** Jest to metoda, która dokonuje oszacowań na podstawie oczekiwanych i nieoczekiwanych zmiennych.

D. **Nieilościowe metody prognozowania:** opierają się na opiniach ekspertów lub specjalistów i są często stosowane jako uzupełnienie powyższych metod.

Poniżej kilka przykładowych pytań, które pomagają zrozumieć sytuację firmy:

- Ilu pracowników zatrudnia moja firma? Ilu pracowników potrzebuję w mojej firmie?
- Jakiej mają umiejętności techniczne? A jakie umiejętności techniczne muszą posiadać?
- W jakim dziale są? Czy są tam, gdzie powinny? W jakich innych działach mogą być?
- Jakiej mają obowiązki? Jakiej pełnią funkcje? A co muszą zrobić?
- Czy pracownicy mają szkolenia, czy powinienem szkolić swój personel, czy zatrudnić przeszkolony personel, ilu trzeba przeszkolić?
- Czy umiejętności moich pracowników są wykorzystywane?
- Czy przy obecnym układzie optymalizują produkcję?
- Jakiej zmiany mogę wprowadzić, aby zoptymalizować zatrudnienie w mojej firmie, aby lepiej wykorzystać zasoby i korzyści ekonomiczne?

PLANOWANIE PRACY ZESPOŁOWEJ

ZNACZENIE ŚRODOWISKA PRACY

Miejsce pracy jest często przedstawiane jako podstawowa przyczyna dyskomfortu pracowników i uważa się, że powoduje bóle pleców, przyrost masy ciała i zmęczenie oczu. Podczas gdy wiele współczesnych biur sprzyja urazom pracowników, możliwe jest, że pracownicy opuszczają swoje firmy każdego dnia w lepszym stanie niż przed przyjazdem.

Dzięki starannemu planowaniu i zrozumieniu odpowiednich badań, kierownicy obiektów mogą tworzyć zdrowe miejsca pracy, które minimalizują niekorzystne zagrożenia dla zdrowia i związane z nimi koszty. Przemysłane względy projektowe, elastyczne rozwiązania kontrolowane przez użytkownika i przyszłościowa kultura firmy to tylko kilka elementów, które przyczyniają się do dobrego samopoczucia pracowników w fizycznym miejscu pracy.

Sektorowe czynniki wewnętrzne określa się w następujący sposób:

1. Wysokie zatrudnienie tymczasowe jest jedną z cech branży HORECA, co wynika z jej sezonowości.
2. Dobór personelu stanowi kryterium doświadczenia i innych subiektywnych kryteriów wynikających z pilnej potrzeby inkorporacji. Pomijając szkolenie i inne bardziej bezstronne aspekty.
3. Przywrócenie wymaga dostępności godzinowej i kar za tydzień pracy.
4. Promocja nie jest zbyt opłacalna, zwykle firmy to MŚP i istnieje niewiele możliwości awansu, dlatego też, aby doskonalić się zawodowo, wymagana jest rotacja w ramach renowacji lub poza nią.

Jeśli chodzi o **wewnętrzne czynniki organizacyjne**, możemy znaleźć politykę wynagrodzeń, politykę zatrudniania, ocenę wyników oraz analizę i poprawę środowiska pracy i warunków pracy.

Krótko mówiąc, charakterystyczne czynniki wewnętrzne firmy odnoszą się konkretnie do zestawu sytuacji, które będą miały bezpośredni wpływ na pracownika. Ustalono, że gdy pracownik nie osiąga określonego poziomu satysfakcji, szuka innej pracy.

Firma dąży do zatrzymania personelu; w przeciwnym razie znacznie zwiększyłoby to jego koszty. Aby osiągnąć ten cel, należy ograniczyć rotację oraz rozwiązać problemy związane z klimatem i satysfakcją z pracy, które są eliminowane z pracownika. Jeśli pracujesz nad tzw. nad tym pracować, są tymczasowe.

MOŻLIWOŚCI ROZWOJU DLA PRACOWNIKÓW SEKTORA HORECA

1. **Dostosowanie miejsca pracy do nowych koncepcji biznesowych opartych na dostawie do domu.** Rewolucja dostarczania żywności i jej ogromne wykorzystanie przez klientów powoduje, że firmy hotelarskie muszą dostosować swoje struktury do nowych stanowisk, przy czym część logistyczna ma kluczowe znaczenie przy ocenie funkcji. Dlatego firmy hotelarskie i przedsiębiorcy muszą dostosować się do nowych okoliczności, dostosowując miejsca pracy do aktualnych wymagań klientów.
2. **Oszczędność kosztów jako priorytet.** W czasach niestabilności transakcje są zwykle ograniczane, a priorytetem jest osiągnięcie większej rentowności przy mniejszej sprzedaży.
3. **Szkolenia jako narzędzie lojalności i uznania pracowników.** Obecnie brakuje dobrych specjalistów, a utrzymanie zespołu roboczego będzie niezbędne do osiągnięcia celów.

- 4. Bliższe trendy gastronomiczne.** Gusta konsumentów zwracają się ku propozycjom prostszym w wyglądzie i o wyraźnie określonych smakach. Szukając wspomnienia lub rozpoznawalnego smaku głównego produktu, kładzie się coraz większy nacisk na oryginalne i zabawne dodatki. W ostatnim czasie rozkwitły trendy oparte na weganizmie lub coraz bardziej zdecydowanym zaangażowaniu w włączenie produktów roślinnych i innych alternatyw, dzięki którym można przezwyciężyć alergię i nietolerancję.
- 5. Nowe technologie.** Wykorzystanie innowacji technologicznych jest niezbędne, aby zapewnić klientowi spersonalizowaną, wyróżniającą się i wysokiej jakości obsługę.

ZARZĄDZANIE TALENTAMI W ORGANIZACJI

Zarządzanie talentami to proces, który dodaje wartość Twojej organizacji na każdym z jego etapów. Zarządzanie talentami ma na celu **zachowanie najcenniejszych aktywów Twojej firmy**, aby budować lojalność talentów i być efektywnym. Posiadanie zespołu z doskonałymi profesjonalistami oznacza lepszą wydajność i przewagę konkurencyjną.

Można go zdefiniować jako **zestaw zintegrowanych procesów zarządzania zasobami ludzkimi, których celem jest przyciąganie, rozwój, motywowanie i zatrzymywanie pracowników organizacji**. Dobre zarządzanie zasobami ludzkimi w firmie staje się coraz ważniejsze, ponieważ idea, że ludzie są jednym z najważniejszych zasobów w organizacji, staje się coraz bardziej powszechna.

Z punktu widzenia pracownika, właściwe zarządzanie talentami pozwala również zobaczyć, gdzie w organizacji mieści się jego rola, a co za tym idzie, pozwala mu uczestniczyć w całościowym zarządzaniu firmą.

Zarządzanie talentami w Twojej firmie to szacowanie wiedzy, umiejętności i wyników niezbędnych i/lub pożądanych w celu uzyskania maksymalnego tworzenia wartości. Pozwoli Ci to zaprojektować zestaw polityk i praktyk niezbędnych do ukierunkowania aspektów związanych z Twoim kapitałem ludzkim.

Generalnie w ramach zarządzania i rozwoju talentów znajdziemy związek z sekcjami modułu takimi jak rekrutacja, szkolenia i/lub ocena wyników.

ZALETY

Oceniając wartość wdrożenia zarządzania talentami, należy pamiętać o płynących z niego korzyściach. Jest to jeszcze bardziej wartościowe, gdy firmy zdają sobie sprawę, że nowe zatrudnienie jest dla nich nawet trzy razy droższe niż zatrzymanie cennego zasobu.

Eksperti ds. zarządzania zasobami ludzkimi określają następujące ramy czasowe:

- Czas adaptacji nowego pracownika w firmie może trwać nawet do sześciu miesięcy. Czas ten odpowiada czasowi, jaki upływa od momentu dołączenia do firmy do osiągnięcia oczekiwanego poziomu produktywności.
- Integracja nowego pracownika z kulturą firmy może zająć nawet 18 miesięcy.
- Aby nowy pracownik dowiedział się wszystkiego o strategii i działalności firmy, proces ten może zająć nawet 24 miesiące.

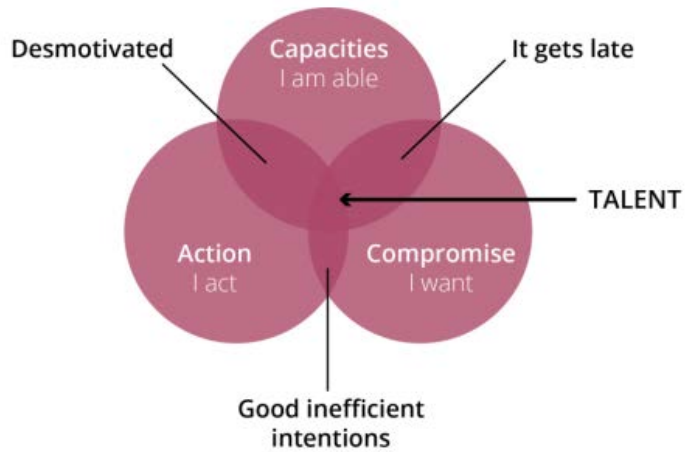
Wszystkie te powody sprawiają, że zatrzymanie pracowników, którzy są częścią ich stałej siły roboczej, jest jeszcze bardziej wartościowe dla firm. Taką strategię wdrażają najbardziej konkurencyjne firmy. Firmy rozwijają się dzięki dobremu zarządzaniu zasobami ludzkimi, które odgrywają istotną rolę w firmie i podnoszą jej wartość. Organizacja z utalentowanymi ludźmi jest bardziej konkurencyjną firmą, zdolną do podejmowania (i kompensowania) ryzyka i stawiania czoła nowym sytuacjom.

ETAPY ZARZĄDZANIA TALENTAMI

1. Zdefiniuj talent

Aby proces zarządzania talentami zakończył się sukcesem, musimy poprawnie zdefiniować, czym jest talent. W obszarze biznesowym zdefiniujemy cechy talentów dla organizacji, takie jak kompetencje, umiejętności i pożądane wartości zgodne z misją i wartościami firmy. Innymi słowy, zdefiniowanie talentu nie jest łatwe...

Talent jest definiowany na podstawie potrzeb firmy, jej klientów, sposobu, w jaki działa, stylu przywództwa, stanowiska itp. Jest to złożony termin, który zależy od cech każdej firmy.



2. Przyciąganie talentów

Aby przyciągnąć talenty, konieczne jest stworzenie marki jako pracownika, osiągając większą widoczność talentu, który chcesz uchwycić. Trzeba przeanalizować, gdzie firma jest i gdzie ją skierować, zorientować na aktywne poszukiwanie nowych talentów i generowanie nowych kontaktów.

Przyciągnięcie nowych pracowników doda wartości Twojej firmie. **Bardzo ważne jest, abyś znał cechy, które posiada firma i polegał na nich, aby móc uchwycić różnych kandydatów i osiągnąć proponowane cele i zadania.** Osoba zaangażowana w przyciąganie kandydatów do pracy powinna opierać się na trzech fundamentalnych aspektach, aby skutecznie przeprowadzić tę rekrutację.

W tym celu należy:

- **Napisz szczegółowo profil**, którego szukasz (obowiązki, minimalne doświadczenie na stanowisku, wymagania językowe, dyspozycyjność do podróży itp.).
- **Opisz, jakie umiejętności są dostępne dla kandydata, aby kwalifikować się do zatrudnienia** (przywództwo, umiejętności komunikacyjne itp.).
- **Mieć umiejętność promowania stanowiska w sposób profesjonalny, poważny i atrakcyjny** (poprzez korporacyjną stronę internetową, targi pracy, rozpowszechnianie wśród pracowników itp.). Ta część znajduje się w dziale Selekcja i rekrutacja.

Kreatywność jest niezbędna w przyciąganiu talentów, ponieważ osoba odpowiedzialna za rekrutację musi korzystać z różnych zasobów, które działają motywująco. Oprócz tego musimy też mieć możliwość wyboru optymalizacji kosztów i elastycznego oparcia się na nowych portalach społecznościowych, umowach z uczelniami czy wewnętrznymi promocjach.

Jak przyciągnąć talenty:

1. Pracować dla Marki jako pracodawca.
2. Zrobić z pracowników ambasadorów firm.
3. Jasno zdefiniować rodzaj talentu, którego szukamy.
4. Aktywnie szukać nowych talentów na targach, forach, uczelniach...
5. Aktualizować bazę kandydatów.

Jak nie przyciągać talentów:

1. Dawać nierealistyczny wizerunek firmy na zewnątrz.
2. Nie dbać o swoich pracowników i o to, żeby źle mówili o firmie.
3. Zatrzymać się tylko z kandydatami, którzy wykazują zainteresowanie.
4. Nie publikować profili i wartości, których szukamy u kandydatów.

3. Doceniać talent

Aby ocenić talent, wskazane jest wykrycie tego, co mamy w organizacji, z ustalonym **systemem pomiaru talentów**, jasnym określeniem, co jest mierzone i dlaczego jest mierzone, tworzeniem mapy talentów.

Punktem wyjścia do tworzenia narzędzi oceny talentów są dla nas kompetencje i cele.

Kluczowym czynnikiem sukcesu będzie zastanowienie się nad kompetencjami organizacji i na których z nich powinniśmy się skupić, aby osiągnąć cele i rezultaty wynikające z Planu Strategicznego oraz osiągnąć przewagę konkurencyjną na rynku.

Wykrycie indywidualnego potencjału w firmie jest najważniejszą zmienną predykcyjną sukcesu jednostki na danym stanowisku.

4. Rozwijanie talentów

Konieczne jest również, abyśmy znali obawy i motywacje różnych talentów, które wykryliśmy w firmie, aby ustanowić różne działania dostosowane do potrzeb każdej osoby, zawsze zgodnie z możliwościami firmy.

Działania rozwojowe mogą być prowadzone zarówno w miejscu pracy, jak i poza nim, na podstawie tych planów oceniając, czy realizowane działania są dostosowane do potrzeb pracowników i firmy w chwili obecnej, a nawet w przyszłości.

Rozwój karier zawodowych ujmowany jest zwykle pod pojęciami:

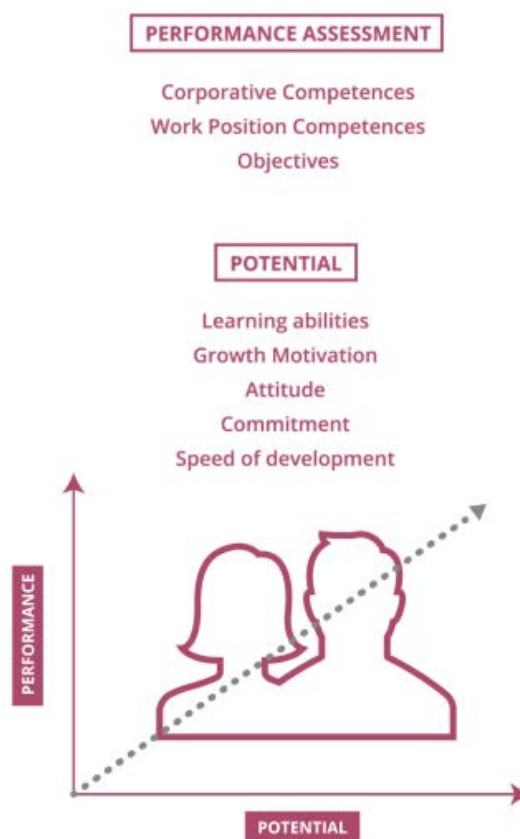
- **Planowanie kariery:** Kiedy problem jest analizowany z perspektywy pracownika.
- **Kierunek kariery:** Z punktu widzenia firmy.

Firmy muszą ocenić rzeczywiste możliwości kariery w oparciu o swoje **strategiczne potrzeby**. Liczba i specjalizacja osób o wysokim potencjale prawdopodobnie nie dorówna liczbie i specjalizacji pracowników, którzy mogą mieć realną szansę na karierę w firmie (awans poziomy lub pionowy). Istotne jest, aby nie stwarzać pracownikom fałszywych oczekiwań co do przyszłych awansów.

Z drugiej strony możliwość stworzenia planu sukcesji wiąże się z zaplanowaniem możliwości wymiany personelu w krótkim, średnim i długim okresie. Taka sytuacja pozwala firmom na większą stabilność, ponieważ będą one przygotowane na straty kadrowe, zarówno planowane, jak i nieplanowane.

Plan ten musi uwzględniać każde stanowisko lub najważniejsze (strategiczne) i określać, kto będzie najodpowiedniejszy dla każdego z nich.

W przypadku, gdy nie możemy w krótkim czasie zidentyfikować żadnej osoby wewnętrznej o niezbędnych cechach, konieczne jest skorzystanie z **rekrutacji zewnętrznej**.



5. Zatrzymanie talentu

Ważne jest, abyśmy na bieżąco **analizowali atmosferę organizacji, oceniali obawy, motywacje i potrzeby pracowników**. W ten sposób możemy wykryć motywacje, które kierują ukierunkowaniem na dobre wyniki, aby nadal rozwijać strategię, które dodają wartości firmie.

Ustalenie strategii zatrzymywania ludzi w naszych firmach jest sprawą fundamentalną, ponieważ zależy to od monitorowania i ciągłości oraz integracji ich ze zmianami zachodzącymi w otoczeniu.

Talent ludzki jest zasobem strategicznym, ponieważ jest cenny, niepowtarzalny i niezastąpiony, a także stanowi trwałą przewagę konkurencyjną. Firmy muszą dbać o zatrzymanie ludzkich talentów. Pracownicy posiadają wiedzę, doświadczenie, umiejętności i z biegiem czasu specjalizują się w wykonywaniu prac w naszych firmach.

Zatrzymywanie talentów wynika z potrzeby zachowania przez firmy najcenniejszych aktywów, a pozostali pracownicy nie ponoszą konsekwencji rotacji:

- Demotywacja grupy.
- Restrukturyzacja planów pracy.

Znaczenie zatrzymywania najlepszych talentów jako strategii biznesowej pociąga za sobą ocenę metod i dobrych praktyk zarządzania personelem, stosowanych od momentu przeprowadzenia rekrutacji profesjonalisty, wprowadzenia i zaplanowania celów organizacji.

A jakie są podstawowe zasady zachowania talentów?

- Zapytaj pracowników, porozmawiaj z nimi i dowiedz się, czego potrzebują.
- Wykrywaj motywacje świadczące o lepszych wynikach.
- Postaraj się mieć wszystkie potrzebne zasoby.
- Nagradzaj dobrze wykonaną pracę.
- Zastanów się nad strategią, bądź spójny jako firma i okazuj realną troskę o sytuację pracowników.
- Nie tylko mów, ale także uważnie słuchaj.

Istotne jest między innymi, aby nasza organizacja:

- **Motywowała**, o ile zaczyna się od podstawy uczciwego wynagrodzenia, istnieją ważne niepieniężne zachęty do zatrzymywania talentów (pojednanie, wynagrodzenie emocjonalne itp.).
- Zaoferowała **warunki pracy** zapewniające ludziom odpowiednie narzędzia i technologię do wykonywania ich zadań, oprócz komfortowego dnia pracy, odpowiednie warunki ergonomiczne, higieniczne i temperaturowe.
- Przekazała **pozytywną informację** zwrotną, gdy zadania są dobrze wykonywane, a wkład w firmę jest godny uwzględnienia.
- **Zaoferowała atrakcyjne możliwości pracy** w firmie, aby pracownik był zmotywowany do podejmowania nowych projektów w firmie i odczuwał satysfakcję.
- Zagwarantowała **poczucie przynależności**, oparte na powiązaniu między pracownikiem a firmą, które wzmacnia istniejący związek (np. pracownik jest dumny z przynależności do firmy).
- Zaoferowała **szkolenia** umożliwiające wzrost i rozwój zawodowy, doskonalenie procesów i satysfakcji osobistej, związane z poprawą pozycji w firmie (np. oferowanie przez firmę szkoleń).

ABSENCJA

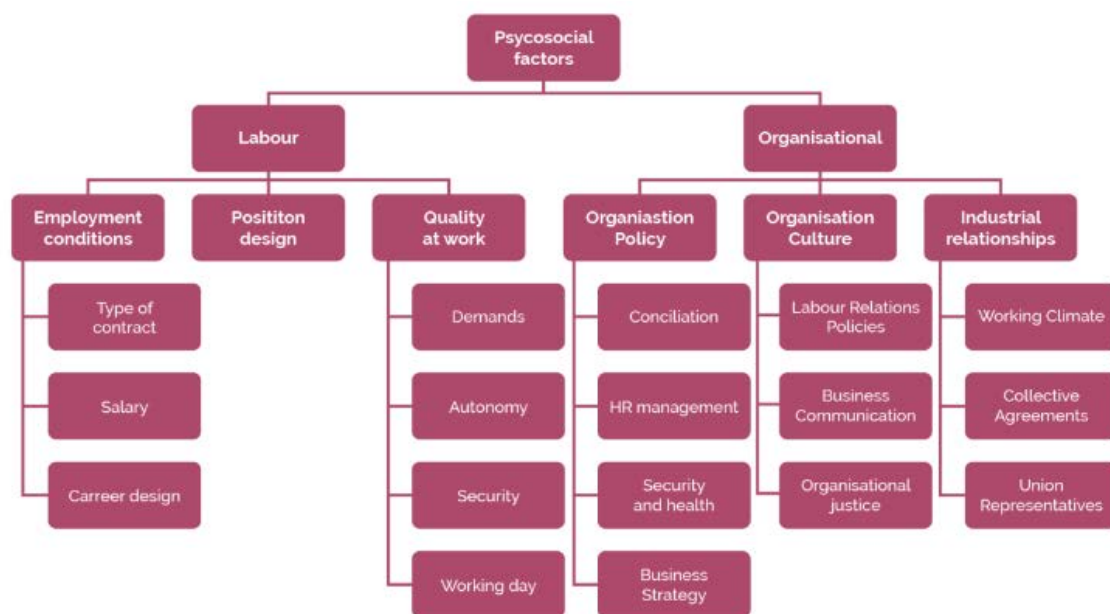
Jak wyjaśniono, pracownicy w sposób zrozumiany proszą o zachowanie zaangażowania w organizację w zakresie następujących elementów:

- Szkolenie.
- Bezpieczeństwo pracy.
- Elastyczność.
- Punktualne wynagrodzenie.
- Dobre warunki pracy.

Łamanie tych warunków, a także obowiązków

Łamanie tych warunków, niedostosowanie obowiązków do stanowiska, nadmierne obciążenie pracą itp. pociąga za sobą spadek motywacji, spadek wydajności, wzrost absencji i wzrost rotacji personelu.

Z tych wszystkich powodów niezwykle ważne jest, abyśmy utrzymywali odpowiednie środowisko pracy, ponieważ jego brak zwykle ma negatywne konsekwencje dla zdrowia fizycznego i psychicznego pracowników oraz funkcjonowania firmy. Absencja jest obroną przed niezadowolaniem z pracy.



WSPÓŁPRACA MIĘDZYWYDZIAŁOWA

Na przestrzeni dziejów nie doceniano znaczenia relacji międzyludzkich w dziedzinie restauracji. Jednak począwszy od lat 80. rola pracodawcy w branży HORECA zaczęła wymagać pewnego zarządzania zarówno w sprawach ekonomicznych (budżet, koszty, planowanie itp.), jak i pracowniczych (prawo pracy, prawo związkowe itp.).

Obecnie istnieje korelacja między zarządzaniem kuchnią a zarządzaniem personelem; kierownik kuchni musi ściśle współpracować z kierownikiem ds. personalnych, wskazując profil rekrutowanego pracownika, przekazując zachowanie personelu itp. Ponadto te dwie osoby muszą wspólnie dbać o IT i marketing w sektorze HORECA. Następnie rysunek, który pokazuje zgodność niektórych obszarów z innymi, tak aby działalność firmy była prowadzona pomyślnie.

INTEGRACJA I TRANSFER WIEDZY O TALENTACH POMIĘDZY DZIAŁAMI

Integracja i transfer wiedzy to coś, z czego skorzystają wszystkie części firmy.

Posiadanie ustrukturyzowanego procesu i możliwość transferu wiedzy w ramach organizacji ma znaczący pozytywny wpływ na wskaźnik sukcesu projektów i inicjatyw. Sukces firmy związany jest z wysokim rozwojem zarządzania talentami, a także z wysokim poziomem korelacji pomiędzy różnymi rolami i działami.

Różne badania, takie jak przeprowadzone przez American Society for Training and Development we współpracy z Institute for Corporate Productivity, wskazują, że **następujące praktyki mają pozytywny wpływ na zarządzanie talentami:**

- Standaryzacja procesów recenzji i informacji zwrotnych;
- Przypisanie jedynej funkcjonalnego właściciela w zakresie zarządzania talentami;
- Rozwijanie kultury organizacyjnej wspierającej zarządzanie talentami;
- Zapewnienie spójności działań związanych z zarządzaniem talentami;
- Zwiększenie widoczności inicjatyw zarządzania talentami.

METODY MOTYWOWANIA W BRANŻY HORECA

- **Stwórz dobrą atmosferę:** Praca w lokalu HORECA, w którym panuje dobra atmosfera, to podstawa. Im lepiej czują się Twoi pracownicy, tym lepsze będą ich wyniki, ponieważ będą spokojni i szczęśliwi.
- **Szkolenia:** Kluczową motywacją każdego pracownika jest przekonanie, że jego szef stawia na niego. A szkolenie to bez wątpienia wielkie uznanie. Jeśli pomożesz swoim pracownikom się szkolić, dasz im możliwość doskonalenia się, a jednocześnie sprawisz, że będą lepiej wykonywać swoją pracę.
- **Komunikacja:** Komunikacja jest podstawą wszystkich relacji międzyludzkich. Komunikuj się z nimi odpowiednio, słuchaj ich, pozwól im być częścią Twojego projektu, a będziesz w stanie stworzyć zgrany zespół, w którym każdy poczuje się doceniony.
- **Docenianie wysiłku:** Każdy lubi być doceniany za swoją pracę, dlatego nie skąpić gratulacji, jeśli wyniki na to zasługują. Uznanie dobrze wykonanej pracy zwiększy satysfakcję Twoich pracowników i zmotywuje ich do dalszej pracy w taki sam lub lepszy sposób.
- **Elastyczność:** Twoi pracownicy to ludzie i dlatego mają własne życie poza pracą. W większości przypadków w branży HORECA czas zamknięcia może być dłuższy niż oczekiwano. Dlatego staraj się być elastyczny również w godzinach wejścia. Rekompensuj im dniami wolnymi, które można łączyć między sobą, aby nie pozostawiać kuchni bez opieki. Na pewno Ci podziękują.

- **Wynagradzanie finansowe:** Jeśli twoi pracownicy otrzymują godziwe wynagrodzenie, będą mieli poczucie, że otrzymują należyte wynagrodzenie za swoją pracę. Co sprawi, że będą zmotywowani i będą chcieli dać z siebie wszystko? Podział napiwków równo między nich i zrekompensowanie ich finansowo, jeśli korzyści na to pozwolą, sprawi, że poczują się częścią biznesu i będą zmotywowani do kontynuowania pracy z taką samą intensywnością.
- **Promowanie koleżeństwa:** Staraj się nie porównywać swoich pracowników, a tym bardziej, aby niektórzy czuli się bardziej zaopiekowani lub cenieni niż inni. Traktuj ich wszystkich tak samo i staraj się pomagać sobie nawzajem. Praca zespołowa jest kluczem do pracy zespołowej.
- **Dbanie o objekty:** Praca w czystym i zadbanym miejscu sprawi, że będą one z większą łatwością pełnić swoje funkcje. Dbaj o to, aby łazienki były zawsze w dobrym stanie, aby Twoje narzędzia pracy były w nienagannym stanie i prowadź stałą konserwację swojego lokalu.
- **Zaangażowanie:** Pozwól swoim pracownikom być częścią wszystkiego. Wysłuchaj ich propozycji i spróbuj je zrealizować, jeśli mogą być korzystne dla Twojej firmy. Jeśli chcesz wprowadzić zmiany, wyjaśnij powody i pozwól im wyrazić swoją opinię, w końcu pracownicy spędzają w Twoim lokalu wiele godzin i doskonale zdają sobie sprawę z ewentualnych mankamentów, jakie może mieć kuchnia.

Other actions in order to...	
Motivate employees	Demotivate / Avoid in the workplace
<ul style="list-style-type: none"> • Promote the desire for belonging, achieving goals and planning joint actions. • Offer opportunities for the employee so that they assume responsibilities and greater leadership. • Guarantee measures for individual development and improvement, especially to strengthen their skills. 	<ul style="list-style-type: none"> • Business policies such as favoritism, unvalued promotions and the like. • Too many rules, excessive control. • Poorly designed work processes. • Lack of supervision. • Insufficient resources.

TEORIE MOTYWACYJNE

Jako podsumowanie najbardziej znanych dotychczas teorii motywacji, najczęściej stosowana w systemach zarządzania zasobami ludzkimi jest teoria Masłowa, chociaż można również znaleźć teorie Alderfera i McClelland.

Znajomość tych teorii może pomóc nam lepiej zrozumieć przyczyny motywacji pracownika:

- **Teoria Masłowa:** Motywacja jest funkcją pięciu potrzeb psychologicznych: fizjologicznej, bezpieczeństwa, uczucia, uznania i samorozwoju. Podstawową zasadą teorii jest to, że potrzeby pracownika można umieścić na różnych pozycjach, gdzie podstawowe potrzeby są na dole, a najbardziej rozwinięte na górze.
- **Teoria Alderfera:** Motywacja jest funkcją trzech podstawowych stanów: istnienia, relacji i wzrostu. Frustracja na wyższym poziomie oznacza pogardę dla następnego poziomu.
- **Teoria McClelland:** Motywacja oparta na potrzebach: przynależności, władzy, kompetencji i osiągnięć.

What Motivates Employees ?

Maslow's Hierarchy can help us understand Employee's motivation

Purpose

Employees whose work enables them to contribute towards a greater cause that they believe in, are driven by a higher sense of achievement and fulfillment.



Independence

Employees empowered with the appropriate degree of choice and autonomy have a greater level of pride and ownership in their work.



Learning & Growth

Employees who have the opportunity to continuously learn and are challenged in their job, are motivated by a sense of achievement and personal development.



Voice & recognition

Employees who are able to voice their views and ideas across feel that their contributions are recognized and appreciated. Employees are then better able to realize self-actualization.

Belong & connect

A sense of belonging and connection can only be fostered in an environment of fair and just treatment for all Employees. Employees must have a sense of pride in being part of the organization.



Opportunity to contribute

Employees must be provided with the appropriate opportunities to contribute at a level appropriate to their capabilities. If they do not feel valued, they can feel threatened which will negatively impact their performance.

Fairness

Consistent fair treatment of all employees is the foundation for creating a culture of trust within the organization. Mistrust within the organization will lead to high stress levels and low motivation.



Security & Certainty

High levels of uncertainty in the organization leads to employees feeling insecure & threatened. This has a negative effect on employee performance and productivity levels.



ZALETY NIEPRZERWANEJ PRACY W HORECA

Poza dostosowaniem się do ograniczeń wynikających ze środków mających na celu walkę z COVID-19, nieprzerwane godziny pracy zapewniają również istotne korzyści dla przedsiębiorstw HORECA.

- Zwiększenie motywacji pracowników dzięki zdobytemu czasowi osobistemu na życie osobiste.
- Wzmacnienie i identyfikacja z projektem i z firmą poprzez kojarzenie firmy z organizacją uwzględniającą jej potrzeby.
- Zmniejszenie stresu generowanego przez dłuższe godziny pracy.
- Stymulowanie optymalizacji czasu poprzez zagęszczenie tych samych zadań w mniejszej liczbie godzin.
- Uczenie planowania, z powyższego powodu: nie ma optymalizacji czasu bez planowania.
- Umożliwienie nauki i pracy zespołowej ze względu na znaczenie zarządzania personelem lub zmian w ramach tego planowania.
- Poprawa odpoczynku, zwłaszcza dzięki unikaniu transportu do miejsca pracy w połowie przypadków.
- Ułatwienie oderwania się od pracy, tak wymaganego przez szablony, poprzez posiadanie harmonogramów, które pozwalają zrationalizować dzień.
- Poznawanie nowego oblicza pracowników, którzy mają teraz możliwości takie jak wykorzystanie zyskanego czasu na szkolenia lub inne.
- Zwiększenie produktywności, co jest bezpośrednią konsekwencją wielu punktów uwzględnionych na tej liście.

CELE I ZADANIA ZESPOŁU

Oprócz zatrudniania wysokiej jakości pracowników o niezwykle dużej wiedzy z obszaru HORECA, chodzi o to, aby każdy mógł działać w synergii, ramię w ramię z każdym z celów i wartości firmy. Aby osiągnąć tę skuteczność w zarządzaniu, niektóre z zalecanych technik coachingu gastro to:

CELE

- Przeprowadzaj szkolenia, podczas których rozumie się umiejętności członków zespołu i na tej podstawie przydziel im role i obowiązki, dzięki czemu ich umiejętności zostaną podniesione.
- Generuj zaufanie zespołu, delegując zadania zgodnie z ich obszarem.
- Zagwarantuj zdrowe środowisko pracy, w którym dobre działania są nagradzane, a problemy rozwiązywane bez obawy o sankcje.
- Zachęcaj do współpracy za pomocą ćwiczeń i zajęć rekreacyjnych, które poprawiają ich komunikację i umiejętności.
- Zbierz członków zespołu i zaangażuj ich w podejmowanie decyzji, takich jak określanie celów i zadań.
- Promuj zaangażowanie pracowników, aby czuli się częścią firmy, zasiewając w nich tożsamość i kulturę korporacyjną.

PĘTLE INFORMACJI ZWROTNYCH OD PRACOWNIKÓW DO PRACY ZESPOŁOWEJ

CZYM JEST PĘTLA INFORMACJI ZWROTNEJ I JAKI JEST ZWIĄZEK Z ZARZĄDZANIEM HR W HORECA?

Zasadniczo pętla sprzężenia zwrotnego to koncepcja wyrażająca działanie, które ma również wpływ na pochodzenie tego działania.

W zarządzaniu zasobami ludzkimi polega na przekazywaniu jednostce informacji o tym, jak wpływa to na innych. Polega na podkreśleniu dobrych zachowań, chwaleniu pozytywnych działań i dostosowywaniu działań wymagających poprawy. Polega to na włączeniu pracownika w pętlę rozwoju umiejętności, gdzie w każdym nowym cyklu zasoby pracownika są ponownie oceniane i w razie potrzeby korygowane, aby skorelować je z celami firmy.

Korzyści z zastosowania pętli sprzężenia zwrotnego

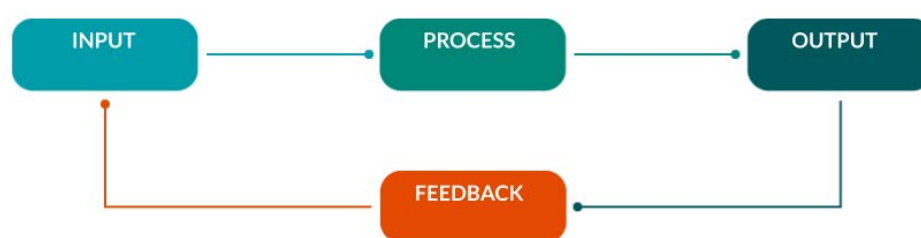
Strategia pętli sprzężenia zwrotnego wpływa na prawie wszystkie obszary organizacji, ponieważ może służyć jako sposób na **zwiększenie produktywności poszczególnych osób, pracy zespołowej nad projektem i/lub procesów**.

Z indywidualnej perspektywy pętle informacji zwrotnych pomagają regularnie identyfikować obszary wymagające poprawy w każdym konkretnym zadaniu. Przekształcenie tych potencjalnych ulepszeń w praktyczne elementy pracy i ułatwienie śledzenia i rozwiązywania kluczowych wyzwań, przed którymi stoimy, związanych z dowolnym zadaniem, produktem lub procesem.

Z perspektywy pracy zespołowej projektu pętle informacji zwrotnych pomagają zespołom uzyskać bardziej skoordynowane, oparte na współpracy i zaangażowane rezultaty. Ponadto mogą również zachęcać do bardziej proaktywnej i współdzielonej odpowiedzialności w zespole, poprawiać wydajność zespołu i zwinność.

A najlepsze jest to, że ten sposób interakcji, ponieważ jest stały i ciągły, pozwala im zintegrować się z kulturą organizacji i stać się jej istotną częścią bez ponownego wymagania zewnętrznego wkładu. Umożliwienie integracji wszystkich tych pozytywnych zasad zarządzania.

The Components of a Feedback Loop and How to Build an Effective System for Your Business



COACHING I/LUB SZKOLENIA MAJĄCE NA CELU ROZWÓJ WENĘTRZNEJ ZATRUDNIALNOŚCI I ROZWÓJ PRACOWNIKÓW W SEKTORZE HORECA

Employability to termin używany do opisania **podejścia do zarządzania zasobami ludzkimi, w którym pracodawcy zapewniają miejsca pracy i możliwości rozwoju umiejętności**, które można wykorzystać do budowania mobilnej kariery, „uogólnione inwestycje w pracowników”.

Zatrudnialność różni się od mobilności pracowników w tym sensie, że zdolność do zatrudnienia odnosi się do umiejętności przekrojowych, które pracownik rozwija i zajmuje na każdym stanowisku, które zajmuje w organizacji (umiejętności zapewniające pracę), podczas gdy mobilność organizacyjna odnosi się do przemieszczania się pracowników na różne stanowiska pracy które mogą wiązać się z rozwojem umiejętności specyficznych dla danego stanowiska.

Coaching w środowisku biznesowym to **metoda szkoleniowa**, w której bardziej doświadczona lub wykwalifikowana osoba **udziela pracownikowi porad i wskazówek, które mają pomóc w rozwoju umiejętności, wydajności i karierze danej osoby**. Coaching różni się od podobnych praktyk HR jak mentoring i doradztwo (jako krok w progresywnym systemie dyscyplinarnym).

W przeciwieństwie do programów mentorskich, programy coachingowe i szkoleniowe mają **szersze zastosowanie i wpływają** na mobilność pracowników oraz wewnętrzne szanse na zatrudnienie. Coaching i szkolenia są bardziej ukierunkowane na krótkoterminowe wsparcie rozwojowe w aktualizowaniu umiejętności pracowników, nacisk kładziony jest na rozwój umiejętności związanych z pracą i zapewnieniem bezpieczeństwa oraz zapewnienie wsparcia socjalnego.

Na poziomie ogólnym coaching i szkolenia to procesy rozwijania umiejętności pracowników, które pomagają im skutecznie odpowiadać na wyzwania związane ze stanowiskiem pracy, podczas gdy **mentoring** to proces rozwijania kluczowych umiejętności poprzez zapewnianie pracownikom możliwości objęcia nowych stanowisk.

Coaching między obecnymi i byłymi pracownikami **tworzy wartość dodaną** nie tylko dla firmy, ale także dla całego społeczeństwa, poprzez zachęcanie do tworzenia powiązań między jednostkami. Jest to nie tylko korzystne dla coachowanego i organizacji, ale również korzystne dla coacha.

Z drugiej strony **zaangażowanie byłych pracowników w strategię zarządzania zasobami ludzkimi firmy** jest sposobem na **zatrzymanie know-how** w firmie i jego utrwalenie. Dla emerytów, okazjonalny powrót do pracy, aby porozmawiać o swoich doświadczeniach, przekazać swoją wiedzę, sukcesy i trudności, umożliwia dalsze podtrzymywanie więzi z firmą.

Dzisiejszym pracownikom przynosi to inny wymiar, wykraczający poza oczekiwania zawodowe i ekonomiczne. Jest to perspektywa, w której więź między jednostkami jest nadal tworzona, nawet jeśli nie są one już bezpośrednio zaangażowane w cele swojej firmy.

Celem nie jest promowanie modelu, w którym zacierają się granice między zakończeniem życia zawodowego a emeryturą, ale zachęcenie do tworzenia więzi społecznych między osobami, które od dłuższego lub krótszego czasu są zaangażowane w życie firmy. W centrum uwagi coachingu znajdują się wewnętrzne programy coachingowe, które umożliwiają i wspierają tego typu powiązania społeczno-rozwojowe wśród pracowników firmy.

Dzisiejszym pracownikom przynosi to inny wymiar, wykraczający poza oczekiwania zawodowe i ekonomiczne. Jest to perspektywa, w której więź między jednostkami jest nadal tworzona, nawet jeśli nie są one już bezpośrednio zaangażowane w cele swojej firmy.

Celem nie jest promowanie modelu, w którym zacierają się granice między zakończeniem życia zawodowego a emeryturą, ale **zachęcenie do tworzenia więzi społecznych między osobami**, które od dłuższego lub krótszego czasu są zaangażowane w życie firmy. W centrum uwagi coachingu znajdują się wewnętrzne programy coachingowe, które umożliwiają i wspierają tego typu powiązania społeczno-rozwojowe wśród pracowników firmy.

ZEWNĘTRZNE VS. WEWNĘTRZNE PROGRAMY COACHINGOWE

Program coachingu organizacyjnego, który koncentruje się na ogólnych celach organizacyjnych, głównych zmianach, zmianach kulturowych, rozwijaniu przywództwa, zwiększaniu zaangażowania i retencji lub jakimkolwiek innym celu lub wyzwaniu, pozytywnie wpływa na cały biznes. Coachowie pracują zarówno z jednostkami, jak i grupami w ramach firmy, aby stale dostosowywać wysiłki i decyzje do ogólnego celu, wizji i misji organizacji.

Niektóre organizacje zatrudniają trenerów na pełny etat, szkolą obecnych liderów do pełnienia funkcji trenerów lub współpracują z **zewnętrznymi usługami coachingowymi** w celu zaprojektowania i przeprowadzenia ich programu. W niektórych przypadkach do początkowego prowadzenia programu zatrudniona zostanie zewnętrzna usługa coachingowa, ale częścią tego wysiłku będzie stworzenie kultury coachingowej i szkolenie liderów, którzy przejmą i będą prowadzić program coachingowy po zakończeniu zaangażowania.

Ponieważ rolą trenera jest wydobyć z innych tego, co najlepsze, menedżerowie HR muszą poprowadzić ich, aby wykorzystali ich mocne strony, wywarli wpływ i wspierali ich narzędziami i strategiami, aby stale się rozwijać.

W porównaniu z zewnętrzną usługą coachingową, **wewnętrzny program coachingowy** jest długoterminowy i ma moc napędzania rzeczywistych zmian w organizacji. Staje się coraz bardziej popularny, zwłaszcza że tego typu program jest często bardziej opłacalny, ale także specyficzny dla firmy i może być bardziej skuteczny w rozwoju pracowników, jeśli kultura organizacyjna jest wspierająca. Wewnętrzne spotkania coachingowe są zwykle krótsze, mają określoną liczbę sesji i są skierowane do osób, które są na początku swojej drogi przywódczej. Wewnętrzni trenerzy mogą wykorzystać swoją wiedzę na temat kultury firmy, procesów i kluczowych liderów, aby pomóc podopiecznemu osiągnąć lepsze wyniki lub przezwyciężyć wyzwania.

ROZWIJANIE UMIEJĘTNOŚCI COACHINGOWYCH

Gdy postawy i przekonania są na miejscu, kolejnym krokiem jest **budowanie i doskonalenie umiejętności pracowników**, którzy będą pełnić rolę coachów. Tak więc trzecim krokiem w uruchomieniu wewnętrznego programu coachingowego jest skupienie się na rozwijaniu umiejętności coachingowych. **Istnieją 3 zestawy umiejętności, które są niezbędne, aby być silnym trenerem:**

1. Umiejętność pierwsza: Aktywne słuchanie

Najważniejszym zadaniem coacha, jeśli chodzi o coaching wewnętrzny, jest pomaganie coachowanemu w identyfikacji, nauce i stosowaniu nowych i/lub innych umiejętności lub sposobów pracy. Aby to osiągnąć, trener musi ćwiczyć aktywne słuchanie. To samo może być trudne, ponieważ badania wskazują, że dorośli mają średnio krótki czas skupienia uwagi i skupiają się na niej przez maksymalnie 17 sekund na raz. To nie pozwala na osiągnięcie takiej głębi i zrozumienia, jakie są potrzebne, aby naprawdę usłyszeć i wzmocnić osobę coachowaną. Parafrazowanie jest kluczowym elementem aktywnego słuchania. Skuteczna rozmowa coachingowa składa się ze słuchania i parafrazowania. Parafrazowanie pozwala osobie coachowanej usłyszeć z powrotem to, co mówili, w przemyślany, klarowny sposób. Nawet jeśli parafrazowanie nie jest powtórzeniem, przeformułowanie tej samej wiadomości pomaga im zrozumieć ich myśli i kontekstualizować ich zrozumienie.

2. Umiejętność druga: ukierunkowane pytania

Kolejnym etapem skutecznego coachingu jest opracowanie ukierunkowanych (mocnych) pytań. Mocne (lub ukierunkowane) zadawanie pytań oznacza stosowanie pytań otwartych, aby wprowadzić uczestnika głębiej w jego własne doświadczenia i zbliżyć go do tego, co najważniejsze. Pytania, które powodują, że osoba głębiej myśli i zastanawiają się nad odpowiedzią, mają większą moc. Kluczem jest zadanie pytania, które może skłonić osobę do głębszego kopania lub rozważenia możliwości, których wcześniej nie zidentyfikowała. Ponadto mocne pytanie nie powinno zawierać więcej niż 5-7 słów, aby słuchacz wiedział, o co jest proszony.

3. Trzecia umiejętność: wyznaczanie celów

Jedną z rzeczy, które sprawiają, że coaching jest tak skuteczny, jest to, że coach pomaga osobie coachowanej w dążeniu do wyznaczonego przez siebie celu i konsekwentnie zachęca go do refleksji nad wyznaczonym celem. Coaching może odbywać się bez wyznaczania celów, ale powinien być stosowany w celu wspierania mobilności pracowników i wewnętrznych szans na zatrudnienie.

KULTURA ORGANIZACYJNA

Zwykle przekonania organizacji i wspólne wartości nie są jawne, nie są zdefiniowane, spisane ani udokumentowane, ale są ukryte. Ludzie znają ich na co dzień, ze sposobu, w jaki pracują w firmie. Chociaż nie jest to jednoznaczne, **kultura organizacyjna może zadecydować o sukcesie lub porażce.**

Jest to zbiór percepcji, uczuć, postaw, nawyków, przekonań, wartości, tradycji i form interakcji wewnątrz i pomiędzy grupami we wszystkich organizacjach.

Kultura organizacyjna może ułatwiać realizację strategii, jeśli istnieje między nimi silna spójność lub wręcz przeciwnie, uniemożliwić lub opóźnić jej realizację. Jeżeli przyjmujemy założenie, że strategia biznesowa, oprócz prowadzenia firmy w kierunku osiągnięcia określonych celów ekonomicznych, jest drogowskazem w jej nieustannym dążeniu do doskonalenia jej funkcjonowania, można zatem wywnioskować, że kultura może i ma wpływ na wyniki działalności firmy.

Należy pamiętać, że kultura firmy może mieć znaczący wpływ na jej działalność, dlatego ważne jest, aby była ona stale weryfikowana w celu upewnienia się, że cele są realizowane.

Kultura nie jest czymś wiecznym, stałym i niezmiennym. Jest to coś, co powstaje w czasie i może zmieniać się wraz z ewolucją organizacji. Ponadto kultura organizacyjna nie jest czymś, co po prostu należy do organizacji. Kultura może być typowa dla działu, działu lub zespołu roboczego. Nie jest to ani dobre, ani złe samo w sobie, będzie zależało od sytuacji i sposobu, w jaki trzeba rozwijać pracę, aby osiągnąć cele organizacji.

CHARAKTERYSTYKA KULTURY ORGANIZACYJNEJ

Kultura biznesowa ma pewne cechy, które są kluczowe dla osiągnięcia pozytywnego wpływu zarówno na relacje międzyludzkie, jak i na wizerunek organizacji. Od każdej firmy zależy, czy zastosuje je lub dostosuje do swojej wizji. Oto kilka podstawowych cech:

- **Przestrzeń fizyczna:** Fizyczna przestrzeń organizacji również wpływa i może sugerować ideę kultury firmy. Niektóre z tych elementów obejmowałyby sposób dystrybucji i wyznaczania granic przestrzeni (wspólne, otwarte przestrzenie, zamknięte drzwi, bezpieczeństwo, sprawiedliwy podział itp.), ewentualne dekoracje osobiste i/lub korporacyjne (zdjęcia osobiste, zdjęcia służbowe, tytuły zawodowe; logo firmy firma; produkty wystawiennicze; ostentacyjna dekoracja), a nawet funkcjonalność przestrzeni (obecność/brak przestrzeni socjalnych, porządek, czystość, czas na relaks).
- **Tolerancja ryzyka:** odnosi się do stopnia swobody, jaką mają pracownicy przy podejmowaniu ryzykownych decyzji.
- **Proaktywność:** odnosi się do stopnia niezależności jednostek w podejmowaniu samodzielnych decyzji w ramach organizacji.
- **Tożsamość:** Dotyczy nie tylko wizerunku firmy (tożsamość graficzna, logo, charakterystyczna kolorystyka itp.), ale także stopnia spójności. Im bardziej spójna tożsamość, tym trwalsza będzie w czasie. Zwykle odnosi się to do stopnia, w jakim osoby pracujące w firmie identyfikują się z nią. W najbardziej powierzchownym znaczeniu odnosi się również do stylu, wyglądu lub ubioru narzuconego przez firmę, swobody i indywidualności stylu lub innych pokrewnych.
- **Wspólna kultura:** odnosi się do wartości, przekonań i zachowań, które są wspólne dla członków organizacji.
- **Model komunikacji:** implikuje hierarchię funkcji i procesów w komunikacji wewnętrznej firmy. Komunikacja jest niezbędnym elementem szkolenia i utrzymania kultury organizacyjnej firmy. Niektóre ważne elementy to procedury ustanawiania wymiany informacji i pomysłów (poczta, telefon, twarz w twarz itp.); ułatwienia w znalezieniu określonych osób w organizacji (zaplecze, dużo administracji, dostępność) lub sposób, w jaki można zamówić lub sformalizować spotkania (formalne, między współpracownikami, potrzebne w nich osoby, opinie, na które odpowiedziano itp.).
- **Kontrola:** Cechą potwierdzającą płynność procesów w organizacjach jest stopień bezpośredniego nadzoru nad pracownikami. Ogólnie rzecz biorąc, przy większym stopniu lub liczbie przełożonych procesy są mniej płynne.
- **Zachęty:** Kultura biznesowa musi uwzględniać istnienie lub brak systemu motywacyjnego, a także kryteria, dzięki którym pracownicy mogą z nich korzystać: produktywność, staż pracy itp.

Jednymi z najważniejszych pojęć związanych z Kulturą Organizacji są **misja, wizja i wartości firmy**.

Te trzy koncepcje określają cele organizacji, a także stanowią fundamentalną część definicji kultury organizacji, ponieważ leżą u podstaw pozostałych koncepcji.

W wielu przypadkach cele firmy w taki czy inny sposób będą determinować sposób ich osiągnięcia oraz sposób, w jaki pracownicy muszą zachowywać się w miejscu pracy.

Posiadanie dobrze zdefiniowanej misji, wizji i wartości jest niezbędne dla rozwoju odpowiedniej kultury organizacyjnej dla celów przedsiębiorstwa. Spójność jest niezbędna, aby pracownicy zaakceptowali i przyswoili sobie kulturę swojej organizacji.

MISJA

Określa *raison d'être* firmy, potrzeby zaspokajane przez nią swoimi produktami i usługami, rynek, na którym firma się rozwija oraz publiczny wizerunek firmy lub organizacji.

Misja firmy odpowiada na pytanie: po co istnieje organizacja?

Definiując misję naszej organizacji, musimy pamiętać o **trzech podstawowych elementach**:

1. Opis czym zajmuje się organizacja (co robić).
2. Jaki jest cel naszej pracy (kto będzie ją realizował).
3. Co jest wyjątkowego w organizacji (co nas różni od reszty).

Kilka innych odpowiedzi:

- W jakim celu powstała firma? (oryginalny pomysł, potrzeby, satysfakcja itp.).
- Co firma dobrze wie? (diagnoza, produkty, dobór osobisty itp.).
- Czego firma nie może zapewnić swoim pracownikom? (bezpieczeństwo, zmiana awansów, rozwój osobisty i zawodowy itp.).

WIZJA

Zdefiniuj i opisz przyszłą sytuację tego, co firma chce mieć. Celem wizji jest pokierowanie kontrolą i zachęcenie organizacji jako całości do osiągnięcia pożądanego stanu.

Wizja firmy jest odpowiedzią na pytanie: jaka chcemy, aby nasza firma/organizacja była w kolejnych latach?

- Jaką pozycję zajmuje firma w odniesieniu do pozycji, jaką chce zajmować w swojej branży w najbliższych latach (w sprzedaży, rentowności, jakości, innowacyjności itp.)?
- Czy istnieje firma w tym samym sektorze lub innym, nawet na świecie, jak firma chciałaby wyglądać?
- Jako pracownik, co chciałbyś, aby firma osiągnęła / przekształciła, abys jako pracownik był zaangażowany i dumny?

Ważne jest, aby wizję firmy podzielało jak najwięcej pracowników. Aby zapewnić długoterminową przyszłość i pozytywną ewolucję, istotne jest, aby aspiracje pracowników mogły zostać spełnione i aby czuli, że uczestniczą w rozwoju organizacji.

WARTOŚCI

Określa zbiór zasad, przekonań i norm, które determinują zarządzanie organizacją. Wartości to zasady przewodnie, którymi kierują się członkowie organizacji i dzieląją je.

Podstawowym celem definicji wartości korporacyjnych jest posiadanie układu odniesienia, który inspirowanie i reguluje życie firmy.

Wartości to jeden z podstawowych filarów kultury organizacji, choć oczywiście nie jedyny. Bardzo ważne jest zdefiniowanie w sposób zgodny z celami firmy. Jeśli chcesz, aby pracownicy czuli się częścią organizacji i

współpracowali w ewolucji i poszukiwaniu wizji, te wartości muszą być podzielane i akceptowane przez wszystkich, nigdy nie mogą być narzucane.

Kilka pytań do pracy nad wartościami:

- Jakie wartości są uważane za ważne w firmie? (Jakość usług, zorientowanie na klienta, praca zespołowa, zorientowanie na wyniki itp.).
- W jaki sposób wartości odzwierciedlają się w codziennej pracy?
- Jak ważna jest każda z tych wartości w firmie? (na przykład w skali od 1 do 5).

Przykłady wartości:

- Orientacja na klienta.
- Zaangażowanie w wyniki.
- Zrównoważony rozwój.
- Zainteresowanie ludźmi.
- Odpowiedzialność społeczna.
- Uczciwość.
- Narzędzia organizacyjne

Firmy często używają **schematów organizacyjnych**, aby stworzyć system podziału zadań i personelu, który odpowiada ich potrzebom. Schemat organizacyjny firmy składa się z informacyjnego graficznego przedstawienia struktury firmy. Reprezentuje pracowników i zasoby ludzkie firmy oraz struktury działów i jest dobrym zarysem relacji hierarchicznych w organizacji.

Każda firma będzie miała swój własny schemat organizacyjny, który będzie zależał od jej działalności, wielkości produkcji i kultury biznesowej.

Przygotowanie schematu organizacyjnego służy do:

- Formalnego stworzenia hierarchii pomiędzy różnymi stanowiskami i działami.
- Wyjaśnienia obowiązków i obciążenia pracą (procesy, komunikacja itp.).
- Odzwierciedlenia roli każdego stanowiska w każdej firmie.
- Ułatwienia globalnej wizji organizacji nowym inkorporacjom.
- Wyjaśnienia zależności hierarchicznej.
- Sformalizowania relacji wewnętrznych.

Wygodnie jest posiadać różne schematy organizacyjne, ogólne (firmowe), szczegółowe (obszary lub działy, procesy), funkcjonalne (zadania do wykonania przez każdego) lub relacyjne, w zależności od tego, kto będzie korzystał ze schematu organizacyjnego i jego celu.

Dobrze zdefiniowany schemat organizacyjny ułatwia zarówno codzienne zarządzanie, jak i planowanie strategiczne. Niektóre z podstawowych elementów, które mają wszystkie firmy, zostały pokazane w następujących punktach:

- **Zarządzanie:** Wyższa część kierownicza firmy. Odpowiadają za podejmowanie istotnych dla organizacji decyzji.
- **Linia środkowa:** obejmuje wszystkich menedżerów średniego szczebla w firmie. Można powiedzieć, że są łącznikiem pomiędzy najwyższym kierownictwem a linią działania organizacji.
- **Rdzeń operacji:** składa się z pracowników, którzy są bezpośrednio związani z produkcją dobra lub usługi oraz ich dystrybucją.

Innymi składnikami przedsiębiorstwa mogą być:

- **Technostruktura:** Są to analitycy spoza kierownictwa firmy, którzy analizują i przedstawiają zmiany w strukturze firmy (rozbudowy, restrukturyzacje itp.) w celu zwiększenia jej efektywności.
- **Personel pomocniczy:** Jest to część firmy, która nie współpracuje bezpośrednio przy wykonywaniu czynności, ale jest przeznaczona do pełnienia funkcji pomocniczych w celu uzyskania lepszych wyników. Mogą nie być częścią firmy, ale raczej być zlecane podwykonawcom (np. doradztwo).

Jednak nie wszystkie te elementy są przedstawione w schemacie organizacyjnym firmy, ponieważ w zależności od branży i rodzaju firmy mogą się one różnić. Będzie to również zależeć od wielkości firmy, niezależnie od tego, czy pochodzi z tej samej branży.

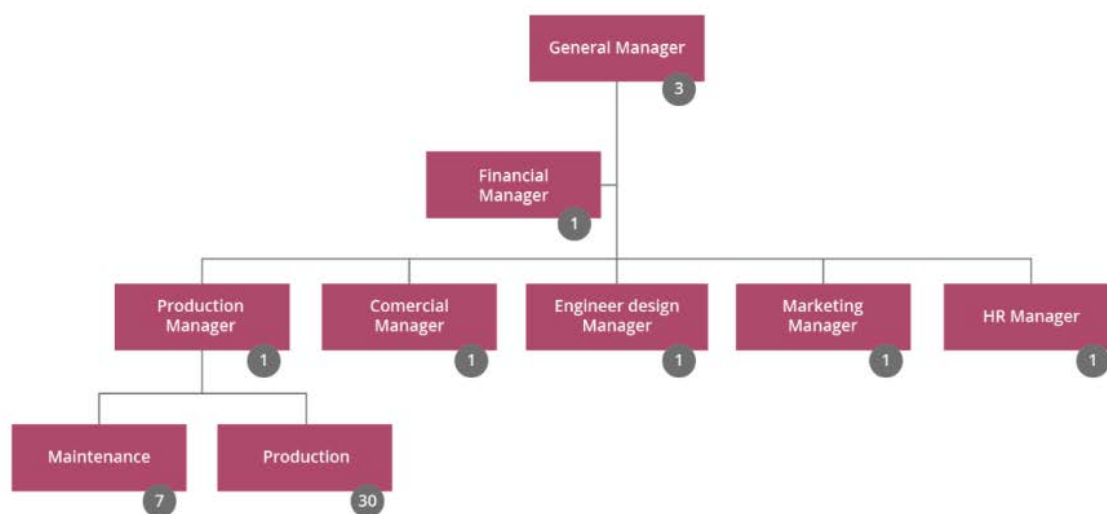
RODZAJE SCHEMATÓW ORGANIZACYJNYCH

Poniżej znajdują się najbardziej rozbudowane schematy organizacyjne w organizacjach:

PROSTA ORGANIZACJA

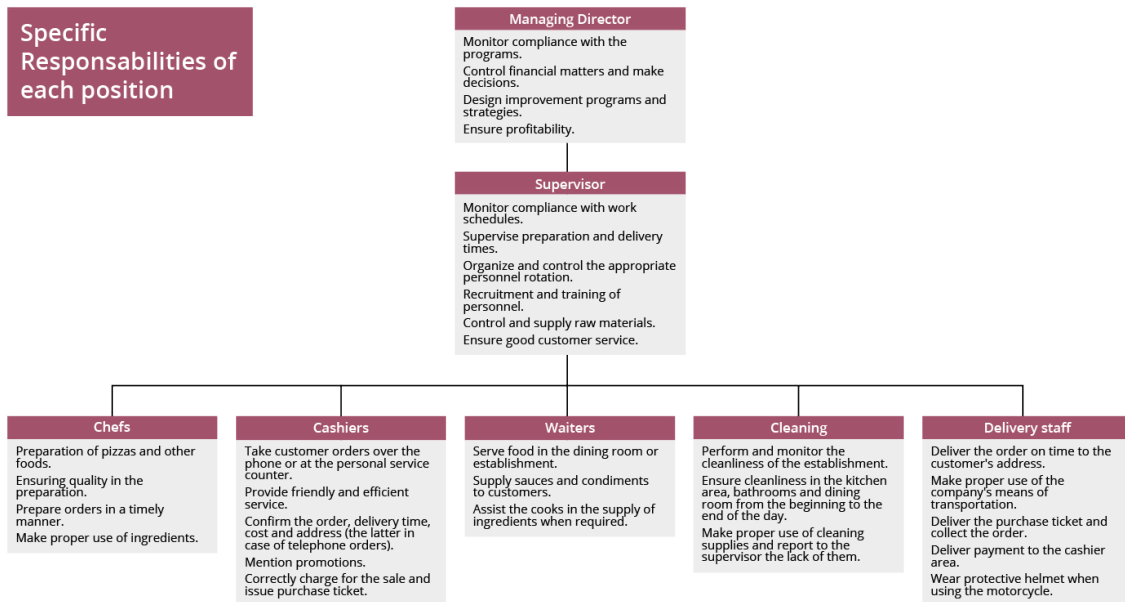
Najczęściej w małych i średnich przedsiębiorstwach. Obejmuje głównie menedżerów i trzon operacji i nie zawiera innych możliwych elementów.

Taka struktura pozwala na płynną komunikację między kierownictwem wyższego szczebla a operatorami, co jest kluczowym punktem, jeśli chodzi o nowe firmy, które dostosowują się do otoczenia i muszą być elastyczne.



SCHEMAT FUNKCJONALNY

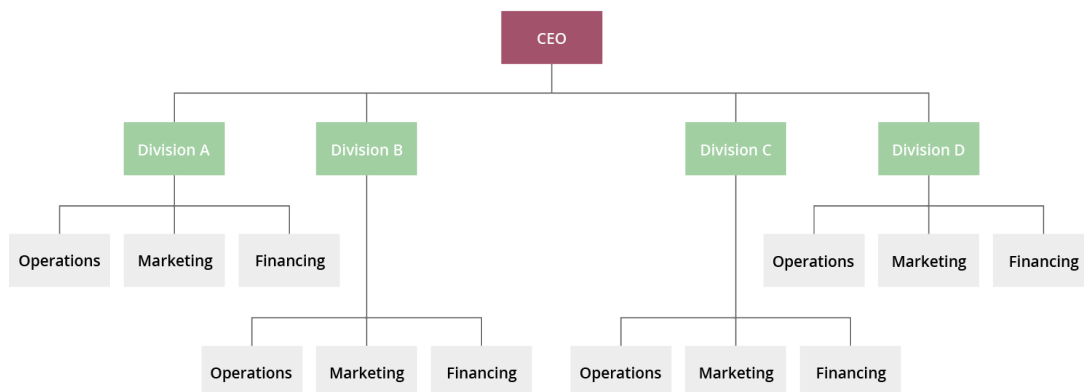
Ta reprezentacja obejmuje główne funkcje przypisane różnym centrom pracy, a także jednostki i ich wzajemne relacje. Ten typ schematu organizacyjnego jest bardzo przydatny do szkolenia personelu i ogólnego przedstawiania organizacji.



FORMA DYWIZJI

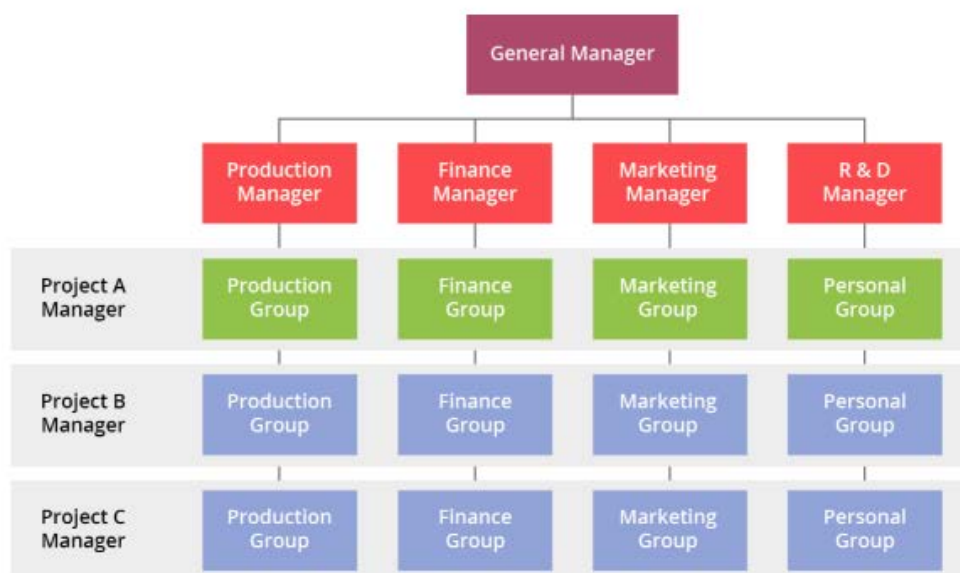
Typowe dla dużych firm, które potrzebują bardziej złożonej struktury ze względu na rodzaj wykonywanej pracy lub wielkość.

Ma strukturę, w której występują wszystkie elementy, ale trzon działania stanowią inne kompletne struktury organizacyjne. Dlatego w firmie istnieje bardzo szeroka hierarchia, jak pokazano poniżej.



STRUKTURA MACIERZY

Reprezentuje strukturę korporacyjną, w której pracownicy uczestniczą w określonych projektach, kontynuując jednocześnie wykonywanie swoich obowiązków. Wykorzystywane są podwójne kanały: z jednej strony główna hierarchia; a z drugiej konkretne programy/projekty.



Jak krok po kroku wykonać schemat organizacyjny firmy?

Przede wszystkim musisz wziąć pod uwagę, że ta sama osoba może jednocześnie zajmować kilka działów; kilka działów można zjednoczyć, wykonując zadania od tej samej osoby, a nawet można mieć jeden lub więcej działów zleconych na zewnątrz.

Mając to na uwadze, **podstawowymi krokami tworzenia schematu organizacyjnego** byłyby:

1. Zrób listę wszystkich możliwych działów Twojej firmy.
2. Zdefiniuj, na ile to możliwe, funkcje, które mają być wykonywane w każdym dziale oraz osobę, która byłaby odpowiedzialna za wykonywanie tych zadań.
3. Zrób mały zarys na papierze i ołówku lub za pomocą niektórych programów biurowych. Powyższe przykłady mogą służyć jako inspiracja.
4. Przeanalizuj, czy działy i ich funkcje zostały poprawnie zidentyfikowane. Zmiany można wprowadzić później.
5. Przekaż pracownikom schemat organizacyjny, aby poznali swoich kierowników i wewnętrzne funkcjonowanie firmy.

Fakt posiadania sformalizowanego i dostępnego dla wszystkich pracowników schematu organizacyjnego:

- Ułatwia globalną wizję organizacji nowym inkorporacjom.
- Wyjaśnia zależności hierarchiczne.
- Formalizuje relacje wewnętrzne.

LISTY KONTROLNE

Niejednokrotnie w kuchni hotelu, baru, restauracji... może zapanować chaos. Kiedy tak się dzieje, coś tak prostego jak **lista kontrolna w kuchni** może z łatwością pomóc rozwiązać problem.

Lista kontrolna to lista działań, które należy przejrzeć, sprawdzić lub skontrolować. Listy kontrolne to narzędzia, które służą do **lepszego organizowania zadań i łatwego sprawdzania, które zadania są najważniejsze w codziennej pracy**. Korzystanie z niej pozwoli Ci upewnić się, że nie pominiesz żadnych ważnych kroków.

Każdy, kto nigdy nie pracował w kuchni, byłby zaskoczony, gdyby dowiedział się, ile pracy i czasu pochłania przygotowanie i zamykanie jej każdego dnia.

Wszystkie składniki należy przygotować rano, a następnie odpowiednio przechowywać na koniec dnia. Chłodnie i piece muszą być ustawione na precyzyjne temperatury, aby zachować jakość żywności. Powierzchnie i naczynia drobnego sprzętu kuchennego muszą być stale czyszczone, aby zapewnić bezpieczeństwo i higienę gości i personelu.

Powody, dla których warto korzystać z kuchennej listy kontrolnej

Jak widzieliśmy, otwieranie i zamykanie list kontrolnych ma fundamentalne znaczenie dla wewnętrznej organizacji kuchni, ponieważ:

- Są jasne i zwięzłe. Wszyscy zapominamy o zrobieniu czegoś. Dzięki liście kontrolnej, która zawiera jasne zadania i instrukcje, Twój zespół nie może zapomnieć o zrobieniu czegoś.
- Pomagają zorganizować zespół. Możesz ich użyć do podziału zadań zespołu kuchennego według własnego uznania, w zależności od wielkości zespołu, kuchni i listy zadań.
- Są łatwe w użyciu. Każdy pracownik, od szefa po zmywacza do naczyń, może korzystać z listy kontrolnej, jeśli jest wystarczająco prosta.
- Pomagają ujednoczyć pracę. Nawet jeśli masz najlepsze procesy na świecie, nic ci one nie pomogą, jeśli nie masz ich udokumentowanych lub nie masz możliwości sprawdzenia, czy są przestrzegane.
- Są łatwe do aktualizacji. Chcesz dodać kolejne zadanie do procedury zamknięcia kuchni? Dodaj go do swojej listy kontrolnej i wydrukuj/udostępnij nową kopię na następny dzień.

Powody, dla których warto korzystać z kuchennej listy kontrolnej

Jak widać, otwieranie i zamykanie list kontrolnych ma fundamentalne znaczenie dla wewnętrznej organizacji kuchni, ponieważ:

- **Są jasne i zwięzłe.** Wszyscy zapominamy o zrobieniu czegoś. Dzięki liście kontrolnej, która zawiera jasne zadania i instrukcje, Twój zespół nie może zapomnieć o zrobieniu czegoś.
- **Pomagają zorganizować zespół.** Możesz ich użyć do podziału zadań zespołu kuchennego według własnego uznania, w zależności od wielkości zespołu, kuchni i listy zadań.
- **Są łatwe w użyciu.** Każdy pracownik, od szefa po zmywacza do naczyń, może korzystać z listy kontrolnej, jeśli jest wystarczająco prosta.
- **Pomagają ujednoczyć pracę.** Nawet jeśli masz najlepsze procesy na świecie, nic ci one nie pomogą, jeśli nie masz ich udokumentowanych lub nie masz możliwości sprawdzenia, czy są przestrzegane.
- **Są łatwe do aktualizacji.** Chcesz dodać kolejne zadanie do procedury zamknięcia kuchni? Dodaj go do swojej listy kontrolnej i wydrukuj/udostępnij nową kopię na następny dzień.

Company name: Your company



FoodDocs - Opening and closing checklist

Date: _____

fooddocs.com

Done	Opening checklist
	Set an agenda for the staff meeting
	Establish goals for the day
	Explain daily specials to the staff
	Review menu items
	Staff tasting of the menu items
	Pay bills
	Answer emails, respond to reviews and social media posts
	Organize any incoming inventory deliveries
	Equipment inspection and coordinate any maintenance appointments to fix the premise or equipment
	Inspect bathroom to make sure everything is fully stocked

Done	Closing checklist
	Check staff schedule for next day
	Check clock-in and clock-out times
	Take notes on staff performance
	Keep track of overtime scheduling
	Assure that cash registers are balanced
	Do a final walk through to check that all the proper equipment is turned off
	Look at the detailed sales report at the end of the day
	Check the inventory to ensure that the kitchen and bar are fully stocked for the next day

JAK ZROBIĆ WSTĘPNĄ LISTĘ KONTROLNĄ?

Celem listy kontrolnej otwarcia kuchni jest, aby zespół kuchenny miał jasność co do najważniejszych zadań do wykonania w ciągu dnia.

Rano zazwyczaj nowe zamówienie na żywność musi zostać odebrane i odpowiednio zapisane. Jednocześnie żywność, która ma być przygotowana na dzienną sprzedaż, musi zostać wyjęta z magazynu. Mając tak wiele do zrobienia, jest prawie nieuniknione, że coś prześlizgnie się przez szczeliny.

Oto jak opracować system, który zapobiegnie temu wszystkiemu:

Krok 1. Określ zadania wstępne: usiądź z personelem swojej firmy i poproś ich, aby opowiedzieli ci wszystko, co robią rano. Porozmawiaj ze znajomymi, którzy pracują w innym lokalu HORECA i poproś ich, aby opowiedzieli, co robią, aby otworzyć swoją kuchnię. Obserwuj swój zespół kuchenny podczas porannej pracy i notuj wszystkie jego czynności.

Niektóre z typowych zadań związanych z otwieraniem kuchni to:

- Konserwacja i kalibracja sprzętu.
- Przyjmowanie surowców i umieszczanie ich w sklepach.
- Przygotowanie przyborów kuchennych i przyborów kuchennych.
- Rozpalanie / podgrzewanie piekarników, frytownic i grzałek.
- Porcjowanie, przygotowywanie i przetwarzanie żywności.
- Przechowywanie w tackach gastronomicznych i utylizacja resztek.

Gdy będziesz mieć wszystko, co musisz zrobić, będziesz mieć wszystkie działania, które musisz uwzględnić na liście kontrolnej otwierania.

Krok 2. Uporządkuj zadania wstępne: Właściwym sposobem sporządzenia listy kontrolnej jest podzielenie zadań na sekcje, takie jak przygotowywanie posiłków, sprzątnięcie, organizowanie itp.

Przejrzyj listę zadań i znajdź między nimi wspólne wątki. Następnie pogrupuj je według priorytetu, relacji zadań, bliskości itp.

Krok 3. Utwórz listę kontrolną otwierania kuchni: Po uporządkowaniu wszystkich zadań dodaj je do arkusza kalkulacyjnego (podobnego do Excela), wydrukuj i użyj jako listy kontrolnej otwierania kuchni na papierze.

Zachowaj kopię swojego programu Excel, aby móc go przedrukowywać/udostępniać co tydzień oraz gdy procedury są dostosowywane lub zmieniane.

Pamiętaj, aby zostawić miejsce na dole, aby dodać komentarze i podpis każdego, kto przeglądał zadania, abyś mógł śledzić błędy i sugestie.

JAK ZROBIĆ ZAMYKAJĄCĄ LISTĘ KONTROLNĄ?

Proces zamykania listy kontrolnej w kuchni jest bardzo podobny do procesu otwierania listy kontrolnej.

Jednak w przeciwieństwie do początkowej listy kontrolnej, końcowa lista kontrolna powinna kłaść większy nacisk na bezpieczeństwo i czystość.

Ponieważ żywność jest przechowywana przez noc, należy to zrobić w odpowiedni sposób, ponieważ wszelkie błędy w tym zakresie mogą spowodować poważne problemy. Pozostawienie włączonej kuchenki lub piekarnika albo niedomykanie prawidłowo drzwi lodówki może zaszkodzić firmie lub zepsuć żywność.

Podczas tworzenia tej listy kontrolnej należy zachować dodatkowe środki ostrożności, aby upewnić się, że te małe (lub duże) problemy nie wystąpią.

Krok 1. Zidentyfikuj zadania zamykające: obserwuj swój zespół podczas pracy i kiedy zamykają się na noc.

Zanotuj wszystkie luźne końce, które chcesz związać z listą kontrolną zamknięcia kuchni.

Niektóre z typowych zadań związanych z zamykaniem kuchni to:

- Bezpieczne przechowywanie szklanek, naczyń i przyborów kuchennych.
- Wyłącz wszystkie gorące powierzchnie, światła, piekarniki, grille i kuchenki.
- Zapakuj, sfilmuj i przechowuj wszystkie resztki jedzenia do późniejszego wykorzystania.
- Zdezynfekuj wszystkie powierzchnie i wyczyść wszystkie podłogi.
- Wyczyść patelnię w kuchni.
- Wyczyść okap kuchenny.
- Wynieś śmieci.

Krok 2. Uporządkuj końcowe zadania: Podobnie jak w przypadku początkowej listy kontrolnej, bardzo przydatne będzie uporządkowanie końcowej listy kontrolnej kuchni według typowych zadań.

Ponieważ na zamknięciu jest więcej zadań do wykonania niż na otwarciu, taka organizacja staje się niezbędna. Bezpieczeństwo i czystość to tylko niektóre z kategorii, których możesz użyć do organizacji zadań związanych z zamknięciem.

Zadania należy podzielić na:

- Codzienne zadania (po serwisie).
- Cotygodniowe zadania (dokładniejsze sprzątnięcie, w tym lodówek, okapów i półek).

Krok 3. Utwórz listę kontrolną zamknięcia kuchni: Gdy wszystko będzie gotowe, wypisz zadania w arkuszu kalkulacyjnym i użyj go jako listy kontrolnej zamknięcia kuchni w wersji do druku.

Tak jak poprzednio, zostaw miejsce na komentarze i podpis każdego, kto przeglądał zadania, aby można było śledzić błędy i zalecenia.

PLANOWANIE ZMIAN

Technologia umożliwia dobre dopasowanie zmian, a dobre oprogramowanie do planowania może zaoszczędzić dużo czasu. Pomimo tego, że w hotelarstwie rozkłady jazdy są bardzo zróżnicowane, powinniśmy starać się ułożyć rozkład jazdy z co najmniej dwutygodniowym wyprzedzeniem:

- Zapoznaj się z rodzajami umów każdego członka personelu i ich ograniczeniami, aby ich nie naruszać.
- Zaznacz dni wolne dla każdego członka personelu.
- Określ i zorganizuj, które stanowiska i punkty w restauracji/barze/kawiarni..., zarówno na zapleczu, jak i w recepcji, powinny być objęte obsługą lub z większą liczbą pracowników w zależności od różnych pór dnia. Liczba kucharzy, kelnerów, pracowników baru itp.
- Upewnij się, że zmiany kierowników są rozdzielone i rozłożone w czasie.
- Wykonywanie codziennych zmian w celu zagwarantowania obsługi.
- Oblicz umowy na pełny etat dla celów czysto księgowych.

Nieoczekiwane zdarzenia są bardzo częste w hotelarstwie. Dlatego należy pamiętać, że ogólnie cały czas powyżej 40 godzin to nadgodziny. Pracownikom można zaproponować możliwość dłuższego pobytu jako zachętę. Zaleca się również posiadanie puli pracowników zatrudnionych w niepełnym wymiarze godzin lub pracowników dorywczych.

Jak zorganizować dni wolne dla pracowników

Musimy być sprawiedliwi w przydzielaniu zmian, aby zapewnić cotygodniowy czas odpoczynku:

- Często zmieniaj harmonogramy dla każdego pracownika: W zakładzie HORECA szczytowe obciążenie pracą i godziny szczytu różnią się w zależności od potrzeb firmy. Ważne jest, aby pracownicy byli otwarci na ewentualne zmiany zmianowe, w zamian np. za czas wolny.
- Sprawiedliwe planowanie zmian z rotacją zmian dla starszych pracowników, jak również dla nowych pracowników, zapewni, że cały zespół będzie przygotowany do radzenia sobie z poziomem pracy w różnych porach dnia.
- Zawsze planuj precyzyjną obsadę: Kluczowe jest dopasowanie siły roboczej do rzeczywistego zapotrzebowania i w tym celu warto polegać na rozwiązaniach, które pomogą Ci jak najdokładniej oszacować popyt lub sprzedaż.

- Bądź w kontakcie z niektórymi pracownikami, gdy jest to konieczne: Chociaż idealnie jest nie trzymać personelu pod telefonem, wskazane jest, aby mieć pewnych członków zespołu, którzy mogą dostosować swoją zmianę w pewnych wyjątkowych sytuacjach. Jest to alternatywa łatwiejsza do osiągnięcia z menedżerami.
- Dwóch kierowników to nie jeden: Posiadanie więcej niż jednego kierownika zapewni lepszą kontrolę zmian i zasięg usług. Jest to droższe, ale w dłuższej perspektywie będzie to zwrot z inwestycji.
- Pracownicy mają życie poza pracą: Planując rozkład zajęć, należy wcześniej sprawdzić ich dostępność.
- Zapewnij okresy odpoczynku: Przestrzeganie umów o pracę, ale także myślenie o stresie i zmęczeniu, między innymi w celu promowania dobrego środowiska pracy.
- Ustal zasady i wytyczne, aby zapewnić dobre zarządzanie: Pomoże to uniknąć ewentualnych błędów i ciągłej weryfikacji rozkładów jazdy.
- Rejestruj wszystkie prośby personelu o czas wolny i dni wolne: poprzez wytyczne, które określają minimalne okresy wypowiedzenia dla pracowników lub zasady dla wszystkich pracowników.
- Poniżej znajduje się przykład harmonogramu kuchni:

BLACK MOUNTAIN HOH

	Sun 8/26/2018	Mon 8/27/2018	Tue 8/28/2018	Wed 8/29/2018	Thur 8/30/2018	Fri 8/31/2018	Sat 9/1/2018	
Bob	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
Carl			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
Juan			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
Jose	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
								0
Tom	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Cindy			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Ralph	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
William	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Henry	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	45
Phillip		2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM		45
Tim	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Saute								0
Grill								0
Wheel								0
Pantry								0
								0
								0

We must be equitable in allocating shifts to ensure weekly rest times:

JAK ZORGANIZOWAĆ DNI WOLNE DLA PRACOWNIKÓW

Musimy być sprawiedliwi w przydzielaniu zmian, aby zapewnić cotygodniowy czas odpoczynku:

- Często zmieniaj harmonogramy dla każdego pracownika: W zakładzie HORECA szczytowe obciążenie pracą i godziny szczytu różnią się w zależności od potrzeb firmy. Ważne jest, aby pracownicy byli otwarci na ewentualne zmiany zmianowe, w zamian np. za czas wolny.

Sprawiedliwe planowanie zmian z rotacją zmian dla starszych pracowników, jak również dla nowych pracowników, zapewni, że cały zespół będzie przygotowany do radzenia sobie z poziomem pracy w różnych porach dnia.

- Zawsze planuj precyzyjną obsadę: Kluczowe jest dopasowanie siły roboczej do rzeczywistego zapotrzebowania i w tym celu warto polegać na rozwiązaniach, które pomogą Ci jak najdokładniej oszacować popyt lub sprzedaż.
- Bądź w kontakcie z niektórymi pracownikami, gdy jest to konieczne: Chociaż idealnie jest nie trzymać personelu pod telefonem, wskazane jest, aby mieć pewnych członków zespołu, którzy mogą dostosować swoją zmianę w pewnych wyjątkowych sytuacjach. Jest to alternatywa łatwiejsza do osiągnięcia z menedżerami.
- Dwóch kierowników to nie jeden: Posiadanie więcej niż jednego kierownika zapewni lepszą kontrolę zmian i zasięg usług. Jest to droższe, ale w dłuższej perspektywie będzie to zwrot
- Oprogramowanie do zarządzania kuchnią

Oprogramowanie do zarządzania kuchnią pozwoli właścicielom i menedżerom firm HORECA zaoszczędzić czas, ale poszukiwanie tego idealnego może być dość czasochłonne. Wiele firm oferuje kompleksowe systemy, jednak nie wszystkie będą idealnie pasować do każdej kuchni.

Poniżej znajduje się lista najlepszych programów do zarządzania:

- XTRACEF: Narzędzia finansowe i operacyjne platformy pozwalają operatorom z branży spożywczej maksymalizować marżę. Niektóre funkcje systemu zarządzania obejmują automatyzację AP, zarządzanie kosztami żywności, raporty w czasie rzeczywistym, zarządzanie recepturami i zarządzanie zapasami.
- RESTAURANT 365: Ten system oferuje oprogramowanie do księgowości, inwentaryzacji, listy płac i raportowania, które można zintegrować z systemem POS restauracji i partnerami bankowymi. Na tym samym dashboardzie wyświetlane są narzędzia operacyjne i finansowe, a w ramach systemu firma oferuje również aplikację mobilną. Jest to realna opcja dla restauracji wielostanowiskowych i franczyzowych.
- FOODAGER: Główne zalety Foodager obejmują wydajne zamawianie, zautomatyzowane księgowanie i planowanie menu w celu maksymalizacji zysków. Dzięki temu systemowi restauracje mogą całkowicie zrezygnować z papieru w całym procesie zamawiania i przyjmowania. Ten system zarządzania działa w placówkach jedno- i wielostanowiskowych, w tym QSR, restauracjach z pełnym zakresem usług, barach, klubach nocnych i hotelach. Dzięki możliwości śledzenia każdego kosztu Foodager pozwala operatorom zaoszczędzić pieniądze i zwiększyć zyski.
- APICBASE: Platforma dla restauracji z pełnym zakresem usług, hoteli, sieci restauracji i punktów szybkiej obsługi. To oprogramowanie pozwala użytkownikom śledzić i kontrolować koszty żywności, obliczać marżę i zarządzać wszystkimi operacjami zaplecza. Firma oferuje dziewięć komponentów „modułowych”, w tym analitykę sprzedaży, zapasy i planowanie menu, które można wykorzystywać i dodawać zgodnie z potrzebami restauracji.

- **POSIST CLOUD KITCHEN MANAGEMENT:** Obsługuje QSR, eleganckie restauracje i wszystko pomiędzy, w tym kuchnie w chmurze, piekarnie, minibrowary i food courty. POSist może współpracować z restauracjami i placówkami dowolnej wielkości i oferuje intuicyjną technologię POS.
- **URBANPIPER:** Oferuje narzędzia do optymalizacji możliwości cyfrowych restauracji i obecności w Internecie. Pakiet produktów firmy obejmuje konfigurowalne strony internetowe i aplikacje, pulpit nawigacyjny CMS + CRM oraz narzędzia do prowadzenia kampanii. System oparty na chmurze umożliwia bezpłatne pobieranie najnowszych aktualizacji systemu i poprawek błędów.
- **JAMIX:** Z systemu zarządzania kuchnią Jamix mogą korzystać wszelkiego rodzaju lokale gastronomiczne, w tym restauracje i sieci, kafeterie. Oparty na chmurze „system zarządzania kuchnią” oferuje planowanie menu, analizę wartości odżywczych, zarządzanie zapasami, zarządzanie przepisami i zaopatrzenie. Ma na celu stworzenie bardziej zrównoważonych kuchni i może być używany przez każdą wielkość działalności gastronomicznej.

KOMPETENCJE PERSONELU POTRZEBNE DO WYKONYWANIA ZADAŃ W KUCHNI

- 1. Kreatywność:** profesjonalny szef kuchni zostawia cząstkę siebie w każdym daniu. Posycie, połączenie kolorów, smaków i zapachów to tylko niektóre z czynników, które trzeba z dużą kreatywnością zmodyfikować, aby finalny produkt był pyszny. Na studiach kulinarnych nie uczy się kreatywności (uważa się, że ta umiejętność jest wrodzona), ale uczy się, jak ją kształtować.
- 2. Porządek:** nigdy nie możesz powiedzieć, że widziałeś profesjonalnego kucharza robiącego bałagan w kuchni. W rzeczywistości uzyskanie certyfikatu zawodowego kucharza w każdej szkole gotowania jest podstawowym wymogiem. Porządek to umiejętność, którą rozwija się w domu, a następnie przenosi na pole zawodowe. Ponadto praca w środowisku komputerowym pozwala na większą szybkość i wszechstronność.
- 3. Inicjatywa:** wśród najważniejszych umiejętności są kompetencje w tym zakresie. Praktycy kuchni mają ogromne zamiłowanie do tworzenia czegoś nowego.
- 4. Umiejętność tworzenia zespołów:** kuchnia generalnie nie składa się z jednego kucharza. Jest wielu członków jednego, a praca zespołowa jest niezbędna, aby wydobyć potrawy na czas i zgodnie z recepturą. Jeśli nie czujesz się gotowy do pracy w zespole, może lepiej poświęcić się innej profesji.
- 5. Szybkość:** Kolejnym ważnym czynnikiem, który należy wziąć pod uwagę przed przeprowadzeniem badań kulinarnych, jest szybkość działania. W profesjonalnej kuchni wszystko dzieje się absolutnie szybko. Dlatego szybkość idzie w parze z radzeniem sobie ze stresem. Profesjonalny kucharz musi być w stanie zachować spokój podczas pracy na pełnych obrotach.
- 6. Dobry gust:** kim byłby kucharz, gdyby nie był pewien, kiedy jego/jej jedzenie smakuje dobrze? Podniebienie profesjonalisty musi być tak skalibrowane, aby wyczuwało słodkie lub kwaśne, słone lub pikantne jedzenie, aby w ten sposób mógł wygenerować równowagę smaków, które składają się na wykwintne danie.

UMIĘJĘTNOŚCI DELEGOWANIA

Umiejętność delegowania jest ważna dla każdego przełożonego lub kierownika. Menedżerowie muszą być w stanie powierzyć pracownikom obowiązki, jednocześnie zapewniając, że praca jest wykonywana dobrze. W środowisku pracy delegacja zwykle oznacza przeniesienie odpowiedzialności za zadanie z kierownika na

podwładnego. Decyzję o delegowaniu podejmuje zazwyczaj kierownik. Czasami jednak pracownik zgłasza się na ochotnika do objęcia rozszerzonej roli.

Delegacja może również mieć miejsce, gdy istnieje mniej formalny łańcuch uprawnień. Na przykład członek grupy rówieśniczej, który został wyznaczony jako lider zespołu, może delegować zadania rówieśnikom w grupie.

Czym są umiejętności delegowania?

W większości przypadków dobrzy menedżerowie wiedzą, jak wykonać każde zadanie wymagane przez zespół. Lepszy menedżerowie wiedzą, że nie powinni próbować ukończyć każdego zadania z dwóch powodów.

Po pierwsze, wiedzą, że jest bardzo prawdopodobne, że każdy członek zespołu mógłby wykonać większość tych zadań równie dobrze lub lepiej. Po drugie, świetni menedżerowie rozumieją, że nie powinni przytłaczać własnego harmonogramu przez mikrozarządzanie. Liderzy, którzy wiedzą, jak zarządzać, zawsze będą delegować. Uczą się, jak radzić sobie z własnymi obawami o to, czy członkowie ich zespołu są godni zaufania. Wiedzą, jak poinstruować członków swojego zespołu w sposób, który sprawia, że członkowie czują się uprawnieni do wykonywania wymaganych od nich zadań.

Delegacja niekoniecznie oznacza przeniesienie pełnej odpowiedzialności. Na przykład kierownik może poprosić podwładnego o zatrudnienie asystenta administracyjnego, ale kierownik nadal będzie przeglądał działania podejmowane przez podwładnego w celu wykonania zadania i udzielał wskazówek.

RODZAJE UMIEJĘTNOŚCI DELEGOWANIA

1. Szkolenie

Często podczas delegowania będziesz musiał upewnić się, że twój pracownik lub współpracownik posiada umiejętności i zdolności niezbędne do wykonania zadania. Może to wymagać przeszkolenia przed delegowaniem. Dobry menedżer wie, jak skutecznie przeszkolić swoich pracowników w nowym zadaniu lub umiejętności. Niektóre zadania wymagają wglądu i wiedzy menedżera.

Przed delegowaniem menedżerowie muszą ocenić zadania, aby ustalić, czy przekazanie ich podwładnemu ma sens.

Innym zadaniem delegowania, którego podejmują się menedżerowie, jest identyfikacja zewnętrznych zasobów – czy to technologii, czy innych firm – które mogą pomóc w codziennych zadaniach.

Identyfikacja działań o wysokiej wartości:

- Ocena mocnych i słabych stron pracowników
- Tworzenie zachęt
- Zarządzanie talentami
- Promowanie
- Tworzenie opisów stanowisk
- Zatrudnianie
- Wyszukiwanie dostępnych narzędzi szkoleniowych
- Outsourcing
- Współpraca

2. Zaufanie

Często menedżerowie nie delegują, ponieważ nie ufają, że ich pracownicy wykonają tak dobrą pracę, jak oni. Dobry menedżer ufa umiejętnościom swoich pracowników. Jasno określa oczekiwania i udziela informacji zwrotnych, ale nie zarządza mikrozarządzaniem, gdy pracownik pracuje nad zadaniem. Zaufanie jest kluczem do skutecznego delegowania.

ROZWIĄZYWANIE KONFLIKTÓW W ORGANIZACJI

KONFLIKT W FIRMIE

Konflikty w pracy są prawie normalne, ponieważ ludzie o różnych osobowościach, celach i potrzebach muszą żyć razem w miejscu pracy. Konflikty te mogą wytworzyć atmosferę wrogości, którą należy rozwiązać. W rzeczywistości, jeśli zostaną odpowiednio rozwiązane, można wydobyć pozytywne elementy, takie jak rozwój osobisty lub zawodowy.

Konflikt obejmuje sytuację, w której **jedna część członków grupy zajmuje stanowisko znacznie różniące się od pozostałych członków, zmniejszając lub eliminując spójność**. W zespole roboczym może powstać, gdy istnieje rozbieżność kryteriów między członkami tworzącymi grupę.

W rozwoju zespołu roboczego często zdarza się, że w pewnym momencie mogą pojawić się konflikty osobiste, problem pojawia się, gdy konflikty prowadzą do poważnej konfrontacji między dwoma lub więcej członkami zespołu. Ta sytuacja powoduje natychmiastowe **pogorszenie wyników** zespołu. Aby zespół był efektywny, jego członkowie muszą być doskonale ze sobą zgrani. Mając to na uwadze, jasne jest, że zespół nie może dopuścić do tego typu konfrontacji wewnątrz siebie, a jeśli już, to należy ją natychmiast przerwać.

Lider i wszyscy członkowie grupy są zobowiązani do **zapewnienia tej harmonii i dobrej atmosfery pracy**, co znacznie ograniczy możliwości konfrontacji.

RODZAJE KONFLIKTÓW

- Utajone: Istnieją, ale się nie manifestują.
- Manifesty: Manifestują się w jasny sposób.

Konflikt opiera się na dwóch podstawowych filarach: emocjonalnym i strukturalnym. Podczas rozwiązywania konfliktu należy wziąć pod uwagę obie strony, racjonalną i emocjonalną. Z tego powodu pierwszą rzeczą jest wykrycie przyczyn, które wywołują ten emocjonalny dyskomfort.

Może się zdarzyć, że ten emocjonalny dyskomfort ma swoje źródło w problemach strukturalnych, takich jak złe zaprojektowanie struktury pod względem organizacji wewnętrznej, ról... Po wykonaniu tego pierwszego kroku należy podjąć działania, aby konflikt nie przerodził się w krnąbrny.

O konfliktach nie należy zapominać, ale je rozwiązywać, ponieważ nierozwiązany konflikt prędzej czy później doprowadzi do podziału i rozwiązania zespołu roboczego. Nierozwiązywanie konfliktów z powodu braku zdolności lub niechęci do tego może prowadzić do przeniesienia konfliktów na poziom personalny, niszcząc możliwość prawidłowego funkcjonowania zespołu i marnując talent jego członków. **Ponadto tworzy złe środowisko pracy, które pogarsza wydajność.**

PRZYCZYNY KONFLIKTÓW PRACOWNICZYCH

Konflikt	Elementy	Opis
Źródła konfliktów	Materiały, pracownia komputerowa, etc.	Jeśli kilka osób w zespole potrzebuje tych samych zasobów, lider powinien starać się, aby wszyscy efektywnie korzystali z zasobów, przy czym przeważa interes zespołu.
Style konfliktów	Sposoby pracy, osobowość, style zachowań (porządek/chaos, nadzór/autonomia)	Podczas tworzenia zespołów i przydzielania ról w pracy należy wziąć pod uwagę różne style, które są naznaczone osobowością i potrzebami.
Konflikty w postrzeganiu	Różne punkty widzenia, plotki, różnice między grupami.	Należy ułatwić otwartą komunikację i zapewnić solidne argumenty dla każdego postrzegania.
Konflikt celów	Kilka celów i zadań w firmie	Przełożeni muszą być skoordynowani w ustalaniu celów i unikaniu sprzecznych celów. Cele muszą być jasne, a do ich wyznaczenia konieczna jest dobra komunikacja.
Konflikty powstające pod presją	Nagle sytuacje, które sprzyjają presji i stresowi.	Występuje, gdy nie można posunąć się naprzód w pracy, ponieważ jesteś zależny od innych działów, które mają inne sytuacje awaryjne, ale masz termin. Konieczne jest uelastycznienie planowania i ustalenie wspólnych priorytetów.
Konflikty ról	Ten sam pracownik musi wykonywać zadania, które nie odpowiadają jego roli.	Walka o władzę lub starcia między pracownikami mogą być generowane z powodu nakładających się funkcji. Potrzebna jest dobra komunikacja o potrzebie wykonania zadania przez każdą osobę.
Konflikty wartości	Różne wartości osobiste.	Dokonaj dobrego doboru personelu, biorąc pod uwagę zgodność wartości zatrudnianych przez pracownika-firmę. Konflikt dotyczący polityki firmy
Konflikt dotyczący polityki firmy	Niejasna polityka firmy.	Wszyscy pracownicy muszą znać politykę firmy. Muszą być napisane w sposób jasny, aby uniknąć nieporozumień i spójności między tym, co jest napisane, a tym, co jest stosowane.

W celu **rozwiązania konfliktów w grupach** należy podjąć następujące kroki:

- Zdefiniuj problem (Co jest nie tak?).
- Przeanalizuj jego przyczyny (Dlaczego?).
- Zdefiniuj cele działania (Co chcemy osiągnąć?).
- Generuj alternatywy (Co możemy zrobić?).
- Wybierz najbardziej optymalną alternatywę (Co powinniśmy zrobić?).
- Zoperacjonalizuj wybrane rozwiązanie (Jak to robimy?).
- Wprowadź to w życie (Zrób to).
- Oceń (Jak nam poszło?).

Inne **korzyści**, których być może nie brano pod uwagę, można osiągnąć poprzez rozwiązanie konfliktu. Na przykład większe zrozumienie wśród pracowników można osiągnąć, ponieważ aby go rozwiązać, zaangażowane osoby muszą uświadomić sobie sytuację, oferując im nową perspektywę, w jaki sposób osiągnąć swoje cele.

Prowadzi to również do większej spójności grupy, stwarzając większy szacunek wśród członków zespołu i większą zdolność do współpracy.

Praca zespołowa jest definiowana jako połączenie dwóch lub więcej osób zorganizowanych w określony sposób, współpracujących dla osiągnięcia wspólnego celu, jakim jest realizacja projektu.

Jak możemy rozwiązać te konflikty? Kluczem jest asertywność i sposób zarządzania nią w celu zarządzania konfliktami.

Asertywność to egocentryczne zachowanie, które nie jest samolubne, ale oznacza głęboki szacunek zarówno dla naszego rozmówcy, jak i dla nas samych. Oba na tym samym poziomie. Aby wiedzieć, jak używać asertywności, musisz wiedzieć, jak prosić, odmawiać, negocjować i być elastycznym w uzyskiwaniu tego, czego chcesz lub osiągnięciu celów. Asertywność to także przyjmowanie krytyki i przyjmowanie skarg.

Jak zwiększyć taką asertywność może być kluczem do zarządzania wewnętrznymi konfliktami w firmie. Jej opracowanie pomoże w zarządzaniu wszelkimi konfliktami w firmie/organizacji. Niektóre wytyczne, których należy przestrzegać w firmach, mogą rozwinąć tę jakość u menedżerów zasobów ludzkich lub przedsiębiorców MŚP.

1. Opisz konkretne fakty:

Tylko wtedy możesz przeprowadzić negocjacje, w których możesz rozpocząć dyskusję. Opisując ustalenia lub zdarzenia, które miały miejsce, kontrahent nie może im zaprzeczać. Następnie możemy omówić rozwiązania i wypracować konkretne podejście. Oto kluczowe pytanie, aby uniknąć osądów wartościujących.

2. Wyraź uczucia:

Komunikuj się jasno i ustal mocne punkty na temat tego, jak to, co się stało, wpłynęło na twoje samopoczucie i swoje wyobrażenia na ten temat. Jest to również czas na opisanie tego, co ci się podobało, a co nie; jeśli czułeś się upokorzony lub nie możesz już znieść sytuacji. Nie chodzi o to, czy masz rację, czy nie, ale o wyrażenie swojego punktu widzenia z szacunkiem. Nie powinieneś starać się mieć racji i nie powinieneś być za to krytykowany.

3. Zapytaj konkretnie, czego oczekujemy od innych:

Nie chodzi o mówienie ogólnie. Musisz być konkretny i konkretny. Chodzi o wyrażanie zachowań i sytuacji, które druga strona może zrozumieć.

4. Wyjaśnij konsekwencje (pozytywne lub negatywne) swoich działań:

Chodzi o wyjaśnienie konsekwencji niewykonania tego, o co cię poproszono. Lepiej jest komentować pozytywne aspekty.

KLUCZE DO ZARZĄDZANIA KONFLIKTAMI

- Wiadomość wstępna: od samego początku oferuj asertywnie współpracę
- Zdefiniuj problem: Wspólnie ustalcie problem z wyprzedzeniem.
- Poznaj opinie innych: Niezależnie od tego.
- Wyraź swoją opinię: Bez konfrontacji z kimkolwiek
- Znajdź wspólne cele: Czego oboje chcemy?

- Burza mózgów, alternatywy: To może rozwiązać sytuację i leży w interesie wszystkich.
- Wybierz możliwe rozwiązania.
- Zdecyduj, jak oceniać i kontrolować wyniki.

KLUCZE DO ZARZĄDZANIA KONFLIKTAMI

- Wiadomość wstępna: od samego początku oferuj asertywnie współpracę
- Zdefiniuj problem: Wspólnie ustalcie problem z wyprzedzeniem.
- Poznaj opinie innych: Niezależnie od tego.
- Wyraź swoją opinię: Bez konfrontacji z kimkolwiek
- Znajdź wspólne cele: Czego oboje chcemy?
- Burza mózgów, alternatywy: To może rozwiązać sytuację i leży w interesie wszystkich.
- Wybierz możliwe rozwiązania.
- Zdecyduj, jak oceniać i kontrolować wyniki.

JAK ZAPOBIEGAĆ I RADZIĆ SOBIE ZE STRESEM I WYPALENIEM ZAWODOWYM?

Stres, silnie związany z absencją w pracy, pogarsza stan zdrowia pracowników i zwiększa prawdopodobieństwo brania zwolnień lekarskich lub nieobecności w pracy. Od czasu do czasu ludzie nieuchronnie doświadczają stresu. Jednak gdy jest ona nadmierna, pociąga za sobą wiele problemów, organizacje muszą zadbać nie tylko o jej rozwiązanie, ale także o zapobieganie jej.

Strategie zarządzania stresem w miejscu pracy mogą pomóc Twojej firmie przygotować się i poradzić sobie z nieuniknionym, aby zminimalizować negatywny wpływ. Istnieje wiele strategii zarządzania stresem w miejscu pracy, które liderzy i menedżerowie mogą przyjąć, aby zmniejszyć poziom stresu w zespole.

Stres w pracy Przyczyny i znaczenie zarządzania stresem w firmie

Ważnym środkiem kontroli ryzyka stresu związanego z pracą jest uwzględnienie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym w zapewnianiu zasobów. Brak szybkiego wykrycia i wdrożenia skutecznego zarządzania stresem w miejscu pracy może mieć długofalowe skutki dla zdrowia pracownika i firmy.

W tym sensie organizacje, które chcą wdrożyć podejście do zarządzania stresem, powinny przeprowadzić badania obciążenia pracą i posiadać model organizacyjny, który pozwala na ustanowienie zwinnych i dynamicznych mechanizmów pracy, tak aby dominowała efektywność, a stres był redukowany poprzez dobry podział pracy, i uniknąć wąskich gardeł.

Jakie są najczęstsze przyczyny stresu w pracy?

Globalizacja, outsourcing gospodarki oraz postęp technologiczny spowodowały znaczne zmiany w świecie pracy. Zmiany te spowodowały, bezpośrednio lub pośrednio, zwiększone obciążenie pracą, zmniejszenie zatrudnienia w ramach planów restrukturyzacji, zwiększoną niepewność zatrudnienia i rosnącą potrzebę elastyczności w umiejętnościach pracowników, z których wszystkie przyczyniają się do zwiększonego poziomu stresu w miejscu pracy. Wśród przyczyn, które są regularnie cytowane, są następujące:

- Reorganizacja pracy.
- Niepewność pracy.
- Długie godziny pracy.
- Przeciżenie pracą.
- Nękanie i przemoc w pracy.

Według badania przeprowadzonego przez Europejską Agencję Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy stres w miejscu pracy jest odczuwany przez około połowę wszystkich pracowników i szacuje się, że odpowiada on za 50-60% wszystkich straconych dni roboczych.

Stres stanowi jedno z największych wyzwań dla zdrowia i bezpieczeństwa publicznego w pracy w nadchodzących dziesięcioleciach, ale także pod względem wyników ekonomicznych. W 2013 roku stres, depresja i lęk były drugimi najczęstszymi problemami zdrowotnymi związanymi z pracą (16%), po schorzeniach układu mięśniowo-szkieletowego (60%), takich jak ból pleców.

Stres związany z pracą może być spowodowany różnymi zdarzeniami. Na przykład osoba może odczuwać presję, jeśli wymagania związane z jej pracą (takie jak godziny lub obowiązki) są większe, niż jest w stanie znieść. Inne źródła stresu związanego z pracą to konflikty ze współpracownikami lub szefami, ciągłe zmiany i zagrożenia bezpieczeństwa pracy, takie jak ewentualne zwolnienie. Jednak to, co jedna osoba może postrzegać jako stresujące, inna może postrzegać jako wyzwanie. To, czy dana osoba doświadcza stresu związanego z pracą, zależy od pracy, stanu psychicznego danej osoby i innych czynników (takich jak życie osobiste i ogólny stan zdrowia).

Niektóre typowe stresory w miejscu pracy to:

- Niskie pensje.
- Nadmierne obciążenie pracą.
- Niewiele możliwości rozwoju lub awansu.
- Praca, która nie jest atrakcyjna ani wymagająca.
- Brak wsparcia społecznego.
- Brak wystarczającej kontroli nad decyzjami związanymi z pracą.
- Sprzeczne wymagania lub niejasne oczekiwania dotyczące wydajności.

RADZENIE SOBIE ZE STRESEM W MIEJSCU PRACY

Ważne jest, aby menedżerowie uznali stres związany z pracą za główny problem BHP. W miejscu pracy głównym celem powinno być dopasowanie między pracownikami a otoczeniem. Jeśli jest to dobre dopasowanie, pracownik prawdopodobnie się zrelaksuje. Złe dopasowanie zwiększa napięcie i stres. Menedżerowie i firmy muszą zbadać środowiska, które tworzą dla pracowników. Muszą dopilnować, aby firmy oferowały biuro spełniające definicję pracowników bezstresowych.

1. Odnów siedlisko.
2. Zezwól na elastyczne godziny pracy.

3. Zachęcanie do aktywności społecznej.
4. Tworzenie cichych chwil.
5. Udzielaj porad.
6. Rozpoznaj swoich pracowników.
 - Low salaries.
 - Excessive workloads.
 - Few opportunities for growth or advancement.
 - Work that is not attractive or challenging.
 - Lack of social support.
 - Not having enough control over work-related decisions.
 - Conflicting demands or unclear performance expectations.

SELEKCJA I REKRUTACJA W ORGANIZACJI

Dobór personelu ma na celu znalezienie odpowiedniego kandydata na określone wolne stanowisko w Twojej firmie. Aby optymalnie przeprowadzić ten proces, należy wziąć pod uwagę cele strategiczne Twojej organizacji (misję, wizję, wartości) oraz ich specyfikę, a także wymagania stanowiska, które chcesz obsadzić.

Dla małych firm proces ten może być kosztowny, ponieważ nie ma wyspecjalizowanego personelu zajmującego się HR.

W kolejnych działach można znaleźć **praktyczne porady**, jak dokonać dobrego doboru personelu, głównie w branży HORECA, tak aby personel firmy z tego sektora miał wystarczające zasoby do obsadzenia wakatów optymalnym kandydatem, i przy możliwie najniższych kosztach.

Zanim rozważymy włączenie nowej osoby do naszej firmy, powinniśmy zadać sobie następujące pytania:

- Czy naprawdę konieczne jest przeprowadzenie nowej inkorporacji?
- Czy myśleliśmy o pracy, za którą będzie odpowiedzialna ta osoba? Kto poniesie odpowiedzialność za tę osobę?
- Czy w firmie nie ma pracownika, który mógłby przejąć te funkcje?

Nie ma prostego sposobu na dopasowanie tych pytań, ale niektóre aspekty, które należy wziąć pod uwagę, to:

- **Bieżący i przewidywany nakład pracy**, a także rozliczenia, które firma musi osiągnąć, aby uzasadnić koszt stanowiska, które chce utworzyć.
- **Dokonaj analizy funkcji** poprzez opis stanowisk pracy.
- Osoby, które wewnętrznie mogą wykonywać obowiązki związane z nowym stanowiskiem, które mają zostać obsadzone, mogą wybrać to stanowisko. Ten proces jest znany jako „**promocja wewnętrzna**”.

OPIS PRACY

Jak sama nazwa wskazuje, jest to dokument, który uszczegóławia i wyjaśnia podstawowe aspekty centrum pracy (obowiązki, wzajemne relacje itp.). W szczególności dokument zwykle obejmuje następujące aspekty:

- Nazwa zadania.
- Wymagane szkolenie.
- Misja.
- Hierarchiczna zależność i pozycja w schemacie organizacyjnym.
- Stosunki międzywydziałowe.
- Główne obowiązki i funkcje.
- Profil kompetencyjny (kompetencje ogólne i szczegółowe).
- Rodzaj powiązania z firmą.
- Zakres wynagrodzenia.

Jest to tak zwany **projekt analizy i opisu stanowiska pracy**, w którym mogą uczestniczyć wszyscy menedżerowie firmy, w tym pracownicy na tych samych stanowiskach iz większym doświadczeniem.

A jakie są cele wspomnianego powyżej projektu analizy i opisu stanowiska pracy?

- A. Zsyntetyzować i sformalizować podstawowe aspekty (kluczowe) stanowisk pracy, tak aby służyły jako **punkt odniesienia dla prawidłowego funkcjonowania firmy**.
- B. Wspieranie **wspólnej wizji organizacji**.
- C. **Zaangażowanie personelu** w proces wewnętrzny i przekrojowy, taki jak TPD.
- D. Ustanowienie **podstaw dla przyszłego rozwoju oceny wyników**.

FAZY PROJEKTU ANALIZY I OPISU STANOWISKA PRACY

Oczekiwane rezultaty po tym procesie to większa zwinność i kontrola nad następującymi procesami:

- Rekrutacja i selekcja personelu.
- Poprawiona przejrzystość funkcjonalna.
- Unikanie nakładania się lub luk funkcyjnych.
- Planowanie treningu.
- Procesy jakości.

W celu zebrania informacji niezbędnych do realizacji Opisów Stanowisk, zaleca się łączenie różnych metod zbierania informacji, tak aby zintegrować kluczowe informacje o firmie i składających się na nią stanowiskach pracy.

- **Kwestionariusz:** Określi różne umiejętności i ich definicje, tak aby w zależności od działu i stanowiska wybrano szereg umiejętności i uszeregowano je pod względem ważności.

- **Wywiady indywidualne:** Z których wydobędziemy wszystkie informacje o stanowisku dostarczone przez próbkę osób, które obecnie zajmują dane stanowisko.
- **Grupa fokusowa:** Tworzenie grup dyskusyjnych w celu przedstawienia i zestawienia aspektów związanych ze schematem organizacyjnym oraz hierarchicznymi jednostkami lub funkcjami, a także w celu omówienia kluczowych kompetencji dla organizacji (ogólnych lub korporacyjnych) oraz kluczowych kompetencji stanowiska (specyficzne).

FAZY PROCESU SELEKCJI

Gdy już zdecydujemy się rozpocząć proces selekcji, najlepiej jest znać etapy, przez które będziemy musieli przejść. Zaleca się wykonanie tych etapów zgodnie z poniższym opisem i krótkim opisem:



For those more important and to consider, you may find a description that may help you implementing a selection process:

Dla tych ważniejszych i wartych rozważenia możesz znaleźć opis, który może pomóc w przeprowadzeniu procesu selekcji:

1. Analiza potrzeb

Jak sama nazwa wskazuje, głównym celem jest dokładne określenie, jakie potrzeby mają zostać zaspokojone poprzez to włączenie, a także umiejętności i cechy, które muszą spełniać, aby obsadzić wakat.

Dwa narzędzia, które pozwalają nam wyjaśnić ten proces to:

- Oświadczenie o opisie stanowiska.
- Spotkanie z przyszłym przełożonym w celu ustalenia kontekstu i wymagań stanowiska, które ma być objęte. Ta część nie jest konieczna, jeśli jesteś odpowiedzialny za ten obszar.

Ponieważ pierwsza część została już opisana powyżej, przejdziemy do analizy drugiej części. W tym celu będziemy musieli opracować ofertę zawierającą co najmniej:

- Nazwa stanowiska i krótki opis.

- Umiejętności niezbędne do obsadzenia stanowiska.
- Codzienne zadania do wykonania.
- Wymagana wiedza techniczna.
- Umiejętności wymagane do wykonania i zastosowania na otwartej pozycji.
- Umiejętności zawodowe.
- Narzędzia, maszyny lub aplikacje komputerowe jako atut na opisywanej pracy.

W zależności od wiedzy, umiejętności i doświadczenia każdego kandydata lepiej wybierzemy wolne stanowisko.

W przypadku firm z branży HORECA będzie to uzależnione od wielkości i umiejętności wymaganych od profili przychodzących. W takim przypadku, jeśli szukamy profilu technicznego, skupimy się na tych umiejętnościach, które są ściśle związane ze stanowiskiem technicznym, które ma być obsadzone. Jeśli jest to profil bardziej elastyczny, będziemy musieli przeanalizować inne rodzaje kompetencji (przywództwo, skuteczność, towarzysztwo itp.).

Na końcu tej części zaproponujemy różne metody odrzucania i wybierania kandydatów.

1. Rekrutacja

Na tym etapie musimy jak najefektywniej pozyskać kandydatów na stanowisko, które chcemy objąć. Rekrutacja to zespół działań i procedur, których celem jest przyciągnięcie właściwych kandydatów do zajęcia wolnego stanowiska w organizacji.

Zasadniczo istnieją dwa rodzaje rekrutacji, wewnętrzna i zewnętrzna.

- Rekrutacja wewnętrzna to taka, która dostarczy kandydatów, którzy już pracują w Twojej organizacji, czyli wśród pracowników, którzy chcą zajmować inne stanowisko niż to, które obecnie pełnią w Twojej firmie.
- Rekrutacja zewnętrzna to taka, która pozwoli Ci znaleźć kandydata poprzez różne źródła rekrutacji istniejące poza Twoją firmą.

Aby być skutecznym w rekrutacji zewnętrznej, niezbędna jest znajomość różnych źródeł rekrutacji zewnętrznej. Jego celem jest dostarczenie nam odpowiedniej liczby kandydatów spełniających kompetencje wymagane na oferowanym stanowisku.

W zależności od profilu stanowiska do obsadzenia zostaną wybrane źródła kandydatów zewnętrznych. Najważniejsze są szczegółowo opisane poniżej:

- Rekomendowani kandydaci za pośrednictwem Twojej sieci.
- Ogłoszenia w urzędach i agencjach dla bezrobotnych.
- Ogłoszenia w ośrodkach szkolenia zawodowego i na uczelniach.
- Firmy doradcze specjalizujące się w doborze osobistym.
- Agencje Pracy Tymczasowej (TWA).

Źródła Rekrutacji 2.0:

- Portale pracy (Indeed Job Search, Glassdoor Jobs, LinkedIn, Google for Jobs itp.).
- Profesjonalne sieci społecznościowe (LinkedIn, Womenalia, Xing itp.).

Te ostatnie to kilka przykładów renomowanych sieci dotyczących osób poszukujących pracy/ofert. Poniżej masz listę zalet i wad:

Zalety

- Bardziej ekonomiczne niż tradycyjne procesy.
- Dostęp do większej liczby kandydatów (aktywa i pasywa) oraz wysoko wykwalifikowanych.
- Szybki dostęp do informacji o kandydatach.
- Reakcje kandydatów są obserwowane w czasie rzeczywistym.
- Analiza obserwowanych ruchów konkurentów o stanowisko pracy.
- Uzyskaj połączenie i powiązanie między organizacją a kandydatem.
- Poprawia Employer Branding, pokazując nowoczesną i aktualną firmę.
- Większa dyfuzja oferty pracy i kandydatów niepowiązanych z siecią.

Wady

- Czas inwestycji w budowę sieci i określenie strategii.
- Znaczenie posiadania konta firmowego, które nie zależy zbyt od osoby, która nim zarządza, ale od ogólnych wartości korporacji.
- Inwestycja czasu na sprawdzenie referencji kandydatów, którzy znaleźli się w sieci.
- Otwarte wystawianie się na krytykę.
- Możesz ponieść ryzyko utraty formularzy podczas przeprowadzania selekcji.
- Możliwe słabe wykorzystanie przez kandydatów portali społecznościowych.
- Odejdź od punktu ostrości.

Istnieją inne sposoby klasyfikacji strategii rekrutacyjnych. Klasyfikacja ta uwzględnia formy publikacji kandydatów. W tym sensie niektóre sposoby pozyskiwania kandydatów można podzielić na:

- **Kanały formalne:** Lokalne agencje rozwoju, oficjalne szkoły, ośrodki szkoleniowe, uniwersytety lub szkoły biznesu, ogłoszenia prasowe, własne kandydaty, za pośrednictwem korporacyjnej strony internetowej.
- **Drogi nieformalne:** Znajomi, krewni pracowników, rekomendacje itp.
- **Usługi specjalistyczne:** Usługi doradcze.

Musimy pamiętać, że liczy się dla nas skuteczność rekrutacji, a ta będzie się różnić w zależności od oferowanego stanowiska, naszej firmy i marki.

2. Preselekcja

Gdy już mamy kandydatów do naszej oferty, kolejnym krokiem jest zidentyfikowanie tych, którzy najlepiej odpowiadają naszym potrzebom.

Zapoznanie się z uzyskanymi programami nauczania jest pierwszym podejściem do kandydata, ponieważ daje nam wiele informacji o osobie, o wszystkim pod kątem wcześniejszego doświadczenia zawodowego, szkoleń itp. Głównym celem jest wybranie tych kandydatów, których program nauczania jest bardziej odpowiedni do naszego idealnego profilu.

Dlatego też screening programów nauczania pozwala nam usprawnić każdy proces selekcji, ponieważ jest to pierwszy filtr przed rozmową telefoniczną.

W tej wstępnej selekcji programowej zaczynamy od zadanego:

Kandydat niespełniający wymagań stanowiska zostanie odrzucony z procesu, chyba że etap rekrutacji nie przyniósł oczekiwanych efektów.

Aby dokonać dobrej wstępnej selekcji, należy wziąć pod uwagę pewne aspekty i kryteria programu nauczania, takie jak:

Kształt

- Jeśli CV ma list motywacyjny: czy jest spersonalizowany czy standardowy.
- Czcionka, projekt itp.
- Projekt: wybitny tytuł ułatwiający czytanie.

Kiedy zaczniesz czytać

- Właściwa organizacja i rozmieszczenie różnych sekcji.
- Jeśli zostaną podkreślone te aspekty, które są ważne dla stanowiska.
- Logika w prezentacji swojej kariery zawodowej.
- Spójność, poprawki i błędy ortograficzne.

Treść

- Dane osobowe (nazwiska, adres, ludność, telefon, e-mail...).
- Cel zawodowy: szkolenie podstawowe, akademickie, uzupełniające.
- Doświadczenie zawodowe: wejście i wyjście z firm i sektorów, funkcje, obowiązki w każdym z nich

Fotografia

Toczy się wiele dyskusji na temat przydatności zdjęcia w programie nauczania i w procesie selekcji, ponieważ może ono prowadzić do dyskryminacji, a tym samym pomijać inne ważniejsze aspekty. Dlatego zaleca się skupienie się na treści CV, a nie na istnieniu lub braku zdjęcia.

MARIUS DU RAND

ID Number: 6712295074080 : Mobile No: 072 910 4171
Email: mariusdu.rand@gmail.com : Languages: English & Afrikaans
Physical Address: 133 Belvedere Ave., Lyttelton Manor, Centurion Pretoria
Drivers Licence & Own Transport: Code 08 : Willing to Relocate: Yes

TIMELINE

ROYAL MANDI
Project Manager
June 2011 to Nov 2013

- Overall Control of Events Department
- Control & Manage all of company's
- Food Costing / Function Quotes / Menu Outlays
- Foodservice Training Staff: 100 to 5000 delegates
- Facilities: Training Staff: 100 to 500 delegates
- Client Liaison
- Designing Kitchen: Tails Simultaneously
- Stock Control
- Maintaining impeccable Hygiene & Safety Standards
- Implementing High Hygiene Standards
- Ensuring Quality Catering: Dishes are served on Schedule
- Steady & Create New Menus as Needed

VALLEY LODGE & SPA HOTEL
Food & Beverage Deputy GM
January 2009 to June 2011

- Four Star Rating
- Overall Control of Staff in a 100 Bedroom Hotel
- Overall Control of:
- Oversee Banqueting Department
- Oversee Hotel & Conference Rooms / Functions
- Weekly: Monthly Staff of Sales / ICE Reports / Main Accounts
- Client Liaison
- Designing Managers & Staff on all Levels
- Stock Control of all Food & Beverage Outlets / Main Wine Cellar
- Manager of Food & Beverage Department
- Monthly Expenses as per Budget
- Ensuring that Staff Operates an Effective System in Line with Company Policy & Procedures
- Qualifies on individual persons on all Departments: Weekly
- Monthly & One On One Meetings with Staff
- Food, Chefs, Housekeeping, Reservations
- In House Training of Staff Members
- Planning of Outlets in the Six (6) star rating

MAIN ACHIEVEMENT
Hosted Team POTLUCK for the
FORD COP 2009
Reason for leaving:
Career progression

MWANDI SUPPORT SERVICES
Operations Manager
June 2005 to December 2008

MAIN ACHIEVEMENT
Winner of Chef of the Year competition
Year 4 of 8
Winner of WinWay Chef Competition
Hosted Nelson Mandela Country Award
for 2009
Reason for leaving:
Career progression

HOLIDAY INN PRETORIA
Food & Beverage Manager
March 2004 to June 2005

REASON FOR LEAVING
Career progression

MORE WORK EXPERIENCE CAN BE SUPPLIED ON REQUEST.

PATRIZIO SACCHETTO

Executive Chef

Hong Kong China

SPECIAL HIGH PROFILE EVENTS

Experienced in Organize special event dinner for dignitaries including: Luciano Pavarotti, Silverstein Station, Vice President Al-Gore, Senator John McCain, and Actor Jackie Chan.

INTERNSHIP

Hotel Du Rhone, Geneva, Raza Atlanta, Paris, Crucchi Hotel, London. Apprenticeship under Chef Rene Verdon Ferrier White House Chef Grand Hotel Del las Estancias.

REFERENCES

Dieder Spaarg, F&B Director
rh.h.dorb@grandhotel.com
+852 67990106

Peter Martin, G.M
rh.h.gm@grandhotel.com
+852 63179301

WORK HISTORY

Oct 2013 - Executive Chef
Feb 2015 - Regal Hotels International 5*
Oversee 5 hotels, Engineering menu and cost, Wine List, Training F.O.B at the House, auditing, performance and consistency and standards.

Sep 2012 - Consultant chef
Sep 2013 - Open new Restaurant: Train F.O.B at the House, Design the menu and food cost, Design the kitchen.

May 2012 - Consultant chef (Four Months as agree for
Aug 2012 - Consulting) Sabatini Restaurant, Royal Garden 5* Hotel
Engineering the whole menu, searching for top ingredients, training the whole staff, teaching new techniques, work with the team closely for four months.

EDUCATION

Jun 1973 - Bachelor Degree
Jul 1976 - E MAGGIO CULINARY SCHOOL
Culinary arts

ACHIEVEMENTS AND SPECIAL HIGH PROFILE EVENTS

Recognition for contributions in four published cookbooks and achievement in national media publication including: Bon Appetit, Esquire, Sunset, The New Yorker, Gourmet Magazine, selected by En Route Magazine as one of the top chefs in Country, selected by American express for commercial.

PREVIOUS EXPERIENCE

- Executive Chef at Spasso Restaurant, Hong Kong
- Executive Chef at Cirocota Restaurant, Hong Kong
- Executive Chef & B at Woodfin Hotels, San Diego, CA
- Executive Chef & B at Delaware North Company Inc, San Diego, CA
- Chief De Cuisine at Bally's & Paris Hotel, Al Denise Restaurant, Las Vegas
- F&B Director and Executive Chef Limbaro Corp, San Francisco, CA
- Executive Chef at Donatello Hotel 5* Boutique hotel, San Francisco
- Executive Chef at the Blue Inn Restaurant, San Francisco, CA
- Chief Instructor at Culinary academy, San Francisco, CA
- Sous Chef at Rex II Ristorante, Los Angeles, CA
- Under the Direction of Chef Gaetano Marchesi (Three star Michelin)

44 | Strona

EdiTC EDUCATION & INFORMATION TECHNOLOGY CENTRE
STOWARZYSZENIE NA RZECZ INNOWACJI i edukacji
EVACO
IMPULSI Samerimpex
FUNDACIÓN equipo humano
AGENZIA UNIVERSITÀ

4. Wywiad osobisty

Rozmowa kwalifikacyjna może mieć różne cele, ale głównym jest: **poinformowanie kandydata o firmie i stanowisku, poznanie cech osobistych i zawodowych kandydata oraz jego motywacji** do pracy, a także przekazanie wizerunku firmy.

Podczas rozmowy osobistej należy uzyskać jak najwięcej informacji o kandydacie, aby dowiedzieć się, czy jest on odpowiedni na wolne stanowisko. Istotne jest również, aby nie skupiać się tylko na swojej wiedzy, ale **poznać osobę** i sprawdzić, czy wpisuje się ona w kulturę i działalność naszej firmy.

Struktura podstawowego wywiadu jest zwykle zorganizowana w następujący sposób:

- A. Pozdrowienia / Przywitanie.** Zwykle jest to pierwszy osobisty kontakt kandydata z ankieterem.
- B. Wstępna rozmowa.** Krótka rozmowa wprowadzająca, która ma na celu stworzenie swobodnej atmosfery między Tobą a kandydatem.
- C. Wprowadzenie. Rozpoczyna się tematem, przedstawieniem stanowiska lub firmy w celu skupienia rozmowy.
- D. Pytania ankietera / Odpowiedzi kandydata.** Pytania zwykle dotyczą na początku tematów ogólnych, a w miarę postępu rozmowy wnikają w szczegóły i bardziej szczegółowe aspekty.
- E. Zamknięcie wywiadu.** Zazwyczaj interesujące jest powtórzenie niektórych punktów lub tematów, które wypróbowałeś, aby upewnić się, że zrozumiałeś kandydata i że nie zostawiamy niczego w kałamarnicy. Wskazane jest poinformowanie kandydata o kolejnych etapach procesu, w przypadku większej liczby rozmów kwalifikacyjnych, przewidywanym terminie włączenia kandydata i zamknięcia procesu oraz umożliwienie mu zadawania pytań dotyczących ewentualnych wątpliwości poruszono podczas wywiadu.

Wskazane jest poinformowanie kandydata o kolejnych etapach procesu, w przypadku większej liczby rozmów kwalifikacyjnych, przewidywanym terminie włączenia kandydata i zamknięcia procesu, a także umożliwienie mu zadawania pytań w przypadku ewentualnych wątpliwości.

W każdym razie kilka praktycznych ogólnych aspektów, które możesz wziąć pod uwagę podczas przeprowadzania wywiadu:

1. Utrzymuj kontakt wzrokowy z osobą, z którą przeprowadzasz wywiad.
2. Zwróć uwagę; staraj się unikać nieoczekiwanych przerw, takich jak telefon komórkowy, poczta itp.
3. Dbaj o postawę ciała i głos.
4. Zwróć uwagę na sposób formułowania pytań. Unikaj tych pytań, które pokazują twoją opinię na temat typowej kwestii.

Obecnie najczęściej stosowanym wywiadem jest **wywiad incydentów krytycznych**. Rozmowa ta pozwala poznać profil kandydata i sprawdzić, czy pasowałby do firmy, zadając pytania o jego zachowanie ukazane w sytuacjach z przeszłości.

Należy podkreślić, że aby pomyślnie przeprowadzić tego typu rozmowę kwalifikacyjną, należy **zdefiniować każdą z kompetencji** wymaganych na stanowisku, które ma być obsadzone.

- Do tej pory wspomnieliśmy o dwóch rodzajach wywiadów:
- Wywiad dotyczący incydentów krytycznych.
- Rozmowa kwalifikacyjna według kompetencji.

WYWIAD DOTYCZĄCY INCYDENTÓW KRYTYCZNYCH

Wywiad dotyczący incydentu krytycznego charakteryzuje się następującymi aspektami:

- Zwykle pytamy kandydata o ważną dla niego lub jej poprzednią sytuację w ostatnim czasie.
- Poszukujemy kandydata, który przedstawi konkretną sytuację, której doświadczył (opowiadając to jak film), w której opowiedział nam, co się wydarzyło, co zrobił i jak rozwiązał ten problem lub sytuację.
- Pozwala zobaczyć, do jakich elementów kandydat przywiązuje wagę oraz jaki jest jego sposób podejmowania decyzji i rozumowania w sytuacjach stresowych.

WYWIAD WEDŁUG KOMPETENCJI

Ważna jest znajomość kompetencji kandydata. Informacje zawarte w programie nauczania są bardzo statyczne i nie pozwalają nam w pełni zrozumieć obowiązków, konkretnych działań i możliwości, jakie mogą mieć w firmie.

Niektóre kompetencje, które można ocenić za pomocą kilku prostych pytań, to:

- Orientacja na klienta.
- Zdolność uczenia się.
- Produktywność.
- Adaptacyjność – elastyczność.
- Przywództwo.
- Perswazja i wpływ.
- Praca zespołowa.
- Tolerancja na nacisk.
- Stabilność emocjonalna.
- Rozwiązanie problemu.
- Obraz własny.
- Adaptacja osoba-biuro-firma.
- Oczekiwania dotyczące rozwoju zawodowego.
- Motywacja związana z nowym stanowiskiem.

Wywiad kompetencyjny jest przydatny w tak zwanej ustrukturyzowanej strategii eksploracji i ma na celu znalezienie wskazówek, że osoba, z którą przeprowadzono wywiad, ma szereg kompetencji, sprawdzając, czy zostały one wcześniej wprowadzone w życie.

Pytania zadawane podczas rozmowy behawioralnej lub kompetencyjnej prowadzą kandydatów do rozmowy o swoich wcześniejszych doświadczeniach zawodowych, o tym, co faktycznie powiedzieli lub zrobili, ponieważ kandydat jest proszony o opisanie takich rzeczy, jak „doświadczenie, które miał”, „Okazje, kiedy... „i” przykłady... „. Tego typu pytania zniechęcają kandydata do udzielania teoretycznych odpowiedzi.

Wskazówki: Liczy się tylko to, co kandydat mógł już zrobić w jakiejś konkretnej sytuacji ze swojej niedawnej przeszłości. Nie szuka się ogólników ani tego, co kandydat „myśli, że zrobiłby, gdyby...”. Pytania o konkretne zachowania nie prowadzą kandydata do prawidłowej odpowiedzi, ponieważ nie ma prawidłowej odpowiedzi.

Tego typu wywiady oparte są na modelu **STAR**:

- Prawdziwa sytuacja, w której rozmówca żył w swojej niedawnej przeszłości.
- Jakie Zadanie miał wykonać rozmówca w tej sytuacji, czyli jaka była jego/jej rola.
- Jaka była Akcja lub konkretne działanie, czyli co dokładnie zrobił?
- Jaki był rezultat tej akcji?

Jeśli rozmówca udziela bardzo ogólnych odpowiedzi na otwarte pytanie lub ma tendencję do gubienia się w opisywaniu nieistotnych aspektów, możemy użyć tego typu pytań, aby uzyskać wyjaśnienia:

- Co sprawiło, że znalazłeś się w takiej sytuacji?
- Kto interweniował?
- Jaka była dokładnie twoja rola?
- Co wtedy zrobiłeś?
- Jaki wynik został osiągnięty?
- Czy możesz mi to bardziej szczegółowo opisać?

KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA I KLIMAT PRACY

Komunikacja wewnętrzna jest kluczowym elementem każdej organizacji oferującej dobrą obsługę zarówno klientom zewnętrznym, jak i wewnętrznym (pracownikom i współpracownikom). W tym sensie i całkowicie teoretycznie możemy wyróżnić komunikację **codzienną** (operacyjną) i **komunikację strategiczną** (średnio-terminową).

Pierwszy związany jest z codzienną działalnością firmy, która na ogół jest realizowana poprzez:

- Poczta elektroniczna.
- Telefon.
- Twarzą w twarz.

Drugi odnosi się do wszystkich różnych aspektów związanych z tą samą organizacją (struktura, funkcjonowanie itp.).

W celu analizy tych aspektów częściej stosowane są metody:

- Sesja robocza dla ciągłego doskonalenia.
- Comiesięczne spotkania.
- Doroczne spotkania.
- Badania dotyczące środowiska pracy.

W tej sekcji skupimy się na środowisku pracy, które ma następujące cele:

- **Poznanie opinii i opinii pracowników** w odniesieniu do różnych kwestii tematycznych (ogólnie główne kwestie dotyczą komunikacji, pracy zespołowej, przejrzystości struktury hierarchicznej, satysfakcji, wynagrodzenia itp.)
- Aby pracownicy byli aktywnymi uczestnikami, aby czuli się zmotywowani, a ich opinie wysoko cenione.
- **Uzyskaj cenne informacje** o sytuacji firmy na co dzień.
- **Wypracować kierunki działań**, których celem jest optymalizacja codziennej pracy poprzez uczynienie jej bardziej efektywną.

Zgodnie z formalną definicją, klimat organizacyjny można zdefiniować jako zestaw percepcji, jakie mają na jego temat ludzie w organizacji.

Im lepsze środowisko pracy w organizacji, tym bardziej zadowoleni i zmotywowani będą ludzie, a co za tym idzie, ich stopień zaangażowania i członkostwa w organizacji będzie większy, co wpłynie na poprawę ich pracy i większe zadowolenie klientów .

JAKIE ELEMENTY SPRZYJAJĄ DOBREJ ATMOSFERZE W FIRMIE?

Niektóre aspekty, które firmy powinny wziąć pod uwagę podczas **promowania pozytywnego klimatu organizacyjnego**, to:

- Charakter samej pracy: różnorodność, samodzielność, ekscytujący projekt, rozwój osobisty i zawodowy.
- Godziny pracy: elastyczność, ilość godzin, zmiany.
- Grupa robocza: spójność, środowisko, relacje.
- Uznanie: rozważenie, udział w podejmowaniu decyzji, nagrody.
- Typ organizacji: prestiż, sława, wielkość, przyszłość, udział w projektach.
- Zachęty: wynagrodzenie, nagrody, status.

Pozytywny klimat organizacyjny jest ważny z kilku powodów:

- Zadowolenie z pracy. Nie ulega wątpliwości, że pozytywna reakcja w miejscu pracy wiąże się z dobrymi wynikami w środowisku pracy firmy.
- Udowodniono, że jeśli ludzie są niezadowoleni, organizacje nie mogą aspirować do konkurencyjnego poziomu jakości obsługi klienta, produktywności i jakości produktów. Zmotywowani i zaangażowani pracownicy są decydującym czynnikiem sukcesu organizacji.

ANALIZA KLIMATU PRACY

Analiza klimatu pracy pomaga nam analizować te aspekty i je ulepszać. Na czym jednak musimy się skupić, aby osiągnąć dobry klimat pracy? Poniżej znajduje się seria pytań, które pomogą nam:

- Czy zbadaliśmy i zidentyfikowaliśmy istotne aspekty i ich względne znaczenie dla osiągnięcia satysfakcji naszych pracowników?
- Czy okresowo pytamy naszych pracowników o zadowolenie za pomocą ankiet, ustrukturyzowanych wywiadów lub grup fokusowych?

- Czy zidentyfikowaliśmy wewnętrzne wskaźniki wydajności, które dostarczają nam informacji uzupełniających poprzedni?
- Czy analizujemy wyniki i wskaźniki wydajności, ustalamy cele i plany doskonalenia oraz porównujemy się na zewnątrz?
- Czy przekazujemy wyniki naszym pracownikom?

W tym celu konieczne jest posiadanie narzędzi pomiarowych i diagnostycznych, które pozwalają na analizę i zrozumienie środowiska pracy, aby pomóc organizacjom w doskonaleniu zarządzania.

Badanie opinii pracowników jest najskuteczniejszym narzędziem pomiaru, kontroli i osiągnięcia poprawy poziomu satysfakcji pracowników. Jest to główny mechanizm, dzięki któremu głos pracownika jest słyszany i słyszany na szczycie organizacji.

Oprócz wyników uzyskanych w ramach ankiety istnieją inne **wskaźniki**, obserwowalne i wymierne, które można wykorzystać do określenia niezadowolenia pracowników z pracy. Przykładami tych wskaźników są:

- **Rotacja:** Procent odejścia firmy w stosunku do całkowitej liczby pracowników.
- **Absencja i choroba:** Średnia liczba dni urlopu rocznie na osobę.
- **Punktualność:** średni czas opóźnienia na osobę.
- **Konflikt pracowniczy:** Dni utracone w ciągu roku z powodu strajków, przestojów, zgromadzeń itp.

OCENA I POPRAWA WYDAJNOŚCI

Czym jest ocena 360 stopni lub informacja zwrotna i jej wdrożenie?

Ocena 360 stopni to zestaw informacji zwrotnych na temat kompetencji osobistych, które pracownik otrzymuje od swoich współpracowników, co stanowi wsparcie w określeniu jego głównych mocnych stron i obszarów możliwości. Nazywa się to 360, ponieważ obejmuje samoocenę osoby ocenianej, a także oceny jej współpracowników, w tym Bezpośredniego Przełożonego, Zabezpieczeń, Współpracowników oraz Klientów Wewnętrznych lub Zewnętrznych.

W przeciwieństwie do corocznych przeglądów wydajności, które oceniają pracowników pod kątem osiągnięcia wymiernych celów i wyników, **ocena 360 stopni koncentruje się na kompetencjach zawodowych i osobistych, które mają kluczowe znaczenie dla tych obowiązków.**

Te cechy są znane jako **kompetencje**, a niektóre z głównych to:

- **Przywództwo.** Delegowanie, Odpowiedzialność za działania, Motywacja, Podejmowanie decyzji, Podejmowanie ryzyka, Dostępność.
- **Inteligencja emocjonalna.** Empatia, stabilność, bezpieczeństwo.
- **Wartości osobiste.** Szacunek, etyka, prezentacja fizyczna.
- **Praca zespołowa.** Uczestnictwo, informacja zwrotna, akceptacja różnic, negocjacje.
- **Komunikacja.** Prezentacja ustna, rozumienie idei, umiejętność słuchania.
- **Kreatywność.** Rozwiązywanie problemów, innowacje.
- **Organizacja.** Sporządzanie notatek, wypełnianie obowiązków.
- **Wartości organizacyjne.** Zgodność z wizją i misją, lojalność wobec firmy.

Ocena 360 nie służy do oceny realizacji celów i wyników współpracownika. Nie jest właściwe, aby bezpośredni podwładni, klienci lub poręczyciele oceniali nasze wyniki, co jest rolą bezpośredniego szefa. Mogą jednak oceniać wyniki pod kątem swoich umiejętności technicznych i zawodowych.

Kompetencje, o których mowa w poprzednim punkcie, odnoszą się konkretnie do kompetencji osobistych, ale równie dobrze można by zająć się innymi rodzajami kompetencji, które są bardziej istotne dla wyników pracownika:

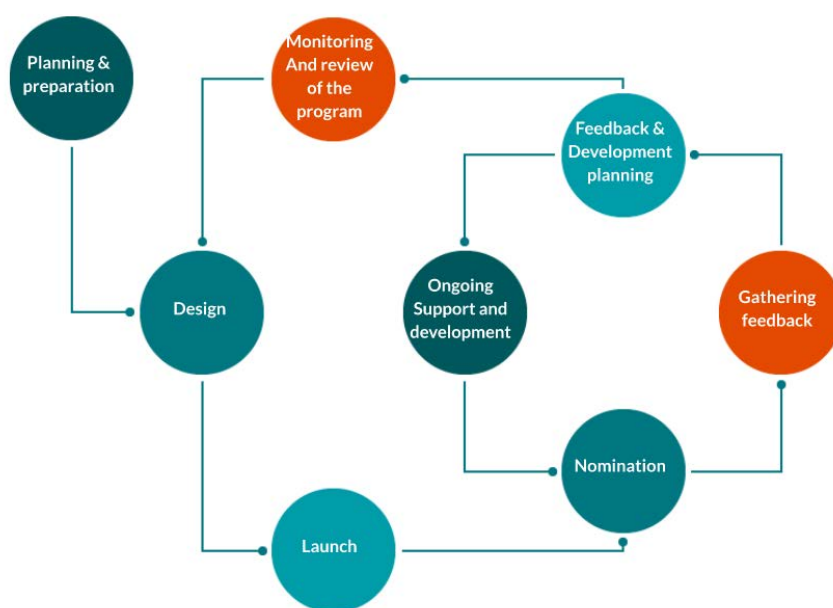
- **Wiedza techniczna.** Domena platform, wiedza księgowa i finansowa m.in.
- **Domena Produktu lub Usługi.** Związane ze znajomością przez pracownika produktu lub usługi oferowanej przez firmę.
- Dla współpracowników zajmujących się bezpośrednio klientami zewnętrznymi.
- **Umiejętności sprzedażowe.** Dla współpracowników, którzy mają bezpośredni kontakt z potencjalnymi klientami.

Innymi słowy, ocena 360 stopni może być kluczowym czynnikiem zwiększającym wydajność i produktywność wszystkich pracowników.

Widzieliśmy już, jak ważne jest zapewnienie ciągłości między współpracownikami i zakończenie pętli sprzężenia zwrotnego. Ostatnią częścią do rozważenia jest zatoczenie koła ciągłości i ponowne ukończenie całego procesu.

Pomaga to mierzyć postępy pracowników i wpływ szkoleń na nich. Teraz proces i czas potrzebny współpracownikowi na zidentyfikowanie obszarów swoich możliwości, a później praca nad szkoleniem i pokazaniem ulepszeń swoim współpracownikom, wymaga czasu i nie należy go przyspieszać. Naszą rekomendacją jest, aby początkowo, gdy oceny 360 są stosowane po raz pierwszy, dawali rok na ich ponowne wdrożenie. Gdy pracownicy przyzwyczają się do procesu i zobaczą płynące z niego korzyści, można wybrać krótsze okresy oceny, najlepiej co pół roku.

Mogą być wyjątki, na przykład, gdy ocena 360 ocenia tylko 1 lub 2 kompetencje, które mają kluczowe znaczenie dla biznesu, oceny mogą być przeprowadzane co dwa miesiące.



OCENY ZARZĄDZANIA

Menedżerowie są zwykle odpowiedzialni za kierowanie działaniami swoich bezpośrednich podwładnych. W związku z tym wyniki pracownika można powiązać z umiejętnościami nadzorczymi jego kierowników. **Nowy system zarządzania wydajnością** daje pracownikom możliwość oceny swoich menedżerów w kluczowych obszarach. Jest to przydatne narzędzie dla szefów działów i liderów, a także dla pracowników wyższego szczebla w firmie, którzy nadzorują i kierują menedżerami średniego szczebla.

ELIMINACJA METRYK

W przeszłości formularze oceny pracowników i programy komputerowe działały w oparciu o system punktowy, oceniający wyniki pracowników w kluczowych obszarach w skali od 1 do 5. Badania pokazują, że nie jest to skuteczna forma pomiaru, szczególnie w środowiskach, w których jakość pracy jest raczej subiektywna niż mierzalna. **Najnowsze trendy w zarządzaniu wydajnością** obejmują ocenę zaangażowania, wkładu, rozwiązywania problemów i inicjatyw pracy zespołowej, które przyczyniają się do kondycji firmy.

USUWANIE LINKU DO ZAPŁATY

Tradycyjnie oceny wyników były powiązane z podwyżkami płac. Wykonując pracę na określonym poziomie, otrzymujesz określony procent wzrostu wynagrodzenia. Podobnie jak wskaźniki oceny, które ewoluują, wiele firm modyfikuje lub eliminuje ten proces w ramach nowego **systemu zarządzania wydajnością**. Zamiast tego dają podwyżki kosztów utrzymania, opierając wynagrodzenie na składkach i przyznając premie i opcje udziału w zyskach, aby nagradzać osoby osiągające najlepsze wyniki.

Chociaż nie ma idealnego systemu jednolitego **zarządzania wydajnością pracowników**, coraz więcej pracodawców odchodzi od stałych praktyk starej szkoły na rzecz bardziej postępowych procesów.

PROCES ZAMÓWIENIA

Zlecenie lub polecenie ma określoną ścieżkę w placówkach HORECA. Dokładna kolejność będzie zależeć od rodzaju i wielkości firmy, ale trasa jest w zasadzie taka sama.

Gdy osoba odpowiedzialna zakończy przyjmowanie zamówienia, musi niezwłocznie przekazać kopię osobie odpowiedzialnej za realizację zamówienia. To z kolei musi delegować obowiązki odpowiadające każdej usłudze: napoje z jednej strony, przygotowywanie posiłków z drugiej. Są też desery i kawa, które będą miały swoich menadżerów.

W kuchni również panuje pewien porządek. Po nadejściu rozkazu każdy przyjmuje zadanie, które mu odpowiada. Szef kuchni musi sprawdzać nie tylko, czy wszystko jest zrobione perfekcyjnie, ale także czy wszystkie potrawy na stole wychodzą w tym samym czasie. Proces ten wymaga świetnej **koordynacji** i wielu **szkoleń**, ale jest niezbędny, aby **zagwarantować klientowi satysfakcjonujące doświadczenie**.

Kolejna kopia zamówienia musi trafić do strony odpowiedzialnej za rozliczenia, która po zakończeniu zużycia zamyka konto i wystawia odpowiednią fakturę. Po zakończeniu usługi kopie zleceń są przechowywane do celów księgowych, ale także do ogólnej oceny funkcjonowania firmy.

Z drugiej strony **technologia** jest bardzo cennym sprzymierzeńcem biznesów HORECA i odgrywa w tych czasach fundamentalną rolę. **Dzięki temu obsługa klienta pozostaje doskonała, nawet przy ścisłych protokołach bezpieczeństwa.**

W czasie COVID-19 konieczność zachowania dystansu społecznego i minimalizacji kontaktów międzyludzkich wpływa na wszystkie obszary działalności. A właśnie przyjmowanie zamówień jest szczególnie wrażliwym obszarem, który jest utrzymywany w optymalnych warunkach za pomocą zasobów technologicznych. Oprócz promowania profilaktyki koronawirusa usprawnia biznes HORECA i optymalizuje cały proces.

Wiele firm zainwestowało w systemy zamówień i poleceń z ekranem dotykowym. Klient siedzi przy stole i ma do dyspozycji tablet, na którym wyświetlana jest aplikacja. W nim gość przeprowadza cały proces zamawiania tego, co chce zjeść. Na tym tablecie możesz zobaczyć list ze zdjęciami, cenami, opisami i wszystkimi szczegółami. A także na tym urządzeniu zarejestruj swoje zamówienie. Zamówienie jest przekazywane do kuchni, a kiedy danie jest gotowe, trafia do jadalni zgodnie z systemem przyjętym w branży.

U niektórych klientów talerz z jedzeniem jest dostarczany przez kelnerów przy stole. W innych klient usuwa go z baru po uprzednim powiadomieniu. Większość zakładów technologicznych ma zainstalowane przenośniki taśmowe lub kelnerów robotów.

Istnieje kilka aplikacji, które pozwalają zdigitalizować system rozkazów i poleceń. Jednocześnie digitalizuje się menu, a nawet system płatności. Po wyjściu klienta urządzenie jest dezynfekowane i ponownie dostępne.

METODY OCENY PROCESU

- **Bieżąca a roczna ocena wyników:** Jednym z **najnowszych trendów w zarządzaniu wydajnością** jest to, że menedżerowie dostarczają pracownikom regularne, bieżące informacje zwrotne na temat wyników, zamiast przeprowadzać roczne lub półroczne oceny. Korzystając z protokołów, takich jak regularne sprawdzanie i krótkie spotkania 1:1, menedżerowie mogą w danym momencie omawiać problemy z wydajnością i zmieniać zachowania, zanim niepożądane problemy z wydajnością utrwalą się i będą trudne do zmiany. Formalne oceny mogą być nadal przeprowadzane w celu analizy całościowej i wyznaczania celów.
- **Samooceńca:** Chociaż **zarządzanie wydajnością pracowników** zawierało wcześniej element samooceny, **najnowsze trendy w ocenie wydajności** obejmują rozszerzoną wersję tej praktyki. Pracownicy mają możliwość podkreślenia tego, co uważają za swoje najważniejsze osiągnięcia i osiągnięcia, a także nakreślenia celów i celów rozwoju zawodowego, do których chcieliby dążyć w nadchodzącym roku. Pracownicy mogą również zostać poproszeni o podzielenie się swoimi wyzwaniami lub potrzebami w zakresie ulepszeń. Dzięki temu **nowemu systemowi zarządzania wynikami** menedżerowie mają zatem możliwość przejrzenia zgłoszeń przed oceną.

DOBRE PRAKTYKI W ZAKRESIE EWALUACJI

Skuteczne praktyki w wielu obszarach mogą być szczególnie skuteczne w umożliwianiu organizacjom osiągnięcia celów retencji i oceny pracowników według tych samych zasad. Obszary te obejmują:

- **Rekrutacja.** Praktyki rekrutacyjne mogą silnie wpływać na rotację, a liczne badania pokazują, że przedstawianie kandydatom realistycznego podglądu pracy podczas procesu rekrutacji ma pozytywny wpływ na zatrzymanie nowych pracowników.

- **Socjalizacja.** Rotacja wśród nowych pracowników jest często wysoka. Praktyki socjalizacyjne – dostarczane za pośrednictwem strategicznego programu wdrażania i asymilacji – mogą pomóc nowym pracownikom zakorzenić się w firmie, a tym samym zwiększyć prawdopodobieństwo jej pozostania. Praktyki te obejmują wspólne i indywidualizowane doświadczenia edukacyjne, formalne i nieformalne działania, które pomagają ludziom się poznać, oraz wyznaczanie bardziej doświadczonych pracowników jako wzorów do naśladowania dla nowych pracowników.
- **Szkolenia i rozwój.** Jeśli pracownicy nie mają możliwości ciągłego doskonalenia swoich umiejętności, są bardziej skłonni do odejścia.
- **Wynagrodzenie i nagrody.** Poziom wynagrodzeń i satysfakcja są tylko skromnymi predyktorami decyzji pracownika o odejściu z organizacji; jednak firma ma trzy możliwe strategie:
 1. Lider na rynku w zakresie wynagrodzeń i nagród.
 2. Dostosuj nagrody do indywidualnych potrzeb w strukturze wynagrodzeń opartej na osobach.
 3. Wyraźnie powiąż nagrody z utrzymaniem (np. powiąż godziny urlopu ze stażem pracy, oferuj premie za utrzymanie lub opcje na akcje pracownikom z dłuższym stażem lub powiąż wypłaty z programu określonych świadczeń z latami pracy).
- **Nadzór.** Kilka badań sugeruje, że sprawiedliwe traktowanie przez przełożonego jest najważniejszym wyznacznikiem retencji. To skłoniłoby firmę do skupienia się na rozwoju nadzoru i zarządzania oraz budowaniu umiejętności komunikacyjnych.
- **Zaangażowanie pracowników.** Zaangażowani pracownicy są zadowoleni ze swojej pracy, cieszą się pracą i organizacją, wierzą, że ich praca jest ważna, są dumni ze swojej firmy i wierzą, że ich pracodawca docenia ich wkład. Jedno z badań wykazało, że wysoce zaangażowani pracownicy byli pięć razy mniej skłonni do rezygnacji niż pracownicy, którzy nie byli zaangażowani.
- **Zadowolenie pracowników** wskazuje jedynie, jak bardzo są szczęśliwi lub zadowoleni. Ogólnie rzecz biorąc, nie odnosi się to do ich poziomu motywacji, zaangażowania lub przywiązania do pracodawcy i/lub roli w przedsiębiorstwie. Wszystkie te rzeczy są ważne dla firm, które chcą uszczęśliwić swoich pracowników i zmniejszyć rotację, ale satysfakcja pracowników to tylko część całościowego rozwiązania. W rzeczywistości w przypadku niektórych organizacji zadowoleni pracownicy to ludzie, bez których organizacja mogłaby funkcjonować lepiej. Satysfakcja nie oznacza wysokiej wydajności ani zaangażowania. Pomysły i strategie HR skoncentrowane na poprawie zadowolenia pracowników często przynoszą rezultaty, które demoralizują osoby osiągające wysokie wyniki.
- **Lojalność pracowników.** Lojalność to przede wszystkim wzajemność. Pracownicy powinni mieć poczucie, że organizacja chce dla nich jak najlepiej, dzięki czemu będą dalej dawać z siebie wszystko i nie szukać innej pracy. Lojalność pracowników zależy zatem przede wszystkim od tego, jak organizacja wszystko zorganizowała i jak jest to przekazywane pracownikowi. Lojalność ma tendencję do zachęcania pracowników do robienia wszystkiego, co w ich mocy i osiągania najwyższych standardów. Jeśli organizacja ma lojalnych pracowników, będzie miała pracowników, którzy pracują wydajnie i wydajnie. Może to poprawić ogólną wydajność firmy, co z kolei może zwiększyć sprzedaż i zyski. To zawsze będzie dobra wiadomość dla biznesu. Lojalny pracownik (lub jeszcze lepiej zespół lojalnych pracowników) pomoże firmie osiągnąć jej cele.

Lojalność pracowników obniża wskaźniki rotacji, których doświadcza firma. Rekrutacja nowego członka zespołu nigdy nie jest łatwa i może generować dodatkowe koszty dla całej firmy. Lojalni pracownicy mogą również

chcieć ulepszyć firmę jako całość. Będą przedstawiać pomysły, pracować nad lepszą sprzedażą i ogólnie dołożą wszelkich starań, aby firma, w której czują się tak zaangażowani, odniosła sukces.

- **Zaangażowanie pracowników.** Zaangażowanie pracowników zostało zdefiniowane jako postawa lojalności i przywiązania do pracodawcy organizacji, podzielanie jego szerszych wartości oraz postrzeganie siebie jako części misji, wizji i celów organizacji.

UCZESTNICTWO I ZAANGAŻOWANIE

Kiedy mówimy o partycypacji i zaangażowaniu, mamy na myśli generowanie przez firmę przywiązania u swoich pracowników. Sytuacją nieformalną przykładem zaangażowania w firmę może być fakt, że przebywanie 10 minut poza godzinami pracy nie powoduje konfliktu czy dyskomfortu wśród pracowników lub mimo obciążenia pracą podejmuje się próby jej realizacji

Różnica między zaangażowaniem a uczestnictwem

W zarządzaniu zasobami ludzkimi znaczenie tych dwóch terminów jest zupełnie inne, chociaż w słowniku ogólnym jest to samo znaczenie. W zarządzaniu zasobami ludzkimi **zaangażowanie pracowników** można zdefiniować w ten sposób, że pracownicy są włączeni w jego interes. Jest to indywidualne przywiązanie i jest bezpośrednie.

Kierownictwo podejmuje inicjatywę z poszczególnymi pracownikami i jest włączane do osiągnięcia określonego wspólnego celu. Realizuje wspólny interes pracowników i kierownictwa. Jej głównymi celami jest osiągnięcie wzmocnienia pozycji i zaangażowania pracowników. Nie ma sztywnych zasad zwiększania zaangażowania.

Z drugiej strony w zarządzaniu zasobami ludzkimi **partycypacja pracownicza** różni się od partycypacji i jest procesem kolektywnym. W tym stara się dołączyć do innych we wszystkich czynnościach, które mają znaczenie w firmie. Obejmuje uczestnictwo w czymś i, częściej lub rzadziej, ma poparcie w jakiejś normie i/lub ustawodawstwie, w którym prawa pracownicze są ważne dla uczestnictwa.

To uczestnictwo i zaangażowanie można osiągnąć na wiele sposobów, ale przede wszystkim za pomocą niektórych **podstawowych zasad HR**, takich jak:

- **System wynagradzania**, który dąży do równości i sprawiedliwości płacowej, tak aby współpracownicy widzieli, że otrzymywane wynagrodzenie jest zgodne z wykonywanymi zadaniami i obowiązkami.
- **Plany kariery i szkolenia**, aby zatrzymać i rozwijać talenty.
- Godziny pracy ułatwiające **zachowanie równowagi** między pracą a życiem osobistym.
- **Elastyczność** siły roboczej, przy ubieganiu się o pozwolenia, nadrabianiu godzin itp.
- Jednocześnie organizacja może promować działania o charakterze bardziej rekreacyjnym lub towarzyskim, które budują ducha zespołu i promują poczucie przynależności do firmy.
- **Udział w imprezach solidarnościowych** (wyścigi solidarnościowe, turnieje itp.), podczas których np. wszyscy noszą tę samą koszulkę z logo firmy.
- **Dni otwarte**, podczas których można pracować nad kulturą i wartościami firmy (zajęcia na świeżym powietrzu).
- **Biznesowa kolacja/lunch** z sekcją „nagrody dla najlepszego pracownika / nagrody dla najlepszego działu”.

W każdym razie środki te powinny być dobrowolne, a nie obowiązkowe.

Niektóre inne działania mające na celu zwiększenie zaangażowania pracowników mogą obejmować:

- **Wspólne śniadania** z managerem lub prezesem firmy, aby wspólnie spędzić czas i porozmawiać twarzą w twarz na tematy poza biurem.
- Stworzenie w firmie **obszaru dialogu**, obszaru, w którym można omawiać sprawy wewnętrzne.
- **Sport, stretching, joga** lub inna aktywność fizyczna promowana przez firmę.
- **Przekąski, owoce, kawa** lub inne dostępne w firmie 24h.
- **Dni tematyczne**, w zależności od okazji (Boże Narodzenie, Urodziny, imprezy lokalne lub inne).
- **Szkolenia integracyjne**, zarówno wewnątrz firmy, jak i poza nią.
- **Anonimowa skrzynka pocztowa** z propozycjami usprawnień w firmie.
- **Wewnętrzne biuletyny lub publikacje**, aby wiedzieć, czym każdy się zajmuje.

CO ZROBIĆ, ABY ZAANGAŻOWAĆ PRACOWNIKÓW?

Najbardziej zaangażowani pracownicy są bardziej zmotywowani i zadowoleni ze swojej pracy, co pozytywnie wpływa na ich wydajność i poprawia efektywność organizacji.

- Motywuj do zaangażowania wszystkich pracowników organizacji. Jeżeli członkowie organizacji są zmotywowani i czują się docenieni w wykonywaniu swoich zadań, będą dążyć do poprawy swoich wyników i integracji z organizacją, osiągana jest synergia grupy. Zbiór zdolności każdej jednostki zwiększa zdolność rozwiązywania problemów i uzyskiwania wyników grupowych.
- Sprzyjanie inicjatywie i kreatywności poprawia cele organizacji. Członkowie firmy mogą przejąć inicjatywę w swoich zadaniach za pomocą odpowiednich kanałów komunikacji. Muszą zawsze być świadomi swoich ograniczeń.
- Aktywnie szukaj możliwości doskonalenia swoich umiejętności, wiedzy i doświadczenia oraz pozwalaj im przekazywać swoje doświadczenia reszcie organizacji. Delegat.
- Zdefiniuj odpowiedzialność ludzi w odniesieniu do ich własnych wyników.

Członkowie organizacji działają we własnym imieniu. Mają obowiązek zaspokojenia potrzeb i oczekiwań swojej pracy w procesie. Musisz sprawować przywództwo w swoim zadaniu i postawić wszystko, co możesz, po swojej stronie, aby zadanie zostało pomyślnie wykonane i osiągnięto pożądane rezultaty.

Gdy zespół roboczy zna ciekawe i ważne dane firmy, przyczynia się to do poprawy wyników firmy. **Zaangażowanie w pracę składa się z trzech wymiarów:**

1. **Psychologiczna identyfikacja z pracą:** znaczenie, jakie podmiot przypisuje pracy i w jakim stopniu uważa ją za centralną w swoim życiu.
2. **Związek między wydajnością a samooceną:** stopień, w jakim wydajność w pracy wpływa na samoocenę osoby badanej.
3. **Poczucie obowiązku i zobowiązania wobec pracy:** Utrata zainteresowania pracą, ponieważ jest to jeszcze jeden obowiązek do spełnienia.

RETENCJA I ZARZĄDZANIE WIEKIEM W FIRMIE

Zarządzanie rosnącą różnorodnością w dzisiejszym społeczeństwie (wiek, płeć, narodowość, doświadczenie, opinia...) może stanowić dla wielu organizacji ogromną przewagę konkurencyjną. Wszyscy dodajemy do równania, a nasza siła leży w dobrym wykorzystaniu takiego bogactwa i różnorodności doświadczeń i ukierunkowania.

Czym jest zarządzanie wiekiem? Zarządzanie wiekiem jest holistyczne, międzypokoleniowe i zorientowane na przebieg życia. Retention and age management in the company



ELEMENTY ZARZĄDZANIA WIEKIEM

- Zaangażuj przedstawicieli pracowników i pracowników, w tym młodych pracowników, aby zapewnić uwzględnienie ich potrzeb i perspektyw;
- Upewnij się, że w ocenie uwzględniono pracowników zatrudnionych w pełnym, niepełnym wymiarze godzin i elastycznych;
- Oceniaj zadania w pracy podczas ich wykonywania (nie skupiaj się tylko na nazwach stanowisk), aby uzyskać dokładniejszy obraz rzeczywistych zachowań oraz obciążeń fizycznych i psychicznych doświadczanych przez pracownika; |
- Zapewnij środki, które mają wpływ na wszystkich pracowników, w tym młodych pracowników.

RÓWNOŚĆ, INTEGRACJA I RÓŻNORODNOŚĆ W MIEJSCU PRACY

Wśród ważnych zasad, celów i działań wymienionych w **Traktacie o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE)** znajduje się wspieranie wysokiego poziomu zatrudnienia poprzez opracowanie skoordynowanej strategii. Zgodnie z klauzulą horyzontalną zawartą w art. 9 TFUE cel, jakim jest wysoki poziom zatrudnienia, musi być brany pod uwagę przy określaniu i wdrażaniu polityk i działań UE. Musi to odbywać się przy zapewnieniu odpowiedniej ochrony socjalnej, walce z wykluczeniem społecznym oraz wysokim poziomie edukacji, szkoleń i ochrony zdrowia ludzkiego.

Ponadto art. 8 i 10 TFUE stanowią, że przy określaniu i urzeczywistnianiu swoich polityk i działań Unia dąży do zniesienia nierówności i wspierania równości mężczyzn i kobiet, a także do zwalczania dyskryminacji ze względu na płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

Warto również wspomnieć o zasadniczej treści **dyrektywy 2000/78/WE** w sprawie równego traktowania w zakresie zatrudnienia i pracy.

- Artykuł 13 Dyrektywy o Równości Rasowej (2000/43/WE), Artykuł 8a Dyrektywy 76/207/EWG w sprawie wprowadzenia w życie zasady równego traktowania kobiet i mężczyzn w zakresie dostępu do zatrudnienia, szkolenia i awansu zawodowego oraz warunki pracy.
- Artykuł 12 dyrektywy w sprawie równości płci w odniesieniu do towarów i usług (2004/113/WE) oraz art. 20 przekształcenia dyrektywy w sprawie równości płci (2006/54/WE) w odniesieniu do równych szans i równego traktowania mężczyzn i kobiet w kwestiach zatrudnienia i zawod.

JAK PROMOWAĆ RÓŻNORODNOŚĆ W REKRUTACJI, ZARZĄDZANIU I ALOKACJI PERSONELU?

Zarządzanie różnorodnością polega na **rozpoznawaniu, skutecznym wdrażaniu i harmonizacji indywidualnych cech charakterystycznych pracowników**. Udana zarządzanie różnorodnością pomaga menedżerom maksymalizować wiedzę i talenty pracowników, aby lepiej osiągać cele organizacji. Różnorodność może wynikać z wielu czynników, w tym **płci, pochodzenia etnicznego, osobowości, przekonań kulturowych, statusu społecznego i cywilnego, niepełnosprawności lub orientacji seksualnej**.

Chociaż istnieje wiele rodzajów różnorodności, można ją ograniczyć ze względów praktycznych pod względem **osobowości i ról**. Ludzie są różni i trzeba ich traktować inaczej, dlatego aby zwiększyć różnorodność firmy, należy wziąć pod uwagę potrzeby każdej grupy i odpowiednio ustalić politykę firmy.

ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ

Koncepcja różnorodności pojawiła się w Ameryce Północnej w połowie lat 80., a następnie rozprzestrzeniła się na inne części świata. Globalizacja światowej gospodarki i rozprzestrzenianie się międzynarodowych korporacji przyniosły nowy zwrot w tej koncepcji, ponieważ zarządzanie różnorodnością nie odnosi się wyłącznie do heterogeniczności siły roboczej w jednym kraju, ale do składu siły roboczej w różnych krajach.

Zarządzanie różnorodnością odnosi się do działań organizacyjnych, które mają na celu promowanie większego włączenia pracowników z różnych środowisk w strukturę organizacji poprzez określone polityki i programy. W rzeczywistości jest to zespół przywódczy złożony z różnych osób kierujących organizacją.

Menedżerowie mają największy potencjał w zakresie promowania różnorodności: w rzeczywistości 45% pracowników uważa, że menedżerowie, którzy zatrudniają nowych pracowników i są ich mentorami, mają największy wpływ na zwiększanie różnorodności.

Oprócz menedżerów, dyrektor generalny i dział HR są dodatkowymi kluczowymi graczami, jeśli chodzi o ich zdolność do wywierania wpływu na różnorodność w firmie. Niestety, mniej więcej połowa wszystkich menedżerów twierdzi, że jest zbyt zajęta, aby poświęcać czas i energię na te inicjatywy. Dlatego zarządzanie różnorodnością wymaga specjalnej strategii, aby zapewnić, że Twój zespół stale się rozwija i poprawia wysiłki w zakresie różnorodności i integracji.

KLUCZOWE ELEMENTY POTRZEBNE DO KAŻDEJ STRATEGII ZARZĄDZANIA RÓŻNORODNOŚCIĄ

1. Zidentyfikuj zasoby dla programów różnorodności

Każda firma ma ograniczone zasoby nawet na coś tak ważnego jak różnorodność i integracja.

Obowiązkowe jest upewnienie się, że zespół – zwłaszcza menedżerowie – jest na pokładzie i rozumie swoje role i obowiązki w planie. Należy również ustanowić jasne zasady niedyskryminacji, zerowej tolerancji i molestowania oraz egzekwować je, aby Twoi pracownicy czuli się bezpiecznie i swobodnie wypowiadali się w pracy.

2. Ustaw cele i wskaźniki różnorodności

Ważne jest, aby zacząć od przyjrzenia się bieżącym wskaźnikom, a następnie wyznaczyć cele w oparciu o obszary, w których zespół firmy wymaga poprawy. Przykłady mierników różnorodności: reprezentacja w firmach, reprezentacja według działów, liczba kandydatów, liczba zatrudnionych, zaangażowanie pracowników, różnica w wynagrodzeniach...

3. Rekrutuj różnorodne talenty

Rozpocznij od przejrzania obecnych materiałów marketingowych związanych z rekrutacją oraz dokładnie rozważ i przeanalizuj, którzy kandydaci są kierowani na stronę kariery firmy, tablice ofert pracy, działania rekrutacyjne w mediach społecznościowych i inne platformy rekrutacyjne, aby uniknąć wszelkiego rodzaju uprzedzeń, które mogłyby nie być promowaniem różnorodność.

4. Nadaj priorytet programowaniu włączającemu

Najlepszym sposobem na zaangażowanie dowolnego zespołu jest zebranie go osobiście i poświęcenie czasu na czynności, które niekoniecznie są związane z pracą. Można rozważyć niektóre z tych taktyk zaangażowania: organizowanie spotkań integracyjnych w godzinach pracy, podkreślanie indywidualnych różnic i unikalnych zainteresowań, świętowanie osobistych osiągnięć.

Ludziom łatwo jest ugrzęznąć w pracy, ale niezwykle ważne jest, aby kultura firmy, zaangażowanie i utrzymanie pracowników były zawsze priorytetem dla pracowników.

5. Wdrażaj szkolenia z zakresu różnorodności i wrażliwości

Wyszukiwanie ekspertów ds. różnorodności i integracji w danym obszarze w celu udzielania konsultacji, a nawet sami mogą prowadzić szkolenia. Ważne jest, aby pamiętać, że szkolenie nie powinno być jednorazowym działaniem. Musi mieć regularne szkolenia i programy edukacyjne dotyczące różnorodności i integracji, aby zapewnić, że Twój zespół jest zawsze poinformowany.

6. Zbuduj zróżnicowany zespół przywódczy

Opieka nad różnorodnymi talentami będzie bardziej intuicyjna dla różnych liderów; będą bardziej identyfikowalne i bardziej prawdopodobne, że będą wspierać zróżnicowaną kulturę, która wita ludzi z różnych środowisk.

Innym rozwiązaniem jest utworzenie komitetu wolontariuszy ds. różnorodności i integracji z kilkoma pracownikami w całej firmie. Komitet ma tę zaletę, że przeprowadza burzę mózgów z kilkoma różnymi umysłami, zamiast oczekiwać, że jeden profesjonalista będzie wiedział wszystko, co dotyczy D&I.

NAJLEPSZE PRAKTYKI PROMOWANIA, WSPIERANIA I ROZWIJANIA RÓŻNORODNOŚCI W REKRUTACJI, ZARZĄDZANIU I ALOKACJI PERSONELU

Różnorodność i włączenie obejmują misję, wysiłki i praktyki firmy mające na celu wspieranie zróżnicowanego miejsca pracy i wykorzystanie efektów różnorodności w celu osiągnięcia przewagi konkurencyjnej w biznesie.

Różnorodność obejmuje każdy wymiar używany do odróżniania grup i ludzi od siebie. Skoncentruj się przede wszystkim na poszanowaniu i docenieniu tego, co wyróżnia pracowników pod względem wieku, płci, pochodzenia etnicznego, religii, niepełnosprawności, orientacji seksualnej, wykształcenia i pochodzenia narodowego. Z drugiej strony integracja obejmuje wysiłki organizacyjne, aby pracownicy ze wszystkich środowisk czuli się mile widziani i równo traktowani.

10 najlepszych praktyk w zakresie różnorodności i integracji:

- a) **Stwórz poczucie przynależności:** jedną z najważniejszych potrzeb psychologicznych, które muszą być zaspokojone, aby pracownicy czuli się związani ze swoimi pracodawcami i organizacjami.
- b) **Traktuj wszystkich pracowników sprawiedliwie:** ważne, aby czuli się docenieni i akceptowani. niesprawiedliwe wynagrodzenia i pakiety świadczeń dla pracowników z różnych środowisk prowadzą do niezdrowej kultury pracy i braku różnorodności.
- c) **Oferuj równe szanse rozwoju:** jeden z głównych czynników mających moc przyciągania i zatrzymywania talentów w firmach. Pracodawcy muszą ostrożnie oferować swoim pracownikom sprawiedliwe i równe możliwości rozwoju i awansu zawodowego.
- d) **Przepisz swoje opisy stanowisk i ogłoszenia o pracę:** aby przyciągnąć bardziej zróżnicowane talenty, język używany w ogłoszeniach o pracę ma duże znaczenie. Jak powiedziano, aby zwiększyć różnorodność, należy przeprowadzić analizę celu i ominięcie pewnych barier.
- e) **Wspieraj innowacji i kreatywności:** przedsiębiorstwa muszą wspierać kreatywność w swoich organizacjach, aby budować zróżnicowane miejsce pracy.
- f) **Edukuj pracowników w zakresie różnorodności i integracji:** pracownicy muszą być edukowani w zakresie korzyści i najlepszych praktyk wspierania tych inicjatyw. Nie wystarczy, aby kierownictwo wyższego szczebla było świadome tego, co różnorodność i integracja oznaczają dla sukcesu biznesowego i reputacji firmy.
- g) **Wspieraj pracę zespołową i współpracę:** praca zespołowa i współpraca są tym, czego pracownicy oczekują od swoich pracodawców. Dlatego też, aby przyciągnąć i zatrzymać w organizacji bardziej zróżnicowaną siłę roboczą, współpraca powinna być jedną z głównych wartości firmy.
- h) **Wspieraj elastyczność w miejscu pracy:** badania nad różnorodnością w miejscu pracy wykazały, że jedną z najlepszych strategii w miejscu pracy w celu przyciągnięcia różnorodnych kandydatów jest elastyczność.

Dlatego oferowanie elastycznych lokalizacji i godzin pracy pomaga przyciągać i zatrzymywać bardziej różnicowanych pracowników.

- i) **Restrukturyzuj proces rekrutacji:** skupienie się na tym, w jakiej firmie kandydaci pracowali lub do jakiej szkoły uczęszczali, często może prowadzić do zmniejszenia różnorodności kandydatów. Jednak trafne i wiarygodne oceny osobowości są doskonałymi narzędziami do pomiaru cech osobowości, motywacji i umiejętności kandydatów.
- j) **Promuj różnorodność i integrację na wszystkich poziomach organizacji:** aby inicjatywy różnorodności i integracji działały, wszystkie poziomy hierarchii firmy muszą je rozumieć i wspierać.

GOSPODARKA ODPADAMI KUCHENNYMI

Właściwa gospodarka odpadami jest częścią ogólnych i szczegółowych kompetencji i funkcji wymaganych do prowadzenia i zarządzania kuchnią. Odpady powstające w kuchniach barów, restauracji, kawiarni... to problem zdrowotny i środowiskowy, który dotyka wszystkich profesjonalistów z branży oraz klientów tych placówek.

Odpady kuchenne mają wysoką zawartość substancji organicznych i są potencjalnym źródłem różnego rodzaju szkodników i infekcji, a także są odpadami wysoce zanieczyszczającymi.

RODZAJE ODPADÓW W KUCHNI

Możemy je głównie sklasyfikować zgodnie z ich traktowaniem w następujący sposób:

- Stałe odpady miejskie, które generalnie nadają się do recyklingu (wszystkie rodzaje szklanych pojemników, papier itp.);
- Odpady tłuszczowe, które pochodzą z olejów i innych tłuszczów używanych do gotowania; l
- Odpady organiczne (pozostałości po przetworzonych posiłkach oraz odpady powstające podczas przygotowywania potraw).

Odpady są identyfikowane zgodnie ze zharmonizowaną listą odpadów na poziomie europejskim, uregulowaną decyzją **Komisji 2000/532/WE**.

JAK ZARZĄDZAĆ ODPADAMI W KUCHNI

Konieczne jest przestrzeganie szeregu wytycznych dotyczących dobrego gospodarowania odpadami, minimalizowania wpływu na środowisko i zapobiegania zagrożeniom dla zdrowia ludzkiego (infekcje, zarażenia, szkodniki itp.).

Odpady stałe należy traktować w taki sam sposób, jak stałe odpady komunalne powstające w gospodarstwach domowych. Do opakowań szklanych należy używać specjalnego pojemnika, aby można go było poddać recyklingowi. Opakowania kartonowe i papierowe należy wyrzucić do innego kosza. Puszki, opakowania kartonowe i plastikowe należy umieścić w innym pojemniku. Ponadto konieczne jest uwzględnienie pojemnika na organiczne odpady stałe.

Jednak podział ten może się różnić w zależności od przepisów dotyczących gospodarowania odpadami w każdym kraju.

Na poziomie europejskim gospodarkę odpadami reguluje dyrektywa 2008/98/WE oraz dyrektywa zmieniająca (UE) 2018/851.

Ponieważ firmy z branży HORECA na ogół wytwarzają dużo odpadów, wskazane jest posiadanie własnych kolorowych pojemników, choć mogą one również korzystać z pojemników z publicznego systemu zbiórki odpadów.

Również efektywne zakupy z dużymi opakowaniami i produktami luzem pomagają ograniczyć zużycie plastiku i tektury.

GOSPODARKA ODPADAMI TŁUSZCZOWYMI

Odpady tłuszczowe należy usuwać oddzielnie. Obejmuje to wszystkie oleje i tłuszcze frytkownicze powstające podczas przygotowywania żywności.

Odpady te nie mogą trafiać do kanalizacji, ponieważ są bardzo zanieczyszczające. Trafiłyby do rzek i zbiorników wodnych i miałyby dużą zdolność zanieczyszczania wody.

Zużyte oleje są uważane za odpady niebezpieczne, ponieważ w dużym stopniu zanieczyszczają wodę: **1 litr oleju zanieczyszcza 1000 litrów wody.**

Odpowiednio poddane recyklingowi tłuszczowe odpady zyskują drugie życie w postaci biopaliw, mydeł i przydatnych składników do produkcji wosków, lakierów itp.

GOSPODARKA ODPADAMI W OBIEKTACH HORECA

W barach, restauracjach, kawiarniach... należy zachować szczególną ostrożność podczas sprzątania wszystkich obszarów, w tym kuchni. Obejmuje to również prawidłowe przetwarzanie wszystkich wytwarzanych odpadów.

Niewłaściwa gospodarka odpadami może prowadzić do wysokich kar, gdyż może być uznana za brak czystości i zagrożenie dla zdrowia publicznego.

Odpady żywnościowe należy przechowywać w szczelnych, nieotwieranych ręcznie pojemnikach w celu odizolowania ich do momentu usunięcia, aby nie miały kontaktu z żywnością. Zapobiega to ewentualnemu zanieczyszczeniu.

Pojemniki na odpady powinny być instalowane z dala od przetwarzanej żywności i powinny być solidne, aby zapobiec rozlaniu. Należy je od czasu do czasu usuwać i nie powinny gromadzić nadmiaru odpadów.

Pojemniki na odpady powinny być wyposażone w systemy zapobiegające kapaniu oraz szczelne lub hermetyczne pokrywy, aby uniknąć rozlania i przykrych zapachów.

Ponadto wskazane jest posiadanie krat i systemów odwadniających, aby zapobiec tworzeniu się kałuż na odpadach.

Właściwa gospodarka odpadami jest niezbędna dla każdego lokalu HORECA, nie tylko dla własnego zdrowia i **zapewnienia bezpieczeństwa żywności** dla swoich klientów, ale także po to, aby mieć mniejszy **wpływ na środowisko** i oczywiście uniknąć kar.

PLAN GOSPODARKI ODPADAMI

Narzędziem zarządzania, które może być bardzo przydatne w przypadku zagospodarowania różnych rodzajów odpadów powstających w zakładzie z branży HORECA, jest przygotowanie Planu Gospodarki Odpadami.

Wśród środków, które należy uwzględnić w tym planie, możemy rozważyć następujące:

- Co kilka metrów, zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz zakładu, powinny znajdować się osobne pojemniki na każdy rodzaj odpadów. W ten sposób będziemy mieć pojemniki na papier i tekturę, szkło, plastik i metal, na odpady organiczne i inne specyficzne odpady, które mogą powstać.
- Należy rozważyć możliwość przekształcenia odpadów organicznych w domowy kompost.
- Odpady, które ze względu na swoje szczególne właściwości są sklasyfikowane jako niebezpieczne, specjalne itp., muszą być odpowiednio sklasyfikowane i unieszkodliwiane zgodnie z przepisami.

KILKA WSKAZÓWEK, JAK OGRANICZYĆ MARNOWANIE ŻYWNOŚCI

1. **Zmierz marnowanie żywności.** Po prostu śledząc zużycie i marnotrawstwo żywności, wiele firm znajduje możliwości ograniczenia produkcji, jednocześnie spełniając wymagania klientów. „Inwentaryzacja marnowanej żywności” może pomóc Ci określić, ile i gdzie marnuje się żywność, abyś mógł wprowadzić zmiany (np. mniejsze porcje, zmiany w menu lub zamienniki) i monitorować swoje postępy.
2. **Przewiduj zamówienia na jedzenie.** Posiadanie systemu, który pomaga dokładnie przewidywać zamówienia żywności, ręcznie lub za pomocą technologii cyfrowej (np. prowadzi do mniejszej ilości odpadów (i większej ilości pieniędzy w kieszeni).
3. **Zaangażuj personel.** Osoby zajmujące się żywnością są cennymi zasobami, jeśli chodzi o ograniczenie marnotrawienia żywności. Niektóre z najbardziej innowacyjnych pomysłów na ograniczenie marnotrawienia żywności pochodzą od personelu kuchennego i personelu obsługi, a nie od kierownictwa. Inwestowanie w szkolenia i certyfikowanie personelu to jedna z najlepszych rzeczy, jakie możesz zrobić dla swojej firmy.
4. **Praktykuj dobrą kontrolę zapasów.** Efektywne zamawianie i rotacja zapasów mają podstawowe znaczenie, jeśli chodzi o minimalizację psucia się i marnotrawienia żywności. Upewnij się, że przechowywana żywność jest wyraźnie oznaczona datami „najlepiej spożyć przed” lub „sprzedać do” i upewnij się, że wszyscy, którzy mają do czynienia z żywnością w Twojej firmie, zostali przeszkoleni w zakresie odpowiednich technik zarządzania zapasami „pierwsze weszło, pierwsze wyszło”.
5. **Miej oko na nadprodukcję.** Wiele zakładów stosuje przygotowywanie partii, aby zaoszczędzić czas i pieniądze. Gdy zaczniesz mierzyć marnotrawstwo żywności w swojej firmie, może się okazać, że odejście od przygotowywania partii na rzecz przygotowywania na zamówienie pozwoli Ci zaoszczędzić pieniądze w dłuższej perspektywie.
6. **Miej plan na nadmiar jedzenia.** Przewidywanie popytu klientów jest bardziej sztuką niż nauką; w związku z tym w kuchniach często pojawiają się dodatkowe składniki. Jeśli nie masz planu wykorzystania tych dodatkowych składników, mogą one wylądować w koszu. Dlaczego nie zamienić wczorajszych resztek w dzisiejszy lunch? Jeśli nie upłynął termin przydatności do spożycia, należy go zużyć.
7. **Kompostowanie.** W przypadku resztek jedzenia, których nie możesz użyć, zastanów się, czy kompostowanie jest opłacalną opcją dla Twojej firmy. Niektórzy używają kompostu z kuchni do wzbogacania gleby w ogrodach owocowych i warzywnych lub jako naturalny nawóz do kształtowania krajobrazu. Kompostowanie

zmniejsza również wpływ na środowisko (i rachunki za wywóz odpadów), utrzymując odpady z dala od składowisk.

8. **Recykling.** Materiały nadające się do recyklingu, takie jak papier, karton, puszki, butelki i inne pojemniki, zbyt często znajdują się w koszach na śmieci w obiektach HORECA. Umieszczając te materiały w odpowiednich pojemnikach do recyklingu, Twoja firma spożywcza może pomóc środowisku i zaoszczędzić pieniądze na zbiórce odpadów. Upewnij się, że pojemniki do recyklingu w Twojej firmie są wyraźnie oznakowane i używane wyłącznie do recyklingu, aby zapobiec mieszaniu się śmieci i recyklingu.
9. **Przestaw się na artykuły nieżywnościowe wielokrotnego użytku.** Przedmioty jednorazowego użytku, takie jak papier, serwetki, plastikowe sztućce i naczynia, mogą generować ogromne ilości odpadów. Nawet jeśli czasami po prostu nie da się ich uniknąć, jeśli możesz uniknąć przedmiotów jednorazowego użytku, po prostu to zrób.
10. **Przekaż darowiznę.** Niektóre podmioty (organizacje pozarządowe, stowarzyszenia...) przyjmują odpowiednią żywność z restauracji i innych firm spożywczych, którą następnie rozdają bezdomnym i innym potrzebującym. Rozważ etykietowanie żywności w lodówkach i spiżarniach z datą „podaj przed” i „przekaż darowiznę przed”, aby pomóc personelowi w łatwym określeniu, co trafia do kosza, a co nadaje się do podarowania.

INŻYNIERIA MENU

Inżynieria menu to dyscyplina, która **bada ofertę gastronomiczną Twojej firmy, aby poprawić jej rentowność**. Wychodzi z założenia, że menu to znacznie więcej niż kartka papieru z cennikiem i poprzez szereg technik inżynierskich ustala, które dania, w jakiej kolejności i jak powinny się pojawiać w Twoim menu, aby zoptymalizować wyniki Twoja firma cateringowa.

Menu jest jednym z najlepszych narzędzi sprzedaży, a według niektórych profesjonalnych źródeł, inteligentny projekt menu może pomóc zwiększyć zyski Twojej restauracji, baru lub kawiarni o ponad 15%. A kiedy mówimy o „projektowaniu menu”, nie mamy na myśli projektowania pod względem estetyki i projektu graficznego, ale pod względem inżynierii menu. Strategiczny projekt menu, który w pełni wykorzystuje potencjał menu dla Twojej firmy, pomoże Ci poprawić wyniki i zwiększyć zyski.

W przypadku zastosowania inżynierii menu do menu lokalu, każdy jego element jest szczegółowo analizowany, rentowność i popularność każdego dania, czy pojawiające się dania są właściwe, czy są we właściwej kolejności i pozycji, czy mają atrakcyjne i atrakcyjne nazwy i opisy itp. Wszystko musi być inteligentnie dobrane, aby pomóc Ci sprzedawać i łączyć cele i zainteresowania Twojej firmy z preferencjami Twoich klientów.

Oto kilka przykładów **strategii** inżynierii menu w celu zwiększenia sprzedaży Twojej firmy:

1. **Sporządź szczegółowy kosztorys:** jeśli nie wiesz, ile naprawdę kosztuje każde danie w twoim menu, nie możesz wiedzieć, jak je wycenić, aby uzyskać maksymalną rentowność i gdzie umieścić je w menu. Dlatego konieczne jest dokładne zbadanie kosztów każdej potrawy, bez szacunków, z wyceną każdego z poszczególnych składników, bez względu na to, jak małe są ich ilości (olej, sól, przyprawy...).

Aby dobrze oszacować koszty, bardzo praktyczne jest rozbicie każdego ze składników w tabeli, wskazując następujące aspekty w równoległych kolumnach:

- Waga brutto: całkowita waga produktu.
- Waga netto: wynikowa waga po skurczeniu.

- Skurcz: część produktu, której nie będziemy mogli wykorzystać w obróbce.
- Cena jednostkowa: koszt składnika wyrażony w euro/kg.
- Cena całkowita: cena, jaką zapłaciliśmy łącznie za produkt, obliczona na podstawie jego wagi brutto.

Szczegółowy cennik to podstawowe narzędzie w zarządzaniu cateringiem i kuchnią, dzięki któremu możemy kontrolować rzeczywisty koszt każdego dania na osobę i będziemy wiedzieć, jaką cenę na to postawić, aby było to opłacalne. W ten sposób kontrolujemy i optymalizujemy nasze wydatki.

2. Przeanalizuj dogłębnie swoje menu: Dogłębna analiza menu jest podstawowym punktem inżynierii menu, aby zidentyfikować jego kategorie i sekcje, a następnie sklasyfikować każde danie zgodnie z jego kosztem i popularnością. W ten sposób będziesz dokładnie wiedział, gdzie strategicznie umieścić każde danie w menu w pozycji i w sposób, który przyniesie Ci największy zysk. Poniżej opisujemy, jak to zrobić:

- Zidentyfikuj kategorie i sekcje swojego menu. Aby mieć pełny i rzeczywisty obraz oferowanego menu, najskuteczniej jest najpierw podzielić dania na kategorie, a następnie określić sekcje każdej kategorii. Dla prostego przykładu, we włoskiej restauracji kategorie to makarony, pizze, przystawki, napoje i desery. A jeśli skupimy się na kategorii makaronów, możemy podzielić ją na kilka sekcji, takich jak mięso, owoce morza i warzywa. Ważny fakt: kilka badań dotyczących inżynierii menu wykazało, że przekroczenie 5 dań na sekcję przynosi efekt przeciwny do zamierzonego.

Bardzo ważne jest również rozważenie oferowania w menu sekcji z daniami dla określonych grup ludności. Tak byłoby np. w przypadku specjalnej sekcji dla dzieci, osób z nietolerancjami lub alergiami, wegetarian, wegan czy menu dla grup.

- **Klasyfikuj każde danie według kosztów i popularności.** Po poprzednim ćwiczeniu musielibyśmy przeanalizować każde z dań, oceniając opłacalność wynikającą z ich wyceny oraz stopień popularności wśród naszych klientów. Zgodnie z inżynierią menu otrzymalibyśmy w ten sposób 4 różne typologie:
 - Najbardziej dochodowy i popularny.
 - Te bardzo popularne, ale mało dochodowe.
 - Niepopularne, ale bardzo dochodowe.
 - Takie, które nie są ani dochodowe, ani popularne.

Po tej szczegółowej analizie naszego menu jesteśmy teraz w stanie wiedzieć, które pozycje z menu są najbardziej popularne i mają najlepszą rentowność dla firmy. To dania gwiazdowe, te, które najbardziej nas interesują w menu, które klienci zauważają i żądają.

Co zrobić z daniami o wysokiej rentowności, ale małej popularności? Bardzo skutecznym narzędziem jest zachęcanie kelnerów do oferowania ich klientom i badanie ich reakcji. Być może nie uważają ich za atrakcyjne lub za drogie. Albo umieszcza się je w menu w taki sposób, że przechodzą zupełnie niezauważone. Być może wystarczy kilka poprawek, np. inna nazwa, opis lub zmiana ich pozycji w menu, aby zwrócić na nie uwagę.

Nieuchronnie zawsze będą popularne dania, które nie są zbyt opłacalne, ale wskazane jest, aby zachować je jako atrakcję dla Twojej firmy. I wreszcie, w przypadku dań o niskiej rentowności i popularności, najlepiej usunąć je z menu.

3. Zwróć uwagę na nazwę i opis każdej potrawy: Zwróć szczególną uwagę na nazwy i opisy potraw. Bardzo ogólna nazwa nie jest wskazana, zawsze ważne jest, aby podać w niej jakieś przydatne informacje, a nie „zmusić” klienta do przeczytania opisu. Przykład: „Domowy deser” nie dostarcza klientowi wystarczających

informacji, podczas gdy coś takiego jak „Domowa tarta z czerwonymi owocami” nie tylko wskazuje, że jest to typowy domowy deser tego lokalu, ale także wskazuje, z czego składa się deser.

Opisując dania, unikaj długich wyjaśnień z mnóstwem ozdobników. Zdecyduj się na proste opisy, które podsumowują teksturę, smak potrawy i metodę gotowania. Kontynuując poprzedni przykład, naszą domową tartaletkę z owocami opisalibyśmy jako „kruche ciasto francuskie z kremowym nadzieniem i karmelizowanymi owocami”.

- 4. Zwróć uwagę na pozycję i prezentację dania w menu:** Kiedy patrzymy na dokument, nasze oczy śledzą to, co inżynierowie menu nazwali „złotym trójkątem”.

ŹRÓDŁA

- Reiners, Bailey. “Boost your diversity management strategy” Built in. 1 Sept 2019: s.p. Web 1 Sept. 2019.
- “What job seekers really think about your diversity and inclusion stats?” Glassdor Diversity Hiring Survey. 17 Nov. 2014: s.p. Web 17 Nov. 2014.
- <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:12012E/TXT:en:PDF>
- <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=166&langId=en>
- <https://ingenieriademenu.com/>
- <https://www.fooddocs.com/haccp-plan-template/opening-and-closing-checklist-template>
- <https://lunchbox.io/learn/restaurant-software/kitchen-management-software>
- <https://www.chefs-resources.com/kitchen-forms/restaurant-kitchen-schedule-template-excel/>
- <https://www.foodsafety.com.au/blog/10-ways-reduce-food-waste-restaurants>
- <https://www.business2community.com/human-resources/employee-feedback-loops-01536928>

KWALIFIKACJA 2 - ZARZĄDZANIE PRACĄ W KUCHNI

MODUŁ 2: KOMUNIKOWANIE SIĘ Z KLIENTEM

Dlaczego dobra obsługa klienta w restauracjach jest ważna?

Dobra obsługa klienta jest ważna w branży restauracyjnej, ponieważ może decydować o ogólnym sukcesie lokalu. Oto lista powodów, dla których jest to tak ważne:

- Zadowoleni klienci generują więcej pozytywnych opinii i recenzji o Twojej restauracji.
- Doskonała obsługa klienta może zwiększyć przychody.
- Zadowoleni klienci częściej stają się stałymi klientami.
- Długowieczność firmy zwykle zależy od dobrej obsługi klienta.

Elementami profesjonalnej obsługi klienta są:

Rozszerz swoją definicję usługi

Sposób definiowania usług kształtuje każdą interakcję z klientami. Ograniczone definicje usług oparte na wymianie pieniędzy na towary lub usługi mijają się z ogólnym celem obsługi klienta. „Usługa” powinna dostarczać klientowi coś więcej niż tylko produkt lub czynność podjętą w jego imieniu. Ma dawać satysfakcję. Zasadniczo klient powinien odejść zadowolony z wyniku transakcji – nie tylko zadowolony, ale naprawdę szczęśliwy. Zadowolony klient będzie nadal kupującym i powracającym klientem.

Kim są Twoi klienci?

Klienci to ludzie, którzy chcą zapłacić uczciwą cenę za wysokiej jakości usługi lub produkty i czują się usatysfakcjonowani, że zapłacili za usługę/produkt i otrzymali w zamian to, za co zapłacili. Chcą też, żeby ktoś się nimi zaopiekował. Potrzebują kogoś, kto zrozumie ich potrzeby i pomoże im odpowiedzieć. Potrzebują kogoś, kto trzyma ich za rękę i przeprowadzi przez proces. Obsługa klienta zaczyna się od umiejętności słuchania klienta i dowiedzenia się, czego potrzebuje lub chce, zadając pytania w grzeczny sposób. Poprzez pytania można dowiedzieć się więcej o upodobaniach, antypatiach i pochodzeniu klienta.

Oprócz „klientów zewnętrznych” są też klienci wewnętrzni. Klient wewnętrzny to każda osoba w organizacji, która potrzebuje pomocy lub interakcji ze strony innej osoby, aby wypełnić swoje obowiązki służbowe. Klienci wewnętrzni to współpracownicy. Pamiętaj, wewnętrzny łańcuch klientów jest taki sam jak zewnętrzny, wszyscy jesteśmy klientami zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji. Według artykułu w Wall Street Journal, „złe traktowani pracownicy traktują klientów równie źle.

Opracuj podejście przyjazne dla klienta

Bardzo ważne jest wypracowanie systemu i postawy promującej przyjazną obsługę klienta. Przez „przyjazny dla klienta” rozumiemy postrzeganie klienta jako najważniejszej części Twojej pracy. Frazes „Klient ma zawsze rację” wywodzi się z tego przyjaznego dla klienta środowiska.

Dwie kluczowe cechy „podejścia przyjaznego dla klienta”:

- Komunikacja
- Relacje

Dwa główne zadania udanych relacji z klientami to komunikacja i rozwijanie relacji. Nie wymagają wielkiego wysiłku, ale też nie pojawiają się natychmiast. Pozytywny dialog/komunikacja z klientami i rozwijanie stałych relacji z klientami to prawdopodobnie dwie najważniejsze cechy, do których należy dążyć w obsłudze klienta. Co oznacza obsługa klienta Jak wspomniano wcześniej, obsługa klienta oznacza dostarczanie wysokiej jakości produktu lub usługi, które zaspokajają potrzeby/chce klienta i sprawiają, że wracają.

Dobra obsługa klienta to znacznie więcej – to ciągły sukces, wzrost zysków, większa satysfakcja z pracy, poprawa morale firmy lub organizacji, lepsza praca zespołowa, ekspansja rynkowa usług/produktów.

Profesjonalne cechy obsługi klienta

Profesjoniści, którzy stale mają do czynienia z klientami (wewnątrz firmy i poza nią), muszą dążyć do pewnych cech, które pomogą im odpowiedzieć na potrzeby klientów. Klienci mają wiele potrzeb, ale sześć podstawowych potrzeb, które się wyróżniają, to:

- **Życzliwość** – najbardziej podstawowa i kojarzona z uprzejmością i uprzejmością.
- **Empatia** – klient musi wiedzieć, że usługodawca docenia jego potrzeby i okoliczności.
- **Uczciwość** – klient chce mieć poczucie, że otrzymuje odpowiednią uwagę i rozsądne odpowiedzi.
- **Kontrola** – klient musi wiedzieć, że usługodawca docenia jego potrzeby i okoliczności
- **Informacje** – klienci chcą wiedzieć o produktach i usługach. Pracownicy muszą znać wszystkie informacje dotyczące dostarczanego przez nich produktu. Mówienie „nie wiem” lub „to nie mój dział” jest automatycznie poniżane i degradowane w świadomości klienta. Klienci chcą informacji, a nie szanują i nie ufają osobie, która powinna mieć informacje, ale ich nie ma.

Dlatego pracownik musi posiadać wszystkie powyższe cechy: życzliwość, empatię, wyczuć tego, co jest uczciwe i informację, aby lepiej służyć klientowi.

Oprócz tych cech, pracownicy muszą posiadać następujące cechy, aby osiągnąć pożądaną poziom satysfakcji klienta:

- **Uśmiech** – nie ma to jak uśmiech i miła twarz witająca klienta, zwłaszcza jeśli ma on reklamację. Uśmiech i uprzejma rozmowa mogą natychmiast rozbroić niezadowolonego klienta. Wyraz twarzy nadaje pozytywny ton, zanim jeszcze zaczniesz mówić. Zrelaksowany lub przyjemny wyraz twarzy jest idealny przez większość czasu.
- **Kontakt wzrokowy** – zawsze patrz klientowi w oczy. Bezpośrednio zwracaj się do klientów.
- **Wygląd** – higiena osobista ma duży wpływ na Twoich klientów. Brudne ręce, rozczochrane włosy i kiepska sukienka mogą oznaczać utratę zadowolonego klienta. W kontaktach z klientami ubieraj się schludnie i profesjonalnie, aby budzić szacunek i dać klientom do zrozumienia, że poważnie traktujesz swoje stanowisko.
- **Uścisk dłoni** – przy uścisku dłoni z klientem oczekuje się mocnego i profesjonalnego uścisku dłoni. Ta część powitania jest obecnie powszechna zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet w środowisku zawodowym.
- **Być uważnym** – słuchając klienta, pochyl się lekko w jego stronę i delikatnie kiwnij głową, aby pokazać, że słuchasz.
- **Ton głosu** – zawsze wyrażaj życzliwość i uprzejmość. Nie podnoś głosu w frustracji lub złości, bez względu na to, jak trudne lub męczące może być zachowanie klienta. 8 • **Gesty dłoni** – używaj ruchów dłoni, aby podkreślić to, co mówisz (nawet przez telefon) i podkreślić swoje uczucia.

- **Przestrzeń osobista** – to komfortowa odległość między tobą a drugą osobą. Jeśli inna osoba podchodzi do ciebie i narusza twoją przestrzeń osobistą, automatycznie cofasz się bez zastanowienia. Czujesz się niekomfortowo. Pozostaw odpowiednią odległość między sobą a klientem. Odpowiednia przestrzeń jest ważna, aby klienci czuli się bezpiecznie i nie byli zagrożeni.
- **Postawa** – opadanie na krzesło lub opieranie się o ścianę podczas interakcji z klientem to pewne oznaki braku zainteresowania klientem. Twoja poza lub postawa powinna wyrażać uwagę, życzliwość i otwartość. Pochyl się do przodu, stań twarzą do klienta i skieruj głowę, aby dać mu do zrozumienia, że jesteś zainteresowany.
- **Obserwacja** – zauważ, jak zachowuje się Twój klient i na co pozytywnie reaguje podczas świadczenia przez Ciebie usługi
- **Szczęście** – jeśli pracownicy są szczęśliwi w swoim miejscu pracy, zadowoleni będą również klienci. Pamiętaj, że wszystko, co dobre dzieje się w Twojej restauracji, jest zasługą jej pracowników. Menedżer musi upewnić się, że ich uszczęśliwia, regularnie angażując się w ich pracę i upewniając się, że są zadowoleni. Powinien ich zapytać, czy uważają, że można coś zmienić w restauracji, aby zwiększyć zadowolenie klientów lub usprawnić pracę w kuchni. Powinien sprawić, by poczuli się ważnymi członkami zespołu.

Mając osobiste relacje ze swoimi pracownikami, stworzysz radosną atmosferę i zwiększysz zadowolenie klienta. Pamiętaj, że twoi pracownicy cię reprezentują, więc pokaż się z jak najlepszej strony!

Restauracja musi mieć swoją własną kulturę. Kultura Restauracji obejmuje wizję, wartości, normy, systemy, symbole, język, założenia, przekonania, misję i nawyki. Lider ma ogromny wpływ na Kulturę Restauracji, zarówno żyjąc zgodnie z podstawowymi wartościami, jak i wspierając je w zespole. Lider musi uwzględniać wartości, które są wysoko cenione przez swoich klientów, takie jak życzliwość, uprzejmość, empatia, uczciwość. W ten sposób pracownicy i klient podzielą te same wartości.

IDENTYFIKACJA I ANALIZA „TRUDNEGO KLIENTA”

Zarządzanie klientem w restauracji to sztuka. Począwszy od obsługi trudnych klientów, którzy nigdy nie są usatysfakcjonowani bez względu na wszystko, po zapewnienie, że obsługa jest na najwyższym poziomie – rozwiązywanie problemów związanych z usługami restauracyjnymi z osobistym podejściem i troską może zmienić niezadowolonych klientów w stałych klientów. Właściwe zarządzanie klientami restauracji prowadzi do zadowolonych klientów, a satysfakcja klienta jest jedną z najważniejszych rzeczy w branży restauracyjnej.

Pracownicy restauracji często spotykają się z trudnymi klientami.

Istnieją dwa rodzaje trudnych klientów, które mogą mieć wpływ na pracowników kuchni.

- Krytyczny klient oceni każdy szczegół i będzie narzekał – od sposobu składania serwetek, przez temperaturę w pomieszczeniu, po jedzenie, które mu podałeś. Często krytyczni klienci nie są niezadowoleni z powodu Ciebie i Twojej restauracji. Najprawdopodobniej zabierają ze sobą codzienne frustracje, wychodząc na posiłek. Pamiętaj więc, że krytyka nie ma na celu cię skrzywdzić – to tylko ich sposób na wypuszczenie trochę pary.
- Spieszący się klient to klient, który zawsze się spieszy i chce, żeby wszystko było zrobione bardzo szybko.

Należy pamiętać, że trudni klienci mogą łatwo stać się Niezadowolonymi Klientami, jeśli w przypadku, gdy mają problem, nie rozwiążemy go szybko. Firma nie chce mieć niezadowolonych klientów, ponieważ niezadowoleni klienci często dzielą się swoimi skargami z rówieśnikami i piszą złe recenzje na różnych forach i w mediach społecznościowych. Dlatego musisz zachować szczególną ostrożność w rozwiązywaniu i rozwiązywaniu ich

problemów, bez względu na to, jak bardzo jesteś zavalony. Rozwiązanie ich skarg może stworzyć okazję, aby zachęcić ich do powrotu po więcej.

Kiedy nie jesteś w stanie obsłużyć trudnych klientów, a twoja odpowiedź na ich skargę brzmi: „To nie moja wina, nic nie mogę zrobić”, wtedy twoja obsługa klienta jest słaba. Dobra obsługa klienta to odpowiedzialność, odpowiedzialność i podejmowanie działań w celu zadowolenia klienta. Umiejętność komunikacji z niezadowolonym klientem jest kluczowa.

Dlatego, aby to zrobić, musisz zastosować pewne techniki profesjonalnej obsługi klienta, aby zdobyć poparcie klienta i nadal mieć go jako klienta.

„Jeśli możemy zapewnić natychmiastową reakcję na dany problem, musimy to zrobić. Może to oznaczać od czasu do czasu łamanie własnych zasad, ale z drugiej strony, czy to nie dlatego jesteśmy szefem, menedżerem lub zajmujemy pozycję autorytetu? Chociaż nie będzie to - i nie powinno być - odpowiedzią na wszystkie problematyczne sytuacje gości, należy rozważyć możliwość szybkiego reagowania na wymagających gości.”

-Sandeep Chatterjee, kierownik ośrodka gastronomicznego.

Słuchanie: w kontaktach z niezadowolonym lub narzekającym klientem najważniejsze jest uważne słuchanie jego skarg, narzekań, frustracji lub zażaleń. Wiele skarg klientów rozwiązuje się po prostu wtedy, gdy ludzie czują, że zostali wysłuchani i zrozumiani. Nawet jeśli domagają się czegoś nierozsądnego, proaktywnie słuchaj i nie ulegaj rozproszeniu, zamkniętej mowie ciała, takiej jak złożone ręce lub inne widoczne. Bądź cierpliwy, uważny i przyjazny. kłopot.

Wyraż przeprosiny: „Przepraszamy za ten błąd/problem”. „Bardzo przepraszamy za tę niedogodność”. „Jak możemy wspólnie rozwiązać ten problem?” – Wyobrażam sobie, jak bardzo jesteś sfrustrowany.

Nie kłóć się i nie przerywaj: To tylko pogorszy sytuację, zwłaszcza jeśli klient jest zły. Pozwól mu mówić, zanim spróbujesz przedyskutować z nim, co się stało.

Współczuj: Daj klientowi do zrozumienia, że traktujesz go poważnie. Musisz jednak ograniczyć swoją empatię, ponieważ może to być postrzegane jako fałszywe lub protekcyjne.

Nie przyjmuj postawy obronnej: zachowuj neutralny ton i reaguj, gdy klient aktywnie narzeka. W ten sposób przekonasz go, że traktujesz jego troskę poważnie. Nigdy nie zaprzeczaj, nawet jeśli klient się myli, nie ma wszystkich informacji lub pozornie kłamie. Twoim celem jest zminimalizowanie problemu i rozwiązanie go, a nie tworzenie atmosfery wojny

Nie trać panowania nad sobą: jeśli pozostaniesz zrelaksowany, klienci się uspokoją.

Wskaż fakty: Słuchaj uważnie – i zapisuj wszystko. Nie komentuj, dopóki klient nie skończy mówić. Po wysłuchaniu wszystkiego, co klient miał do powiedzenia, powtórz wszystkie usłyszane fakty prostym językiem. A jeśli masz szczęście, wysłuchanie powtórzenia w innym głosie może pomóc znormalizować krytykę klienta i spuścić trochę emocji. Powtarzanie tego, co powiedzieli, daje również więcej czasu na pełne przetworzenie sytuacji we własnej głowie i znalezienie najrozsądniejszej odpowiedzi.

Zaangażuj klienta w rozwiązywanie problemów: Zaproponuj klientowi alternatywne rozwiązania, jeśli takie istnieją. Klienci cenią sobie możliwość wyboru sposobu rozwiązania problemu.

Przedstaw rozwiązanie: Przedstaw klientowi rozwiązanie jego problemu. Poinformuj swoich klientów, jakie działania zostaną podjęte. Wymyślenie rozwiązania, które zaspokoi ich natychmiastową potrzebę, to wszystko, czego potrzeba w tej chwili. I upewnij się, że rozwiązanie, które przedstawiś (miejmy nadzieję, że już spokojnemu)

klientowi, również jest dla niego satysfakcjonujące. Nigdy nie popełniaj błędu, obiecując coś, czego nie jesteś w stanie zrobić

Kontynuacja: Upewnij się, że obiecane środki zostały podjęte. Jeśli nie spełnisz tego, co zostało obiecane i zignorujesz reklamację klienta, problem będzie narastał. Następnym razem będzie to trudniejsze do rozwiązania. Możesz także zachęcić swojego klienta do przekazania informacji zwrotnej od klienta po rozwiązaniu problemów, a także możesz dać klientowi „drogę powrotną”: czasami klienci się mylą. Powinieneś pozwolić im odejść z godnością, bez poczucia zażenowania.

Nie kwestionuj poprawności klienta: Od samego początku powinieneś wierzyć, że klient może mieć rację. Zawsze bądź otwarty na opinie klientów, spraw, aby poczuli, że zasługują na wysłuchanie.

Zawsze pamiętaj o złotej zasadzie każdej obsługi klienta: klient ma zawsze rację, bez względu na wszystko! Oczywiście klient może się mylić, ale znowu, jeśli się z nim nie zgadzasz, musisz zachować spokój i grzecznie spróbować rozwiązać jego zażalenia. Spełnienie każdej prośby klienta może nie być możliwe, ale zawsze możesz spróbować sprawić, by poczuli się docenieni. Pamiętaj, aby zawsze być uprzejmym, bez względu na wszystko.

Zachowaj dopuszczalne granice: Musimy kierować się zasadą, że Klient ma zawsze rację „ale to nie znaczy, że należy tolerować jakiegokolwiek zachowanie. Nie pozwól swoim pracownikom znęcać się, słownie lub fizycznie, tylko po to, by zadowolić klienta. Jeśli klient używa niewłaściwego języka lub wykonuje obelżywe gesty, nie ma czasu na zapewnienie jego usunięcia z lokalu. Istnieje granica tego, co możesz tolerować. Bezpieczeństwo Twoich pracowników i innych klientów jest Twoim priorytetem. Pomaga to natychmiastowo chronić Twoich pracowników i utwierdza ich w przekonaniu, że troszczysz się o ich ogólne samopoczucie w pracy.

Nie bierz tego do siebie: Pod koniec zmiany łatwo jest wrócić do domu i rozmyślać o tym, co mogliśmy zrobić lub powiedzieć lepiej. Ale prawda jest taka, że reklamacje się zdarzają. Popełniane są błędy. I choć ważne jest, aby się od nich uczyć, równie ważne jest, aby nie dopuścić do tego, by obciążały cię emocjonalnie jak kotwica łodzi.

Negatywność jest zaraźliwa, ale możesz kontrolować, czy pozwolił jej dostać się do twojej

AKTYWNE SŁUCHANIE

Jak wspomniano wcześniej, kiedy obsługujesz klienta, musisz mieć z nim dobrą komunikację. Aby dobrze się z nim komunikować, musisz umieć nie tylko słyszeć, co mówi, ale także aktywnie go słuchać.

Aktywne słuchanie wymaga od słuchacza pełnej koncentracji, zrozumienia, odpowiedzi, a następnie zapamiętania tego, co zostało powiedziane. Podejmujesz świadomy wysiłek, aby usłyszeć i zrozumieć całą przekazywaną wiadomość, zamiast tylko biernie słuchać przesłania mówcy.

Słuchanie jest najbardziej podstawowym elementem umiejętności komunikacyjnych. Słuchanie nie jest czymś, co się po prostu dzieje, słuchanie jest aktywnym procesem, w którym podejmuje się świadomą decyzję o wysłuchaniu i zrozumieniu przesłania mówiącego.

Różne badania podkreślają znaczenie słuchania jako umiejętności komunikacyjnej. Badania pokazują, że spędzamy średnio 70-80% naszego czasu na jakiejś formie komunikacji. Z tego czasu około 9 procent spędzamy na pisaniu, 16 procent na czytaniu, 30 procent na mówieniu i 45 procent na słuchaniu.

Badania potwierdzają również, że większość z nas to kiepscy i nieefektywni słuchacze. Większość z nas nie jest zbyt dobra w słuchaniu, badania sugerują, że pamiętamy mniej niż 50% tego, co usłyszymy w rozmowie.

Istnieje wiele korzyści z aktywnego słuchania, są to między innymi:

- **Buduje głębokie zaufanie** - Aktywne słuchanie pomaga innym ludziom się otworzyć. Mogą wyczuć, że nie będziesz wyciągać pochopnych wniosków na podstawie powierzchownych szczegółów. Zdają sobie również sprawę, że troszczysz się o nich na tyle, aby uważnie ich słuchać. Budowanie zaufania wymaga czasu, ale prowadzi do wielkich korzyści, takich jak przyjaźnie na całe życie i obietnica pomocy w trudnych chwilach.
- **Wzmacnia twoją cierpliwość** - Umiejętność bycia dobrym słuchaczem wymaga czasu i musisz ją rozwijać poprzez regularne wysiłki w czasie. Ale w miarę jak będziesz coraz lepszy w słuchaniu, automatycznie zyskasz cierpliwość. Cierpliwość, aby druga osoba szczerze wyrażała swoje uczucia i myśli, podczas gdy ty nie oceniasz
- **Sprawia, że jesteś przystępny** - kiedy prezentujesz się jako cierpliwy słuchacz, ludzie w naturalny sposób są skłonni do komunikowania się z Tobą. Będąc tam dla nich, dajesz im swobodę wyrażania swoich uczuć.
- **Zwiększa kompetencje i wiedzę** - Doskonałe umiejętności słuchania sprawiają, że pracownik jest bardziej kompetentny i zdolny, niezależnie od zajmowanego stanowiska. Im więcej jednostka może wydobyć z zebrań, instrukcji i raportów, tym skuteczniej i skuteczniej wykona zadanie. Słuchanie buduje również wiedzę i pomaga spełniać wymagania związane z pracą poprzez progresywne uczenie się.
- **Oszczędność czasu i pieniędzy** - skuteczne słuchanie nie tylko zmniejsza ryzyko nieporozumień i błędów, które mogą być bardzo szkodliwe dla firmy, ale także oszczędza czas i pieniądze

CO CZYNI DOBREGO SŁUCHACZA?

Dobrzy słuchacze aktywnie starają się zrozumieć, co naprawdę próbują powiedzieć inni, niezależnie od tego, jak niejasne mogą być ich przesłania. Słuchanie wymaga nie tylko wysiłku rozszyfrowania komunikatów werbalnych, ale także interpretacji sygnałów niewerbalnych, takich jak mimika twarzy i postawa ciała.

Musisz także pokazać osobie mówiącej, że słuchasz za pomocą sygnałów niewerbalnych, takich jak utrzymywanie kontaktu wzrokowego, kiwanie głową i uśmiechanie się, zgadzając się, mówiąc „tak”. Kiedy słuchacz przekazuje te wskazówki, klient zwykle czuje się swobodniej i łatwiej, otwarcie i szczerze komunikuje się.

Aktywne słuchanie składa się z trzech kroków:

- **Słuchaj:** Skupiasz się na słuchaczu. O czym on/ona mówi?
- **Pytaj:** Celem tego kroku jest po pierwsze pokazanie, że zwracasz uwagę, po drugie zebranie informacji i po trzecie uzyskanie wyjaśnień. Na tym etapie tworzysz pytania otwarte.
- **Odpowiedz:** Kiedy odpowiadasz:
 - o Zastanów się nad tym, co zostało powiedziane, odzwierciedlaj uczucia mówiącego.
 - o Powtórzenie - powtórz główne idee i uczucia
 - o Wyjaśnij - zadawaj pytania lub powtarzaj błędną interpretację, aby zmusić mówcę do dalszych wyjaśnień.
 - o Podsumuj ich słowa na głos lub w myślach. Powtarzanie tego, co powiedzieli, pomoże ci upewnić się, że dobrze je rozumiałeś. Spróbuj to zrobić własnymi słowami, aby lepiej zrozumieć, co powiedzieli.

NIEWERBALNE I WERBALNE PRZEJAWY UMIEJĘTNOŚCI AKTYWNEGO SŁUCHANIA

Nie jest miło wiedzieć, że rozmawiasz z kimś, a on cię nie słucha. Istnieje kilka prostych kroków, które możesz podjąć, aby poinformować mówcę, że aktywnie słuchasz

Niewerbalne oznaki aktywnego słuchania

Ludzie, którzy słuchają, prawdopodobnie będą wykazywać przynajmniej niektóre z tych znaków. Jednak znaki te mogą nie być odpowiednie we wszystkich sytuacjach i we wszystkich kulturach.

Uśmiech - Uśmiechy pokazują słuchaczowi, że zwracają uwagę na to, co jest mówione, lub jako sposób wyrażenia zgody lub zadowolenia z otrzymanych wiadomości. W połączeniu z skinieniem głowy, uśmiechy mogą być bardzo silnym potwierdzeniem, że wiadomości są słuchane i rozumiane.

Kontakt wzrokowy - to normalne i zwykle zachęcające dla słuchacza patrzenie na mówcę. Kontakt wzrokowy może być jednak onieśmielający. Połącz kontakt wzrokowy z uśmiechami i innymi komunikatami niewerbalnymi, aby zachęcić mówcę.

Postawa - może wiele powiedzieć o nadawcy i odbiorcy w interakcjach międzyludzkich. Uważny słuchacz ma tendencję do pochylania się lekko do przodu lub na boki podczas siedzenia. Inne oznaki aktywnego słuchania mogą obejmować lekkie przechylenie głowy lub oparcie głowy na jednej ręce.

Rozproszenie - aktywny słuchacz nie będzie rozpraszany i nie będzie patrzył na zegarek, bawił się włosami i nie tylko.

Werbalne oznaki aktywnego słuchania

Pozytywne wzmocnienie - może to być silny sygnał uwagi, jednak zbyt częste użycie może być denerwujące dla mówiącego. Okazjonalne słowa i wyrażenia, takie jak: „bardzo dobrze”, „tak” lub „rzeczywiście”, będą wskazywać, że zwracasz uwagę.

Zapamiętywanie - spróbuj zapamiętać kilka kluczowych punktów, takich jak imię i nazwisko osoby mówiącej. Może to pomóc w utwierdzeniu się w przekonaniu, że to, co zostało powiedziane, zostało zrozumiane. Zapamiętywanie szczegółów, pomysłów i koncepcji z poprzednich rozmów dowodzi, że uwaga została utrzymana i prawdopodobnie zachęci mówcę do kontynuowania.

Zadawanie pytań - słuchacz może wykazać, że słuchał, zadając odpowiednie pytania i/lub wypowiadając się, które budują lub pomagają wyjaśnić to, co powiedział mówca. Zadając odpowiednie pytania, słuchacz pomaga również utwierdzić się w przekonaniu, że interesuje go to, co mówi mówca.

Wyjaśnienie - polega na zadawaniu mówcy pytań, aby upewnić się, że otrzymano właściwy komunikat. Wyjaśnienie zwykle obejmuje użycie pytań otwartych, które umożliwiają mówcy rozwinięcie pewnych kwestii w razie potrzeby.

Zarządzanie konfliktem

Pracownicy kuchni często są w konflikcie ze swoimi współpracownikami lub klientami. Może to wynikać z różnych potrzeb, opinii i celów.

Pracownicy, którzy są w konflikcie, mogą stać się mniej skłonni do wspólnej pracy i współpracy. Pracownicy, którzy są w konflikcie ze swoimi klientami i nie są w stanie rozwiązać tego konfliktu, ostatecznie tracą tych klientów.

Ludzie mogą przyjmować różne podejścia do radzenia sobie z trudnymi sytuacjami, ale nie każdy zestaw zachowań będzie skuteczny na dłuższą metę. Istnieją trzy różne podejścia do rozwiązywania konfliktów:

Zachowanie agresywne (ja wygrywam – ty przegrywasz). Decydując się na rozwiązanie konfliktu w sposób agresywny, możesz pomóc osiągnąć swoje cele na krótką metę, ale takie podejście najprawdopodobniej spowoduje wyobcowanie od innych, poczucie frustracji, goryczy i izolacji. Agresywne zachowanie charakteryzuje się:

- Potrzeba wyrażania swoich uczuć, potrzeb i pomysłów kosztem innych
- Broniąc swoich praw, ale ignorując prawa innych
- Wiadomości, które często są dostarczane w sposób wrogi i autodestrukcyjny

Agresywne podejście szkodzi relacjom i zmniejsza zaufanie. Agresywne podejście do zarządzania konfliktem może zaszkodzić relacjom z drugą stroną.

Zachowanie pasywne (ja przegrywam – ty wygrywasz). Możesz wybrać unikanie nieprzyjemnych sytuacji spowodowanych konfliktem. Jeśli jednak nie wyrazisz swojego stanowiska, Twoje potrzeby nie zostaną zaspokojone. Może to prowadzić do frustracji i narastania złości.

Zachowanie bierne charakteryzuje się:

- Niewyrażanie własnych uczuć, potrzeb lub pomysłów
- Ignorowanie własnych praw
- Pozwalanie innym na naruszanie ich
- Zahamowania i samozaparcie, które powodują niepokój, rozczarowanie, złość i urazę

Pasywne podejście do rozwiązywania konfliktów może wpłynąć na Twoją wiarygodność i narazić Twoją reputację na ryzyko.

Zachowanie asertywne (ja wygrywam – ty wygrywasz). Asertywna odpowiedź jest wyrazem szacunku zarówno dla siebie, jak i dla innych. Z szacunkiem wyrażasz swoje stanowisko, potrzeby i uczucia oraz nawiązujesz dialog z drugą osobą.

Zachowanie asertywne charakteryzuje się:

- Wyrażanie swoich uczuć, potrzeb i pomysłów
- Broniąc swoich uzasadnionych praw w sposób, który nie narusza praw innych osób
- Poczucie pewności siebie i poczucia własnej wartości oraz zmniejszenie konfliktów

Asertywne reagowanie na konflikty zwiększa prawdopodobieństwo osiągnięcia celów. Nawet jeśli początkowo wyniki nie są doskonałe, takie podejście prowadzi do poczucia własnej wartości, ponieważ jesteś bezpośredni. Poprawia się pewność siebie, a relacje stają się bardziej otwarte i szczerze. Jednak asertywne zarządzanie konfliktem może mieć pozytywny wpływ i być wykorzystane na Twoją korzyść w miejscu pracy.

Które z trzech zachowań powinieneś mieć?

- Czy zachowujesz się biernie?
- Chcesz wygrać i nie obchodzi cię, czy inni przegrają?
- Czy uważasz, że mówienie tego, co chcesz, jest samolubne?
- Czy martwisz się, że jeśli odmówisz zrobienia czegoś, ludzie nie będą cię lubić?

Asertywność to zachowanie lub umiejętność, która pomaga ci jasno i pewnie komunikować swoje uczucia, potrzeby, pragnienia i myśli, jednocześnie uznając potrzeby innych.

Wyraź swoje opinie

Asertywność oznacza, że jesteś w stanie wyrażać swoje opinie bez poczucia skrępowania, a także być w stanie otwarcie wyrażać swoje emocje.

Szanuj prawa

Jednocześnie będziesz cenić innych, szanując również ich prawo do wyrażania opinii. Dzięki skutecznej, asertywnej komunikacji będziesz w stanie wyrazić, jak chcesz iść do przodu.

Konfrontacja

Bądź uprzejmy, zwięzły i podaj następujące elementy: charakter problemu; jak to na ciebie wpływa; jak się z tym czujesz; co chcesz zmienić. Bądź przygotowany do negocjacji, jeśli to konieczne, aby doprowadzić do rozwiązania.

Takt i przewidywanie

Stosując takt i dalekowzroczność oraz starając się dostrzec inny punkt widzenia i uznając go, postawisz się w pozycji siły. Bądź przygotowany na kompromis, jeśli pasuje to do tego, co zamierzasz osiągnąć.

Asertywność, Agresywność lub Pasywność

Ćwicz mówienie „nie”.

Bądź szczery. Jeśli wiesz, że zbliża się niemiłe widziana prośba, przećwicz z góry odmawianie. Jeśli to konieczne, użyj „techniki asertywności zbitego rekordu”, w której po prostu powtarzasz swoje stwierdzenie cicho, spokojnie i wytrwale.

Nie odrzucenie

Nie myl odrzucenia prośby z odrzuceniem osoby, która ją złożyła. Większość ludzi chętnie przyjmie szczere „nie”, jeśli zostanie ono odpowiednio wyrażone. Najtrudniejszy będzie pierwszy raz!

Osoba asertywna powinna mieć odpowiednią mowę ciała

- Powinieneś stać wyprostowany w zrelaksowany sposób, wykonując otwarte gesty dłoni.
- Rozluźnij rysy twarzy i utrzymuj stały i bezpośredni kontakt wzrokowy z osobą, z którą się komunikujesz.
- Twoja mimika nie powinna dawać żadnych sprzecznych komunikatów, więc jeśli jesteś zadowolony, możesz się uśmiechnąć, jeśli nie, marszczysz brwi.
- Jeśli jesteś zadowolony, uśmiechaj się, ale jeśli nie jesteś zadowolony z tego, jak się sprawy mają, nie krępuj się marszczyć.

Zachęcanie

Czasami wystarczy trochę zachęty.

Zważ koszty. Mówienie innym ludziom, jak się czujesz, ułatwia im również przekazywanie swoich uczuć Tobie.

Asertywność polega na uznaniu, że wszystkie opinie są ważne

„Ja się liczę i ty też”

Będąc pasywnym lub agresywnym, przegrasz. Asertywność nic nie kosztuje, a przynosi wiele korzyści.

Przykładem asertywnego zachowania jest to w kuchni restauracji (źródło: <https://www.impactfactory.com/library/assertiveness-and-personal-impact>)

Moja przyjaciółka Geraldine jest błyskotliwą i pełną pasji kucharką, która pracowała w wykwintnej francuskiej restauracji z zespołem około siedmiu osób w swojej kuchni.

Geraldine jest łagodną i słodką osobą, ale pod presją, gdy zaczynają napływać zamówienia, może nieoczekiwanie warknąć na kogoś z zespołu.

Po chwili wszyscy są nieco zdenerwowani i nieufni wobec niej, myśląc, że jest na nich zła, przez co popełniają więcej błędów.

Zły nawyk

Geraldine zapytała mnie pewnego dnia, jak mogłaby przestać, skoro stawało się to złym nawykiem.

Moja odpowiedź,

„Nie możesz, robiłeś to tak długo, że teraz jest to zakorzenione w twoim zachowaniu.

Ale istnieje inne podejście”.

Praktyczne podejście

Bardziej praktyczne podejście..? Dyskusja!

Więc zapytałem ją, dlaczego myślała, że pękła.

„Ponieważ bardzo zależy mi na tym, jak wszystko – wygląda i smakuje – i po prostu chcę, żeby było jak najlepsze”.

„Dobra następnym razem, gdy złapiesz, natychmiast powiedz wszystkim zaangażowanym, że naprawdę zależy ci na jedzeniu i tak się dzieje: kiedy czujesz presję, spróbuj nie przeproszać”

„ponieważ nie jest twoją intencją obrażanie kogokolwiek”.

Zasugerowałem.

Nie jestem Crossem

Minęło więc kilka tygodni i Geraldine, znana też jako Gigi, zadzwoniła, żeby powiedzieć, że informowanie ludzi, co się z nią dzieje i że nie jest na nich zła, działa całkiem dobrze.

Po prostu przyznanie się do faktu, że pękła, ponieważ jej zależało i czuła się pod presją, zdawało się zmieniać sposób, w jaki postrzegali ją inni.

Najlepsza rzecz, która wydarzyła się dziś wieczorem.

Minęły kolejne dwa miesiące, Geraldine zadzwoniła ponownie

„Najlepsza rzecz wydarzyła się dziś wieczorem!”

„To była typowa sobotnia noc i kłębiliśmy się w kuchni, bilety wchodziły, jedzenie wychodziło, presja rosła i czułem to. Wiedziałem, co nadchodzi.

Ale nagle Jerome, mój zastępca szefa kuchni, uniósł ręce w górę, trzymając ściereczkę do naczyń,

„Wszyscy!” ryknął

„Gigi... zaraz się przejmie!!”.

„Nastąpiła chwila ciszy – potem wszyscy się śmiali, łącznie ze mną, a cały zespół spuścił głowy i utknął!”

KWALIFIKACJA 2 - ZARZĄDZANIE PRACĄ W KUCHNI

MODUŁ 3: ORGANIZOWANIE SZKOLEŃ WEWNĘTRZNYCH (INSTRUKTAŻOWYCH W KUCHNI)

Identyfikowanie i analiza potrzeb szkoleniowych w zespole

Oto 8 konkretnych kroków, które pomogą Ci zacząć identyfikować potrzeby szkoleniowe pracowników:

1. Zdecyduj, co próbujesz osiągnąć

Zdecyduj o celach organizacyjnych i zadaniach dla swojego miejsca pracy (kuchni) przed zebraniem danych pracowników, aby zdecydować, gdzie spędzić cenny czas szkoleniowy.

Twoje cele mogą być bardzo konkretne lub nieco nienamacalne (np. poprawa obsługi klienta), ale jeśli potrafisz o tym pomyśleć i ustawić je jako cel, możesz je trenować i mierzyć swoje postępy.

2. Zidentyfikuj wiedzę, umiejętności i zdolności potrzebne do osiągnięcia Twoich celów

Gdy organizacja rozwija się i zmienia, jej pracownicy mogą mieć luki w swojej wiedzy, umiejętnościach i zdolnościach.

Osoba musi obserwować jakość pracy w kuchni i sprawdzać, czy jest zgodna z przyjętymi normami. Ten krok dokładnie rozbija i określa, co pracownicy muszą wiedzieć, rozumieć i co potrafią zrobić na koniec szkolenia, aby osiągnąć określone cele. Te cele szkoleniowe dla poszczególnych osób pomagają w dalszym kierowaniu i ukierunkowaniu szkolenia.

3. Dowiedz się, co wiedzą pracownicy

Spoglądając wstecz na krok drugi, sporządź listę wiedzy, umiejętności i zdolności i określ, gdzie w spektrum plasują się twoi pracownicy. Daj pracownikom szansę wykazania się wiedzą (i zidentyfikowania braków), zanim zaczniesz opracowywać programy nauczania.

Istnieje wiele sposobów gromadzenia tych informacji, w tym:

- Korzystanie z kwestionariuszy lub ankiet
- Obserwacja pracowników i badanie ich pracy
- Przeprowadzanie ocen formalnych.

4. Rozmawiaj z pracownikami

Poświęć trochę czasu, aby zapytać pracowników, czego potrzebują, aby lepiej wykonywać swoją pracę. Czy są szczęśliwi w swojej pracy, a jeśli nie, to co może ich uszczęśliwić?

Zachęcaj do otwartej informacji zwrotnej, oddzielając te rozmowy od wszelkiego rodzaju ustawień HR. Wyjaśnij, że naprawdę jesteś zainteresowany ustaleniem celów i celów szkolenia, które odpowiadają potrzebom pracowników. Może to pomóc w znalezieniu braków, o których nigdy nie pomyślałbyś, aby je sprawdzić.

5. Porozmawiaj z menedżerami

Menedżerowie są pomostem między dyrektorami a właścicielami i pracownikami. Dlatego mają wyjątkową perspektywę na to, jak sprawy idą w sali konferencyjnej i na ulicy.

Musisz porozmawiać ze swoimi menedżerami, aby zobaczyć, co ich zdaniem można poprawić, a co należy zmienić.

6. Zdecyduj, które punkty danych są cenne dla Twojego zespołu

W zebranych danych, na czym chcesz się skupić? Jeśli wszyscy pracownicy uważają, że lunch jest za krótki, ale to nie spełnia Twojego celu, jakim jest wdrożenie wydajniejszego procesu licytowania lub fakturowania, nie skupiaj się teraz na lunchu.

Dopasuj otrzymaną informację zwrotną do celów, które wyznaczyłeś na początku procesu.

7. Oceń swoje obecne zasoby szkoleniowe

Kiedy już dowiesz się, co wiedzą pracownicy i podzielili się opiniami Twoich przełożonych, nadszedł czas, abyś dowiedział się, jakie zasoby szkoleniowe są już dostępne, aby wspierać postępy w osiągnięciu Twoich celów, a co wymaga dopracowania (lub całkowitego wyrzucenia).

Jeśli kiedykolwiek prowadziłeś szkolenia pracowników tylko przy użyciu starych narzędzi, takich jak podręczniki, skoroszyty i prezentacje PowerPoint, możesz rozważyć wykorzystanie technologii, która sprawia, że szkolenie jest wydajne i skuteczne. Możesz rozważyć zastąpienie swoich starych trójkołowych segregatorów, prezentacji PowerPoint i zeszytów ćwiczeń na:

- Możliwości uczenia się z geogrodzeniem, które są dostarczane do określonych miejsc pracy
- Uczenie się przez doświadczenie
- Moduły Microlearning
- Zgrywalizowane zasoby i metody dostarczania.

Twoja analiza potrzeb szkoleniowych może również odkryć, w jaki sposób pracownicy wolą się uczyć, co może zmniejszyć tarcia szkoleniowe po przeprowadzeniu szkolenia.

8. Dopasuj trening do swoich potrzeb

Dopasowanie szkolenia do Twoich potrzeb oznacza upewnienie się, że masz odpowiednią ilość szkoleń, skoncentrowanych na dokładnie tym, czego potrzebują pracownicy, aby od pierwszego kroku osiągnąć cele Twojej organizacji. Ponieważ pracownicy mają tak mało czasu na szkolenia, chcesz mieć pewność, że dostają to, czego potrzebują, kiedy tego potrzebują.

Skoncentruj się na zapewnieniu pracownikom szkoleń, których potrzebują, bez mnóstwa dodatków, które rozpraszają uwagę lub pochłaniają czas.

Nawet jeśli dokonasz całkowitej zmiany sposobu prowadzenia działalności, w tym wszystkich procedur biurowych i terenowych, podjęcie logicznego kroku po kroku zapobiegnie frustracji i przytłoczeniu pracowników (oraz menedżerów i kadry kierowniczej!).

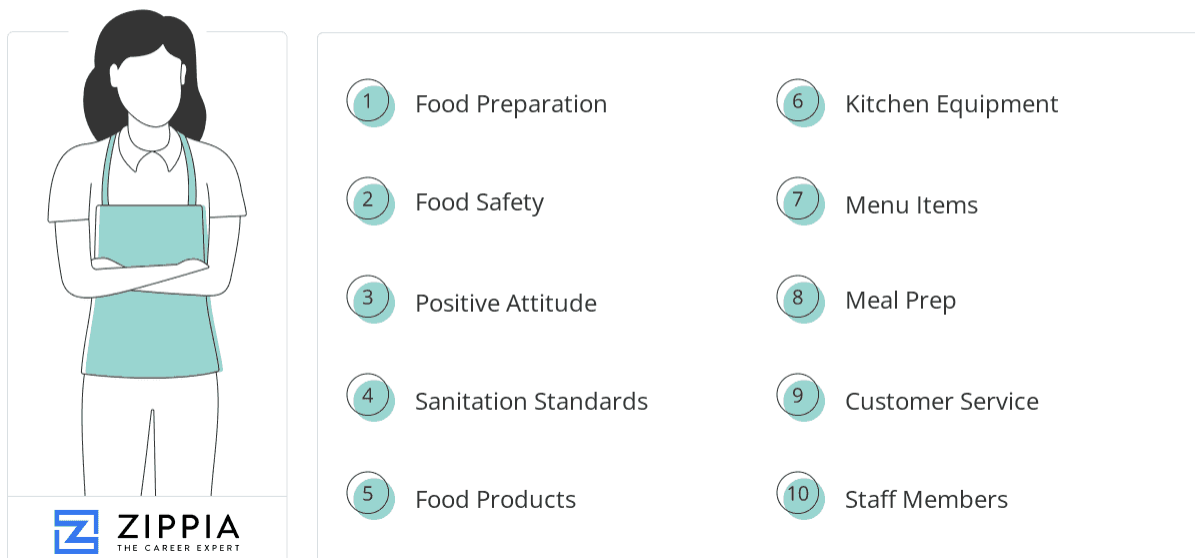
Zidentyfikuj ich potrzeby

Według badań osiem najczęstszych umiejętności opartych na personelu kuchennym zostanie wznowionych w 2022 roku.

- Przygotowywanie posiłków, 23,2%
- Bezpieczeństwo żywności, 16,5%
- Pozytywne nastawienie, 14,0%
- Standardy sanitarne, 12,1%

- Produkty spożywcze, 6,5%
- Sprzęt kuchenny, 5,9%
- Pozycje menu, 4,6%
- Inne umiejętności, 17,2%

KITCHEN STAFF SKILLS



Kierownik kuchni po rozpoznaniu potrzeb szkoleniowych personelu kuchni może zaproponować personelowi szkolenia, które mogą pomóc w rozwoju zawodowym. Może również opracować plan szkoleń dla każdego pracownika lub plan szkoleń dla grupy pracowników.

Korekta stwierdzonych nieprawidłowości

Menedżer zwykle stosuje różne metody oceny lub nawet kombinację metod oceny w celu oceny umiejętności i kompetencji swoich pracowników oraz zidentyfikowania ewentualnych nieprawidłowości.

Pierwszym narzędziem oceny jest **test wielokrotnego wyboru** z pytaniami opartymi na scenariuszu, a jego czas trwania może wynosić około 90 minut.

Drugim narzędziem oceny jest **obserwacja praktyczna**. Może to być trzygodzinna obserwacja pracownika w jego środowisku pracy, podczas której pracownik przygotowuje jedzenie w kuchni i podaje je.

Trzecią metodą oceny jest **obserwacja wyzwania kulinarnego**. Może to być 2-godzinna obserwacja w kontrolowanym środowisku. Pracownik musi przygotować Danie Główne - z menu organizacji oraz Deser z menu i oba muszą być dostosowane do zapotrzebowania/sezonowości klientów.

Kierownik może dyskutować i współpracować z innymi specjalistami, mistrzami, pasjonatami gotowania w swojej dziedzinie w celu uzyskania ich opinii na temat metod oceny. Może zorganizować krótkie grupowe sesje burzy mózgów, aby przedyskutować z nimi więcej na temat rzetelności i trafności metod oceny oraz przeprowadzić burzę mózgów na temat nowych metod oceny.

Jeśli wystąpią jakiegokolwiek nieprawidłowości, musi spróbować je naprawić poprzez trening indywidualny lub trening grupowy.

Przygotowanie i prowadzenie szkoleń

Właściciele małych i średnich firm czasami nie dysponują niezbędnym budżetem i/lub zasobami, aby skutecznie szkolić pracowników.

Wykonanie tych **pięciu kroków w przypadku szkolenia indywidualnego lub grupowego** pozostaje skutecznym i łatwym w zarządzaniu sposobem na przyciągnięcie pracowników do pracy.

Zdefiniuj pracę

Dokonałeś już przeglądu wiedzy, umiejętności i poziomu zdolności pracowników i wiesz, na jakich stanowiskach (zadaniach) musisz się skoncentrować podczas szkolenia indywidualnego lub grupowego.

Przygotuj się do szkolenia

Wypisz obszary odpowiedzialności i procedury niezbędne do wykonania każdego zadania. Dobrym sposobem na przekazanie tych informacji jest stworzenie programu szkolenia. Bez rejestru ważnych zadań pracownik ponosi niesprawiedliwy ciężar przejmowania obszarów problemowych, a nowy pracownik nie jest w stanie wiedzieć, jakich informacji nie podano.

Przygotowując się do treningu, ważny jest również dobór odpowiedniego trenera. Menedżerowie często wybierają swoich najlepszych pracowników do szkolenia innych pracowników. Jednak ci, którzy dobrze sobie radzą w swojej pracy, niekoniecznie są dobrzy w wyjaśnianiu, dlaczego są tak skuteczni. W końcu, jeśli umiejętności przychodzą im naturalnie, być może nie zastanawiali się zbyt nad tym, jak je rozwijać.

Trener musi zaprojektować i zorganizować treść szkolenia, wykonując następujące kroki:

1. Określ cele szkolenia w jasny, zwięzły i zwięzły sposób. Określ cele szkolenia. Wśród celów znajdują się Wzbogacenie wiedzy, Podniesienie kwalifikacji i Poprawa postaw.
2. Zdefiniuj kluczowe pojęcia programu lub modułu szkoleniowego. Określ strukturę modułów. Będzie musiał zdecydować o modułach szkolenia i będzie musiał ustalić część praktyczną i teoretyczną. Będzie musiał upewnić się, że istnieje kolejność i spójność między modułami. Musi zapewnić interaktywność między materiałem edukacyjnym a uczestnikiem szkolenia.
3. Zaplanuj pierwsze spotkanie. Podczas tego spotkania będzie musiał wykonać lodotamacz, a następnie przeanalizować cel szkolenia i jego cele.
4. Zaprojektuj spotkanie końcowe. Podczas tego spotkania końcowego trener podsumuje treść szkolenia, przedstawi najważniejsze wnioski ze szkolenia, a uczestnicy dokonają oceny szkolenia.

Prowadzenie szkoleń

Trener musi jasno przekazać pracownikowi cel i zadania szkolenia oraz wartość szkolenia. Trener będzie musiał również zwrócić uwagę na to, że pracownicy odgrywają kluczową rolę w rozwoju organizacji i są wartościowi.

Pracownicy będą mieli różne style uczenia się. Uczą się, słysząc, widząc i/lub robiąc.

Istnieje wiele **technik szkoleniowych**, które trener może wykorzystać podczas swojego treningu, a są to:

- Wykład/Prezentacja

Trener przedstawia temat za pomocą prezentacji Microsoft PowerPoint. Na koniec każdego modułu kursanci muszą wykonać kilka ćwiczeń i zadać dowolne pytania.

- Dyskusja
- Praca w grupach

- Warsztaty doświadczalne.

Uczenie się przez doświadczenie to zaangażowany proces uczenia się, w którym uczniowie „uczą się przez działanie” i refleksję nad doświadczeniem. Działania polegające na uczeniu się przez doświadczenie mogą obejmować między innymi praktyczne eksperymenty laboratoryjne, staże, praktyki, ćwiczenia terenowe, studia za granicą, studia licencjackie, itp.

Dobrze zaplanowane, nadzorowane i oceniane programy uczenia się przez doświadczenie mogą stymulować dociekania akademickie poprzez promowanie interdyscyplinarnego uczenia się, zaangażowania obywatelskiego, rozwoju kariery, świadomości kulturowej, przywództwa oraz innych umiejętności zawodowych i intelektualnych.

Uczenie się uważane za „doświadczalne” obejmuje wszystkie następujące elementy:

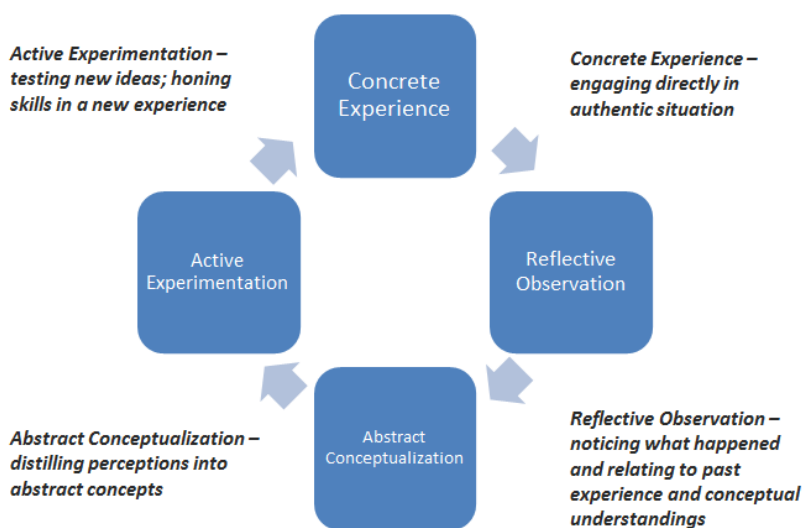
- Refleksja, krytyczna analiza i synteza.
- Możliwości dla uczniów do podejmowania inicjatywy, podejmowania decyzji i bycia odpowiedzialnym za wyniki.
- Możliwości dla uczniów do zaangażowania intelektualnego, twórczego, emocjonalnego, społecznego lub fizycznego.
- Zaprojektowane doświadczenie edukacyjne, które obejmuje możliwość uczenia się na naturalnych konsekwencjach, błędach i sukcesach.

Jak to działa?

Cykl uczenia się Kolba (1984) przedstawia proces uczenia się przez doświadczenie (patrz rysunek poniżej). Proces ten obejmuje integrację:

- o wiedza – koncepcje, fakty i informacje zdobyte w drodze formalnego uczenia się i przeszłych doświadczeń;
- o aktywność – zastosowanie wiedzy w „realnym świecie”; I
- o refleksja - analiza i synteza wiedzy oraz działanie na rzecz tworzenia nowej wiedzy”

Kolb's Cycle of Experiential Learning



- Przegląd literatury

- Odgrywanie ról

Ta technika jest zwykle wykonywana z udziałem stażysty i facylitatora (lub trenera), gdzie każdy może odegrać różne potencjalne scenariusze pracy.

Ta metoda jest najskuteczniejsza w branżach wymagających interakcji z klientem lub klientem, ponieważ pozwala pracownikom ćwiczyć radzenie sobie w trudnych sytuacjach.

- Symulacja

Symulacje są skuteczną techniką szkoleniową w dziedzinach, które wymagają określonego zestawu umiejętności do obsługi skomplikowanych maszyn. Udana symulacja odzwierciedla rzeczywiste sytuacje w pracy i pozwala stażystom rozwiązywać problemy, z którymi prawdopodobnie zetkną się w pracy.

- Studium przypadku

Studium przypadku może pomóc rozwinąć umiejętności analityczne i rozwiązywania problemów. Stażyści otrzymują scenariusze, rzeczywiste lub wymaginowane, które przedstawiają typowe sytuacje w pracy. Następnie, samodzielnie lub w grupie, pracownicy są proszeni o przeanalizowanie sprawy i zaproponowanie idealnych rozwiązań i scenariuszy.

- Burza mózgów

- Ćwiczenie praktyczne

Trener powinien stosować kombinację wyżej wymienionych technik szkoleniowych, aby trening był bardziej efektywny. Na przykład powinien przygotować proste i jasne prezentacje do każdego zadania. Trener powinien również w miarę możliwości przygotować stanowisko do ćwiczeń, które zapewni optymalne warunki do nauki. Mógł również wykorzystać podczas szkolenia technikę odgrywania ról, studium przypadku i uczenie się przez doświadczenie w celu zwiększenia zaangażowania pracowników w szkolenie.

Niektóre techniki szkoleniowe mogą nie działać dobrze w przypadku niektórych grup. Dlatego trener musi być elastyczny. Jeśli zauważy, że technika, której używa, nie działa w jego grupie, musi natychmiast zastosować inną technikę treningową.

Język używany przez trenerów powinien być prosty i jasny. Powinien mówić językiem słuchaczy.

Trener powinien stosować zasady zarządzania zespołem i motywowania. Zasady te to Równe traktowanie kursantów, Postępowanie z różnymi typami kursantów, Pokonywanie różnic, Stawianie czoła tarciom, Interakcja i Motywacja

Powinien stworzyć dobre warunki do nauki. Powinno to być środowisko pełne zaufania i kreatywne, środowisko, w którym każdy może uczestniczyć i swobodnie wyrażać swoje opinie, środowisko, w którym panuje duch zespołowy

Trener musi skutecznie wykorzystywać komunikację ustną.

Trener powinien:

- Używaj ciepłego, przyjaznego tonu, aby wywrzeć pozytywne wrażenie
- W stosownych przypadkach zadawaj pytania otwarte, aby budować relacje
- Mów z przekonaniem

- Mów jasno i uzasadnij to, co mówisz
- Dobra wymowa
- Bądź niezależny od jego notatek

Trener musi również efektywnie posługiwać się mową ciała.

Trener powinien:

- Bądź zrelaksowany, miej otwartą mowę ciała (unikaj usztywniania ciała lub krzyżowania rąk)
- Bądź świadomy jego wyrazu twarzy; utrzymuj kontakt wzrokowy zarówno podczas mówienia, jak i słuchania oraz utrzymuj lekki uśmiech, aby okazywać ciepło i zainteresowanie
- Unikaj odwracających uwagę lub agresywnych gestów, takich jak wskazywanie palcem, wiercenie się, bawienie się włosami lub stukanie
- Uważaj na jego postawę; stój prosto i wysoko i nie garb się podczas siedzenia; celem jest wzbudzenie zaufania, energii i autorytetu

Trener powinien kierować grupą na każdym etapie szkolenia. Powinien również zadbać o równe traktowanie wszystkich kursantów, a w przypadku, gdy zauważy, że stażysta wymaga szczególnego traktowania podczas szkolenia, może umówić się z nim na indywidualne spotkanie w celu omówienia sposobów ulepszenia i uatrakcyjnienia szkolenia. skuteczne dla niego i sposoby osiągnięcia efektów uczenia się.

W przypadku powstania konfliktu podczas szkolenia trener musi starać się go rozwiązać bez szkody dla grupy i postępów szkolenia.

Aby rozwiązać konflikt, musisz wykonać następujące kroki:

1. Wyjaśnij, co jest źródłem konfliktu

Pierwszym krokiem w rozwiązaniu konfliktu jest wyjaśnienie jego źródła. Zdefiniowanie przyczyny konfliktu pozwoli ci zrozumieć, w jaki sposób problem się rozwinął. Dodatkowo będziesz mógł uzyskać zgodę obu stron na to, na czym polega spór. Aby to zrobić, musisz omówić potrzeby, które nie są zaspokajane po obu stronach sporu. Musisz także zagwarantować wzajemne zrozumienie. Upewnij się, że uzyskałeś jak najwięcej informacji na temat perspektyw każdej ze stron. Kontynuuj zadawanie pytań, aż będziesz pewien, że wszystkie strony konfliktu rozumieją problem.

2. Znajdź bezpieczne i prywatne miejsce do rozmowy

3. Słuchaj aktywnie i pozwól każdemu zabrać głos

Po spotkaniu obu stron w bezpiecznym i odosobnionym miejscu, niech każda z nich będzie miała możliwość przedstawienia swoich poglądów i spostrzeżeń dotyczących omawianej kwestii. Daj każdej ze stron równy czas na wyrażenie swoich myśli i obaw bez faworyzowania drugiej strony. Przyjmij pozytywne i asertywne podejście podczas spotkania. Jeśli to konieczne, ustal podstawowe zasady. Takie podejście zachęci obie strony do otwartego i szczerego wyrażania swoich myśli oraz zrozumienia przyczyn konfliktu i znalezienia rozwiązań.

4. Zbadaj sytuację

Po wysłuchaniu obaw obu stron, poświęć trochę czasu i zbadaj sprawę. Nie przesądzaj ani nie wydawaj ostatecznego werdyktu na podstawie tego, co masz. Kop głębiej i dowiedz się więcej o wydarzeniach, zaangażowanych stronach, problemach i uczuciach ludzi. Prowadź indywidualną i pewną rozmowę z zaangażowanymi osobami i słuchaj uważnie, aby upewnić się, że rozumiesz ich punkt widzenia.

5. Określ sposoby osiągnięcia wspólnego celu

Po wyjaśnieniu źródła konfliktu, rozmowie z obiema stronami i zbadaniu sytuacji, musisz usiąść z obiema stronami i przedyskutować wspólne sposoby realizacji wspólnego celu, jakim jest zarządzanie i rozwiązanie danej sprawy. Słuchajcie, komunikujcie się i wspólnie przeprowadzajcie burzę mózgów, aż wyczerpiecie wszystkie opcje

6. Uzgodnij najlepsze rozwiązanie i określ obowiązki każdej ze stron w porozumieniu

Po zbadaniu sytuacji i ustaleniu sposobów rozwiązania problemu obie strony muszą wypracować najlepsze rozwiązanie problemu. Aby uzgodnić najlepsze, musisz określić rozwiązania, z którymi każda ze stron może żyć.

Na koniec trener powinien przekazać uczestnikom prosty w obsłudze podręcznik krok po kroku, zawierający ważne terminologie, procedury administracyjne i najlepsze praktyki. Podręcznik ten będzie bardzo przydatnym narzędziem dla kursantów, którzy będą mogli do niego wrócić, gdy będą mieli jakieś pytania.

Informacje zwrotne wg Fostera

Na zakończenie szkolenia trener poprosi kursantów o wypełnienie formularza ewaluacyjnego w celu oceny szkolenia (program szkolenia, materiał szkoleniowy omawiany podczas szkolenia, techniki szkoleniowe stosowane podczas szkolenia, sprzęt używany podczas szkolenia, wiedza i podejście trenera). Na tym formularzu ewaluacyjnym stażysty mogą również dodawać dalsze uwagi dotyczące szkolenia, a także zgłaszać swoje sugestie.

Trener powinien zachęcać uczestników do dodawania komentarzy i sugestii, ponieważ będzie to dla nich cenny wkład i pomoże im udoskonalić przyszłe szkolenia.

Trener Tre może również zapewnić uczestnikom ocenę ich wyników podczas szkolenia.

Kontynuuj często

Trener może zaplanować spotkania kontrolne po szkoleniu, aby ocenić, jak pracownik radzi sobie w swojej pracy.

Trener musi pamiętać o dokumentowaniu postępów pracownika, co ma kluczowe znaczenie w procesie oceny jego pracy oraz o szczególnym uznaniu, gdy osiąga on szczególnie dobre wyniki.

Stosując te kroki, możesz efektywnie i efektywnie szkolić swoich pracowników. Po drodze będziesz pielęgnować ważną relację mentor-podopieczny, a także silniejsze poczucie pracy zespołowej. W międzyczasie Twoja firma będzie na najlepszej drodze do zbudowania sztabu gwiazd!

Zadbaj o bezpieczeństwo w miejscu pracy

Kierownik kuchni musi znać niebezpieczeństwa w kuchni i sposoby ich unikania.

Zagrożenia w kuchni i najlepsze praktyki, aby ich uniknąć:

- Urazy spowodowane przedmiotami
- Poślizgnięcia, potknięcia i upadki
- Oparzenia
- Urazy spowodowane nadmiernym wysiłkiem
- Chemikalia/środki czyszczące
- Elektryczne
- Niskie temperatury

Urazy spowodowane przedmiotami obejmują skaleczenia od noży, urazy od maszyn kuchennych, a także urazy spowodowane wpadnięciem na przedmioty.

Bezpieczeństwo noża

- Używaj odpowiedniego noża do zadania
- Zawsze używaj odpowiedniej deski do krojenia lub bloku
- Upewnij się, że nóż jest ostry
- Noś tylko jeden nóż na raz, czubkiem skierowanym w dół w bok i krawędzią tnącą z dala od ciała
- Przechowuj noże bezpiecznie w osłonach na noże lub odpowiednich stojakach
- Trzymaj nóż silniejszą ręką
- Odcinaj się od ciała podczas krojenia, przycinania lub odkostniania
- Kiedy nie używasz noży, umieść je na stojaku tak, aby ostra krawędź była skierowana w Twoją stronę
- Po użyciu noża należy go natychmiast wyczyścić lub włożyć do zmywarki. Nigdy nie zostawiaj noża zanurzonego w zlewie z wodą.
- Używaj odzieży ochronnej, takiej jak rękawice odporne na przecięcia
- Nigdy nie używaj noży z uszkodzonymi uchwytami lub ostrzami
- Nie rozpraszaj się podczas używania noża
- Nie próbuj złapać spadającego noża
- Nigdy nie podawaj nikomu noża. Połóż to na blacie i pozwól im to podnieść.

Maszyny kuchenne

- Krajalnice i rozdrabniacze
- Osłony muszą być zawsze na swoim miejscu. Nigdy nie pracuj z odsłoniętymi ostrzami.
- Codziennie sprawdzaj przełącznik blokady bezpieczeństwa, który wyłącza zasilanie po podniesieniu pokrywy
- Do podawania lub wyjmowania żywności z krajalnicy należy używać wyłącznie plastikowych narzędzi przedłużających, takich jak szpatułki
- Nigdy nie próbuj czyścić urządzenia, jeśli wyłącznik zasilania nie jest wyłączony, a przewód zasilający nie jest wyciągnięty z gniazdka. Maszyny mają niesamowity sposób włączania się „przypadkowo” podczas czyszczenia.
- Trzymaj włosy, odzież, biżuterię, palce, dłonie i rękawice z dala od niebezpiecznych ruchomych części tnących
- Skontaktuj się z przełożonym, jeśli osłona jest uszkodzona lub jej brakuje
- Postępuj zgodnie z instrukcjami producenta dotyczącymi obsługi, czyszczenia i konserwacji sprzętu

Krajalnice

- Używaj przystawki do przenośnika żywności i trzymaj ręce z dala od noża – zwłaszcza podczas chwytania krojonych produktów. Nie karmić ręcznie.
- W celu wyczyszczenia odłącz zasilanie, ustaw pokrętko krojenia na zero, a następnie zdejmij osłonę. Użyj łyżki z szmatką owiniętą wokół jednego końca, aby wyczyścić ostrze, pracując od środka do zewnątrz. Najlepiej

podczas czyszczenia ostrza nosić rękawice z metalowej siatki lub Kevlaru®; jeśli nie są dostępne, zakryj krawędź ostrza grubą szmatką podczas obracania, aby chronić gołą dłoń.

Miksery

- Ponieważ większości ostrzy miksera nie można całkowicie osłonić, należy unikać luźnych rękawów koszuli, krawatów lub czegokolwiek, co mogłoby zostać wciągnięte w mieszadło.
- Nigdy nie próbuj wycierać boków miski, regulować urządzenia ani wyjmować miski podczas pracy maszyny
- Podczas czyszczenia wyłącz zasilanie i odłącz przewód, aby zapobiec przypadkowemu uruchomieniu

Ostre powierzchnie

- Zachowaj ostrożność podczas przesuwania rąk po dowolnej powierzchni, zwłaszcza takiej, której nie znasz lub której nie widzisz
- Wyrzuć stłuczone lub wyszczerbione szkło

Poślizgnięcia, potknięcia i upadki

- Podłogi i schody należy utrzymywać w czystości, suchości i antypoślizgowości
- Utrzymuj podłogi i schody wolne od gruzu i przeszkód
- Upewnij się, że podłoga jest wolna od niebezpieczeństw związanych z potknięciem, takich jak podniesione lub połamane sekcje
- Wycieraj podłogi zalecaną ilością środka czyszczącego rozpuszczonego w wodzie lub płynie czyszczącym, aby upewnić się, że tłuszcz i inne śliskie substancje zostały usunięte. Używaj czystych mopów, aby nie rozprzodzały tłuszczu.
- Używaj antypoślizgowych wosków do polerowania i pielęgnacji podłóg
- Upewnij się, że dywany, chodniki i maty nie mają dziur, luźnych nitek, luźnych krawędzi ani wybrzuszeń, które mogłyby spowodować potknięcie
- Używaj odpowiednich znaków ostrzegawczych o mokrych podłogach i innych zagrożeniach
- Upewnij się, że wszędzie jest odpowiednie oświetlenie
- Upewnij się, że drabiny i podnóżki są w dobrym stanie i mają antypoślizgowe nóżki
- Jeśli coś upuścisz lub rozlejesz, wyczyść to. Jeśli zauważysz zagrożenie, natychmiast je usuń lub oczyść, jeśli to możliwe. Jeśli nie możesz samodzielnie zająć się zagrożeniem, natychmiast zgłoś to swojemu przełożonemu.
- Idź – nie biegnij
- Oznacz drzwi wahadłowe znakami wejścia i wyjścia lub zdefiniuj standardowe wzorce ruchu lub sygnały, aby uniknąć kolizji
- Noś zakryte palce, antypoślizgowe podeszwy i niskie obcasy



- Używaj antypoślizgowych mat podłogowych. Utrzymuj maty czyste i zabezpieczone na miejscu.
- Wyliminuj zagrażone lub zastawione obszary robocze

Drabiny i podnóżki

- Sprawdzaj drabinę przed i po każdym użyciu
- Odrzuć drabinę, jeśli ma luźne, złamane lub brakujące szczelby; luźne zawiasy; lub luźne lub brakujące śruby lub wkręty. Uszkodzone drabiny należy naprawić lub wyrzucić.
- Ustawiaj barykady i znaki ostrzegawcze podczas korzystania z drabiny wokół gorących płynów, w drzwiach lub przejściach
- Przed wejściem na drabinę oczyść zabłocone, tłuste lub śliskie obuwie
- Stań przodem do drabiny podczas wchodzenia i schodzenia oraz podczas pracy z drabiny. Nigdy nie stawaj na dwóch najwyższych stopniach.
- Trzymaj środek ciała w obrębie poręczy bocznych i nigdy nie wychylaj się za daleko
- Umieść drabinę na stabilnym podłożu, używając antypoślizgowych nóżek lub bezpiecznych blokad, lub poproś kogoś o przytrzymanie drabiny
- Stosować postawę trzypunktową, trzymając przez cały czas obie stopy i co najmniej jedną rękę na drabinie



Schody

- Upewnij się, że klatki schodowe są dobrze oświetlone
- Utrzymuj schody wolne od przeszkód
- Używaj poręczy
- Podczas przenoszenia ładunku w górę i w dół po schodach należy upewnić się, że ładunek nie zasłania pola widzenia
- Zgłaszaj przełożonemu ryzyko potknięcia i umieszczaj znaki ostrzegawcze

Odpowiednie obuwie pomaga ograniczyć poślizgnięcia, potknięcia i upadki

- Noś obuwie antypoślizgowe. W przypadku mokrych nawierzchni podeszwa powinna mieć dobrze zdefiniowany bieżnik, ponieważ więcej krawędzi zapewni lepszą przyczepność.
- Nie noś butów brudnych lub zużytych, ponieważ wpływa to na ich właściwości antypoślizgowe. Aby zachować swoje buty, zostaw je w pracy i noś inne buty do iz pracy.
- Noś buty na niskim obcasie lub bez
- Noś buty lub buty z wewnętrznymi stalowymi noskami, jeśli podnosisz i przenosisz ciężkie przedmioty
- Noś obuwie zapinane na palcach bez dziur
- Unikaj porowatych materiałów, takich jak płótno, które nie ochronią twoich stóp przed zalaniem i poparzeniami

Oparzenia i oparzenia

- Załóż, że wszystkie garnki, patelnie i metalowe uchwyty są gorące. Dotykaj ich tylko wtedy, gdy masz pewność, że nie są gorące lub gdy używasz odpowiednie rękawiczki.
- Zorganizuj swoje miejsce pracy, aby uniknąć kontaktu z gorącymi przedmiotami i płomieniami
- Trzymaj uchwyty garnków z dala od gorących palników
- Upewnij się, że uchwyty garnków i patelni nie wystają z blatu lub kuchenki
- Używaj suchych uchwytów do garnków, rękawic i rękawic kuchennych odpowiednich do obchodzenia się z gorącymi przedmiotami. Używaj długich rękawic do głębokich piekarników.
- Używaj tylko zalecanych ustawień temperatury dla każdego rodzaju gotowania
- Postępuj zgodnie z instrukcją obsługi producenta
- Powoli otwieraj krany z ciepłą wodą i płynami, aby uniknąć rozprysków
- Podnoś pokrywy, otwierając je od siebie, aby nie poparzyć się wydobywającą się parą
- Trzymaj łatwopalne przedmioty z dala od ognia. Nie przechowuj ścierek do naczyń w pobliżu sprzętu kuchennego i upewnij się, że Twoi pracownicy nie noszą workowatych ubrań, które mogłyby się zapalić.
- Dowiedz się, jak ugasić pożar tłuszczu. Nie używać wody do gaszenia pożaru tłuszczu. Zamiast tego przykryj płomień metalową pokrywą i wyłącz źródło ciepła. Użyj gaśnicy, jeśli ogień nie ustępuje.
- Wiedzieć, jak używać gaśnicy. Upewnij się, że każdy z Twoich pracowników wie, jak prawidłowo używać gaśnicy. Ponadto zawsze wymieniaj gaśnicę, gdy kończy się paliwo.
- Przygotuj plan ewakuacji. Umieść ten plan w miejscu, w którym każdy będzie mógł go zobaczyć.
- Dowiedz się, jak wyłączyć źródła zasilania.

Specjalne wskazówki dla frytownic

- Osusz mokre jedzenie i wyszczotkuj lub strząśnij nadmiar kryształków lodu czystym ręcznikiem papierowym przed włożeniem go do koszyka frytownicy. Mokra żywność rozpryskuje się i powoduje powstawanie pary.
- Nosić rękawice, aby chronić ręce i ramiona przed zachlapaniem
- Nigdy nie napełniaj koszy frytownicy więcej niż do połowy
- Delikatnie podnoś i opuszczaj kosze frytownicy
- Nie stój zbyt blisko



Przemęczenie

Nadmierny wysiłek obejmuje dwa rodzaje wypadków – te związane z ręcznym przemieszczaniem pojemników, takich jak pudła i kartony; i te związane ze zmęczeniem.

Obsługa ręczna

Kluczem do zapobiegania urazom związanym z ręcznym przemieszczaniem jest ograniczenie lub wyeliminowanie czynników ryzyka. Czynniki w miejscu pracy związane z wypadkami spowodowanymi nadmiernym wysiłkiem obejmują:

- Niezręczna pozycja z tyłu utrzymywana przez pewien czas lub powtarzana z powodu złej wysokości roboczej i zasięgu. Przykładem może być sięganie po pościel lub zapasy żywności znajdujące się na wysokich półkach.
- Ciężkie lub częste podnoszenie, pchanie, ciągnięcie i przenoszenie. Na przykład podnoszenie i przenoszenie dużych pojemników na żywność lub zabieranie materiałów z niewygodnych miejsc lub umieszczanie ich w niewygodnych miejscach.
- Długotrwałe siedzenie lub stanie. Przykładami pracowników, których prace mogą wiązać się z tymi zagrożeniami, są:
 - Personel recepcji, który siedzi przez długi czas, pracując przy komputerach
 - Hostessy lub inne osoby, których obowiązki polegają na przyjmowaniu klientów na stojąco oraz obsłudze kasy



Jak zmniejszyć liczbę wypadków związanych z ręcznym przemieszczaniem

- Przechowuj cięższe lub często używane przedmioty na wysokości między biodrami a klatką piersiową pracowników, aby ograniczyć niewygodną postawę podczas przenoszenia tych przedmiotów
- Używaj wózków do przenoszenia ciężkich produktów z chłodziarek i zamrażarek
- Używaj platform, blatów i stołów, aby wyeliminować powtarzające się schyłanie i podnoszenie z podłogi
- Zaprojektuj lub zmień okna „przejściowe” w restauracjach, aby zmniejszyć ryzyko urazów kręgosłupa. Jeśli są one zbyt wysokie lub zbyt głębokie, pracownicy są zmuszeni do przyjmowania zamówień z długich wsięgow i przyjmowania niewygodnych pozycji.
- Używaj mniejszych tacek bankietowych, aby zmniejszyć ciężar i ułatwić jego obsługę
- Przechowuj czyste talerze na sprężynowych wózkach, aby ograniczyć powtarzające się zginanie
- Dodaj podnózek lub matę do blatu hostessy, aby odetchnąć od długotrwałego stania
- Trzymaj głowę w górze, plecy proste i unosi się nogami, a nie plecami
- Przed podniesieniem przysuń ładunek jak najbliżej siebie
- Trzymaj ładunek bezpośrednio przed swoim ciałem. Poruszaj stopami, aby się obrócić, aby nie skręcić pleców.
- Wykonuj podnoszenie na wysokości pasa z łokciami blisko ciała
- Ogranicz podnoszenie materiałów powyżej poziomu ramion

Zmęczenie

Jeśli praca staje się gorączkowa przez długi czas, zmęczenie prowadzi do nieuwagi, a to oznacza wypadki. Pracownicy mogą pomóc, zapewniając odpowiednią ilość snu, robią sobie przerwy i chodzą sobie.

- Współpracuj z partnerem, gdy ładunek jest zbyt ciężki

- Jeśli to możliwe, rozłóż czynności wymagające dużego wysiłku na cały dzień – zamiast wykonywać je wszystkie naraz

Informowanie o zagrożeniach chemicznych

- Bądź poinformowany/przeszkolony i upewnij się, że rozumiesz zagrożenia związane z chemikaliami, z którymi pracujesz
- Wiedz, gdzie znajdują się karty charakterystyki (SDS) i postępuj zgodnie z zawartymi w nich instrukcjami
- Oznacz pojemniki dodatkowe, np. butelki z rozpylaczem, nazwą produktu i ostrzeżeniami o zagrożeniach
- Nosić odpowiednie środki ochrony osobistej, np. rękawice, osłony twarzy, okulary przeciwbryzgowe itp.

Bezpieczeństwo elektryczne

- Znać procedury postępowania w przypadku awarii elektrycznych
- Wiedzieć, jak wyłączyć zasilanie w sytuacji awaryjnej
- Zawsze zapewniaj swobodny dostęp do paneli elektrycznych
- Używaj gniazd wyłączników różnicowoprądowych (GFCI).
- Przewody zasilające należy trzymać z dala od cieczy i sprzętu podczas ich używania

Bezpieczeństwo przechowywania w chłodni/zamrażarce

- Znaj znaki ostrzegawcze stresu związanego z zimnem
- Podczas pracy w zamrażarkach należy nosić wielowarstwowe ciepłe ubrania i środki ochrony indywidualnej, takie jak czapka, rękawiczki i gumowe antypoślizgowe buty
- Regularnie sprawdzaj urządzenia, aby upewnić się, że nikt nie został uwięziony w środku

Kierownik powinien posiadać procedurę, której należy przestrzegać w przypadku każdego potencjalnego niebezpieczeństwa lub zagrożenia w kuchni zgłoszonego przez pracownika, np. podłogi bezpieczne, procedura od podnoszenia rzeczy. Wszystkie te procedury mogą stanowić podręcznik procedur, który każdy pracownik kuchni musi uważnie przeczytać i przestrzegać.

Gdy pracownik chce zgłosić potencjalne niebezpieczeństwo lub zagrożenie w kuchni, musi wykonać następujące kroki.

Po pierwsze, będzie musiał porozmawiać z osobą odpowiedzialną za BHP, gdy zobaczy coś niebezpiecznego w kuchni lub przypuszcza, że dana osoba może stanowić zagrożenie dla kogoś lub czyjegoś mienia, aby to zgłosić. Po zgłoszeniu będzie musiał wypełnić szablon zgłoszenia podając wszystkie szczegóły dotyczące niebezpieczeństwa/zagrożenia. Następnie kierownik kuchni musi zbadać incydent i zdecydować, jakie działania musi podjąć, aby uniknąć tego niebezpieczeństwa. Kierownik kuchni musi posiadać Dziennik Niebezpieczeństw i Zagrożeń, który musi wypełnić z datą i zaobserwowanym niebezpieczeństwem oraz podjętymi działaniami.

Niektórzy kierownicy kuchni mogą również korzystać z **zarządzania ryzykiem**, które jest procesem krok po kroku służącym do kontrolowania zagrożeń dla zdrowia i bezpieczeństwa spowodowanych zagrożeniami w miejscu pracy.

Dlatego muszą najpierw zidentyfikować zagrożenia. Rozejrzyj się po swoim miejscu pracy i zastanów się, co może spowodować szkody (nazywa się to zagrożeniami). Myśleć o:

- jak pracują ludzie i jak wykorzystywane są maszyny i sprzęt
- jakie chemikalia i substancje są używane?

- jakie istnieją bezpieczne lub niebezpieczne praktyki pracy
- ogólny stan lokalu

Gdy kierownik zidentyfikuje zagrożenia, musi zdecydować, jakie jest prawdopodobieństwo, że ktoś może zostać skrzywdzony i jak poważny może to być. To jest **ocena poziomu ryzyka**.

Decyzja:

- Kto może zostać skrzywdzony i w jaki sposób?
- Co już robisz, aby kontrolować ryzyko
- Jakie dalsze działania należy podjąć, aby kontrolować ryzyko
- Kto musi przeprowadzić działanie?
- Kiedy działanie jest wymagane przez

Musi przyjrzeć się temu, co już robi, i kontrolom, które już ma na swoim miejscu. Musi zadać sobie pytanie:

- Czy mogę całkowicie pozbyć się zagrożenia?
- Jeśli nie, jak mogę kontrolować ryzyko, aby szkody były mało prawdopodobne?

Jeśli potrzebuje dalszych kontroli, musi rozważyć:

- przeprojektowanie pracy
- wymiana materiałów, maszyn lub procesów
- organizowanie swojej pracy w celu zmniejszenia narażenia na materiały, maszyny lub procesy
- identyfikowanie i wdrażanie praktycznych środków niezbędnych do bezpiecznej pracy
- zapewnienie osobistego wyposażenia ochronnego i upewnienie się, że pracownicy go noszą

Następnie musi zanotować swoje znaczące ustalenia, m.in.

- zagrożenia (rzeczy, które mogą spowodować szkody)
- kto może zostać skrzywdzony i w jaki sposób?
- co robisz, aby kontrolować ryzyko.

Musi przejrzeć kontrole, które wprowadził, aby upewnić się, że działają. Powinien je również przejrzeć, jeśli:

- mogą przestać być skuteczne
- w miejscu pracy zachodzą zmiany, które mogą prowadzić do nowych zagrożeń, takich jak zmiany w:
 - personel
 - proces
 - stosowane substancje lub sprzęt.

PROJEKT ERASMUS+

MARKET
QUALIFICATIONS
- A SIGNPOST
FOR MINIMIZING
COMPETENCE GAPS
BETWEEN EDUCATION
AND THE LABOUR
MARKET IN THE
HORECA SECTOR

[2020-1-PL01-KA202-082206]



Co-funded by
the European Union



102 QUALIFICATION

NOWOCZESNE, ELASTYCZNE ŚCIEŻKI UCZENIA SIĘ
- PROGRAMY NAUCZANIA I PAKIETY EDUKACYJNE (TRENER/UCZEŃ)

DLA BRANŻY HORECA

**PROGRAM NAUCZANIA DLA KWALIFIKACJI 3:
ZARZĄDZANIE W BRANŻY HORECA**

Projekt Erasmus+ pt.: **"Market qualifications - a signpost for minimizing competence gaps between education and the labour market in the HoReCa sector"**.

Numer projektu: 2020-1-PL01-KA202-082206

Finansowane w ramach programu Erasmus+ Unii Europejskiej:

Wsparcie Komisji Europejskiej na rzecz przedstawienia niniejszej publikacji nie stanowi poparcia dla treści, które odzwierciedlają jedynie poglądy autorów, a Komisja nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie zawartych w niej informacji.

Rezultat 2: Nowoczesne, elastyczne ścieżki uczenia się - programy nauczania i pakiety edukacyjne (trener/uczeń) dla branży HoReCa

Opracowanie:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji - koordynator, Radom, Polska

EVACO - Kraków, Polska

EDITC LTD - Nikozja, Cypr

AKDENIZ UNIVERSITY - Antalia, Turcja

Fundación Equipo Humano (FEH) - Walencja, Hiszpania

Samerimpeks Impulsi DOO - Skopje, Republika Macedonii Północnej

Kontakt:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji

ul. Królowej Jadwigi 15

26-600 Radom

innowacja.edukacja@onet.pl

<https://innowacja-edukacja.eu/>

WPROWADZENIE

Głównym celem projektu Market qualifications - a signpost for minimizing competence gaps between education and the labour market in the HoReCa sector (nr projektu: 2020-1-PL01-KA202-082206) jest zwiększenie dostępu do uczenia się przez całe życie o charakterze formalnym, nieformalnym i pozaformalnym w branży HoReCa poprzez opracowanie i wdrożenie modeli walidacji i certyfikacji zgodnie z Europejskimi Ramami Kwalifikacji.

Projekt HoReCa4VET przyczynia się do identyfikacji efektów uczenia się w ramach zidentyfikowanych efektów uczenia się przez pracodawców w oparciu o aktualne zapotrzebowanie rynku, jako dodatkowych umiejętności zawodowych w wymiarze europejskim, które można zdobyć w trzech kwalifikacjach w ramach projektu: Kreowanie smaków i dekorowanie dania; Zarządzanie pracą kuchni i Zarządzanie w branży HORECA.

Kwalifikacje wypracowane w projekcie mogą stanowić uzupełnienie umiejętności nabytych w ramach edukacji formalnej i pozaformalnej, gdyż jest to odpowiedź na zidentyfikowane w przeprowadzonych badaniach potrzeby rynku pracy.

Opracowany rezultat oferuje nowoczesne, elastyczne ścieżki kształcenia - programy nauczania i pakiety edukacyjne (trener/stażysta) dla sektora HoReCa opiera się na rozwoju szkoleń w środowisku pracy, a także aktywizujących metodach dydaktycznych, nowoczesnych, innowacyjnych metodach nauczania uwzględniających uwzględnić specyfikę HoReCa.

Przy opracowywaniu rezultatu duży nacisk położono na indywidualizację szkolenia, aktywne i praktyczne metody uczenia się, rozwiązania w zakresie organizacji i dydaktyki. Metodologia opracowanych programu nauczania i pakietów edukacyjnych koncentrowała się na najlepszych praktykach zidentyfikowanych w krajach partnerskich (Cypr, Polska, Hiszpania, Republika Macedonii Północnej i Turcja). Moduły zostały przypisane do kwalifikacji, natomiast jednostki do efektów uczenia się lub zadań zawodowych zostały opisane za pomocą zbiorów wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Opracowany program i pakiety edukacyjne uwzględniają specyfikę krajów partnerskich.

Program szkolenia został oparty na wynikach analizy pracy IO1. Program opisuje efekty uczenia się, które można osiągnąć poprzez naukę w miejscu pracy.

Partnerzy HoReCa4VET

SPIS TREŚCI

1. WPROWADZENIE
2. ORGANIZOWANIE I NADZOROWANIE GOSPODARKI MAGAZYNOWEJ ARTYKUŁAMI ŻYWNOŚCIOWYMI I POZOSTAŁYMI PRODUKTAMI NIEZBĘDNYMI DO DZIAŁALNOŚCI KUCHNI ORAZ HOTELU
3. PRZESTRZEGANIE PROCEDUR PRZECHOWYWANIA ŻYWNOŚCI
3. ORGANIZOWANIE I NADZOROWANIE GOSPODARKĄ ODPADAMI
4. ZAPEWNIENIE BIEŻĄCEGO FUNKCJONOWANIE KUCHNI I HOTELU
4. KONTROLUJE SYSTEM KONSUMPCJI ŻYWNOŚCI I NAPOJÓW
5. PRZEPROWADZA KONTROLĘ JAKOŚCI I INFORMACJI
6. KONTROLA LOGISTYCZNA: ANALIZA I DOKUMENTACJA PROCESU ORAZ OCENA WYDAJNOŚCI

KWALIFIKACJA 3. ZARZĄDZANIE W BRANŻY HORECA

1. ZARZĄDZANIE ZESPOŁEM PRACOWNIKÓW W OBIEKCIE (KUCHNIA-HOTEL)

WPROWADZENIE

Zarządzanie zespołem pracowników w obiekcie (kuchnia-hotel)

Nie jest łatwo prowadzić kuchnię, jest kilka czynności, które nigdy się nie kończą. Profesjonalny menedżer musi kierować pracownikami, utrzymywać zadowolenie klientów, zapewniać stałą jakość żywności, śledzić zapasy i księgowość i wiele więcej. Zarządzanie kuchnią można ułatwić, tworząc kompleksowy obraz oczekiwań związanych z prowadzeniem restauracji, stosując sprawdzone taktyki i optymalizując nowe technologie.

Obowiązki związane z zarządzaniem kuchnią

Nie sposób przewidzieć, jakie wyzwania pojawią się w ciągu dnia w restauracji, ale oto kilka najczęstszych obowiązków, których możemy się spodziewać na naszej liście rzeczy do zrobienia. Przygotowanie żywności, techniki gotowania, galwanizacja, wielkość porcji i kontrola temperatury powinny być nadzorowane. Wreszcie, należy upewnić się, że cała żywność spełnia normy jakości i bezpieczeństwa, zanim zostanie dostarczona konsumentowi. Zarządzanie kuchnią to szerokie stanowisko, które wymaga od menedżerów zaangażowania w niemal każdy aspekt restauracji.

- 1- Harmonogram zmian w kuchni i wśród pracowników jest szczególnie trudny w restauracjach w chwilach ciszy i ruchu w ciągu dnia i tygodnia.
- 2- Współpracuj z szefem kuchni i właścicielem restauracji, aby regularnie dostosowywać projekt menu, pozycje i ceny.
- 3- Monitoruj kwestie zgodności z przepisami zdrowotnymi, takie jak między innymi warunki sanitarne i prawidłowe techniki przechowywania żywności.
- 4- Śledź dane dotyczące zapasów i wydatków w ujęciu tygodniowym i miesięcznym, a także składaj wszelkie niezbędne zamówienia na żywność.
- 5- Szkolenie pracowników. Jeśli otrzyma się odpowiednie instrukcje, nawet wszyscy profesjonalści z sektora usług mogą być w stanie zwiększyć obroty przy stole i zastosować odpowiednie strategie sprzedaży, aby zwiększyć średni rozmiar czeku.
- 6- W razie potrzeby zaktualizuj wyposażenie kuchni.

Obowiązki Kierownictwa Kuchni

Odpowiedzialność za zarządzanie kuchnią w celu zapewnienia bardziej wydajnej pracy i poprawy zysków jest badana pod napisami.

Zarządzanie zapasami

Inwentarz obejmuje wszystkie składniki potrzebne do przygotowania menu, a także piwo, wino i alkohole wysokoprocentowe. Chociaż w kuchni nigdy nie chce zabraknąć zapasów, nie należy też zamawiać zbyt dużo i

ryzykować gniciem żywności. Efektywne zarządzanie kuchnią wymaga opracowania solidnego planu zarządzania zapasami.

Inwestycja w odpowiedni sprzęt

Najnowszy sprzęt i technologie dostępne dla personelu kuchennego i kelnerskiego pomogą usprawnić operacje i zredukować chaos. Gdy pracownicy mają dostęp do przydatnych narzędzi, mogą skoncentrować się na tym, co robią najlepiej.

Konserwacja sprzętu

Restauracje to obszary o dużym natężeniu ruchu, więc zużycie jest nieuniknione. Postępowanie zgodnie z instrukcjami producenta dotyczącymi czyszczenia i konserwacji w celu uniknięcia kosztownych napraw lub wymiany utrzymuje sprzęt w dobrym stanie i zwiększa jego wytrzymałość.

Zarządzanie menu

Menedżerowie restauracji powinni współpracować z innymi członkami zespołu, aby określić rodzaj kuchni, którą restauracja chce serwować. Mniejsze, bardziej skoncentrowane menu może pomóc w budowaniu tożsamości restauracji, jednocześnie ułatwiając życie pracownikom. Pomoże to również w planowaniu menu oraz wyborze potraw i cen.

Podjęcie decyzji o zatrudnieniu

Ludzie zadbać o to, aby restauracja i kuchnia dobrze funkcjonowały, dlatego zatrudnienie odpowiedniego personelu pomoże w tworzeniu nowych potraw, doskonaleniu procesów i tworzeniu bardziej konstruktywnej atmosfery pracy. Ponadto należy poświęcić trochę czasu na przeszkolenie pracowników w zakresie różnych procedur i czynności serwisowych, aby byli przygotowani do obciążenia pracą.

Planowanie personelu

Zatrzymanie pracowników powinno być wspierane przez inteligentne techniki planowania po utworzeniu zespołu. Pracownicy powinni mieć dużo czasu na przygotowanie się przed podaniem. Każdy powinien zrozumieć, co należy zrobić, jakie są cele dnia i jaką rolę odegrają. Należy również wziąć pod uwagę indywidualne wymagania dotyczące harmonogramu i uwzględnić sytuacje, w których ich harmonogramy muszą zostać zmienione w przypadku wydarzeń specjalnych.

Zarządzanie urzędzeniami sanitarnymi

Utrzymanie kuchni w czystości i porządku nie tylko zapobiega zanieczyszczeniu żywności i gwarantuje, że restauracja przestrzega wszystkich zasad sanitarnych, ale także sprawia, że atmosfera pracy jest przyjemniejsza i bardziej produktywna dla wszystkich.

Niezbędne umiejętności kierownika kuchni

Menedżerowie kuchni noszą wiele czapek i mają wiele obowiązków do zonglowania. Od skutecznego menedżera wymagane są następujące cechy: Skuteczni menedżerowie kuchni powinni być świetnymi liderami i administratorami, mieć silną etykę pracy i być naturalnymi liderami. Powinni również być kreatywni, jeśli chodzi o rozwój firmy, umieć zachować spokój pod presją, mieć pasję do gotowania i być naturalnym liderem.

Zarządzanie kuchnią

Pracownicy powinni być doceniani i nagradzani za dobrze wykonaną pracę. Promocje powinny być przyznawane dopiero po ich uzyskaniu. Kierownictwo musi zająć się problemami, jeśli personel nie jest świadomy celów restauracji, swoich konkretnych obowiązków i procedur odpowiedzialności. Dzielenie się wizją oraz długo-

krótkoterminowymi celami jako firma może pomóc zbliżyć wszystkich. Kiedy komunikacja się załamuje i pojawia się problem, kierownictwo kuchni musi słuchać z otwartym umysłem i zapewniać pracowników, że ich obawy zostaną rozwiązane. Pracownicy powinni być wspierani programami szkoleniowymi i innymi możliwościami zawodowymi, które sprawią, że poczują się docenieni. Należy im pomagać w osiągnięciu celów zawodowych. Mentoring może być również dobrą strategią pomocy personelowi. Czasami branża restauracyjna może być trudna i stresująca. Menedżerowie muszą pomagać pracownikom w unikaniu wypalenia, aby pozostali szczęśliwi i zdrowi.

Kitchen Manager powinien uczynić miejsce pracy bezpiecznym miejscem pracy. Kierownik powinien wymusić przestrzeganie zaleceń bezpieczeństwa i egzekwowanie ich w przypadku urazów w kuchni.

Bycie kierownikiem kuchni wiąże się z wieloma obowiązkami i nagrodami. Dobrze jest zacząć od dokładnego poznania, na czym polega ta praca i jakie umiejętności będzie musiał rozwiniąć kierownik kuchni. Technologia może pomóc kierownikowi kuchni zoptymalizować i zautomatyzować procedury, aby ułatwić pracę wszystkim członkom zespołu. Kierownik kuchni może sprawnie i bezstresowo obsługiwać kuchnię, jeśli dostępne są odpowiednie narzędzia.

Obowiązki kierownika kuchni

Zarządzanie personelem i zapasami kuchni; nadzorować gotowanie, nakładanie na talerze, wielkość porcji oraz praktyki w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa; przeszkolić personel w zakresie wszystkich usług, przygotowywania posiłków i metod powlekania; zarządzać i planować harmonogramy personelu; współpracować z innymi członkami zespołu kierowniczego w celu dostosowania pozycji menu i cen; aktualizować i konserwować cały sprzęt; monitorować tygodniowe i miesięczne raporty. Śledź wszystkie zapasy i zapasy, zarządzaj pozycjami menu i cenami, konserwuj sprzęt, zatrudnij odpowiednich ludzi, sprawiedliwie i równo planuj personel, korzystaj z całej dostępnej technologii i egzekwuj bezpieczeństwo i higienę żywności w całej restauracji. Zachęcaj do zachowania równowagi między życiem zawodowym a prywatnym i zmniejszaj ryzyko dla bezpieczniejszego miejsca pracy, ciężko pracując, aby zaangażować ludzi, stworzyć wspierające i radosne środowisko, jasno wyjaśniać oczekiwania i być otwartym na informacje zwrotne, zachęcać do zachowania równowagi między pracą a życiem prywatnym i zmniejszać zagrożenia.

Zarządzanie personelem kuchni

Szef kuchni nosi wiele kapeluszy, w tym zarządzanie budżetem, opracowywanie nowych posiłków, pisanie przepisów, kalkulacja kosztów, nadzorowanie kucharzy, zajmowanie się HR i wiele więcej. Jednak kompetentne zarządzanie i szkolenie personelu kuchennego jest jednym z najważniejszych obowiązków szefa kuchni. Mógłby być najlepszym szefem kuchni na świecie, ale jeśli chodzi o serwowanie, szef kuchni jest tak dobry, jak personel wokół niego. Zawiedzie podczas obsługi, jeśli jego personel kuchenny nie zostanie odpowiednio przeszkolony. Poniżej przedstawiono kluczowe kroki, które zwiększą efektywność zarządzania personelem kuchennym i jakość kucharzy:

- Oczekiwania i standardy należy zawsze przedstawiać w jasny i konkretny sposób. Zawsze podawaj jasne, szczegółowe wskazówki dotyczące oczekiwań i standardów. Nie jest jasne polecenie, aby powiedzieć personelowi, że robią to źle, że muszą to zrobić lepiej lub że muszą sprawić, by wyglądało to ładniej. Musi zademonstrować, czego oczekuje i powiedzieć im dokładnie, czego chce i jak to osiągnąć.
- Wyjaśnianie rozumowania jest jedną z najskuteczniejszych metod zarządzania zespołem kuchennym. Nie wystarczy po prostu powiedzieć im: „Zrób to, bo tak powiedziałem”. Wyjaśnij powód, a zespół zacznie myśleć jak sam szef kuchni. Szef kuchni jest mentorem, edukatorem i dostawcą wiedzy, przekazując w ten sposób „jak i dlaczego” kulinarnej doskonałości.

- Nie wahaj się, jeśli nadszedł czas, aby postawić stopę. Są przypadki, kiedy szef kuchni musi zamówić członka załogi. To pozytywna rzecz, gdy ktoś zadaje pytania, ponieważ chce się czegoś nauczyć. To zupełnie inna sprawa, gdy ktoś zadaje ci pytania, aby cię przetestować. Ta osoba musi rozumieć łańcuch dowodzenia i fakt, że pracuje pod szefem kuchni.
- Zawsze organizuj krótkie spotkanie przed służbą, aby omówić sprawy dnia. Omów oczekiwaną liczbę miejsc, duże stoły, stoły VIP, modyfikacje menu, potencjalne problemy ze zmianą, rozwiązania tych wyzwań i tak dalej. Usługa wstępna to strategia bitewna zmiany. Spotkanie przed nabożeństwem jest okazją do tego, aby wszyscy byli na tej samej stronie w sprawie dzisiejszej służby i wszelkich potencjalnych problemów. Należy to zrobić na początku zmiany, aby załoga miała czas na zaplanowanie i przygotowanie.
- Jeśli zmiana będzie nieprzyjemna, jak najszybciej powiadom personel. Poinformowanie ich z wyprzedzeniem, że dzień będzie trudny, pozwala im mentalnie się na to przygotować. Jest to sposób na przekonanie załogi, aby zrobiła wszystko, co w jej mocy, aby się wykazać, a dzień zazwyczaj przebiega płynniej niż planowano.
- Zawsze miej świadomość krytykowania i instruowania pracowników. Chociaż publiczna krytyka jednego lub kilku pracowników za drobne wykroczenia może być akceptowalna jako przypomnienie innym, że kierownictwo zwraca uwagę, bezwzględnie kierownik nigdy nie upokarza publicznie jednego z pracowników na oczach innych. Różnica między pomocną krytyką a karą upokarzającą jest znacząca. Publiczna konstruktywna krytyka może być ostra lub humorystyczna, a czasami może przybrać formę presji rówieśników, ale ostatecznym rezultatem zawsze musi być to, że członek zespołu zinterpretuje ją jako pomocną wskazówkę.
- Rozmowy, które są bardziej osobiste, bezpośrednie, dyscyplinarne lub raniące, powinny zawsze odbywać się na osobności. Nigdy nie zawstydzaj członka załogi na oczach innych, odsuwając ich od siebie. Nigdy nie powinno być celem ani intencją upokorzenia, poniżenia, zdominowania lub zawstyżenia kogoś. Raczej celem powinno być zawsze szkolenie, edukowanie i instruowanie ich, jak doskonalić się w kuchni.
- Ucz samodyscypliny i wartości podejmowania decyzji. Kiedy ktoś zostanie zdyscyplinowany ustnie, przypomnij mu, że ma wybór i że bycie lepszym profesjonalnym kucharzem wymaga samokontroli. Oświadczenia powinny kierować i na temat, wzmacniać oczekiwania i potrzebę dyscypliny, a jednocześnie pokazywać, że kierownictwo wierzy, że ma zdolność do odniesienia sukcesu, ale ostateczna decyzja należy do nich. Powinni mieć możliwość zrobienia tego poprawnie lub nie. Mają możliwość kontynuowania pracy w kuchni lub zwolnienia. Ta strategia wzmacnia standardy kuchenne, ale przypomina im również, że nieosiągnięcie ich jest wyborem, którego dokonują. Nie chcemy bezmyślnych ciał, które po prostu wykonują rozkazy. W kuchni potrzebna jest załoga, która uzna, że skutkuje to lepszym produktem, lepszym daniem i lepszymi wrażeniami gości.
- Dołóż wszelkich starań, aby zaspokoić ich potrzeby. W branży restauracyjnej spełnianie próśb pracowników o dni wolne jest zwykle dużym przedsięwzięciem, ale wartym wysiłku. Pracownicy są świadomi, że będą musieli pracować przez większość weekendów i prawdopodobnie wszystkie święta. I oczywiście zajęcia, w których chcą uczestniczyć (koncerty, imprezy itp.) prawie zawsze odbywają się w weekendy, które są najtrudniejszymi dniami dla menedżera, aby kogoś zwolnić. Aby mieć życie, należy zapewnić równowagę między potrzebami firmy a potrzebami personelu. Jeśli poczują, że od czasu do czasu wszyscy będą mieli wolny weekend, będą bardziej skłonni do cięższej pracy. A w przypadku ważnych wydarzeń, takich jak ukończenie szkoły przez dziecko, nagły wypadek medyczny w rodzinie, śmierć bliskiej osoby itp., nie każ im wybierać między zaangażowaniem rodziny a lojalnością w pracy.

Podsumowanie stanowiska

Szef kuchni byłby odpowiedzialny za planowanie, organizowanie, zarządzanie i nadzorowanie działań personelu w kuchni jako szef kuchni bankietowej. Zarządzanie przygotowaniem posiłków na wszystkie bankiety i imprezy cateringowe w celu zapewnienia wysokiej jakości i spójności.

Ponadto będzie odpowiedzialny za tworzenie nowych menu, a także przygotowywanie, testowanie, degustację i zatwierdzanie nowych pozycji menu. Utrzymywanie aktualnych i poprawnych receptur oraz kosztorysów dla wszystkich posiłków bankietowych. Ponadto przegląda menu na następny dzień i zatwierdza zapotrzebowania sklepu na żywność i zapasy z różnych magazynów kuchennych.

Obowiązki i obowiązki szefa kuchni bankietowej:

1. Codziennie przeglądam zamówienia na bankiety i notuj wszelkie zmiany.
2. Codziennie informuj załogę kuchni bankietowej o nadchodzących i trwających wydarzeniach.
3. Nadzoruj i koordynuj wszystkie czynności związane z przygotowywaniem posiłków wykonywane przez kucharzy i pracowników kuchni bankietowej.
4. Współpracuj z szefem kuchni, zastępcą szefa kuchni i kapitanem bankietowym w celu koordynowania produkcji bankietowej i galwanizacji.
5. Ustal priorytety na dany dzień i przydziel obowiązki związane z produkcją i przygotowaniem personelowi/szefom kuchni bankietowej.
6. Zapewnij personelowi jasne wskazówki, skutecznie komunikując się zarówno ustnie, jak i pisemnie.
7. Sporządź fizyczny spis artykułów żywnościowych, które będą używane w codziennym inwentarzu.
8. Pomóż personelowi sprzedaży, cateringu i bankietów przy bankietach, przyjęciach i innych imprezach specjalnych w restauracji/hotelu.
9. Pomóż w określeniu minimalnych i maksymalnych poziomów zaopatrzenia w żywność, gotowanie i wyposażenie.
10. Pomóż Szefowi Kuchni w tworzeniu i realizacji menu bankietowych.
11. Postępuj zgodnie z procedurami kontroli zapasów i upewnij się, że kuchnia bankietowa jest gotowa do pracy następnego dnia.
12. Na co dzień nadzoruj wszystkie operacje kuchni bankietowej.
13. Przeprowadzaj częste przeglądy każdego obszaru gotowania i kieruj odpowiednich pracowników do naprawy wszelkich niedociągnięć.
14. Bądź odpowiedzialny za zapewnienie, że cały sprzęt jest w dobrym stanie.
15. Odpowiadasz za regularne czyszczenie całego wyposażenia kuchni bankietowej.
16. Upewnij się, że każde miejsce pracy w kuchni bankietowej jest zaopatrzone w niezbędne narzędzia, materiały i sprzęt, które odpowiadają potrzebom operacyjnym i biznesowym hotelu.
17. Upewnij się, że karty receptur, harmonogramy produkcji, wskazówki dotyczące galwanizacji i obrazy są aktualne i widoczne.
18. Dopilnuj, aby podczas przygotowywania pozycji menu wszyscy pracownicy stosowali się do przepisów i wytycznych operacyjnych hotelu.
19. Poinformuj personel zakupów i magazynów o wymaganiach kuchni.
20. Spotkaj się z szefem kuchni, aby omówić sprzedaż i wydatki na żywność, aby upewnić się, że kuchnia bankietowa mieści się w budżecie.

21. Obserwuj pracę personelu kuchni bankietowej i upewnij się, że wszystkie procesy są przestrzegane zgodnie z literą prawa.
22. Szef kuchni bankietowej powinien być wzorem odpowiedniego zachowania. Zapewnij i utrzymuj poziom produktywności wszystkich kucharzy bankietowych i personelu pomocniczego.
23. Nadzoruj pracę kuchni bankietowej podczas zmian.
24. Pomagaj szefowi kuchni i kierownikowi ds. zakupów w opracowywaniu i zakupie menu bankietowych.
25. Uczestnicz w doskonaleniu i dyscyplinowaniu personelu kuchni bankietowej.
26. Pomagaj w szkoleniu personelu w zakresie pozycji menu, w tym składników, metod przygotowania i różnych smaków.
27. W przypadku wszystkich funkcji bankietowych planuj i nadzoruj ilość jedzenia i wymagania dotyczące talerzy.
28. Przestrzegaj odpowiednich standardów przygotowania i przechowywania żywności.
29. Oceniaj poziomy personelu, aby upewnić się, że obsługa gości, wymagania operacyjne i cele budżetowe są spełnione.
30. Zapewnij zgodność ze wszystkimi obowiązującymi przepisami prawa i regulacjami.
31. Dbaj o to, aby wszystkie produkty spożywcze były właściwie obsługiwane i utrzymywane we właściwej temperaturze.
32. W razie potrzeby pomagaj w przeprowadzaniu rozmów kwalifikacyjnych i rekrutacji członków zespołu pracowników posiadających niezbędne umiejętności.
33. Identyfikuj wymagania dotyczące rozwoju personelu kuchennego oraz zapewnia coaching i mentoring, aby pomóc im zwiększyć ich wiedzę i umiejętności.
34. Zaplanuj i przeprowadź kilka funkcji bankietowych.
35. Regularnie poprawiaj doznania kulinarne gości bankietowych lub eventowych.
36. Przejmij obowiązki pracowników i wypełniaj je pod ich nieobecność.
37. W razie potrzeby pomóż w gotowaniu i przygotowywaniu posiłków.
38. Posiadaj zdolność do wykonywania innych obowiązków zleconych przez kierownictwo.

1. ORGANIZOWANIE I NADZOROWANIE GOSPODARKI MAGAZYNOWEJ ARTYKUŁAMI ŻYWNOŚCIOWYMI I POZOSTAŁYMI PRODUKTAMI NIEZBĘDNYMI DO DZIAŁALNOŚCI KUCHNI ORAZ HOTELU

1. MONITORUJE ILOŚĆ I JAKOŚĆ ZAMÓWIEŃ NA DZIAŁANIA W KUCHNI I HOTELU
2. PRZESTRZEGA PROCEDUR PRZECHOWYWANIA ŻYWNOŚCI
3. KONTROLUJE SYSTEM KONSUMPCJI ŻYWNOŚCI I NAPOJÓW
4. PRZEPROWADZA KONTROLĘ JAKOŚCI I ZAPASÓW
5. KONTROLA LOGISTYKI: ANALIZA PROCESÓW I DOKUMENTACJA ORAZ OCENA PRODUKTYWNOŚCI

Rozdział ten rozpoczyna się od omówienia zapasów i kontroli zapasów, jednak bez procesu zaopatrzenia nie ma zapasów, które zwracamy do kontroli zapasów po zakupie, zamówieniu, odbiorze i przechowywaniu towaru.

PODSTAWOWE PROCEDURY INWENTARYZACJI

Kontrola zapasów jest ważnym aspektem efektywnego zarządzania kuchnią. Kierownictwo będzie mogło planować zamówienia na żywność, oceniać wydatki na żywność od czasu poprzedniej inwentaryzacji i w razie potrzeby wprowadzać zmiany w pozycjach menu, wiedząc, jakie zapasy są dostępne w danym momencie. Możliwe jest wykrycie potencjalnych problemów związanych z kradzieżą i marnotrawstwem poprzez obserwację zapasów. Kierownictwo powinno troszczyć się o wartość zapasów znajdujących się w magazynie i kuchni.

Inwentarz to spis wszystkiego, co można znaleźć w kuchni. Inwentarz powinien obejmować produkty, towary suche, garnki i patelnie, mundury, alkohol, pościel i wszystko inne, co kosztuje. Produkty kuchenne należy liczyć oddzielnie od zapasów frontowych, barowych i innych.

Podstawy kontroli zapasów są takie same niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa. W większych firmach więcej pracowników, często całe zespoły, jest zaangażowanych w różne fazy, podczas gdy w małej firmie wszystkie obowiązki związane z zarządzaniem zapasami mogą spoczywać na jednej lub dwóch ważnych osobach. Zarządzanie zapasami można podzielić na kilka prostych kroków:

Konfigurowanie systemów do śledzenia i rejestrowania zapasów

Rejestry inwentaryzacyjne są pobierane z różnych powodów, w tym z określania kosztów żywności i obliczania procentów kosztów. Istnieje kilka metod określania wartości przechowywanych przedmiotów. Metody te polegają na prowadzeniu szczegółowych rejestrów kosztów dostaw i czasu ich uzyskania. W małych firmach łatwo jest uznać kontrolę zapasów za coś oczywistego. Być może tylko jedna lub dwie osoby są odpowiedzialne za zakupy i zwykle są one świadome, jakie towary są dostępne. Nie wyklucza to konieczności porównywania zakupów ze sprzedażą, aby zobaczyć, jak skutecznie kuchnia zarządza wydatkami.

Prawie każda metoda kontroli zapasów wymaga czasu. Ponadto takie zapisy muszą być dokładne i aktualizowane. Próba zaoszczędzenia kilku godzin poprzez skrócenie czasu potrzebnego na prowadzenie ewidencji zapasów może być stratą pieniędzy. Arkusz kalkulacyjny to najprostszy sposób śledzenia zapasów. Prosty arkusz kalkulacyjny może zawierać wszystkie artykuły, które są regularnie kupowane, wraz z ich aktualnymi cenami i ilością jednostek na stanie według ostatniej inwentaryzacji. Ceny mogą być regularnie aktualizowane, gdy faktury są przetwarzane do zapłaty, a także można zaplanować inwentaryzację zapasów.

Ponieważ w większe operacje zaangażowanych jest więcej osób, systemy muszą być bardziej wyrafinowane. Zakupy mogą być dokonywane przez inny dział, ewidencja zapasów prowadzona przez pracownika magazynu, a śledzenie i liczenie zapasów powiązane z systemem wykorzystującym skanery i kody kreskowe, które następnie można połączyć z systemem sprzedaży, aby menedżerowie zawsze wiedzieli, co jest na stanie.

Inwentarz przychodzący

Głównym celem posiadania standardowego procesu przyjmowania zamówionych towarów jest zapewnienie, że firma otrzyma dokładnie to, co zostało zamówione. Błędy zdarzają się cały czas, a jeśli ilość i jakość dostarczonych przedmiotów nie zostanie dokładnie porównana z tym, czego zażądano, mogą wystąpić znaczne straty. Błędów, które mogłyby kosztować restaurację czas i pieniądze, można uniknąć dzięki starannemu przestrzeganiu protokołów odbioru. Ponadto dobry system odbioru zachęca dostawców i pracowników dostawczych do uczciwości.

Faktury

Faktura jest najważniejszym dokumentem w ocenie, czy otrzymane produkty są takie same, jak zamawiane. Faktura to szczegółowa lista towarów lub usług, które zostały dostarczone do miejsca przygotowywania żywności. Ilość, jakość, cena jednostkowa, a w niektórych sytuacjach cały zakres naliczanych kosztów są wyszczególnione na fakturze. Odbiorca powinien sprawdzić, czy informacje na fakturze zgadzają się z otrzymanymi przedmiotami, dokładnie porównując i sprawdzając. Porównanie to może wymagać ważenia i/lub liczenia przedmiotów.

Odbiorca powinien w miarę możliwości porównać fakturę z zamówieniem lub dokumentami zamówienia. Daje to gwarancję, że ilość i cena wysłanego towaru odpowiadają specyfikacji zawartej w formularzu zamówienia. Jeśli faktura nie zostanie porównana z zamówieniem w momencie dostarczenia towaru, istnieje ryzyko pominięcia wymaganych pozycji lub przyjęcia pozycji, które nie zostały zakupione lub są w niewłaściwych ilościach.

Ponadto, przed przyjęciem towaru, w celu zapewnienia jakości, odbiorca powinien otworzyć i obejrzeć opakowania świeżych warzyw i mrozonek, a po upewnieniu się, że dostawa jest prawidłowa, podpisać fakturę.

W większości przypadków faktura jest duplikowana lub potrojona, przy czym oryginał jest przechowywany przez odbiorcę, a drugą kopię lub kopie przez dostawcę. Po jej podpisaniu firma kurierska nie ponosi już odpowiedzialności za przesyłki, które należą teraz do odbiorcy. Wszelkie rozbieżności lub nieścisłości należy zgłosić kierowcy, który powinien podpisać fakturę w celu potwierdzenia nieścisłości. W przypadku wystawienia noty kredytowej kierowca powinien odnotować ją na fakturze.

Odbiorca nie powinien podpisywać faktury, chyba że jest pewien, że wszystkie kwestie zostały rozwiązane i zarejestrowane. Następnie podpisaną fakturę należy przekazać osobie odpowiedzialnej za gromadzenie faktur w firmie i zarchiwizować.

Dostawy mogą być czasochłonne zarówno dla kuchni/hotelu przyjmującego, jak i dla usługi dostawy. Często dostawcy nie chcą czekać na zakończenie kontroli. W tym przypadku bardzo ważne jest, aby kuchnia/hotel i dostawca zgodzili się, że wszelkie problemy zidentyfikowane po odejściu usługi dostawy dotyczą dostawcy, a nie odbiorców. Dostarczone towary należy umieścić w wyznaczonych miejscach po podpisaniu faktur, a w przypadku konieczności śledzenia przychodzącego towaru należy to zrobić w tym samym czasie.

Zapasy wychodzące

Wewnętrzny formularz zapotrzebowania jest często używany do ewidencji, którą należy przechowywać, gdy przedmiot opuszcza magazyn lub chłodnię, aby monitorować, dokąd się udał. W większości małych firm zaopatrzenie dostarczane jest bezpośrednio do kuchni i wykorzystywane do przygotowania pozycji

menu. W idealnym środowisku przechowywane są dokładne rejestry przychodzących i wychodzących materiałów eksploatacyjnych, dzięki czemu wiedza o tym, co jest pod ręką, jest tak prosta, jak odejmowanie.

Niestety, systemy zwykle nie są takie proste. W mniejszej firmie, wiedząc, co dotarło, a co jest używane na co dzień, można łatwo pogodzić, przeprowadzając rutynowe inwentaryzacje. Pomieszczenia magazynowe i lodówki mogą znajdować się na innym piętrze niż kuchnia w większych obiektach i hotelach, co wymaga systemu, który wymaga od każdego działu i kuchni zarekwirowania żywności z magazynu lub działu zakupów, podobnie jak mała restauracja zrobiłaby to bezpośrednio od dostawcy. W takim układzie hotel kupowałby całą żywność i przechowywał ją w centralnym magazynie, z którego poszczególne działy „zamawiały” swoje zapasy.

Zamówienia

W przypadku większej firmy ustanowienie metody rekwizycji, w której wszystko przenoszone z magazynu do kuchni odbywa się na pisemną prośbę, jest ważne dla utrzymania zapasów i określenia dziennych wydatków na menu. W formularzu zamówienia należy podać nazwę i ilość potrzebnych artykułów kuchennych. Pracownik magazynu lub osoba zarządzająca inwentaryzacją magazynu może zwykle wprowadzić cenę jednostkową i całkowity koszt każdej żądanej pozycji w tych formularzach (Tabela 1). Pracownicy obsługujący powinni używać osobnych formularzy zamówień na zastąpienie artykułów stołowych, takich jak cukier, sól i pieprz, w sprawnie prowadzonej działalności. Jednak pracownicy często odmawiają korzystania z formularzy zamówień, ponieważ o wiele łatwiej i szybciej jest po prostu wejść do magazynu i zabrać to, co jest potrzebne; jednakże ta praktyka nie pozostawia żadnych śladów i uniemożliwia właściwe prowadzenie dokumentacji. Aby zmniejszyć prawdopodobieństwo wystąpienia takiej sytuacji, należy zabezpieczyć przestrzeń magazynową, tak aby tylko kilku pracowników miało dostęp do pomieszczeń, zamrażarek lub lodówek.

Data: -----			
Wydział:			
Ilość	Opis	Koszt jednostkowy	Koszt całkowity

Tabela 1 Obliczanie jednostki i całkowitego kosztu pozycji

Zapotrzebowanie nie tylko śledzi zapasy, ale może być również wykorzystywane do obliczania wartości finansowej żywności dla każdego działu, a tym samym wydatków. Ważne jest, aby wszystkie towary oznaczyć kosztami i datą przybycia w większym przedsiębiorstwie, w którym dokonuje się zakupów od kilku dostawców po różnych cenach. Na przykład mięso jest często znakowane za pomocą formularza, który zawiera wagę, koszt jednostkowy (sztuka, funt lub kilogram), datę zakupu i nazwę dostawcy. Wycena wszystkich produktów wymaga czasu, ale ten czas zostanie szybko zwrócony, gdy dokumenty zapotrzebowania zostaną wypełnione lub zapasy będą musiały mieć określoną wartość pieniężną. Ponadto wyświetlanie cen na przedmiotach może przypominać pracownikom, że odpady są kosztowne.

Prowadzenie ewidencji inwentarza

Aby śledzić zapasy, istnieją dwie podstawowe techniki. Pierwszym z nich jest prowadzenie ciągłej inwentaryzacji. Ciągła inwentaryzacja to nic innego jak bieżąca suma tego, co masz pod ręką. Prowadzenie ewidencji dla każdego składowanego towaru, jak wskazano w Tabeli 2, jest najlepszym sposobem utrzymywania ciągłej inwentaryzacji.

Tabela 2. Punkt ponownego zamówienia produktu....

Przedmiot:
Punkt ponownego zamówienia:

Tabela 2 Punkt ponownego zamówienia produktu. Pierwsza połowa pełnego nagłówka tabeli jest pokazana w tabeli. Dwie połowy tworzą cały stół. Każda strona ma dwa stoły, w sumie cztery stoły na wystawie. Pozycja i punkt ponownego zamówienia są pokazane w tej sekcji nagłówka tabeli.

Tabela 3. Kup produkt w rozmiarze jednostkowym i zapasach nominalnych

Rozmiar jednostki zakupu:
Akcje nominalne:

Tabela 3 Wielkość jednostki zakupu i stan magazynowy produktu. Wielkość zamawianej jednostki oraz stan nominalny są wyświetlane w drugiej (prawej) połowie nagłówka tabeli.

Tabela 4. Daty rejestracji inwentarza, ile tej pozycji firma otrzymała, sprzedała i saldo całkowite.

Dostarczono	Przekazano	Skąd	
Data	Przyjęto	Wydano	Różnica

Tabela 4 Daty rejestracji inwentarza, ile tej pozycji firma otrzymała, sprzedała i saldo całkowite. Druga połowa pierwszej połowy stołu (po lewej). Ta sekcja nagłówka tabeli jest wyświetlana pod pierwszą częścią nagłówka tabeli i zawiera daty zapisów inwentaryzacyjnych, a także liczbę każdego towaru otrzymanego (przychodzącego), sprzedanego (wyprzedanego) oraz łączną kwotę.

Tabela 5. Rejestrowanie wejścia, wyjścia i salda rozmiaru jednostki kupowanego przedmiotu.

Dostarczono	Przekazano	Skąd	
Data	Przyjęto	Wydano	Różnica
-	-	-	-

Tabela 5 Rejestrowanie wejścia, wyjścia i salda rozmiaru jednostki kupowanego przedmiotu. Ta sekcja całej tabeli ma puste miejsce na zapisanie wejścia, wyjścia i równowagi wielkości jednostki kupowanego przedmiotu i jest to druga połowa drugiej (prawej) połowy całej przedstawionej tabeli.

W przypadku otrzymania większej ilości produktu liczba otrzymanych puszek lub rzeczy jest rejestrowana i dodawana do stanu magazynowego; w przypadku zarekwirowania części produktu rejestrowana jest liczba wychodzących puszek lub sztuk, a saldo jest obniżane. Ponadto ciągły formularz inwentaryzacji może wskazywać, kiedy produkt należy ponownie zamówić (punkt ponownego zamawiania), a także ile produktu powinno być dostępne w danym momencie (stan magazynowy). To prowadzenie dokumentacji jest prawie na pewno skomputeryzowane w dużych operacjach. Ponieważ czas (i koszt) prowadzenia dokumentacji może być znaczny w małych firmach, ciągłe inwentaryzacje są zwykle utrzymywane tylko w przypadku drogich towarów.

Inwentaryzacja z natury jest drugim systemem ewidencji inwentarza. Wszystkie rzeczy w magazynie muszą być regularnie liczone w ramach spisu z natury. Inwentaryzacja z natury powinna być przeprowadzana co najmniej raz w miesiącu, aby była skuteczną kontrolą. Zapisy inwentaryzacyjne ewidencjonowane są w arkuszu kalkulacyjnym lub w odrębnym systemie dedykowanym zadaniu. Towary można zestawiać alfabetycznie lub w kolejności pojawiania się na półkach w miejscach składowania na arkuszu inwentarzowym (tabela 6).

Miesiąc:

Tabela 6 Formularz spisu z natury				
Produkt	Jednostka	Ilość	Cena jednostkowa	Wartość całkowita
Towar 1	10 puszek	4	\$20	\$80
Towar 2	20 sztuk	3	\$20	\$60
Towar 3	5 gr	3	\$10	\$30
Towar 4	15 kg	1	\$30	\$30
-	-	-	Ogółem	\$200

Tabela 6 Formularz spisu z natury. Jednostka produktu, liczba sztuk, cena jednostkowa i cena łączna są wyświetlane w tabeli. Wymienione są cztery rzeczy, po których następuje suma wszystkich produktów. Nazywa się to formularzem spisu z natury.

Koszt jednostkowy i łączna wartość każdej przechowywanej pozycji są zwykle uwzględniane w inwentarzu, oprócz ilości rzeczy. Łączną wartość pieniężną zapasów oblicza się, dodając sumę wartości towarów. Nazywa się to również rozszerzeniem zapasów. Inwentarz końcowy na dzień sporządzenia inwentarza stanowi łączną wartość inwentarza. Ta liczba będzie również służyć jako inwentarz początkowy, względem którego będzie mierzony kolejny inwentarz z natury. Statystyki można wykorzystać do dokładnego obliczenia miesięcznych kosztów żywności, jeśli inwentaryzacja jest przeprowadzana tego samego dnia każdego miesiąca. Inwentaryzacja z natury służy do zapewnienia dokładności inwentaryzacji ciągłej.

Komputerowa kontrola zapasów

Do obliczania, śledzenia i rozszerzania zapasów wykorzystywane są obecnie systemy komputerowe. Narzędzia te pozwalają restauracjom/hotelom na znacznie dokładniejsze obserwowanie zapasów, które mają pod ręką, a także związanych z nimi wydatków. Jedną z zalet tych systemów jest to, że zapewniają dostęp do informacji takich jak historia zamówień i najlepsza zapłacona cena. Mogą również pomóc kupującemu w prognozowaniu popytu na cały rok. Kiedy kelner rejestruje sprzedaż dowolnego elementu menu na terminalu restauracji, aplikacje te są często połączone z systemem punktu sprzedaży (POS) używanym do śledzenia transakcji, a nawet mogą usunąć pozycję z skomputeryzowanej listy zapasów. Jeśli konsument poprosi o jedno danie z kurczaka z menu, wszystkie elementy potrzebne do przygotowania jednego talerza z kurczakiem zostaną wyczerpane z zapasów. Zapewnia to zarządzanie z ciągłą inwentaryzacją większości pozycji inwentarza, która jest zawsze aktualna.

Mniejsze firmy będą wykorzystywać narzędzie arkusza kalkulacyjnego do zarządzania zapasami, takie jak program Microsoft Excel do zamawiania i prowadzenia ewidencji zapasów. Faktury otrzymane wraz z dostawami zawierają informacje potrzebne komputerowi do prawidłowego przeprowadzenia obliczeń. Odpowiedzialny pracownik powinien wprowadzać do programu komputerowego ilości i ceny ostatnio otrzymanych pozycji. Koszt dostępnych towarów jest obliczany automatycznie na podstawie cen i ilości. Ten zautomatyzowany proces może zaoszczędzić dużo czasu i pieniędzy, w zależności od tego, jak dokładne są informacje wprowadzone do komputera. Zawsze istnieje niebezpieczeństwo błędów w każdym systemie inwentaryzacji, ale dzięki zautomatyzowanej pomocy ryzyko to jest zmniejszone.

Wycena i kalkulacja kosztów dla fizycznych zapasów

Koszt zakupionych produktów różni się znacznie w zależności od zamówienia. Dzielne raporty inwentaryzacyjne będą odzwierciedlać zmiany cen, ale nie można wiedzieć, co należy użyć jako koszt w formularzu inwentaryzacji fizycznej, chyba że poszczególne puszkę zostały oznakowane. Jeśli określenie dokładnego kosztu każdego produktu jest trudne, istnieją różne alternatywne sposoby spojrzenia na koszt towarów na półkach. Najczęstszą metodą określania wartości zapasów jest wykorzystanie ostatniej ceny zapłaconej za towary, nawet jeśli nie wszystkie puszkę zostały zakupione po tej cenie. Podejście FIFO (pierwsze weszło, pierwsze wyszło) to inny sposób kalkulacji kosztów, który zakłada odpowiednią rotację zapasów. Wartość dostępnych zapasów można wtedy dokładniej określić, jeśli ewidencja jest prowadzona na bieżąco. Wybrana metoda wyceny ma istotny wpływ na wartość zapasów. Zawsze najlepiej jest zastosować metodę, która najdokładniej odzwierciedla prawdziwy koszt przedmiotów.

Koszty związane z utrzymaniem zapasów

Powinno być już jasne, że utrzymywanie zapasów różnych produktów ma kluczowe znaczenie w działalności gastronomicznej. Jednak uzyskanie i utrzymanie tych zapasów wiąże się z kosztami, takimi jak koszty utrzymania, koszty zamawiania i koszty niedoborów.

Koszt utrzymania to koszt przechowywania materiału (elektryczność, ubezpieczenie, ochrona, przetwarzanie danych i obsługa), koszt finansowy to pieniądze, które są zablokowane w zapasach, a koszty pogorszenia i uszkodzenia to koszty związane z pogorszeniem i szkoda.

Koszty zamawiania i odbioru zapasów nazywane są kosztami zamawiania. W wydatkach tych uwzględnione są wynagrodzenia działów zakupów i księgowości, a także płace w obszarze przyjęć i w transporcie. Jeśli kupujesz cotygodniowe artykuły spożywcze i zaopatrzenie od czterech różnych dostawców, będziesz miał do czynienia z czterema różnymi sprzedawcami, czterema różnymi pojazdami, czterema różnymi zamówieniami i czterema różnymi fakturami. Te funkcje są zmniejszane, jeśli kupujesz tylko z jednego cotygodniowego źródła.

Koszty niedoborów to koszty ponoszone, gdy popyt przewyższa podaż. Gdy pojawia się nieoczekiwany duży popyt, zanim pojawią się nowe pozycje magazynowe, mogą pojawić się niedobory. Klienci nie zawsze są wyrozumiali, gdy nie otrzymują posiłku, którego oczekiwali, mimo że pewnych braków nie da się uniknąć. Niedobory mogą czasami zmuszać kuchnię do płacenia wyższej ceny za wymagany produkt od innego dostawcy.

Wycena i kalkulacja kosztów dla fizycznych zapasów

Koszt zakupionych produktów różni się znacznie w zależności od zamówienia. Dzielne raporty inwentaryzacyjne będą odzwierciedlać zmiany cen, ale nie można wiedzieć, co należy użyć jako koszt w formularzu inwentaryzacji fizycznej, chyba że poszczególne puszkę zostały oznakowane. Jeśli określenie dokładnego kosztu każdego produktu jest trudne, istnieją różne alternatywne sposoby spojrzenia na koszt towarów na półkach. Najczęstszą metodą określania wartości zapasów jest wykorzystanie ostatniej ceny zapłaconej za towary, nawet jeśli nie wszystkie puszkę zostały zakupione po tej cenie. Podejście FIFO (pierwsze weszło, pierwsze wyszło) to inny sposób kalkulacji kosztów, który zakłada odpowiednią rotację zapasów. Wartość dostępnych zapasów można wtedy dokładniej określić, jeśli ewidencja jest prowadzona na bieżąco. Wybrana metoda wyceny ma istotny wpływ na wartość zapasów. Zawsze najlepiej jest zastosować metodę, która najdokładniej odzwierciedla prawdziwy koszt przedmiotów.

Koszty związane z utrzymaniem zapasów

Powinno być już jasne, że utrzymywanie zapasów różnych produktów ma kluczowe znaczenie w działalności gastronomicznej. Jednak uzyskanie i utrzymanie tych zapasów wiąże się z kosztami, takimi jak koszty utrzymania, koszty zamawiania i koszty niedoborów.

Koszt utrzymania to koszt przechowywania materiału (elektryczność, ubezpieczenie, ochrona, przetwarzanie danych i obsługa), koszt finansowy to pieniądze, które są zablokowane w zapasach, a koszty pogorszenia i uszkodzenia to koszty związane z pogorszeniem i szkoda.

Koszty zamawiania i odbioru zapasów nazywane są **kosztami zamawiania**. W wydatkach tych uwzględnione są wynagrodzenia działów zakupów i księgowości, a także płace w obszarze przyjęć i w transporcie. Jeśli kupujesz cotygodniowe artykuły spożywcze i zaopatrzenie od czterech różnych dostawców, będziesz miał do czynienia z czterema różnymi sprzedawcami, czterema różnymi pojazdami, czterema różnymi zamówieniami i czterema różnymi fakturami. Te funkcje są zmniejszane, jeśli kupujesz tylko z jednego cotygodniowego źródła.

Koszty niedoborów to koszty ponoszone, gdy popyt przewyższa podaż. Gdy pojawia się nieoczekiwanie duży popyt, zanim pojawią się nowe pozycje magazynowe, mogą pojawić się niedobory. Klienci nie zawsze są wyrozumiali, gdy nie otrzymują posiłku, którego oczekiwali, mimo że pewnych braków nie da się uniknąć. Niedobory mogą czasami zmuszać kuchnie do płacenia wyższej ceny za wymagany produkt od innego dostawcy.

Czynniki wpływające na poziom zapasów

Na to, ile zapasów należy utrzymywać pod ręką, wpływa wiele czynników. Należy wziąć pod uwagę menu, częstotliwość dostaw i czas od zamówienia do dostawy, ilość dostępnej powierzchni magazynowej, dostępność chłodzi, a także lokalizację i skalę operacji. Niektóre mniejsze firmy mogą potrzebować większej ilości zapasów, aby ograniczyć liczbę dostaw i upewnić się, że każda z nich jest wystarczająco znacząca, aby dostawca mógł wysłać ciężarówkę do lokalizacji lub uniknąć opłat za wysyłkę. Niektóre firmy mogą prowadzić inwentaryzację „dokładnie na czas”, która opiera się na ilości zapasów roboczych wymaganych do menu. Nawet jeśli inwentarz jest wartościowy, inwestowanie w niego pieniędzy nie jest dobrym pomysłem. Jakość wielu produktów z czasem ulegnie pogorszeniu. Wzmożona kradzież może też wynikać z posiadania zbyt dużej ilości przedmiotów w inwentarzu. Gromadzenie zapasów może prowadzić do psucia się, kosztownych nakładów inwestycyjnych, zwiększonego zapotrzebowania na miejsce do przechowywania i innych wydatków.

Obrót zapasami

Gdy prowadzona jest dokładna ewidencja zapasów, dane w ewidencji mogą być wykorzystane do obliczenia wskaźnika rotacji zapasów. Wskaźnik rotacji zapasów to liczba przypadków, w których zapasy są zamieniane na dochód w określonym przedziale czasu (zwykle w ciągu miesiąca). Rotacja zapasów na poziomie 1,5 oznacza, że inwentarz obraca się raz na 1,5 miesiąca. W tej sytuacji w każdej chwili miałbyś pod ręką zapasy na mniej więcej trzy tygodnie (2,88 tygodnia). Ogólnie rzecz biorąc, obrót zapasami trwający od jednego do dwóch tygodni jest uważany za normalny. Znalezienie średniego zapasu żywności na miesiąc i podzielenie go przez całkowite wydatki na żywność w tym samym miesiącu jest typową metodą określania rotacji zapasów. Całkowity koszt żywności jest obliczany poprzez dodanie dziennych zakupów żywności (znalezionych w dziennych raportach odbioru) do wartości zapasów żywności na początku miesiąca i odjęcie wartości zapasów żywności na koniec miesiąca, aby uzyskać całkowity koszt żywności.

Obliczanie dostępnych dni zapasów

Istnieją dwie metody określania liczby dni zapasów pod ręką. Podziel średnie zapasy za rok lub inny okres rozliczeniowy przez odpowiedni koszt sprzedanych towarów (COGS) i pomnóż wynik przez 365, jeśli wybierzesz pierwsze podejście. Koszt sprzedanych produktów wykazywany jest w rachunku zysków i strat przedsiębiorstwa. Dodaj ilość zapasów na koniec poprzedniego roku do wartości zapasów na koniec bieżącego roku i podziel przez dwa, aby uzyskać średni zapas. Bilans pokazuje dane dotyczące zapasów.

Proces zamówień

Głównym celem procesu zakupowego jest zapewnienie dostępności żywności i dostaw w ilościach i jakości spełniających kryteria operacyjne po możliwie najlepszej cenie.

Każda organizacja gastronomiczna musi mieć wdrożony proces zakupów. Wszyscy zdolni kucharze powinni mieć możliwość zakupu odpowiednich składników we właściwych ilościach, we właściwym czasie i po najlepszej cenie. Każda kuchnia ma swój własny zestaw metod zakupu. Istnieje jednak jedna zasada, której należy zawsze przestrzegać:

Kupuj tylko tyle, ile jest wymagane do następnej dostawy. Dzięki temu żywność pozostanie świeża, a rotacja zapasów będzie wysoka. Wszystkie produkty spożywcze rozkładają się z czasem, jednak niektóre robią to szybciej niż inne. Obowiązkiem nabywcy jest zagwarantowanie, że nabywane są tylko takie ilości, które zostaną wykorzystane natychmiast lub w najbliższej przyszłości.

Zakupy opisywane są jako proces określania potrzeb i składania zamówień u dostawców. Kupowanie i zamawianie to dwie czynności składające się na proces zakupowy. Zakupy wiążą się z podejmowaniem decyzji, gdzie składać zamówienia w oparciu o jakość, ceny i obsługę. Zakupy to zadanie menedżerskie. W rezultacie kierownik lub dyrektor gastronomii jest zwykle odpowiedzialny za wybór dostawców, od których ma nabywać żywność i zapasy. Zamawianie to proces określania jakości i ilości żywności oraz zapasów potrzebnych do zaspokojenia potrzeb menu przy zachowaniu ograniczeń budżetowych. Zamawianie jest zwykle obowiązkiem nadzorczym, a zamawianie jest często delegowane do przełożonego usług gastronomicznych. W mniejszych firmach zamawianie może wykonać również przeszkolony pracownik, np. doświadczony kucharz.

Zamówienia klientów powinny być odpowiedniej wielkości. Ponieważ usługi dostawy są drogie, większość dostawców ma ograniczenia dotyczące minimalnej wielkości zamówienia. Innymi słowy, zamówienie musi być wystarczająco duże, aby dostawca mógł rozważyć jego dostarczenie. Klienci nie powinni składać zamówień zbyt często. Jeśli działalność gastronomiczna jest wystarczająco duża, dostawca może być skłonny do częstych dostaw, ale zwiększone koszty zwykle zostaną przerzucone na kupującego jako rekompensata za nieefektywność klienta. Dopuszczalna częstotliwość dostaw różni się w zależności od lokalizacji i zależy głównie od dostępności towarów oraz odległości, jaką dostawca musi przebyć, aby zrealizować swoje dostawy. Na przykład codzienne dostawy są częste w dużych miastach. Jeśli jednak kupujący prowadzi z dostawcą ograniczoną liczbę transakcji, powinien starać się składać zamówienia tylko dwa lub trzy razy w tygodniu, aby obniżyć koszty dostawy.

Firma klienta nie powinna być zbyt rozproszona wśród zbyt wielu dostawców. Rozważny nabywca ograniczy swoją działalność do niewielkiej liczby dostawców, którzy zapewniają zadowalającą obsługę. Nie oznacza to, że kupujący nie powinien składać zamówień w innych firmach. Oznacza to jednak, że niewielka liczba dostawców w każdej kategorii żywności powinna zdobywać większość rynku. W niektórych mniejszych przedsiębiorstwach nabywca może wybrać tylko jednego dostawcę dla każdej kategorii żywności; jednak w większości przypadków posiadanie wielu dostawców jest dobrym pomysłem.

Pozyskiwanie rynku

Źródła zaopatrzenia różnią się znacznie w zależności od lokalizacji. Małe miasta i odizolowane osady nie mają takiej liczby i zakresu dostawców, jakie oferują duże miasta. Nabywcy powinni kontaktować się z dostępnymi sprzedawcami/dostawcami, takimi jak hurtownicy, dystrybutorzy, lokalni producenci i firmy pakujące, sprzedawcy detaliczni, stowarzyszenia spółdzielcze, pośrednicy i importerzy żywności. Aby uzyskać niezbędną żywność, osoba odpowiedzialna za zakupy zazwyczaj kontaktuje się z wieloma dostawcami. Aby sprostać wszelkim wymaganiom kuchennym związanym z żywnością, kilku hurtowników dywersyfikuje swoje asortymenty. Produkty spożywcze pochodzą z różnych źródeł. Na przykład pakownia zaopatruje się w mięso i produkty mięsne, a hurtownia artykułów spożywczych w produkty suche. Produkty łatwo psujące się i nietrawne to dwie główne kategorie żywności.

Towary łatwo psujące się

Owoce, warzywa, świeże ryby i skorupiaki, świeże mięso, drób i produkty mleczne są łatwo psujące się. Łatwo psujące się produkty są zazwyczaj kupowane regularnie, aby zagwarantować ich świeżość. Produkty mrożone, takie jak warzywa, ryby i produkty mięsne, mają dłuższy okres przydatności do spożycia i można je rzadziej zamawiać i przechowywać.

Nietrwałe towary

Suche produkty, mąka, płatki zbożowe i inne produkty spożywcze, takie jak oliwki, pikle, to przykłady produktów niepsujących się. Można je otrzymywać co tydzień lub co miesiąc. Pamiętaj, że tylko dlatego, że coś nie psuje się szybko, nie oznacza kupowania tego w większych ilościach niż jest to wymagane. Każdy przedmiot w twoim ekwipunku jest wart dolara, który można zaoszczędzić lub wydać na cokolwiek innego.

Wybór Dostawców

Przy wyborze dostawcy nie wystarczy kierować się samymi kosztami, ponieważ nie zawsze odzwierciedlają one jakość i niezawodność oferowanych towarów i usług. Jakość własnego produktu ma zawsze fundamentalne znaczenie w wysoce konkurencyjnej branży gastronomicznej. Z drugiej strony jakość nie zawsze oznacza „najlepszy” z punktu widzenia kupującego. Jeśli chodzi o zakup, jakość to uzyskanie najlepszej jakości, która jest odpowiednia do przeznaczenia produktu. Jeśli w menu znajdzie się np. zupa, kupujący wybierze tańsze pomidory bez skórki zamiast droższych, całych pomidorów ze skórkami, które są o wiele za drogie, by użyć ich w zupie.

Kupujący muszą ocenić własne cechy produktu oprócz kryterium zamierzonego zastosowania, a nie tylko rozpoznawalność marki dostawcy. Niektórzy pakujący wydają dużo pieniędzy na reklamę marki, ale kupujący nigdy nie powinien pozwolić, aby sama nazwa marki wpływała na jego decyzje zakupowe, chyba że zamierza używać nazwy marki do reklamowania produktu klientom. (S) musi dokładnie zbadać produkty, aby określić, który oferuje najlepszy stosunek jakości do ceny.

Chociaż większość klientów rozumie konieczność oceny ceny kupowanego produktu, często nie analizuje ceny w kontekście innych aspektów, które wpływają na akceptowalność określonych produktów. W rezultacie kładą nadmierny nacisk na znalezienie najtańszego produktu i mogą skończyć płacąc więcej pod względem kosztu w przeliczeniu na porcję i czasu przygotowania.

Należy również wziąć pod uwagę stosunek ceny do wydajności konserw. Koszty jednej marki mogą być znacznie niższe niż jej konkurentów, ale mogą obejmować znacznie mniej owoców lub warzyw, a różnicę stanowi większa ilość soku lub wody. Alternatywnie, jakość może być poniżej normy. Oczywiście nie oznacza to argumentu, że tańsze towary są zawsze gorsze; raczej klienci powinni przeprowadzać własne testy w celu określenia jakości i wydajności. Ponadto zakupy wyłącznie dla ceny mogą prowadzić do zerwania relacji między sprzedawcą a kupującym.

Celem nabywców żywności powinno być kupowanie żywności i zaopatrzenia od wiarygodnych dostawców, którzy spełniają następujące kryteria:

- Muszą zapewnić opłacalną strukturę cenową dla określonego poziomu jakości.
- Muszą być w stanie zapewnić doskonałą obsługę dostaw.
- Produkty muszą być w dobrym stanie w chwili ich dostarczenia;
- Kierowcy muszą być rozważni.
- Dostawy żywności i zaopatrzenia muszą być realizowane na czas.
- Muszą mieć określone towary w magazynie, aby zminimalizować niedobory zaopatrzenia.

- Muszą być w stanie udzielić informacji na temat nowych produktów, informacji o wartości odżywczej zakupionej żywności oraz czynników rynkowych, które mają na Ciebie wpływ.
- „Doskonała obsługa” zamiast przysług odnosi się raczej do miłego nastawienia dostawcy i sposobu, w jaki to nastawienie przynosi korzyści całemu przedsiębiorstwu gastronomicznemu, a nie tylko konkretnemu pracownikowi. Dostawca, który zapewnia doskonałą obsługę, to taki, który dostarcza tak często, jak wymaga tego firma gastronomiczna iw dogodnych godzinach (nie w okresach serwowania posiłków).
- Ma przyjaznych kurierów, którzy chętnie zabiorą paczki do miejsca odbioru i dokładnie sprawdzą poprawność zamówienia.

Czynniki wpływające na ceny

W szczególności ceny żywności zmieniają się w ciągu roku z powodu różnych czynników:

- Sezonowość: Kiedy żywność jest sezonowa, jest jej większa podaż w lokalnych dostawach żywności, co obniża ceny. Co więcej, towary sezonowe mają wyższą jakość i dłuższy okres przydatności do spożycia niż te, które są poza sezonem i muszą być przewożone na duże odległości na rynek.
- Pogoda: Ekstremalne warunki pogodowe mogą mieć znaczący wpływ na ceny żywności. Susza, powodzie i wyjątkowo zimna pogoda dotknęły kluczowe regiony świata produkujące produkty, powodując wzrost cen różnych produktów.
- Koszty transportu: wraz ze wzrostem ceny benzyny lub transportu rośnie cena żywności, którą trzeba przewieźć na rynek.
- Ceny towarów: na rynku towarowym wymieniane są różne towary, takie jak mięso i zboża. Ceny te zmieniają się, gdy kupujący o dużej ilości kupują i sprzedają te rzeczy, podobnie jak na giełdzie.

Specyfikacja produktu

- Prawie każdy zakupiony przedmiot powinien mieć zapisaną specyfikację. Pisanie specyfikacji, zwłaszcza dla różnych produktów spożywczych i zaopatrzeniowych, sprzętu, chemikaliów i innych przedmiotów, może być trudnym i czasochłonnym zadaniem.
- Mięso, owoce morza, drób, przetwory owocowe i warzywno oraz świeże owoce i warzywa można zamówić według preferencji. Na przykład mięso można sortować według gatunku, kawałków, wagi/grubości, ograniczenia zawartości tłuszczu, wieku, świeżości lub zamrożenia oraz rodzaju opakowania.
- Owoce morza można sortować według rodzaju, gatunku, formy rynkowej, stanu, gatunku, pochodzenia, świeżości lub zamrożenia, ilości, rozmiaru i opakowania.
- Porządkuj drób według rodzaju, gatunku, klasy (np. brojler, frytkownica), stylu (np. piersi, skrzydełka), rozmiaru, świeżości lub zamrożenia oraz opakowania.
- Możesz zamawiać przetworzone owoce i warzywa według gatunku (czasami), odmiany, rozmiaru i rodzaju opakowania, wagi po odsączeniu, liczby sztuk w opakowaniu, rodzaju opakowania oraz tego, czy są w puszkach, czy mrożone.
- Możliwe jest zamawianie świeżych owoców i warzyw według gatunku (czasami), odmiany, wielkości, wagi w pojemniku, obszaru uprawy i ilości w pojemniku.

Procedury zakupów

W większości kuchni restauracyjnych zakupami i zamówieniami zajmują się szefowie kuchni i sous-chefowie, chociaż w hotelach mogą być przydzielone działy zakupów. W większości samodzielnych operacji gastronomicznych na

miejscu kierownik/dyrektor gastronomii jest odpowiedzialny za zakupy, chociaż jeśli usługa gastronomiczna jest zlecona usługom zarządzanym, operacja prawdopodobnie będzie częścią zakupu kontraktowego. Większość kuchni będzie miała listę dostawców, kontakty, daty i harmonogramy dostaw oraz arkusze zamówień z poziomami zapasów, aby ułatwić zakupy. W przypadku specjalnej funkcji lub wydarzenia, takiego jak bankiet, może być również konieczne określenie materiałów wymaganych tylko dla tej funkcji.

Karta Kontroli Produkcji

Aby obliczyć ilości produktów żywnościowych, które należy zamówić na bankiet dowolnej wielkości, należy najpierw zapoznać się z tabelą kontroli porcji. Tabela wskazuje porcje do wykorzystania na osobę dla danej pozycji menu. Jednym z zastosowań wykresu kontroli porcji jest oszacowanie ilości głównych składników i materiałów potrzebnych do wytworzenia przewidywanej liczby porcji menu.

Tabela 7 Karta kontroli porcji.		
Rodzaj towaru	Pozycja w menu	Wielkość porcji
Krewetka	Koktajl krewetkowy	80 g (2.82 oz.)
Cytryna	Koktajl krewetkowy	1 plasterka(6/cytryny)

Tabela 7 Karta kontroli porcji. W tabeli wyświetlana jest pozycja żywności, pozycja menu zawierająca tę żywność oraz wielkość porcji pozycji żywności.

Wykres zamówienia zakupu z poziomami nominalnymi

Głównym celem stosowania standardu zakupów jest zapewnienie wystarczającej ilości zapasów całej żywności, aby zaspokoić codzienne potrzeby. Inwentaryzacja żywności musi stać się regularnym rytuałem, aby stworzyć i utrzymać te standardy. W tym przypadku pomocne mogą być z góry określone poziomy nominalne (kwota, którą należy mieć pod ręką, aby przejść do następnego zamówienia).

Istnieją trzy ważne punkty, o których należy pamiętać:

- Wymagana kwota (poziom nominalny)
- Dostępna ilość
- Ilość do zamówienia

Od kwoty potrzebnej do ustalenia ilości do zamówienia należy odjąć ilość na stanie (Tabela 8). W niektórych przypadkach zamówienie należy zaokrąglić w górę, jeśli do zamówienia może być wymagana minimalna ilość w oparciu o wielkość opakowania.

Tabela 8 Obliczanie rzeczywistej wielkości zamówienia różnych mięs				
Mięso	Wymagana ilość mięsa (poziom nominalny)	Ilość w kasie	Ilość do zamówienia	Rzeczywiste zamówienie
Wołowina peklowana	10 kg	2 kg	8 kg	8 kg

Integracja poziomów nominalnych ze standardowymi arkuszami zamówień lub systemem zamówień znacznie ułatwi zarządzanie przychodzącymi zapasami. Coraz więcej dostawców przechodzi na systemy zakupów online, które zapewniają najbardziej aktualne ceny, rozmiary opakowań oraz, w wielu przypadkach, historię zakupów w momencie składania zamówienia. Zamawianie przez Internet jest generalnie wygodniejsze, ponieważ eliminuje potrzebę dzwonienia przez osobę składającą zamówienie do działu zamówień w zwykłych godzinach pracy.

Proces zamawiania

Zamówienie jest zwykle przygotowywane po zidentyfikowaniu dostawcy i skompilowaniu zamówienia. Zamówienie zakupu zawiera informacje zarówno dla organizacji kupującej, jak i dostawcy, a także zakupione produkty, ich ilości, ceny ofertowe i rozszerzone oraz sumę zamówienia. Zwykle wykonuje się wiele kopii, tak aby nabywca, dostawca, biuro rachunkowe i urzędnik przyjmujący mieli kopię.

Otrzymanie zamówienia

Zamówienie jest zwykle przygotowywane po zidentyfikowaniu dostawcy i skompilowaniu zamówienia. Zamówienie zakupu zawiera informacje zarówno dla organizacji kupującej, jak i dostawcy, a także zakupione produkty, ich ilości, ceny ofertowe i rozszerzone oraz sumę zamówienia. Zwykle wykonuje się wiele kopii, tak aby nabywca, dostawca, biuro rachunkowe i urzędnik przyjmujący mieli kopię.

Korzyści wynikające z dokładnych kryteriów zakupu i ostrożnych metod zakupu są tracone, gdy jakość i ilość przychodzących towarów nie jest dokładnie oceniana. Osoba odpowiedzialna za odbiór jest ważną częścią tej procedury. W dużych organizacjach może to być urzędnik przyjmujący, którego głównym obowiązkiem jest przyjmowanie (i, w wielu przypadkach, przechowywanie). Odbiór może być wykonywany przez kierownika gastronomii, szefa kuchni lub głównego pracownika kuchni w mniejszych firmach.

Oczywiście szkolenie w zakresie przyjmowania i przechowywania ma kluczowe znaczenie i musi obejmować następujące funkcje:

- Porównanie jakości, ilości i wagi przychodzącej dostawy z zamówieniem i wymaganiami
- Kontrola wymaganego standardu jakości
- Prowadzenie dziennego rejestru odebranych dostaw
- W przypadku wszystkich potencjalnie niebezpiecznych produktów spożywczych monitorowane są krytyczne punkty kontroli
- Wiedza, co zrobić, jeśli pojawi się problem z dostarczoną towarami

Zwrot towarów niezadowolających, zarządzanie fakturami, etykietowanie kartonów do przechowywania, wysyłanie towarów do magazynu lub kuchni w celu przechowywania lub wykorzystania oraz odpowiednie procesy przechowywania żywności i rotacji zapasów to wszystkie procedury, których należy przestrzegać.

Przechowywanie

We wszystkich operacjach gastronomicznych magazynowanie służy jako istotne ogniwo między odbiorem a przygotowaniem. W rezultacie jakość systemu przechowywania ma bezpośredni wpływ na jakość produktu spożywczego. Ilość potrzebnej powierzchni zależy od częstotliwości dostaw i rotacji produktów. Innym powodem, dla którego przechowywanie ma kluczowe znaczenie, jest to, że jest to jeden z obszarów działalności, w którym kierownictwo może zastosować skuteczną kontrolę bez znacznego zwiększania czasu lub wydatków na personel. Innymi słowy, skuteczna kontrola kradzieży i splądrowania, a także niepotrzebnego obchodzenia się z żywnością może pomóc w utrzymaniu niskich wydatków na usługi gastronomiczne. Korzyści wynikające z dokładnych kryteriów zakupu i ostrożnych metod zakupu są tracone, gdy jakość i ilość przychodzących towarów nie jest dokładnie oceniana. Osoba odpowiedzialna za odbiór jest ważną częścią tej procedury. W dużych organizacjach może to być urzędnik przyjmujący, którego głównym obowiązkiem jest przyjmowanie (i, w wielu przypadkach, przechowywanie). Odbiór może być wykonywany przez kierownika gastronomii, szefa kuchni lub głównego pracownika kuchni w mniejszych firmach.

Oczywiście szkolenie w zakresie przyjmowania i przechowywania ma kluczowe znaczenie i musi obejmować następujące funkcje:

- Porównanie jakości, ilości i wagi przychodzącej dostawy z zamówieniem i wymaganiami
- Kontrola wymaganego standardu jakości
- Prowadzenie dziennego rejestru odebranych dostaw
- W przypadku wszystkich potencjalnie niebezpiecznych produktów spożywczych monitorowane są krytyczne punkty kontroli
- Wiedza, co zrobić, jeśli pojawi się problem z dostarczoną towarami
- Zwrot towarów niezadowolających, zarządzanie fakturami, etykietowanie kartonów do przechowywania, wysyłanie towarów do magazynu lub kuchni w celu przechowywania lub wykorzystania oraz odpowiednie procesy przechowywania żywności i rotacji zapasów to wszystkie procedury, których należy przestrzegać.

Etyka zawodowa

Komunikując się z dostawcami, zawsze zachowuj profesjonalną postawę. Twoje działania mają wpływ zarówno na reputację Twoją, jak i Twojego obiektu. Rozmawiaj ze sprzedawcami w określonych godzinach; nie omawiaj spraw wewnętrznych ze sprzedawcami; nie plotkuj o innych sprzedawcach; i nie ujawniaj cen konkurencji. Maksymalnie wykorzystaj czas ze sprzedawcami, rozmawiając o sytuacjach rynkowych, uzyskując oferty cenowe i poznając nowe produkty. Przygotowanie zamówienia w czasie, gdy sprzedawca czeka w biurze jest nierozważne i nieefektywne. Nigdy nie deleguj obowiązku wyboru ilości zamówienia na sprzedawcę. Dostawca straci szacunek dla zdezorganizowanego nabywcy, który zleca sprzedawcy wykonanie zamówienia.

2. ORGANIZOWANIE I NADZOROWANIE GOSPODARKI ODPADAMI

WDRAŻA SCHEMAT RACJONALNEJ GOSPODARKI ODPADAMI W KUCHNI ORAZ HOTELU
KORYGUJE PROCES RACJONALNEJ GOSPODARKI ODPADAMI W KUCHNI I HOTELU
PRZESTRZEGA PRZEPISÓW DOTYCZĄCYCH GOSPODARKI ODPADAMI

Znaczenie gospodarowania odpadami kuchennymi w restauracjach

W każdym razie gospodarka odpadami jest niezbędną częścią dnia pracy. Gospodarka odpadami kuchennymi, szczególnie w branży restauracyjnej, może zadecydować o sukcesie firmy lub ją zniweczyć, dlatego branża spożywcza podejmuje dodatkowe środki ostrożności, aby zagwarantować, że ich kuchnie są zawsze zgodne z przepisami, jeśli chodzi o usuwanie odpadów. W bardziej praktycznym sensie niewłaściwe gospodarowanie odpadami kuchennymi będzie kosztować. Poza tym agencje rządowe mogą nawet cofnąć koncesję na prowadzenie działalności. Nieprawidłowo utylizowane odpady kuchenne mogą również powodować poważne szkody dla środowiska. Aby utrzymać się na rynku, kuchnia nie może funkcjonować bez odpowiednich systemów usuwania odpadów, które są zgodne z przepisami. Niezależnie od tego, wielu właścicieli firm nadal stosuje mniej niż idealne metody gospodarowania odpadami, mając nadzieję na zaoszczędzenie kilku dolarów, koszt dla środowiska, a także dla ich klientów, może być ogromny.

Świadomość ekologiczna to nie tylko trend; faktycznie jest to opłacalne. Ropa naftowa jest dobrym przykładem tego, jak niewłaściwe zarządzanie odpadami może stać się problemem. W nieodpowiedniej konfiguracji olej odpadowy jest po prostu wrzucany do systemu odwadniającego, gdzie osadza się i krzepnie, ostatecznie stając się poważnym problemem. Tłuszcz nie miesza się dobrze z wodą i w przypadku nieprawidłowego obchodzenia się z nim może zatykać rury i powodować ich pęknięcie, co wiąże się z kosztami naprawy. Restauracje, które właściwie zarządzają odpadami, oszczędzają na kosztach utrzymania, nawet jeśli nie są świadome ekologicznie.

Właściwa utylizacja odpadów kuchennych chroni środowisko

Gdy procesy unieszkodliwiania odpadów są prawidłowe, restauracja pomaga chronić środowisko. Restauracja przyczynia się do zmian klimatu, niewłaściwie pozbywając się śmieci. Odpady żywnościowe, które trafiają na wysypiska, emitują duże ilości metanu, który jest jednym z najbardziej szkodliwych gazów cieplarnianych.

Zarządzanie odpadami kuchennymi chroni Twoich klientów

Restauracje zajmują się dostarczaniem swoim klientom wysokiej jakości dań. Właściwe standardy sanitarne, zwłaszcza tam, gdzie wytwarzana jest żywność, idą w parze z bezpieczną i higieniczną żywnością. Przekłada się to na dobre samopoczucie klienta, gdy kuchnia dba o to, jak żywność jest przygotowywana i przetwarzana wystarczającą ilość odpadów spożywczych.

Właściwa utylizacja odpadów Chroni kuchnię i pracowników

Zabezpieczenie miejsca pracy pracowników i zapewnienie im bezpiecznego miejsca do wykonywania swoich czynności osiąga się poprzez zagwarantowanie czystości miejsca pracy i właściwego usuwania odpadów kuchennych. Pracownicy są zdrowsi i mniej podatni na wypadki, co skutkuje zwiększoną produkcją.

Skuteczne zarządzanie odpadami kuchennymi

Kuchnia restauracji, zwłaszcza ta, która jest zajęta, musi generować dużo odpadów spożywczych. Istnieje wiele podejść do właściwego gospodarowania odpadami kuchennymi.

Przede wszystkim nie przesadzaj z zapasami, kupowanie rzeczy w ilościach, których restauracja nie zużyje hurtowo, nie jest dobrym pomysłem. Często błędem restauracji jest akceptowanie dobrej ceny przy dużym zamówieniu, może to być kuszące. O ile restauracja nie jest w stanie odpowiednio ich przechowywać, co oznacza, że restauracja powinna mieć pojemność i odpowiednią infrastrukturę do przechowywania przedmiotu, prawie na pewno wylądują one w śmieciach.

Prowadzenie jak najbardziej precyzyjnej inwentaryzacji, co oznacza, że kierownik musi dokładnie wiedzieć, jakie i ile towarów znajduje się w danym momencie, pomaga zapewnić, że żywność nie jest zaniedbywana i że wszystko jest właściwie wykorzystywane. Właściwa i dokładna inwentaryzacja zawsze będzie punktem wyjścia dla rozwiązań dotyczących odpadów żywnościowych.

Przekazywanie resztek schroniskom i lokalnym organizacjom charytatywnym pomoże ograniczyć marnotrawstwo żywności, a jednocześnie poprawi reputację publiczną. Dodatkowe lub resztki jedzenia i składników, którym zbliża się termin przydatności do spożycia, są objęte przedmiotami, które można oddać.

Dostosowanie menu tak, aby było jak najbardziej włączające, to kolejna opcja, klienci powinni mieć możliwość włączenia lub wyłączenia niektórych pozycji z posiłków. Na przykład ludzie nie zawsze chcą frytek z hamburgerami, a frytki wylądują na tacy z resztkami.

W przypadku restauracji dobrym pomysłem jest kompostowanie odpadów spożywczych. Lokalni ogrodnicy lub miłośnicy roślin mogą zamienić odpady żywnościowe w glebę. Pomaga to środowisku, a także restauracji uzyskać uwagę, która prowadzi do płacących klientów.

Śledzenie dat ważności wszystkich produktów dostarczanych do magazynu jest koniecznością, aby uniknąć kosztownego błędu polegającego na pominięciu produktów o krótkim okresie przydatności do spożycia.

Stwórz Dedykowany Zespół ds. Gospodarki Odpadami

W zależności od wielkości firmy, firma może utworzyć zespół lub wyznaczyć osobę do kontroli działań związanych z utylizacją odpadów. Takie podejście pomaga restauracji przeprowadzić dokładniejszy audyt odpadów, daje lepsze wyobrażenie o tym, którą drogą podążać. Zidentyfikowanie wielu rodzajów odpadów generowanych przez restaurację może pomóc w ustaleniu, gdzie należy poprawić. Audyt odpadów w restauracji może pomóc w wyborze opcji samodzielnego utylizacji, zlecenia lub outsourcingu.

Kolejną istotną zaletą dobrze przeprowadzonego audytu odpadów w restauracji jest to, że restauracja dowie się, które pozycje menu mają najwięcej resztek, co pomaga dostosować lub ulepszyć menu, aby mieć jak najmniej resztek. Informacje te pomagają również określić odpowiednie rozmiary porcji, ponieważ ilości są czasami zbyt duże.

Szkolenia

Gospodarka odpadami kuchennymi zaczyna się od ludzi, którzy tam pracują. Personel dobrze przeszkolony w przygotowywaniu posiłków zadba o to, aby wyrzucać jak najmniej jedzenia, co jest skutecznym sposobem na zmniejszenie ilości odpadów wytwarzanych w ciągu dnia pracy. Marnowanie żywności w restauracjach jest w dużej mierze spowodowane niewłaściwym przygotowaniem żywności. W branży restauracyjnej nawet ruch do iz kuchni przyczynia się do zmniejszenia ilości odpadów. Na przykład kelnerzy w barach uczą się poruszać ruchem okrężnym, aby uniknąć rozlewania napojów i zmniejszenia ilości odpadów.

Zainwestuj w dobrej jakości sprzęt

Warto zainwestować w sprzęt kuchenny najwyższej jakości, ponieważ etap przygotowywania posiłków jest najbardziej narażony na marnotrawstwo. Drobne rzeczy, takie jak obieranie za pomocą odpowiedniego noża, z czasem narosną i przyniosą korzyści restauracji. Wysokiej jakości sprzęt do gospodarowania odpadami żywnościowymi nie jest wyjątkiem. Podczas gdy niektóre restauracje starają się być placówkami zero-odpadowymi, w rzeczywistości jest to prawie niemożliwe.

3. ZAPEWNIENIE BIEŻĄCEGO FUNKCJONOWANIE KUCHNI I HOTELU

KOMUNIKUJE SIĘ Z KLIENTAMI

NADZORUJE ORGANIZOWANE IMPREZY I WYDARZENIA

NADZORUJE PRACĘ KUCHNI, SALI I HOTELU

MONITORUJE SPRAWNOŚĆ DZIAŁANIA SPRZĘTU I URZĄDZEŃ W KUCHNI I HOTELU

DOKONUJE OCENY WSZELKIEGO RODZAJU PUBLIKACJI, INNOWACJI I ROZWOJU TECHNOLOGICZNEGO ZWIĄZANYCH Z ZAWODEM

Wprowadzenie

The majority of star-rated hotels include a variety of food and beverage options. They have the potential to be Restaurant, Lounge, Coffee Shop, Room Service, Poolside Barbecue/Grill Service Banquet Service, Bar, Outside Catering Service etc.

Usługi gastronomiczne są częścią zorientowanego na usługi sektora branży hotelarsko-gastronomicznej. Może być częścią większej operacji hotelowej lub turystycznej lub może działać samodzielnie. Członkowie zespołu F&B Services są odpowiedzialni za szereg czynności, w tym przygotowanie do obsługi, witanie gości, zbieranie zamówień, rozliczanie rachunków i wykonywanie wielu dodatkowych prac po wyjściu klientów.

Większość hoteli oznaczonych gwiazdkami oferuje różnorodne opcje gastronomiczne. Mogą to być restauracje, salony, kawiarnie, obsługa pokojowa, grill przy basenie, obsługa bankietów, bary, zewnętrzne usługi cateringowe itp.

Struktura działu usług gastronomicznych

Zespół F&B Services jest odpowiedzialny za tworzenie dokładnie takich doświadczeń, jakich pragną goście. W skład działu wchodzi następujące stanowiska:

Kierownik ds. usług gastronomicznych jest odpowiedzialny za zapewnienie marży zysku w każdym okresie finansowym z każdego działu usług F&B. We współpracy z kuchnią planuje menu dla różnych stref usługowych oraz dokonuje zakupu materiałów i wyposażenia dla działu usług F&B.

Asystent kierownika ds. usług gastronomicznych, zastępuje swojego przełożonego, dostosowuje się do wszystkich zadań, które podejmuje kierownik ds. usług gastronomicznych.

Kierownik restauracji, kieruje całokształtem działalności restauracji, do jego obowiązków należy kierowanie funkcjami jadalni; inwentaryzację lub kontrolę zapasów (zamawianie materiałów i ich ewidencjonowanie); nadzorowanie, szkolenie, przygotowanie i ocenę podwładnych; tworzenie raportów pracowniczych i sprzedażowych; zarządzanie budżetem; dbanie o codzienną sprzedaż i współpracę z kasjerami.

Kierownik obsługi pokoju jest odpowiedzialny za cały młodszy personel. Jest odpowiedzialny za ich przeszkolenie, wsparcie i ocenianie. Zapewnia, że wartości i kluczowe standardy działu F&B / placówki kulturalnej są spełnione. Do jego obowiązków należy zarządzanie personelem, budżetowanie i planowanie w celu utrzymania kontroli nad kosztami pracy, zajmowanie się problemami klientów, pomoc w realizacji specjalnych próśb.

Kierownik ds. bankietów jest odpowiedzialny za ustawianie baru do obsługi bankietów, prognozowanie i dystrybucję finansów na różne wydarzenia, w tym konferencje, spotkania i inne wydarzenia; zwiększanie sprzedaży żywności i napojów; śledzenie porcelany, sztućców, szklanek, bielizny i innego sprzętu; dbanie o

dekoracje i rozpatrywanie skarg gości; pomoc w specjalnych życzeniach; przestrzeganie odpowiednich procesów zamówień w celu zakupu wymaganych zapasów; zbieranie komentarzy gości i przekazywanie ich kierownikowi ds. gastronomii; uczestniczenie w spotkaniach działów; planowanie menu i ustalanie cen; szkolenie personelu i rozwój.

Kierownik baru jest odpowiedzialny za codzienne prognozowanie przepływu konsumentów; przydzielanie odpowiedniej liczby pracowników w odpowiedzi na zapotrzebowanie konsumentów; zarządzanie i monitorowanie stanów magazynowych; śledzenie wszystkich form sprzedaży napojów; obowiązki związane ze sprzętaniem i przetargami.

Inspektor ds. bezpieczeństwa żywności to osoba, która została przeszkolona w zakresie rozpoznawania i unikania zagrożeń związanych z obsługą żywności w branży usług F&B. Powinien on posiadać ważny certyfikat FSS i jest niezbędny w firmie świadczącej usługi F&B, aby mógł szkolić i nadzorować innych pracowników w zakresie prawidłowych procedur postępowania z żywnością.

Działy pomocnicze F&B

Poniższe działy zapewniają wsparcie dla działu żywności i napojów:

Dział porządkowy

Dział porządkowy stara się utrzymać kuchnię w czystości i porządku, tak aby załoga kuchenna mogła działać wydajnie. Gwarantuje również, że wszystkie narzędzia i przybory potrzebne do konkretnego posiłku lub operacji gotowania zostały dobrze wyczyszczone i są gotowe do użycia.

Mycie naczyń

W przypadku obsługi barów, bankietów, salonów i restauracji dział zmywania naczyń jest odpowiedzialny za dostarczanie czystych i suchych szklanek, zastawy stołowej i sztucców.

Pranie

Dział F&B jest w dużym stopniu zależny od działu pralni lub zewnętrznych usług pralniczych, jeśli chodzi o terminowe dostarczanie suchej i pozbawionej zagnieceń bielizny.

Postawy i kompetencje personelu F&B w komunikacji z klientem

Znajomość swoich obowiązków i ról, a także posiadanie odpowiedniej wiedzy na temat produktów spożywczych, parowania żywności i napojów, etykiety i metod obsługi to podejście do zdobywania pewności siebie podczas obsługi gości. Wygląd robi dobre pierwsze wrażenie na gościach. Podczas pełnienia obowiązków pracownicy F&B muszą dbać o higienę osobistą, czystość i profesjonalny wygląd. Uważność jest definiowana jako zwracanie szczególnej uwagi na szczegóły, zapamiętywanie życzeń gości i spełnianie tych wymagań tak szybko, jak to możliwe, z najwyższym możliwym poziomem perfekcji. Zespół F&B Services musi mieć przyjemną, żywą i przyjazną postawę przez cały czas.

Skuteczna komunikacja ma kluczowe znaczenie podczas rozmów ze współpracownikami i gośćmi. Stosowanie jasnej i poprawnej komunikacji, a także odpowiedniego języka i tonu może pomóc w płynnym przebiegu pracy serwisu. Może to potencjalnie zapewnić gościom dużo lepsze wrażenia. Podczas obsługi gości pracownicy F&B Services muszą rozumieć wartość czasu. Skuteczne prowadzenie przepływu pracy serwisowej jest wspomagane przez dokładny pomiar czasu i poczucie pilności. Uczciwość i prawość to podstawowe wartości w obsłudze gości w branży hotelarskiej.

4. PROWADZENIE ROZMÓW HANDLOWYCH ZE ZNAJOMOSCIĄ SAVOIR VIVRE Z ZAKRESU KUCHNI I HOTELARSTWA

NEGOCJUJE WARUNKI DOSTAW I ZAWIERA UMOWY Z DOSTAWCAMI

TWORZY PLAN ZAOPATRZENIA W OKREŚLONYM HORYZONCIE CZASOWYM

ORGANIZUJE DOSTAWY ŻYWNOSCI I INNYCH PRODUKTÓW ORAZ ŚRODKÓW NIEZBĘDNYCH DO FUNKCJONOWANIA HOTELU I KUCHNI (NP. ŚRODKÓW CZYSTOŚCI)

Zarządzanie łańcuchem dostaw restauracji

Zarządzanie łańcuchem dostaw w restauracjach to złożony i skomplikowany temat. Działania związane z pozyskiwaniem surowców, przetwarzaniem ich w towary nadające się do sprzedaży i dostarczaniem ich klientom nazywane są łańcuchem dostaw. Praca z wieloma dostawcami specjalizującymi się w każdej fazie łańcucha jest normalna. W rezultacie zarządzanie łańcuchem dostaw wiąże się z ciągłym monitorowaniem i zarządzaniem dostawcami w celu maksymalizacji wydajności i wartości. Zarządzanie łańcuchem dostaw restauracji polega na nawiązywaniu i utrzymywaniu relacji z dostawcami żywności w celu generowania pozycji – takich jak posiłki – które zaspokajają potrzeby klientów. Zarządzanie łańcuchem dostaw restauracji gwarantuje, że każdy „aktor” w łańcuchu dostaw robi to, co do niego należy.

Znaczenie zarządzania łańcuchem dostaw

Zarządzanie łańcuchem dostaw jest kluczowym elementem każdej odnoszącej sukcesy firmy. Etapy zarządzania łańcuchem dostaw w firmie nazywane są operacjami. Rozpoznając problemy, analizując alternatywy i podejmując decyzje dotyczące optymalizacji procesu dystrybucji, zarządzanie łańcuchem dostaw odgrywa kluczową rolę w sukcesie każdej firmy. Firmy odniosą korzyści z procesu zarządzania łańcuchem dostaw dzięki lepszej kontroli zapasów, niższemu wydatkom operacyjnym i zwiększonej wydajności.

Łańcuch dostaw w restauracji

Łańcuch dostaw w restauracji obejmuje wiele podmiotów i wiele etapów. Po pierwsze, menedżer powinien zidentyfikować i negocjować umowy z dostawcami żywności do restauracji, takimi jak rolnicy i hurtownicy żywności, a także sprzedawcami oferującymi pojemniki na wynos i artykuły papiernicze. Znalazienie partnerów dostarczających surowce do restauracji jest wyzwaniem logistycznym. Produkcja to proces przekształcania surowców w produkty nadające się do sprzedaży.

Dystrybucja polega na dostarczaniu klientom towarów nadających się do sprzedaży. Logistyka w restauracji może być tak prosta, jak transport posiłków z kuchni do jadalni, lub tak skomplikowana, jak dostawa do domów klientów.

W idealnym świecie wszystko przebiega sprawnie po ustanowieniu łańcucha dostaw poprzez negocjacje z dostawcami. Zakłócenia w dostawach do restauracji są zbyt powszechne i mają ogromny wpływ na sektor. Wielu pracowników zatrudnionych w rolnictwie i dostawach żywności może nie być w stanie pracować z powodu niebezpiecznych warunków i blokad.

Zarządzanie zapasami i zarządzanie łańcuchem dostaw są ze sobą nierozdzielnie związane. Kontrola zapasów jest kluczowym elementem łańcucha dostaw. Pomaga w utrzymaniu zadowolenia klientów, a jednocześnie zapewnia wydajną pracę kuchni. Zarządzanie zapasami obejmuje śledzenie, jakie materiały i zapasy kuchnia ma pod ręką, aby przewidzieć, kiedy zapasy się wyczerpią i trzeba będzie złożyć kolejne zamówienie. Wpływa to na decyzje dotyczące zakupów i popytu.

Make sure you have enough promotional materials on hand. Make sure you have adequate supplies to meet the increased demand if you're presenting a new dish or sending out coupons for a specific item. Make sure your marketing efforts are in sync with the availability of your supply chain.

Using software, you may increase the efficiency of your restaurant. Restaurant technology, such as supply chain management and inventory management software, is making the time-consuming but crucial chores of inventory management, reordering restaurant supplies, connecting with vendors, and tracking supply delivery easier. Certain tools can reduce the amount of time it takes to complete these tasks. You can even automate many of these tasks if restaurant's POS system has inventory management capabilities built in or interfaces with supply chain management solutions.

Follow your supply all the way to the source. It's crucial to know where your raw ingredients come from if you want to keep your meals safe. Keep an eye on agricultural reports from the locations where your products are sourced so you may anticipate supply chain interruptions and pivot by changing up your menu or supply order.

Zarządzanie łańcuchem dostaw w restauracji

Rozglądanie się za najtańszymi cenami artykułów restauracyjnych, korzystanie z oprogramowania do zarządzania zapasami i usługi dostarczania żywności pomaga zaopatrywać kuchnię. Restauracje zyskują dzięki uczciwej ofercie, gdy dostawcy konkurują o biznes. Dostawcy powinni być regularnie poddawani ponownej ocenie. Przynajmniej raz w roku należy przeanalizować wydajność dostawców i rozważyć zmianę dostawcy, jeśli dostępne są lepsze oferty i usługi. Nie musisz pracować z tym samym dostawcą przez całe życie, ale najpierw upewnij się, że nie utknąłeś w żadnych długoterminowych umowach, z których nie możesz się wydostać.

Siła tkwi w liczbach, więc dołączenie do grupy osób umożliwia uzyskanie lepszych stawek na towary poprzez dołączenie do organizacji zakupów zbiorowych niż samodzielnie.

Współpracuj z dostawcami restauracji, którzy mogą obsługiwać więcej niż jeden etap łańcucha dostaw, aby usprawnić łańcuch dostaw. Na przykład, zamiast wymogu własnego odbioru produktów, poszukaj dostawców żywności dla restauracji, którzy mogą je pozyskać i przywieźć do ciebie.

Upewnij się, że masz pod ręką wystarczającą ilość materiałów promocyjnych. Upewnij się, że masz odpowiednie zapasy, aby zaspokoić zwiększony popyt, jeśli prezentujesz nowe danie lub wysyłasz kupony na określony produkt. Upewnij się, że Twoje działania marketingowe są zsynchronizowane z dostępnością Twojego łańcucha dostaw.

Korzystając z oprogramowania, możesz zwiększyć efektywność swojej restauracji. Technologie restauracyjne, takie jak oprogramowanie do zarządzania łańcuchem dostaw i zapasami, ułatwiają czasochłonne, ale kluczowe zadania związane z zarządzaniem zapasami, zmianą kolejności zaopatrzenia restauracji, łączeniem się z dostawcami i śledzeniem dostaw. Niektóre narzędzia mogą skrócić czas potrzebny do wykonania tych zadań. Możesz nawet zautomatyzować wiele z tych zadań, jeśli system POS restauracji ma wbudowane funkcje zarządzania zapasami lub interfejsy z rozwiązaniami do zarządzania łańcuchem dostaw.

Śledź swoje dostawy aż do źródła. Wiedza o tym, skąd pochodzą surowce, jest kluczowa, jeśli chcesz, aby Twoje posiłki były bezpieczne. Śledź raporty rolnicze z miejsc, z których pochodzą Twoje produkty, aby móc przewidzieć przerwy w łańcuchu dostaw i zmiany poprzez zmianę

Jak efektywność łańcucha dostaw może pomóc zwiększyć rentowność i sprzedaż

Proces koordynowania produkcji, dostaw i sprzedaży w celu zaspokojenia popytu klientów jest znany jako zarządzanie łańcuchem dostaw. Zarządzanie łańcuchem dostaw restauracji ma kluczowe znaczenie, ponieważ może przynieść firmie korzyści, takie jak zwiększona sprzedaż i rentowność. Po pierwsze, kiedy „ogniwa” łańcucha dostaw mogą przekazywać informacje, mogą efektywniej ze sobą współpracować. W wyniku tej współpracy

będziesz mieć większą kontrolę nad swoją firmą i będziesz w stanie łatwiej zwiększać marżę zysku. Współpraca zmniejsza również ryzyko, co prowadzi do oszczędności kosztów. Po drugie, wydajność łańcucha dostaw pozwala obniżyć koszty zapasów. Wreszcie, usprawniony łańcuch dostaw zapewnia dostęp do informacji i ułatwia powiadamianie klientów o opóźnieniach w usługach lub dostawach.

Z drugiej strony zarządzanie łańcuchem dostaw może być trudne, ponieważ zawiera wiele ruchomych elementów, które muszą ze sobą współpracować, aby zapewnić, że produkty są dostarczane na czas i bez błędów. Sprawnie działający łańcuch dostaw wymaga koordynacji między planowaniem, projektowaniem, produkcją/budową/rozwojem, dystrybucją (wprowadzanie produktów do produkcji), eksploatacją (prowadzenie łańcucha dostaw) i wycofaniem z eksploatacji (zarządzanie ostateczną utylizacją produktu).

Od zaopatrzenia po dystrybucję, zarządzanie łańcuchem dostaw to proces obejmujący planowanie i realizację zadań. Zapewnia terminową dostawę towarów od źródła do klienta. Aby to osiągnąć, menedżerowie łańcucha dostaw muszą uważnie obserwować cały proces, aby zapewnić płynność operacji biznesowych. Restauracje, kawiarnie, bary szybkiej obsługi, puby, delikatesy, zakłady produkujące żywność, przedsiębiorstwa cateringowe, usługi transportu żywności i inne są częścią sektora napojów spożywczych. Pakowanie, a także gotowanie, transport i podawanie żywności i napojów to możliwe podmioty w tej branży. Branża restauracyjna jest konkurencyjna, dlatego musimy zapewnić, że nasze zarządzanie łańcuchem dostaw jest na równi z najlepszymi w branży.

Zmniejsza się marnowanie żywności - nawet 10% żywności kupowanej przez restauracje jest marnowane, zanim trafi do klienta. Restauracje kupują o wiele za dużo jedzenia na raz, co powoduje, że psuje się ono przed dostarczeniem klientom. Zarządzanie łańcuchem dostaw może pomóc w ograniczeniu strat. Wydatki na żywność zazwyczaj stanowią od 28 do 35 procent całkowitych kosztów restauracji. Kiedy żywność jest tracona lub psuje się, liczba ta wzrasta. Restauracje mogą korzystać z zarządzania zapasami, aby uważniej obserwować swoje jedzenie i zakupy, ułatwiając śledzenie zakupów i dokonywanie płatności na rzecz dostawców. Zarządzanie zapasami ogranicza marnotrawstwo, obniżając koszt sprzedawanych towarów, a co za tym idzie, zwiększając przychody. Utrzymywanie dostępności składników dla wszystkich pozycji w Twoim menu, aby pomóc stałym klientom i zapewnić im zadowolenie, zapewniając większą liczbę zadowolonych konsumentów.

5. ZAPEWNIENIE DZIAŁALNOŚCI ZGODNIE Z PRZEPISAMI

UTRZYMANIE BEZPIECZNEO I ZDROWEGO ŚRODOWISKA PRACY

STOSOWANIE ZASAD BHP I PPOŻ

STOSOWANIE ZASAD OCHRONY WŁASNOŚCI

STOSOWANIE PRZEPISÓW OCHRONY ŚRODOWISKA

PRZESTRZEGNIEA ZASAD SYSTEMU HACCP

MONITOROWANIE POZIOMU HIGIENY NA TERENIE RESTAURACJI

Bezpieczeństwo restauracji

Restauracje podlegają różnym przepisom dotyczącym bezpieczeństwa. Restauracja musi utrzymywać stabilną bazę klientów i entuzjastycznych pracowników, przestrzegając jednocześnie różnych norm i wytycznych dotyczących bezpieczeństwa. Chociaż ustawodawstwo każdego kraju będzie się nieco różnić, wytyczne będą zasadniczo podobne.

Zagrożenia dla pracowników

Praca w restauracji jest z natury ryzykowna. Pracownicy kuchni posługują się różnorodnymi narzędziami o ostrych krawędziach czy niebezpiecznym sprzętem i spędzają czas w otoczeniu otwartego ognia i gorących powierzchni. Płyny, tłuszcz i resztki jedzenia są często rozlewane na podłogę, co utrudnia utrzymanie równowagi. Roztwory do czyszczenia restauracji zawierają różnorodne silne chemikalia, które w przypadku niewłaściwego użytkowania mogą być żrące lub niebezpieczne. Podnoszenie ciężarów jest powszechną częścią pracy. Długie i późne godziny pracy są powszechne w tym sektorze, co przyczynia się do zmęczenia, co może prowadzić do różnych szkód. Wszystkie te obawy są rozwiązywane przez liczne organy regulacyjne w branży.

Wytyczne dotyczące miejsca pracy

Organy rządowe ustalają szereg zasad pracy w restauracjach. Miejsce pracy powinno być utrzymywane w czystości i porządku, a noże i sprzęt powinny być dobrze utrzymane i bezpiecznie przechowywane, gdy nie są używane. Podłogi należy okresowo czyścić i zabezpieczać matami antypoślizgowymi lub środkami antypoślizgowymi. Związki toksyczne muszą być odpowiednio przechowywane, a pracownicy muszą mieć dostęp do szkoleń, kart charakterystyki oraz odpowiednich środków ochrony osobistej podczas pracy z nimi. Używanie wózków do przenoszenia rzeczy może zmniejszyć ilość wymaganego podnoszenia. Przepisy pracy ograniczają długość zmian i nadgodzin, aby zapobiec zmęczeniu.

Projektowanie i logistyka

Ponieważ tak dużą część podłogi należy przeznaczyć na jadalnię, kuchnie restauracyjne i pomieszczenia przygotowawcze są często małe i zatłoczone. Wyjścia i drogi ewakuacyjne muszą być zawsze widoczne i dostępne. Aby zagwarantować odpowiednią temperaturę i jakość powietrza, wentylatory i wywiewy muszą być zgodne z lokalnymi normami zagospodarowania przestrzennego. Aby zachować jakość, suche magazyny muszą być trzymane z dala od źródeł ciepła i wilgoci. Artykuły spożywcze muszą być przechowywane co najmniej sześć cali nad ziemią na półkach lub platformach, aby uniknąć zepsucia i robactwa.

Zapobieganie zanieczyszczeniu

Różnorodne chemikalia mogą zanieczyszczać żywność, stwarzając biologiczne, chemiczne i fizyczne zagrożenia. Środki czyszczące są częstym źródłem zanieczyszczeń chemicznych. Nie wolno ich przechowywać w pobliżu

miejsc przygotowywania żywności, aby uniknąć niezamierzonego zanieczyszczenia przez rozpryski. Pestki oliwek, wykałaczkę, odłamki szkła i inne ciała obce w posiłkach to przykłady zagrożeń fizycznych. Aby zmniejszyć to ryzyko, operacje przygotowywania żywności nie mogą być umieszczane pod schodami lub pomostami. Różne mikroorganizmy, które powodują choroby przenoszone przez żywność, są klasyfikowane jako zagrożenia biologiczne i są przede wszystkim kontrolowane poprzez kontrolę higieny i temperatury.

Bezpieczne obchodzenie się z żywnością

Bezpieczne obchodzenie się z żywnością opiera się na kilku podstawowych koncepcjach. Pierwszym z nich są warunki higieniczno-sanitarne. Przed przystąpieniem do przygotowywania posiłków kucharze muszą oczyścić i zdezynfekować miejsca przygotowywania posiłków oraz naczynia, a także odpowiednio umyć ręce. W każdym miejscu pracy muszą znajdować się stanowiska do mycia rąk, a niektóre stany wymagają używania sterylnych rękawiczek. Niegotowanych owoców i warzyw nigdy nie należy dotykać przyborami ani powierzchniami używanymi do posiłków wysokiego ryzyka, takich jak surowe mięso lub drób. Dobrym pomysłem jest odłożenie oddzielnych miejsc do przygotowywania lub przyborów dla każdego rodzaju składnika, jeśli to możliwe.

Czas i temperatura

Głównymi czynnikami wpływającymi na ryzyko chorób przenoszonych przez żywność są czas i temperatura. Bakterie i inne drobnoustroje można znaleźć w prawie każdej żywności, ale potrzebują czasu i dobrych warunków, aby się rozmnażać i stanowią zagrożenie. Aktywność bakterii znacznie spowalnia, gdy żywność jest chłodzona w temperaturach poniżej 4 stopni Celsjusza i powyżej 60 stopni Celsjusza. „Strefa niebezpieczna” dla bezpieczeństwa żywności odnosi się do zakresu temperatur pomiędzy tymi dwoma „skrajnymi wartościami”, w którym mogą rozwijać się zarazki. Aby zmniejszyć ryzyko chorób przenoszonych przez żywność, restauratorzy muszą regulować swoje postępowanie z żywnością w taki sposób, aby żywność znajdowała się w strefie zagrożenia jak najkrócej.

Zdrowie i bezpieczeństwo w restauracjach: podstawowe zasady

Wszystkie restauracje powinny przeprowadzać częstą ocenę ryzyka dla zdrowia i bezpieczeństwa. Wiąże się to ze sprawdzeniem restauracji i zidentyfikowaniem wszelkich zagrożeń, które mogą zaszkodzić pracownikom lub klientom. Ocena ryzyka dla restauracji powinna wykazać, czy restauracja robi wystarczająco dużo, aby złagodzić te zagrożenia. W restauracjach, zakładach produkujących żywność i oferujących dania na wynos wymagana jest solidna procedura oceny ryzyka. Lista zagrożeń w miejscu pracy jest niemal nieograniczona – piekarniki i frytkownice są oczywistymi przykładami, ale są też inne, mniej widoczne.

OBOWIĄZKI W ZAKRESIE BEZPIECZEŃSTWA I HIGIENY PRACY W RESTAURACJI

Bezpieczeństwo

Przed wszystkim należy się upewnić, że produkt nadaje się do spożycia: deklarowana jakość żywności jest właściwa, bez dodawania, usuwania ani nie traktując jej w sposób, który sprawia, że jej spożycie jest niebezpieczne. Nie wprowadzaj w błąd poprzez etykietowanie, reklamę lub marketing. Śledź, gdzie nabyłeś żywność (i bądź w stanie ją przedstawić w razie pytania) – nazywa się to „możliwością śledzenia”. Usuń niebezpieczną żywność i utwórz raport o zdarzeniu, aby poinformować ludzi, kiedy żywność została wycofana lub wycofana, dlaczego została wycofana i co powinni z tym zrobić. Zadbaj o widoczność swojej oceny bezpieczeństwa żywności. Dodatki stosuje się wyłącznie w żywności dopuszczonej do stosowania w tej konkretnej żywności.

Higiena

Stwórz plan higieny w oparciu o zasady analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (HACCP). Upewnij się, że „materiały mające kontakt z żywnością” (takie jak opakowania, sprzęt do przetwarzania żywności, naczynia

kuchenne i powierzchnie) nie przenoszą niczego na żywność, z którą mają kontakt, ani nie wpływają na nią. W przypadku kontroli należy przestrzegać zasad HACCP w celu ochrony żywności przed mikroorganizmami. Zarządzaj alergiami pokarmowymi i przejmij odpowiedzialność za szkolenie personelu w zakresie higieny.

Zlecenie wykonania usługi bezpieczeństwa i higieny pracy

W wielu krajach agencje rządowe opublikowały instrukcje i szablony dotyczące oceny ryzyka. Obejmują one typową ocenę ryzyka oraz układy polityki bezpieczeństwa i higieny pracy w kuchni, które można wypełnić niezbędnymi informacjami. Alternatywnie wiele restauracji i kuchni zatrudnia doświadczonego eksperta ds. zdrowia i bezpieczeństwa w branży kulinarnej, aby w ich imieniu przeprowadził ocenę ryzyka.

Certyfikat Higieny Żywności

W wielu krajach osoby zajmujące się żywnością nie muszą posiadać świadectwa higieny, aby przygotowywać lub podawać żywność. Każda osoba mająca kontakt z żywnością powinna często myć ręce wodą i mydłem przez co najmniej 20 sekund. Z kolei firmy zajmujące się żywnością mają mnóstwo obowiązków. Obecnie za wszelkie szkolenia higieniczne swoich pracowników odpowiedzialne są firmy. Może to być nieformalne szkolenie w miejscu pracy lub część ustrukturyzowanego programu, ale musi ono mieć miejsce i być odpowiednie dla Twojego obszaru działalności. Operatorzy przedsiębiorstw spożywczych powinni przestrzegać wytycznych agencji rządowych dotyczących właściwych standardów higieny, a także procesu HACCP. Jeśli którykolwiek z tych objawów wystąpi u jakiegokolwiek osoby mającej kontakt z żywnością, powinien on poddać się izolacji; nowy, uporczywy kaszel; bardzo wysoka temperatura; zmiana (lub utrata) zwykłego zmysłu węchu lub smaku (anosmia).

Pracownicy powinni znać zasady bezpieczeństwa żywności i przestrzegać Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności (FSMS), który uwzględni aktualne wytyczne higieny żywności i procedury HACCP. Należy podkreślać znaczenie bardziej regularnego mycia rąk i innych czynności higienicznych. Przedmioty i powierzchnie należy regularnie czyścić i dezynfekować. Należy zachować ostrożność podczas pakowania, czyszczenia i usuwania odpadów.

Konsumenci mają prawo oczekiwać, że kupując i spożywając żywność bezpieczną i wysokiej jakości. Mają prawo wyrażać swoje poglądy na temat procedur, standardów i działań w zakresie bezpieczeństwa żywności stosowanych przez rządy i przemysł w celu zapewnienia, że dostawy żywności spełniają te wymagania. Podczas gdy konsumenci, rządy i inne podmioty odgrywają ważną rolę w zapewnianiu bezpieczeństwa i jakości żywności, w społeczeństwach wolnorynkowych przemysł spożywczy ponosi główną odpowiedzialność za inwestowanie zasobów fizycznych i zarządczych wymaganych do wdrożenia odpowiednich kontroli – przemysł nadzorujący produkcję i codziennego przetwarzania żywności, od surowców po gotowy produkt.

Dla branży spożywczej kontrola żywności to szerokie słowo obejmujące szeroki zakres elementów. Poziomy składników odżywczych w składnikach żywności i formułowanie żywności o profilach odżywczych, które przyczyniają się do zainteresowania konsumentów zdrową dietą; bezpieczeństwo – ustalanie standardów zagrożeń toksykologicznych i mikrobiologicznych oraz ustanawianie procedur i praktyk zapewniających ich przestrzeganie; odżywianie – utrzymywanie poziomu składników odżywczych w składnikach żywności i formułowanie żywności o profilach odżywczych, które przyczyniają się do zainteresowania konsumentów zdrową dietą. Zapewniane są właściwości sensoryczne, takie jak smak, zapach, smakowość i wygląd. Zapewnianie właściwości, takich jak wygoda, opakowanie i okres przydatności do spożycia, które zapewniają użyteczność konsumenta i korzyść ekonomiczną. Za niektóre z tych cech, takie jak wartość, odpowiadają wyłącznie firmy i klienci, natomiast za inne, takie jak bezpieczeństwo, odpowiadają rządy, przemysł i konsumenci.

Ustalanie i wdrażanie standardów żywnościowych (ANALIZA ZAGROŻEŃ I KRYTYCZNY PUNKT KONTROLI - HACCP)

U podstaw wszystkich działań związanych z kontrolą żywności leży ustanowienie standardów bezpieczeństwa, jakości i etykietowania. Rządy i rząd odgrywają główną rolę w ustanawianiu pewnych standardów kontroli żywności. Rolą rządów krajowych jest ustanowienie jednolitych norm bezpieczeństwa, tak aby wszyscy konsumenci otrzymali równy poziom ochrony; wszyscy producenci żywności, zarówno krajowi, jak i zagraniczni, są traktowani równo poprzez stosowanie tych samych poziomów bezpieczeństwa; konsumenci są informowani o stosowanych standardach ochrony.

Programy zapewniania jakości są obecnie opracowywane ze szczególnym naciskiem na wykorzystanie technik analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (HACCP), co jest podejściem opracowanym przez przemysł spożywczy i dobrowolnie przyjmowanym na szeroką skalę przez ostatnie 20 lat. Podejście to składa się z kilku elementów:

- Przeprowadzenie analizy zagrożeń w celu zidentyfikowania zagrożeń i niezbędnych środków kontroli;
- Identyfikacja krytycznych punktów kontroli;
- Ustalenie limitów krytycznych dla każdego punktu kontrolnego;
- Ustalenie procedur monitorowania;
- Ustalenie procedur działań naprawczych;
- Ustanowienie procedur weryfikacji zapewniających podjęcie kroków naprawczych;
- Ustanowienie odpowiednich procedur dokumentowania w celu zapewnienia, że system kontroli jest zdefiniowany i że zapisy będą prowadzone w celu umożliwienia audytu i weryfikacji, czy system jest właściwie stosowany.

Szkolenia są istotnym elementem HACCP i wszystkich działań operacyjnych związanych z produkcją bezpiecznej żywności wysokiej jakości. Aby osiągnąć ten wynik, wszystkie osoby zatrudnione przy produkcji żywności muszą zostać dokładnie przeszkolone w zakresie swoich obowiązków.

Podobnie kontrole dostawców i dystrybutorów są niezbędne do produkcji i wprowadzania do obrotu bezpiecznej żywności wysokiej jakości. Producenci muszą upewnić się, że dostawcy ich składników przestrzegają rygorystycznych specyfikacji. Odbyna się to na podstawie ustaleń umownych, weryfikowanych za pomocą solidnego systemu testowania i, w wielu przypadkach, inspekcji dostawców na miejscu.

Celem wszystkich systemów zapewnienia jakości stosowanych przez producentów i przetwórców żywności jest wytwarzanie bezpiecznych produktów spełniających specyfikacje producenta, w tym wymagania ustanowione przez rządy. Konsekwencją tego jest zapobieganie przedostawaniu się na rynek produktów niebezpiecznych lub niskiej jakości. W przypadku awarii systemu należy wdrożyć procedury możliwie najszybszego wycofania produktów z rynku, aby w możliwie największym stopniu chronić zdrowie konsumentów i reputację marek, których to dotyczy.

Na poziomie krajowym i międzynarodowym toczy się obecnie debata na temat szeregu kwestii związanych z kontrolą żywności, dotyczących na przykład mikroorganizmów chorobotwórczych, alergenów, żywności genetycznie modyfikowanej, substancji zanieczyszczających (w tym pestycydów), napromieniania i oznaczania wartości odżywczej. Są to sprawy ważne i skomplikowane, wymagające uwagi. Kwestie kontrolne znajdują się na różnych etapach rozwiązywania i ich rozwiązanie w sposób naukowy, praktyczny i jednolity będzie wymagało znacznego wysiłku. Przemysł uznaje, że konsumenci odgrywają aktywną, ważną rolę w procesie kontroli żywności poprzez swój udział w procesie ustanawiania norm oraz dyskusje na tematy naukowe i techniczne.

Jest oczywiste, że kontrola żywności wiąże się z wieloma trudnymi kwestiami. Niektóre z nich mają charakter wysoce techniczny, inne są częściowo technologiczne, a częściowo polityczne. Z punktu widzenia konsumentów systemy kontroli żywności muszą zapewniać znaczącą ochronę przed rzeczywistymi i ważnymi zagrożeniami. Wreszcie, przemysł potrzebuje standardów, które pozwolą na elastyczność i wydajność w produkcji i sprzedaży żywności, która będzie służyć jego klientom – konsumentom na całym świecie.

ŹRÓDŁO

Beth Egan, Introduction to Food Production and Service, <https://psu.pb.unizin.org/hmd329/>

Sherwin Gardner, Consumers and food safety: A food industry perspective, <https://www.fao.org/3/V2890T/v2890t05.htm>

Fred Decker, Restaurant Safety Guidelines, <https://smallbusiness.chron.com/restaurant-safety-guidelines-41239.html>

Basic Kitchen And Food Service Management, <https://opentextbc.ca/basickitchenandfoodservicemanagement/back-matter/about-the-authors/>

KWALIFIKACJA 3. ZARZĄDZANIE W BRANŻY HORECĄ

MODUŁ 2: KOMUNIKACJA Z KLIENTEM

Elementy profesjonalnej obsługi klienta

Dlaczego dobra obsługa klienta w restauracjach jest ważna?

Dobra obsługa klienta jest ważna w branży restauracyjnej, ponieważ może zadecydować o ogólnym sukcesie lokalu. Oto lista powodów, dla których jest to tak ważne:

- Zadowoleni klienci generują więcej pozytywnych opinii i recenzji na temat Twojej restauracji.
- Doskonała obsługa klienta może zwiększyć przychody.
- Zadowoleni klienci mają większą szansę zostać stałymi klientami.
- Zadowoleni klienci polecają obiekt szerszej społeczności.
- Długowieczność firmy zwykle zależy od dobrej obsługi klienta.

ELEMENTY PROFESJONALNEJ OBSŁUGI KLIENTA TO:

Rozwiń swoją definicję usługi

To, jak definiujesz usługę, kształtuje każdą interakcję z klientami. Ograniczone definicje usługi opartej na wymianie pieniędzy na towar lub usługę pomijają ogólny sens obsługi klienta. „Usługa” powinna zapewnić klientowi coś więcej niż tylko produkt lub działanie podejmowane w jego imieniu. Powinno dostarczać satysfakcji i niezapomnianych wrażeń. Krótko mówiąc, klient powinien wyjść zadowolony z wyniku transakcji – nie tylko zadowolony, ale wręcz szczęśliwy. Zadowolony klient będzie nadal klientem kupującym i klientem powracającym.

Istnieje czyste matematyczne równanie rozwoju biznesu, gdy ma się zadowolonych klientów.

1 😊 = 1+1 lojalnych klientów

1 😞 = stracono 10 potencjalnych klientów

Jeden zadowolony klient pociąga za sobą jeszcze jednego potencjalnego klienta.

Jeden niezadowolony klient dzieli się swoim doświadczeniem z 10 potencjalnymi klientami, którzy najprawdopodobniej nie skorzystają z Twoich obiektów w oparciu o rekomendację.

Kim są Twoi klienci?

Klienci to ludzie, którzy chcą zapłacić uczciwą cenę za wysokiej jakości usługi lub produkty i czują się usatysfakcjonowani zwrotem z inwestycji (stosunek jakości do ceny). Chcą też, żeby ktoś się nimi zaopiekował. Potrzebują kogoś, kto zrozumie ich potrzeby i pomoże im odpowiedzieć. Potrzebują kogoś, kto potrzyma ich za rękę i przeprowadzi przez proces. Obsługa klienta zaczyna się od umiejętności wysłuchania klienta i dowiedzenia się, czego potrzebuje lub chce, poprzez zadawanie pytań w uprzejmy i uważny sposób. Stosując właściwe pytania, można dowiedzieć się więcej o upodobaniach, antypatiach i pochodzeniu klienta.

Oprócz „klientów zewnętrznych” w każdej organizacji istnieją „klienci wewnętrzni”. Klient wewnętrzny to każda osoba w organizacji, która potrzebuje pomocy lub interakcji ze strony innego współpracownika, aby wypełnić swoje obowiązki służbowe. Klienci wewnętrzni to wszyscy pracownicy/współpracownicy. Pamiętaj, że wewnętrzny łańcuch klientów jest taki sam jak zewnętrzny, wszyscy jesteśmy klientami zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji. Według artykułu opublikowanego w Wall Street Journal: „Źle traktowani pracownicy traktują klientów równie źle.

W ostatnim czasie rynek pracy stał się dla pracodawców bardzo trudny, gdyż oferta pracy jest niższa od zapotrzebowania na pracę w sektorze HoReCa. Mając to na uwadze, klient wewnętrzny jest równie ważny, jeśli nie ważniejszy, jak klient zewnętrzny.

CHARAKTERYSTYKA KLIENTÓW

Po przeprowadzeniu badań nad ludzkimi emocjami dr William Moulton Marston w 1928 roku opublikował książkę Emocje normalnych ludzi. Wyjaśnił, że ludzie ilustrują swoje emocje za pomocą czterech typów zachowań. Twierdził, że te typy zachowań wynikają z poczucia siebie i interakcji ludzi ze środowiskiem. Oparł te cztery typy na dwóch podstawowych wymiarach, które wpływają na emocjonalne zachowania ludzi. Pierwszy wymiar dotyczy tego, czy dana osoba postrzega swoje otoczenie jako korzystne, czy niekorzystne. Drugi wymiar dotyczy tego, czy dana osoba postrzega siebie jako osobę mającą kontrolę lub brak kontroli nad swoim otoczeniem.

Według tych badań naukowych klientów można podzielić według ich cech behawioralnych na **4 główne grupy stylów**:

Dominacja – ludzie bezpośredni, wymagający, zdecydowani i preferujący szybką i rzeczową komunikację

Wpływ – ludzie entuzjastyczni, współpracujący, interaktywni, optymistyczni i preferujący komunikację dwukierunkową.

Stołość – ludzie zrównoważeni, harmonijni, cierpliwi, tolerancyjni, pragnący komunikacji opartej na emocjach i zrozumieniu.

Zgodność – osoby charakteryzujące się analitycznością, perfekcjonizmem, dokładnością i precyzją, preferujące komunikację opartą na faktach.

Współczesne badania behawioralne sugerują, że najskuteczniejsi są ludzie, którzy rozumieją siebie i innych. Im lepiej ktoś rozumie swoje osobiste mocne i ograniczenia, w połączeniu ze zdolnością do identyfikowania i rozumienia mocnych i ograniczonych stron innych, tym lepiej będzie w stanie opracować strategię spełniającą wymagania klientów. Rezultatem będzie sukces w pracy i w społeczności.

Znajomość stylów **pozytywnie wpłynie na** efektywną komunikację z klientami (zarówno zewnętrznymi, jak i wewnętrznymi), budowanie efektywnych zespołów, rozwiązywanie i zapobieganie konfliktom.

Skuteczna komunikacja – interakcja społeczna zawsze była kluczem do sukcesu, a w niektórych przypadkach nawet przetrwania, ale wraz z rozwojem technologii pojawia się potrzeba lepszej komunikacji. Najskuteczniejszym sposobem na zdobycie zaangażowania i współpracy innych jest „wejście w ich świat” i „wtopienie się” w ich styl zachowania: obserwowanie mowy ciała danej osoby, „jak” się zachowuje i wchodzi w interakcje z innymi. Dopasowanie się do ich stylu sprawia, że są to wyjątkowe przeżycia i satysfakcja z oferowanej usługi.

Budowanie skutecznych zespołów – ludzie są dla siebie zbyt surowi i nieustannie oceniają zachowanie; dlatego rozwój zespołu jest zwykle spowalniany lub wstrzymywany z powodu problemów ludzkich. Świadomość różnic w

zachowaniu ma bezpośredni wpływ na komunikację, rozwiązywanie konfliktów i motywację zespołu. Zdaniem specjalistów od rozwoju zespołów, większość zespołów nigdy nie osiągnie wysokiej wydajności bez przeszkolenia w zakresie modelu behawioralnego i zaangażowania w jego stosowanie od najwyższego kierownictwa w dół.

Rozwiązywanie i zapobieganie konfliktom - Zrozumienie podobieństw i różnic w stylu będzie pierwszym krokiem w rozwiązywaniu konfliktów i zapobieganiu im. Zaspokajając potrzeby behawioralne danej osoby, będziesz w stanie zaradzić wielu problemom, zanim one w ogóle wystąpią. Ludzie wolą, żeby nimi zarządzano w określony sposób. Niektórzy lubią strukturę, a inni nie. Niektórzy lubią pracować z ludźmi, inni wolą pracować samotnie. Zarządzanie „strzałem w ciemno” nie sprawdza się w XXI wieku.

BUDOWANIE SATYSFAKCJI KLIENTÓW

1. Budowanie satysfakcji klienta to złożony proces, na który składają się:
2. Rozwijanie przyjaznego podejścia do klienta

Zapewnienie profesjonalnych cech w obsłudze klienta

1. Opracuj przyjazne podejście do klienta

Bardzo ważne jest wypracowanie systemu i postaw promujących przyjazną obsługę klienta. Przez „przyjazny klientowi” rozumiemy postrzeganie klienta jako najważniejszej części swojej pracy. Banal „Klient ma zawsze rację” wywodzi się z przyjaznego klientowi środowiska.

Dwie kluczowe cechy „Podejścia przyjaznego klientowi”:

- Komunikacja
- Budowanie związku

Dwa główne zadania udanych relacji z klientami to komunikacja i rozwijanie relacji. Nie wymagają one wielkiego wysiłku, ale też nie pojawiają się natychmiast. Pozytywny dialog/komunikacja z klientami i rozwijanie trwałych relacji z klientami to prawdopodobnie dwie najważniejsze cechy, do których należy dążyć w obsłudze klienta. Co oznacza obsługa klienta Jak wspomniano wcześniej, obsługa klienta oznacza dostarczanie produktu lub usługi wysokiej jakości, która zaspokaja potrzeby/chce klienta i sprawia, że wraca.

Dobra obsługa klienta oznacza znacznie więcej – to ciągły sukces, zwiększone zyski, większą satysfakcję z pracy, poprawę morale firmy lub organizacji, lepszą pracę zespołową i ekspansję rynkową usług/produktów.

2. Profesjonalne standardy w obsłudze klienta

Profesjoniści, którzy stale mają do czynienia z klientami (wewnątrz firmy i poza nią), muszą dążyć do pewnych cech, które pomogą im odpowiedzieć na potrzeby klientów. Klienci mają wiele potrzeb, ale wyróżnia się sześć podstawowych potrzeb:

- Życzliwość – najbardziej podstawowa i kojarzona z uprzejmością i uprzejmością.
- Empatia – klient musi wiedzieć, że usługodawca docenia jego pragnienia i okoliczności.
- Uczciwość – klient chce mieć poczucie, że otrzymuje odpowiednią uwagę i rozsądne odpowiedzi.
- Kontrola – klient chce czuć swoje potrzeby, a wkład ma wpływ na wynik.

- Informacje - klient chce wiedzieć o produktach i usługach. Pracownicy muszą znać wszystkie informacje dotyczące dostarczanego przez siebie produktu. Powiedzenie „nie wiem” lub „to nie mój dział” jest automatycznie poniżane i degradowane w świadomości klienta. Klienci chcą informacji, lecz okazują brak szacunku i nieufność wobec osoby, która powinna je posiadać, ale ich nie posiada.
- Szacunek - okazywanie szacunku przy dbaniu o wewnętrzne zasady i regulacje wymaga najwyższych umiejętności zarządzania zachowaniem równowagi w podejściu do klientów.

Dlatego Menedżer w HoReCa musi posiadać wszystkie powyższe cechy: życzliwość, empatię, wycucie tego, co sprawiedliwe i informację, aby tworzyć i utrzymywać satysfakcję klienta.

Oprócz tych cech, aby zapewnić pożądaną poziom zadowolenia klienta, **pracownicy muszą wykazać się następującymi cechami:**

- Uśmiech - nie ma nic lepszego niż uśmiech i miła mina na powitanie klienta, zwłaszcza jeśli ma on skargę. Uśmiech i uprzejma rozmowa potrafią natychmiast rozbroić niezadowolonego klienta. Wyraz twarzy nadaje pozytywny ton jeszcze zanim zaczniesz mówić. W większości przypadków idealny jest zrelaksowany lub przyjemny wyraz twarzy.
- Kontakt wzrokowy - zawsze patrz w oczy klienta. Zwracaj się bezpośrednio do klientów.
- Jak wyglądasz - higiena osobista ma duży wpływ na Twoich klientów. Brudne ręce, rozczochrane włosy i kiepski ubiór mogą oznaczać utratę skądinąd zadowolonego klienta. Podczas interakcji z klientami ubieraj się schludnie i profesjonalnie, aby wzbudzić szacunek i dać klientom znać, że poważnie podchodzisz do swojego stanowiska.
- Uścisk dłoni - podczas uścisku dłoni z klientem oczekuje się mocnego i profesjonalnego uścisku dłoni. Ta część powitania jest obecnie powszechna zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet w środowisku zawodowym.
- Bądź uważny - słuchając klienta, pochyl się lekko w jego stronę i lekko kiwnij głową, aby pokazać, że słuchasz.
- Ton głosu - zawsze wyrażaj życzliwość i ugodowość. Nie podnoś głosu w gniewie lub frustracji, bez względu na to, jak trudne lub męczące może być zachowanie klienta.
- Gesty rąk - używaj ruchów rąk, aby podkreślić to, co mówisz (nawet przez telefon) i podkreślić swoje uczucia. Zwłaszcza prowadząc klienta do wolnego miejsca, w którym może usiąść, używaj gestu, aby był świadomy kierunku.
- Przestrzeń osobista - to odległość, w której czujesz się komfortowo między Tobą a drugą osobą. Jeśli inna osoba podchodzi do Ciebie i narusza Twoją przestrzeń osobistą, automatycznie i bez zastanowienia cofasz się. Czujesz się niekomfortowo. Zachowaj odpowiednią odległość między Tobą a klientem. Odpowiednia przestrzeń jest ważna, aby klienci czuli się bezpieczni i niezagrożeni.
- Postawa - opadnięcie na krzesło lub oparcie się o ścianę podczas interakcji z klientem to pewne oznaki, że nie jesteś zainteresowany klientem. Twoja poza lub postawa powinna wyrażać uwagę, życzliwość i otwartość. Pochyl się do przodu, zwróć twarz do klienta i kiwnij głową, aby dać mu znać, że jesteś zainteresowany. Stój prosto, nawet jeśli nie masz bezpośredniego kontaktu z klientem. Okazuj szacunek swojemu stanowisku pracy i wydarzeniom w miejscu pracy.
- Obserwacja - zauważ, jak zachowuje się Twój klient i na co pozytywnie reaguje, gdy świadczysz usługę
- Szczęście - jeśli pracownicy są szczęśliwi w swoim miejscu pracy, klienci również będą szczęśliwi. Pamiętaj, że wszystko, co dobre dzieje się w Twojej restauracji, będzie zasługą jej pracowników. Menedżer musi zadbać o to, aby byli oni zadowoleni, regularnie z nimi współpracując i upewniając się, że są usatysfakcjonowani.

Powinien zapytać pracowników o opinię i sugestie na temat wszystkiego, co można zmienić w restauracji lub w jej pobliżu, aby zwiększyć zadowolenie klientów lub usprawnić współpracę z kuchnią/barem. Menedżer powinien sprawiać, że czują się ważnymi członkami zespołu.

Mając osobistą relację ze swoimi pracownikami, stworzysz szczęśliwą atmosferę i zwiększysz zadowolenie klienta. Pamiętaj, że Twoi pracownicy Cię reprezentują, więc pokaż się z jak najlepszej strony!

Każda firma w HoReCa ma swoją własną kulturę. Kultura obejmuje wizję, wartości, normy, systemy, symbole, język, założenia, przekonania, misję i nawyki. Lider ma ogromny wpływ na Kulturę Restauracji czy Hotelu, zarówno kierując się podstawowymi wartościami, jak i wspierając je w zespole. Lider musi pielęgnować wartości, które są wysoko cenione przez klientów, na przykład życzliwość, uprzejmość, empatię, sprawiedliwość. W ten sposób pracownicy i klient będą wyznawać te same wartości.

STRUKTURA STANDARDÓW W BRANŻY HORECA

Menedżerowie w HoReCa muszą ustalić i utrzymywać listę najważniejszych standardów, które tworzą unikalne doświadczenia z klientami/klientami, jak:

- Obsługa klienta we wszystkich aspektach.
- Profesjonalizm i wiedza personelu.
- Wydajność usług, dobre samopoczucie gości.
- Gościnność i osobiste podejście.
- Wygląd personelu, użycie języka, komunikacja.
- Maniery i uprzejmość personelu.
- Możliwości i umiejętności sprzedażowe.

„ W świecie, w którym rzeczy w coraz większym stopniu stają się towarami (zwłaszcza usługami), prawdziwym wyróżnikiem staje się osobiste doświadczenie, które możesz stworzyć w życiu swoich klientów ”. – Johna Bessanta.

Na pewno słyszałeś o „dodatkowej mili”, którą wszyscy zachwycamy się. Cóż, w świecie obsługi klienta i obsługi klienta nie ma sposobu na obejście tej zasady – przynajmniej nic o czym wiemy. Musisz przejść dodatkową milę. W branży, w której ostra konkurencja jest normą, a komfort, przyjemność i zadowolenie klienta są kluczowe, konieczne jest inwestowanie w obsługę klienta na najwyższym poziomie, zakładając, że ostatecznym celem jest sukces

Dla budowania satysfakcji klientów i zdobywania przewagi komparatywnej najważniejszych jest dziesięć standardów:

1. Staraj się o lojalność
2. Konsystencja
3. Ustal jasne oczekiwania
4. Zbuduj środowisko zespołowe
5. Świeć przykładem

6. Wyrzeźbić niszę
7. Pracuj nad skuteczną strategią PR
8. Nagradzaj lojalność
9. Opanuj grę w mediach społecznościowych
10. Umiejętności są kluczowe

Opracujmy każdy standard.

1. Staraj się o lojalność. Naucz się być elastycznym i dostosowywać się do wszystkich potrzeb klienta, niezależnie od tego, jak nieistotne mogą się one wydawać. Daj swojemu gościowi wszystkie właściwe powody, dla których powinien wrócić. W ten sposób zbudujesz zaufanie między klientem a swoim produktem i zbudujesz sieć lojalnych klientów, niezbędną w obliczu panującej ostrej konkurencji, licznych marek o ugruntowanej pozycji, różnorodnych koncepcji przepełniających rynek i niesłyszanych oczekiwań gości. -niż-wysokie oczekiwania. Klienci, którzy są zadowoleni z ogólnego doświadczenia hotelu/restauracji, z pewnością odwiedzą hotel/restaurację ponownie, niezależnie od ceny, pakietu czy oferty, jaką otrzymają, ponieważ komfort i zaufanie są najważniejsze, a cena jest jedynie czynnikiem w procesie wyboru.
2. Konsystencja. konsekwencja w branży hotelarsko-usługowej jest tak samo istotna jak powietrze, którym oddychamy. Bez tego biznes w końcu straci swoje filary i upadnie. Spójność obejmuje każdy aspekt działalności; jest to najbardziej gwarantowana forma utrzymywania wysokich standardów i jakości we wszystkim i przez cały czas. Zapewnianie doskonałej obsługi przez cały rok może nagle okazać się nieistotne, jeśli zostanie zniszczone przez pojedynczy błąd lub drobny błąd. Klient może faktycznie odrzucić markę z powodu tego jednego błędu - i to jest duże nie-nie!
3. Ustal jasne oczekiwania. Uznając znaczenie lojalności i zaufania między klientem a firmą, jest rzeczą oczywistą, że usługa świadczona klientowi powinna być równoważna (jeśli nie wyższa) pod względem jakości, wyższości i standardów oczekiwaniom stawianym przez hotel/restaurację o oferowanych i promowanych produktach. Najmniejsze rozbieżności pomiędzy „tym, czego się oczekuje” a „tym, co jest faktycznie oferowane” mogą mieć szkodliwy wpływ na zaufanie klienta do usług świadczonych przez hotel/restaurację jako całość.
4. Zbuduj środowisko zespołowe. Wszyscy członkowie zespołu powinni pracować jako zbiorowa jednostka, aby osiągnąć cele marki oraz przewyciężyć codzienne wyzwania i przeciwności losu.
5. Świeć przykładem. Pozytywni liderzy zespołów wszczepiają swoim podwładnym poczucie celu, determinację w osiągnięciu sukcesu i silną wiarę w swoją zdolność do osiągnięcia wyznaczonych celów. Liderzy muszą dawać przykład, nadawać ton pracownikom i uczyć ich najlepszych metod interakcji z gośćmi oraz najbezpieczniejszych i najskuteczniejszych sposobów rozwiązywania pojawiających się problemów i rozwiązywania potencjalnych problemów z wyprzedzeniem.
6. Wyrzeźbić niszę. W i tak już zatłoczonej branży usługowej bardzo ważne jest określenie, co i w jaki sposób oferujesz jakiej grupie docelowej. Stwórz własną niszę, aby klienci rozpoznali, że jesteś obiektem, który warto odwiedzić wśród wszystkich konkurentów.
7. Pracuj nad skuteczną strategią PR. Specjaliści ds. public relations (PR) są niezbędni w każdym przedsięwzięciu biznesowym, ponieważ polegają na komunikacji szeptanej, aby pomóc zbudować pozytywną reputację danej marki i sprzedać jej produkt docelowej grupie odbiorców na podstawie różnych ustaleń. Przyjęcie skutecznej strategii PR nie tylko pomoże Ci zorganizować działania PR, ale

także podejmie strategiczne decyzje dotyczące najlepszych sposobów wprowadzenia na rynek i sprzedaży produktów sprawnie i bez wysiłku

8. Nagradzaj lojalność. Zdefiniuj bezkonkurencyjny program nagród i lojalności dla swoich gości. Takie programy są zazwyczaj wykorzystywane przez hotele w celu przyciągnięcia i utrzymania klientów oraz zachęcenia osób podróżujących służbowo lub innych częstych gości hotelowych do faworyzowania tej konkretnej marki lub grupy hoteli kosztem innych, podczas przeglądania dużej liczby ofert. Nie jest tajemnicą, że klienci, zwłaszcza ci częsty, wolą rezerwować hotele oferujące takie programy premiowe i lojalnościowe.
9. Opanuj grę w mediach społecznościowych. Media społecznościowe szturmem podbiły świat. W dzisiejszych czasach żadna firma, branża ani pomysł nie może przedostać się do opinii publicznej, chyba że jest sprytnie dostosowany do mediów społecznościowych. Uwierz w siłę pięknie skonstruowanych przekazów i trafnie przekazywanych pomysłów, nie tylko poprzez content marketing, ale także za pośrednictwem mediów społecznościowych, aby dotrzeć do jak najszerszego grona klientów. Platformy takie jak Instagram, Facebook i Twitter okazały się niezwykle przydatne, jeśli chodzi o podsycanie wśród odbiorców – obserwujących, używając języka mediów społecznościowych – poczucia głodu produktów i usług hotelu/restauracji.
10. Umiejętności są kluczowe. Zainwestuj w zespół doświadczonych profesjonalistów. Posiadanie odpowiednich talentów na właściwym miejscu jest niezbędne do zorganizowania firmy i rozwijania umiejętności zespołu, każdy w swojej dziedzinie. Przywództwo, kreatywność, zarządzanie czasem, umiejętności organizacyjne, silna etyka pracy, pozytywne nastawienie oraz umiejętność akceptowania krytyki i wyciągania z niej wniosków to cechy i umiejętności, których powinieneś szukać u potencjalnych pracowników. I wreszcie, zaszczepiaj członkom swojego zespołu podejście skoncentrowane na kliencie we wszystkim, co robią, i inwestuj w budowanie ich wiedzy na temat gościnności, wypoczynku, zdrowia i dobrego samopoczucia.

Techniki radzenia sobie w trudnych sytuacjach

Zarządzanie klientami w hotelu czy restauracji to sztuka. Od obsługi trudnych klientów, którzy bez względu na wszystko nigdy nie są zadowoleni, po zapewnienie najwyższej jakości usług. Radzenie sobie z kwestiami związanymi z usługami hotelowymi/restauracyjnymi z indywidualnym podejściem i troską może przekształcić niezadowolonych klientów w lojalnych klientów. Właściwe zarządzanie klientami hoteli/restauracji prowadzi do ich usatysfakcjonowania, a satysfakcja klienta, jak wyjaśniono wcześniej, jest jedną z najważniejszych rzeczy w branży restauracyjnej.

Menedżerowie i pracownicy branży hotelarsko-gastronomicznej często spotykają się z trudnymi klientami.

Istnieją trzy rodzaje trudnych klientów, którzy mogą mieć wpływ na pracowników hotelu/restauracji.

- Zręczliwy klient będzie oceniał każdy szczegół i narzekał – począwszy od sposobu składania serwetek, przez temperaturę w pomieszczeniu, aż po podane jedzenie. Często zręczliwi klienci nie są niezadowoleni z powodu Ciebie i Twojego hotelu/restauracji. Najprawdopodobniej zabierają ze sobą codzienne frustracje, gdy wybierają się na posiłek, wakacje lub podróż służbową. Pamiętaj więc, że krytyka nie ma na celu Cię zranić – to po prostu sposób na wyładowanie emocji. Nigdy nie traktuj tego osobiście.
- Spieszący się klient to taki, który zawsze się spieszy i chce, żeby wszystko zostało zrobione bardzo szybko. Pamiętaj, to ich styl, nic osobistego. Mogą one znacznie odbiegać od wartości obiektu i przez to wydawać się trudne.

- Zły klient zazwyczaj jest bardzo głośny, przeklina lub zachowuje się w sposób groźny. Zdarza się, że usługa nie jest na obiecany poziomie i klient ma rację. Czasem wszystko jest zrobione perfekcyjnie, jednak klient miał inne oczekiwania. Pamiętaj: „klient ma zawsze rację”. Nawet jeśli nie zgadzasz się z klientem, zachowaj spokój i grzecznie spróbuj rozwiązać jego skargi. Spełnienie wszystkich życzeń klienta może nie być możliwe, ale zawsze możesz spróbować sprawić, aby poczuli się doceniani.

We wszystkich przypadkach **pamiętaj, aby zawsze zachować się uprzejmie, bez względu na wszystko** .

Należy pamiętać, że ci trudni klienci mogą łatwo stać się Niezadowolonymi Klientami, jeśli w przypadku ich problemu nie rozwiążemy go szybko. Firma nie chce mieć niezadowolonych klientów, ponieważ niezadowoleni klienci często dzielą się swoimi skargami z innymi osobami i piszą złe recenzje na różnych forach i w mediach społecznościowych. Dlatego musisz zachować szczególną ostrożność przy zajmowaniu się i rozwiązywaniu ich problemów, bez względu na to, jak bardzo jesteś zawalony. Rozpatrzenie ich skarg może sprawić, że będą wracać po więcej i polecać Cię znajomym, krewnym lub osobom w mediach społecznościowych.

Jeśli nie potrafisz sobie poradzić z trudnym klientem, a Twoja odpowiedź na jego skargę brzmi „przepraszam, to nie moja wina”, „nic nie mogę zrobić” lub „koledzy w kuchni popełnili błąd”, oznacza to, że obsługa klienta jest kiepska. Dobra obsługa klienta oznacza odpowiedzialność, odpowiedzialność i podejmowanie działań w celu usatysfakcjonowania klienta. Ważne jest, aby móc porozumieć się z niezadowolonym klientem. Dlatego też, aby to zrobić, należy zastosować pewne techniki profesjonalnej obsługi klienta, aby zdobyć jego poparcie i nadal mieć go jako klienta.

Metody radzenia sobie w trudnych sytuacjach z klientami

Każdy z wymienionych trudnych klientów stwarza inną sytuację dla kierownictwa hotelu/restauracji i pracowników.

Zrzędlivy klient. W restauracji przywitaj klienta z radością i zadbaj o to, aby kelner traktował go miło. Nie kłóć się z nim/nią. Wysłuchaj grzecznie jego skarg, ale nie zachęcaj go. Stosuj umiejętność aktywnego słuchania (stosowanie pytań otwartych, parafrazowanie i podsumowywanie). Nie przejmuj się nieuzasadnionymi skargami. Jako pracownik używaj powolnego wklejania i skupiaj się na faktach i argumentach, które są realistyczne i nie obraźliwe. Zachowaj dystans i bądź pełen profesjonalizmu.

W hotelu zadbaj nie tylko o bezpośrednią interakcję na wzór restauracji, ale także o telefonowanie z wyprzedzeniem w celu uzyskania informacji o innych usługach, z których klient jest znany lub z których chce korzystać podczas pobytu. Jeśli przyczyną ich zrzędlivosti było coś zrobione przez hotel, wówczas takie działanie powinno być obowiązkowe. W przypadku otrzymania ostrzeżenia inne placówki hotelowe powinny dołożyć wszelkich starań, aby być pogodnym i pomocnym. Nastroje są zwykle przejściowe, ale poprzedzają złe postrzeżenie obsługi. Należy zrobić wszystko, aby poprawić nastrój klienta.

Pospieszny klient . W restauracji poinformuj klienta z wyprzedzeniem o przybliżonym czasie trwania usługi. Zapytaj, ile czasu muszą spędzić w restauracji. Zapewnij najlepszą możliwą obsługę w danych okolicznościach. Zaoferuj alternatywy, aby usługa była krótka. Ponieważ pracownik używa szybkiej pasty, mów szybciej i powtarzaj polecenie tak krótko i szybko, jak to możliwe.

W hotelu zapytaj, jaki jest ostateczny termin i co powoduje pośpiech. Być może będziesz w stanie zaproponować sugestie, które pomogą złagodzić pośpiech. Na przykład zadzwonienie z wyprzedzeniem i poinformowanie klienta o spóźnieniu lub zaoferowanie alternatywnych środków podróży, które będą szybsze.

Wściekły klient. We wszystkich przypadkach wysłuchaj klienta, wyraż ubolewanie z powodu zdarzenia, które było przyczyną jego skargi, podziękuj klientowi za zwrócenie na to uwagi i spróbuj naprawić błąd.

Jeśli klient jest bardzo głośny, przeklina lub wydaje się, że zachowuje się w sposób groźny i znajduje się w pomieszczeniu z innymi klientami lub współpracownikami, poproś go, aby poszedł z Tobą do prywatnego miejsca z dala od miejsca zdarzenia. Powiedz klientowi, że chcesz poznać szczegóły, aby zrozumieć problem i móc go rozwiązać. Poproś klienta, aby usiadł. O wiele trudniej jest zachować złość z powodu powiązanych z nią ruchów rąk i ciała, gdy siedzisz. W dużym stopniu eliminuje to także różnicę wzrostu i związane z nią poczucie władzy. Jeśli klient nadal jest zły, zaproponuj mu drinka, zapytaj, czy ma coś przeciwko temu, czy pójdziesz, i weź kartkę i długopis, aby zapisać, co mówi, abyś nie musiał polegać na pamięci lub mówić, że pójdziesz i poproś kogoś starszego, aby jego problem mógł zostać rozwiązany szybciej. Zrób wszystko, co w Twojej mocy, aby w uzasadniony sposób zostawić ich w spokoju na około sześćdziesiąt sekund. Trudno jest złościć się samemu. Nie poświęcaj jednak dziesięciu minut, ponieważ dasz im kolejny powód do złości na ciebie.

Jeśli po pewnym czasie i przy użyciu wszystkich dostępnych technik, aby pomóc im uspokoić emocje, nadal będą zachowywać się groźnie lub krzyczeć i przeklinać, powiedz im: „Naprawdę chcę Panu/Pani pomóc, ale nie mogę kontynuować rozmowę, chyba że przestaniesz”.

Aktywne słuchanie

Jak wspomniano wcześniej, obsługując klienta, musisz mieć z nim dobrą komunikację. Aby dobrze komunikować się z klientem, trzeba nie tylko słyszeć, co mówi, ale także aktywnie go słuchać.

Aktywne słuchanie wymaga od słuchacza pełnej koncentracji, zrozumienia, udzielenia odpowiedzi, a następnie zapamiętania tego, co zostało powiedziane. Podejmujesz świadomy wysiłek, aby usłyszeć i zrozumieć cały przekaz, a nie tylko biernie słuchać komunikatu mówiącego.

Słuchanie jest najbardziej podstawowym elementem umiejętności komunikacyjnych. Słuchanie nie jest czymś, co się po prostu wydarza, słuchanie jest aktywnym procesem, w którym podejmowana jest świadoma decyzja o wystłuchaniu i zrozumieniu przekazu mówiącego.

Różne badania podkreślają znaczenie słuchania jako umiejętności komunikacyjnej. Badania mówią średnio, że spędzamy 70–80% czasu na jawie w jakiejś formie komunikacji. Z tego czasu około 9 procent spędzamy na pisaniu, 16 procent na czytaniu, 30 procent na mówieniu i 45 procent na słuchaniu.

Badania potwierdzają również, że większość z nas to słabi i nieefektywni słuchacze. Większość z nas nie jest zbyt dobra w słuchaniu, badania sugerują, że zapamiętujemy mniej niż 50% tego, co słyszymy podczas rozmowy.

Aktywne słuchanie w branży hotelarsko-gastronomicznej ma wiele zalet, obejmują one:

1. Buduje głębokie zaufanie – Aktywne słuchanie pomaga innym ludziom się otworzyć. Wyczuwają, że nie będziesz wyciągać pochopnych wniosków na podstawie powierzchownych informacji. Zdają sobie również sprawę, że zależy Ci na nich na tyle, aby uważnie ich słuchać. Budowanie zaufania wymaga czasu, ale prowadzi do ogromnych korzyści, takich jak przyjaźnie na całe życie i lojalni klienci na lata.
2. Wzmacnia twoją cierpliwość – umiejętność bycia dobrym słuchaczem wymaga czasu i z biegiem czasu należy ją rozwijać poprzez regularne wysiłki. Jednak w miarę jak stopniowo będziesz coraz lepiej słuchać, automatyczną korzyścią będzie rozwinięcie cierpliwości. Cierpliwość, pozwalając drugiej osobie szczerze wyrazić swoje uczucia i myśli, podczas gdy ty nie osądzasz.
3. Sprawia, że jesteś przystępny – gdy prezentujesz się jako cierpliwy słuchacz, ludzie czują się bardziej naturalnie skłonni do komunikowania się z Tobą. Będąc przy nich, dajesz im swobodę wyrażania swoich uczuć.
4. Zwiększa kompetencje i wiedzę - Doskonała umiejętność słuchania sprawia, że pracownik staje się bardziej kompetentny i zdolny, niezależnie od stanowiska. Im więcej dana osoba może uzyskać informacji

ze spotkań, otrzymanych instrukcji i raportów, tym skuteczniej i skuteczniej wykona zadanie. Słuchanie również buduje wiedzę i pomaga spełniać wymagania zawodowe poprzez stopniowe uczenie się.

5. Oszczędność czasu i pieniędzy – skuteczne słuchanie nie tylko zmniejsza ryzyko nieporozumień i błędów, które mogłyby być bardzo szkodliwe dla firmy, ale także oszczędza czas i pieniądze

Co wyróżnia dobrego słuchacza?

Dobrzy słuchacze aktywnie starają się zrozumieć, co tak naprawdę chcą powiedzieć inni, niezależnie od tego, jak niejasne mogą być ich przesłania. Słuchanie wymaga nie tylko dekodowania komunikatów werbalnych, ale także interpretacji sygnałów niewerbalnych, takich jak wyraz twarzy i postawa fizyczna.

Musisz także pokazać rozmówcy, że słuchasz, za pomocą sygnałów niewerbalnych, takich jak utrzymywanie kontaktu wzrokowego, kiwanie głową i uśmiechanie się, a także wyrażanie zgody poprzez powiedzenie „Tak”. Kiedy słuchacz dostarcza tych wskazówek, klient zwykle czuje się bardziej swobodnie i komunikuje się łatwiej, otwarcie i szczerze.

Aktywne słuchanie składa się z trzech etapów:

Słuchaj: Skupiasz się na mówcy. O czym on/ona mówi? Słuchaj słów, ale także uczuć stojących za nimi.

Pytanie: Celem tego kroku jest po pierwsze pokazanie, że zwracasz uwagę na klienta; po drugie, aby zebrać informacje i po trzecie, aby uzyskać wyjaśnienia na dany temat. Na tym etapie zadajesz pytania otwarte.

Odpowiedz: Kiedy odpowiesz, możesz:

- Zastanów się nad tym, co zostało powiedziane, odzwierciedl uczucia mówiącego.
- Parafraza - powtórz główne myśli i uczucia, które zostały powiedziane
- Wyjaśnij - zadając pytania lub powtarzając błędną interpretację, aby zmusić mówcę do dalszych wyjaśnień.
- Podsumuj ich słowa na głos lub w myślach. Powtarzanie tego, co powiedzieli, pomoże ci upewnić się, że dobrze rozumiesz. Spróbuj to zrobić własnymi słowami, aby lepiej zrozumieć to, co ktoś powiedział.

Werbalne oznaki aktywnego słuchania

- Wzmocnienie pozytywne - może to być silny sygnał uważności, jednak zbyt częste używanie może być denerwujące dla mówiącego. Sporadyczne słowa i wyrażenia, takie jak: „bardzo dobrze”, „tak” lub „w istocie” będą wskazywać, że zwracasz uwagę.
- Zapamiętywanie - spróbuj zapamiętać kilka kluczowych punktów, np. imię i nazwisko mówcy. Może to pomóc utwierdzić Cię w przekonaniu, że to, co zostało powiedziane, zostało zrozumiane. Zapamiętywanie szczegółów, pomysłów i koncepcji z poprzednich rozmów dowodzi, że uwaga została skupiona i prawdopodobnie zachęci mówcę do kontynuowania.
- Zadawanie pytań - słuchacz może wykazać, że uważnie słuchał, zadając odpowiednie pytania i/lub wygłaszając stwierdzenia, które budują lub pomagają wyjaśnić, co powiedział mówca. Zadając odpowiednie pytania, słuchacz również pomaga mu utwierdzić się w zainteresowaniu tym, co mówi mówca.
- Wyjaśnienie - polega na zadawaniu pytań mówiącemu, aby upewnić się, że otrzymał prawidłowy komunikat. Wyjaśnienie zwykle wiąże się z użyciem pytań otwartych, co umożliwia mówcy rozwinięcie niektórych punktów, jeśli to konieczne.

Niewerbalne oznaki umiejętności aktywnego słuchania

Nie jest miło wiedzieć, że rozmawiasz z kimś, kto cię nie słucha. Jest kilka prostych kroków, które możesz wykonać, aby poinformować rozmówcę, że aktywnie słuchasz

Osoby, które słuchają, prawdopodobnie będą prezentować przynajmniej niektóre z tych znaków. Jednak te znaki mogą nie być odpowiednie we wszystkich sytuacjach i we wszystkich kulturach.

Uśmiech - uśmiech pokazuje, że słuchacz zwraca uwagę na to, co się mówi, lub wyraża zgodę lub radość z otrzymywanych wiadomości. W połączeniu z skinieniem głowy uśmiech może bardzo silnie potwierdzać, że komunikaty są słuchane i rozumiane.

Kontakt wzrokowy - jest to normalne i zwykle zachęcające do patrzenia na mówiącego. Kontakt wzrokowy może jednak budzić strach. Połącz kontakt wzrokowy z uśmiechami i innymi komunikatami niewerbalnymi, aby zachęcić mówcę.

Postawa - może wiele powiedzieć o nadawcy i odbiorcy w interakcjach międzyludzkich. Uważny słuchacz ma tendencję do lekkiego pochylania się do przodu lub na boki podczas siedzenia.

Odwroć uwagi - aktywny słuchacz nie będzie rozproszony i nie będzie patrzył na zegarek, bawił się włosami i innymi rzeczami. Nigdy nie przerywa dyskusji, aby obsłużyć innego klienta (jak na przykład pospieszny klient, który nalega i wdaje się w słowo)

Radzenie sobie z trudnymi emocjami i praktykowanie samokontroli w sytuacjach konfliktowych

Nauka o emocjach wyjaśnia sposób, w jaki człowiek reaguje na zdarzenia zewnętrzne.

Neuronauka, badanie biologicznych mechanizmów mózgu, wykazała, że za każdym razem, gdy ma miejsce jakieś wydarzenie wokół nas (takie jak sposób, w jaki ktoś do nas mówi w restauracji/hotelu), pierwszą rzeczą, która się dzieje, jest tzw. mózg emocjonalny. oznacza to wydarzenie jako nagrodę lub zagrożenie; lub przyjaciel lub wróg. Zadaniem mózgu emocjonalnego jest dokonywanie bardzo szybkich, nieświadomych ustaleń, czy coś lub ktoś jest bezpieczny, czy nie. Znacznik, który w rzeczywistości jest emocją, jest przekazywany do tak zwanego Myślącego Mózgu, który pomaga nam odróżnić dobro od zła i lepiej od najlepszego. Pomaga nam przewidywać zachowania i określać najlepszą reakcję behawioralną na zdarzenia.

Mając to na uwadze, człowiek traktuje trudne reakcje klientów jako zagrożenie i aktywuje u nas stan nieproduktywny. W stanie nieproduktywnym jesteśmy zmartwieni, zaniepokojeni, sfrustrowani, zestresowani, prawdopodobnie tak samo jak klient, który reaguje na konflikt. Kiedy jesteśmy w stanie nieprodukcyjnym, mamy tendencję do myślenia wąskiego, ograniczonego i opiekuńczego, mając na myśli tylko jedno rozwiązanie - obronę.

Działanie w obronie nie sprzyja żadnym relacjom, szczególnie z klientami, których chcemy zadowolić z usług naszego hotelu czy restauracji.

Osoby wykazujące się kompetencją samoświadomości pojawiają się jako obecne, są świadome emocji, potrafią je zwerbalizować, potrafią aktywnie słuchać klienta i są produktywne w dyskusjach. Pracownicy, którzy nie są samoświadomi, okazują się odłączeni i jako tacy powodują jeszcze gorszą reakcję z klientem.

Kolejną niezwykle ważną kompetencją inteligencji emocjonalnej jest świadomość innych. Osoby, które wykazują tę kompetencję, okazują się empatyczne, z głębokim zrozumieniem potrzeb klienta, są gotowe wspierać i pocieszać klienta, natomiast pracownicy nie posiadający tej kompetencji sprawiają wrażenie niewrażliwych, prowokując klienta do jeszcze większej agresji i arogancji.

Kompetencje związane z inteligencją emocjonalną są jeszcze ważniejsze w kontaktach z trudnym klientem niż pozostałe wymienione powyżej umiejętności miękkie i techniczne.

Postawa asertywności jako szanowania granic własnych i klienta

Zasada numer jeden w trudnych sytuacjach z klientami brzmi: nie bierz tego do siebie i postaraj się wymyślić, jak odpowiedzieć na potrzeby klienta/reklamacje, nie mówiąc NIE lub NIE lub NIGDY, a mimo to wyrażaj swoją opinię i wartości hotelu/ restauracja. Asertywność to jedno z przydatnych zachowań.

W biznesie, a nawet w relacjach prywatnych, ludzie często myślą asertywność i agresję. Asertywność jest mylona z byciem szalonym, niegrzecznym, podłym i niegrzecznym. Kiedy przesadzisz z asertywnością, wszystkie deklarowane zachowania mogą zostać odebrane jako negatywne. Trzeba więc zrozumieć, jakie zachowanie jest postrzegane jako asertywność lub siła.

Bycie asertywnym oznacza szanowanie zarówno siebie, jak i drugiej osoby, bez uszczerbku dla praw którejkolwiek z osób jako istoty ludzkiej. Zachowanie asertywne buduje silne relacje z innymi i pozwala innym czuć się wysłuchanym i rozumianym, nawet jeśli niekoniecznie się z nimi zgadzasz. Oto niektóre cechy, które powinni posiadać ludzie asertywni.

1. Mają pewność siebie. Aby być asertywnym, musisz znać swoje granice; co lubisz i czego nie lubisz. Wiele osób zmagających się z asertywnością pozwala innym podejmować decyzje za nich, więc kiedy pytam: „Jakie jest Twoje ulubione jedzenie?” szczerze nie wiedzą. Jeśli brzmi to dla Ciebie znajomo, jest to świetna okazja do samopoznania. Spójrz na rzeczy wokół siebie i zacznij formułować opinie; Czy interesuje Cię jakieś działanie, ponieważ naprawdę jesteś zainteresowany samodzielnym wzięciem w nim udziału, czy też angażujesz się w nie, ponieważ wszyscy inni też to robią?
2. Szanują opinie innych. Osoby asertywne czują się pewnie w swoich opiniach i przekonaniach, ale nie uważają za konieczne obrażanie lub poniżanie opinii innej osoby. Ktoś może być bardzo zdecydowany na mieszanie wina z wodą gazowaną; osoba asertywna może się nie zgodzić i podzielić się swoimi opiniami na dany temat, nie obrażając stanowiska tej osoby.
3. Osoby asertywne potrafią potwierdzać uczucia innych. Ktoś może powiedzieć: „Jesteś głupi, że się z tego powodu wściekasz”. Zamiast minimalizować doświadczenie danej osoby, osoba asertywna może powiedzieć: „Rozumiem, że jesteś sfrustrowany spóźnioną obsługą, ale jakość jedzenia w naszej restauracji jest na pierwszym miejscu. Przestrzegamy czasu przygotowania”. Ludzie często chcą mieć poczucie, że są rozumiani.
4. Osoby asertywne są dobrymi słuchaczami. Często ludzie są tak skupieni na tym, jak zareagują na drugą osobę, że przestają słuchać tego, co się do nich mówi. W rezultacie żadna ze stron nie czuje się wysłuchana. Zachowanie asertywne obejmuje bycie aktywnym słuchaczem; zachowanie, które obejmuje dobry kontakt wzrokowy, nie przerywanie, gdy druga osoba mówi i przypominanie sobie tego, co właśnie zostało powiedziane, aby potwierdzić, że informacje zostały prawidłowo usłyszane.
5. Rozwiązywanie problemów i kompromis. Kolejną kluczową cechą asertywności jest próba kompromisu w danej sytuacji. Nie każdy osiąga wszystko, czego chce, angażując się w kompromis, ale niektóre potrzeby są zaspokajane w przypadku wszystkich zaangażowanych stron. Kompromis pokazuje, że potrzeby drugiej osoby zostały wysłuchane i jest próbą znalezienia rozwiązania, z którego wszyscy będą zadowoleni.

Asertywność może być cechą trudną do opanowania, jeśli w przeszłości miałeś trudności z obraniem siebie. Ale jak każdy inny nowy nawyk, łatwiej jest go wypracować dzięki praktyce. Pamiętaj, że Twoje potrzeby są tak samo cenne, jak potrzeby otaczających Cię osób. Może się okazać, że niektórzy ludzie odejdą, gdy przedstawiś nowego, asertywnego siebie. Pomyśl o tym, jak dodają wartość do Twojego życia; możesz odkryć, że byli to toksyczni ludzie, bez których prawdopodobnie byłoby ci lepiej. Może się również okazać, że im bardziej będziesz asertywny, tym zaczniesz otaczać się nowymi osobami, które cenią i szanują pewność siebie, którą się stałeś!

KWALIFIKACJA 3. ZARZĄDZANIE W BRANŻY HORECA

MODUŁ 3: MARKETING OBIEKTU (KUCHNIA-HOTEL)

Planowanie działań promocyjnych i reklamowych

Marketing to systematyczne planowanie, wdrażanie i kontrola zestawu działań biznesowych w celu wspólnego łączenia kupujących i sprzedających w celu wymiany lub transferu produktów/usług, które zapewnią satysfakcję (korzyść) obu stronom. Marketing to nie tylko jedno działanie, marketing to WSZYSTKO (...ale absolutnie wszystko!!!), które wpływa na kształtowanie decyzji Twojego klienta o zakupie Twojego produktu lub nie. W praktyce marketing często utożsamiany jest z reklamą i sprzedażą, co prowadzi do podejmowania błędnych decyzji, dlatego uważamy, że przy tej okazji konieczne jest podkreślenie różnic pomiędzy marketingiem a reklamą.

Reklama nie jest synonimem marketingu, choć niezwykle często używa się go jako synonimu. Jest to specyficzna działalność gospodarcza i stanowi w zasadzie „megafon” marketingu, który wraz ze sprzedażą osobistą i zaawansowaną oraz promocją stanowi tzw. „Miks komunikacyjny”, dzięki któremu Twoja firma komunikuje się z rynkiem i klientami

Planowanie działań promocyjno-reklamowych odbywa się w 5 krokach:

1. Aby zidentyfikować potrzeby klienta, menedżer musi:

- Zidentyfikuj Personę Klienta (kogo chcemy przyciągnąć do naszego obiektu: wiek, płeć, miejsce zamieszkania, zakres dochodów, format rodziny (dzieci/bez dzieci), specyfika stylu życia itp.)
- Skonfiguruj i przeprowadź badania dotyczące potrzeb i nawyków klientów (w tym nawyków korzystania z mediów)
- Opracuj podręcznik Customer Persona, który będzie wykorzystywany przy opracowywaniu kluczowych komunikatów i strategii medialnej

2. Drugim krokiem jest opracowanie strategii komunikacji:

- W oparciu o badania i specyfikę Persony Klienta opracuj ogólną strategię pod kątem tego, co komunikować, gdzie, jak często, jakiego tonu i stylu używać, projektu (projekty logo i reklam)
- Opracuj dokument KLUCZOWE PRZEKAZY: Unikalne punkty sprzedaży - USP, słowa kluczowe, Komunikacja USP - oświadczenie o pozycjonowaniu, oferty szczegółowe (dla usługi/segmentu)

3. Kolejnym krokiem jest opracowanie konkretnego planu (rocznego, kwartalnego i miesięcznego) planu działań promocyjnych.

Plan powinien składać się z:

- rodzaj działalności promocyjnej,
- okres/data,
- lokalizacja,
- odpowiedzialny lider/menedżer zespołu

Dla każdego działania należy opracować szczegółowe plany wdrożenia, aby uwzględnić wszystkie szczegóły i zapewnić wysoką jakość realizacji

4. Dobiera działania promocyjne odpowiednie do oferty kulinarnej i hotelowej

Działania promocyjne mogą obejmować: promocje sprzedaży, promocję konkretnego menu, promocje sezonowe, wsparcie wydarzeń specjalnych (Dzień Matki, tydzień meksykański, Green Organic Days, Welcome Summer i inne wydarzenia tematyczne)

5. Planuje działania w obszarze budowania wizerunku kuchni i hotelu

Budowanie wizerunku, jakiego pragniemy, nie następuje z dnia na dzień i samoistnie. Jest to dobrze zaplanowany i wykonany zestaw działań, które przekazują kluczowe przesłania dla naszego hotelu i restauracji:

- Wywiady w popularnych magazynach/mediach internetowych
- Obecność w społeczności lokalnej (organizowanie wydarzeń charytatywnych, innych ciekawych wydarzeń podnoszących wizerunek w społeczności)
- Organizacja wydarzeń specjalnych – imprezy tematyczne, słynny szef kuchni w mieście itp.

Działania te powinny stanowić część ogólnego planu komunikacji.

Dostępność reklamy internetowej i mediów społecznościowych umożliwiła rewolucyjny krok w kierunku przybliżenia oferty HoReCa do klientów.

Reklama internetowa:

- Reklamy Google – określone treści związane z naszą działalnością obejmują płatne reklamy naszej oferty
- Banery/przyciski reklamowe na konkretnych portalach internetowych

Media społecznościowe:

- Facebook – szeroki zasięg z tekstem, zdjęciem, wideo
- Instagram – głównie rozmieszczenie wizualne, jeśli treść (oparta na historii)
- LinkedIn – atrakcyjność biznesowa przyciągająca profesjonalistów

Skuteczność działań promocyjnych można mierzyć:

- Grupy fokusowe w celu przetestowania kluczowych przekazów i projektów
- Ankiety klientów (skąd o nas usłyszałeś?)
- Wzrost sprzedaży i wzrost liczby klientów (klientów na stół na wieczór, sale zajęte w miesiącu)

ORGANIZACJA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH I MARKETINGOWYCH

ROZWÓJ MENU RESTAURACJI

Projekt menu restauracji

Mówimy o motywach, kolorze i układzie. Istnieje wiele badań dotyczących psychologii sposobu, w jaki ludzie patrzą na menu.

Niektóre badania mówią, że prawy górny róg jest miejscem, w którym przyciąga wzrok klienta, inne zaś sugerują, że menu czytamy jak książkę.

Tylna strona jest często całkowicie pomijana; pamiętaj, aby zarezerwować to dla mniej dochodowych dań, takich jak menu dla dzieci lub dodatki. Twój układ musi być logiczny i łatwy, aby klienci mogli znaleźć to, czego szukają.

Mówi się również, że użycie koloru ma wpływ psychologiczny na klientów i można je wykorzystać do promowania nastroju w restauracji, na przykład poprzez użycie ciepłych kolorów w stylu meksykańskim.

Poznaj koszty swoich dań i zaplanuj opłacalne pozycje menu

Warto obliczyć, ile będzie kosztować przygotowanie każdego dania. W ten sposób wiesz dokładnie, jakie są Twoje marże zysku.

Sprawdź opcje dostawców wszystkich składników, aby móc porównać ceny i jakość.

Spraw, aby menu Twojej restauracji było łatwe do przestrzegania

Myśl prosto, ale zapada w pamięć. Badania wykazały, że wybierając to, co zjedzą, klienci wolą podjąć decyzję w ciągu dwóch minut. Najlepiej nie komplikować zbyt menu i starać się, aby nie zawierało ono mniej niż 32 pozycji. Dopasuj menu do potrzeb klientów, a także okoliczności

Pamiętaj, że Twój zespół kuchenny musi umieć przygotować każdą pozycję w menu, a Ty musisz przechowywać składniki i utrzymywać sprzęt kuchenny, aby przygotować każdy posiłek. Zastanów się, jak możesz wykorzystać podobieństwa w składnikach i wymaganiach dotyczących przygotowania, aby Twoje menu było opłacalne.

Twoje menu powinno być czytelne dla klientów i nie zawierać zbyt dużej ilości żargonu kulinarnego. Przedstaw opcje menu w sposób zrozumiały dla docelowego klienta.

Kiedy już przyciągniesz uwagę klientów do menu, musisz zrobić wszystko, co w Twojej mocy, aby sprzedać im to danie. Wymyśl najsmaczniej brzmiący opis, jaki potrafisz, biorąc pod uwagę kolor, konsystencję, smak i zapach.

Jeśli chodzi o zdjęcia, używaj ich oszczędnie lub zamiast tego używaj ilustracji. W przypadku większości restauracji zalecamy w ogóle nie używać obrazów.

Porównaj menu konkurencji i wyróżnij się

Poświęć trochę czasu na sprawdzenie konkurencji. Dowiedz się, co oferują – przyjrzyj się tematowi, kuchni i cenom i znajdź możliwości zaoferowania czegoś, czego nie oferują. Ważne jest, aby menu było świeże, trafne i opłacalne.

Analizuj własne menu i działania konkurencji przynajmniej co 6-12 miesięcy, aby sprawdzić, co się sprawdza, a co nie.

NARZĘDZIA PROMOCJI

Kiedy mówimy o promocji, zwykle robimy to w ramach tzw. filarów „4P” każdego działania marketingowego: produktu, ceny, lokacji i PROMOCJI. Aby wysiłki mające na celu rozwój firmy odniosły sukces, należy przyrzeć się wszystkim elementom miksu marketingowego.

W kontekście działań promocyjnych dla branży HoReCa najczęściej mówimy o następujących elementach:

- Reklama – tradycyjna (telewizja, radio, prasa i outdoor) oraz nowe media (media społecznościowe i internet)

- Public Relations (PR) – wywiady, artykuły redakcyjne tematyczne, sponsoring itp.
- Działania BTL (Below-the-line): eventy, działania promocyjne „w terenie” (np. podczas koncertów, w parkach itp.)

Prowadzi działania marketingowe mające na celu podniesienie reputacji hotelu

ORGANIZACJA IMPREZ SPECJALNYCH

Wydarzenia specjalne przyczyniają się do budowania wizerunku restauracji i wprowadzają na rynek produkty o wartości dodanej. W przypadku wydarzeń specjalnych sprzedajesz nie tylko jedzenie i napoje, ale także atmosferę, niezapomniane wrażenia związane z konkretnym wydarzeniem rodzinnym lub biznesowym.

Planowanie wydarzeń odnosi się do obsługi określonych funkcji dla określonych grup osób w wyznaczonym czasie. Wydarzenie może różnić się wielkością i wagą w zależności od rodzaju funkcji i przewidywanej liczby osób. Obejmuje wszystko, od prostej usługi eventowej po państwowy bankiet, od małych przyjęć urodzinowych po wystawę branżową.

Zarządzanie wydarzeniami w branży hotelarskiej to proces organizacji lub planowania wydarzenia na małą lub dużą skalę, takiego jak imprezy weselne, przyjęcia oficjalne, imprezy firmowe, konferencje biznesowe itp. Cały proces jest zarządzany przez zespół i prowadzony przez gospodarza. Zorganizowanie udanego wydarzenia to ogromna odpowiedzialność.

Menedżer wydarzenia planuje i realizuje wydarzenie, a następnie przekazuje obowiązki członkom zespołu. Odpowiedzialność ta obejmuje cały projekt wydarzenia, branding, dekorację, marketing, budżetowanie i wiele innych.

Event Management to cały dział branży hotelarsko-gastronomicznej. I ten dział hotelu jest również najbardziej pożądanym. Hotel Event Management zapewnia sprawne działanie każdej organizacji. Funkcje te mogą się różnić w zależności od różnych czynników.

Głównym celem tego działu jest organizacja przyjęć, spotkań biznesowych, konferencji, forów, wydarzeń luksusowych itp. Ten dział zarządzania wydarzeniami hotelowymi stanowi ogromną, generującą przychody część branży hotelarsko-gastronomicznej.

Menedżerowie wydarzeń prowadzą swoich podwładnych do osiągnięcia pożądanego celu, zapewniając im niezbędne materiały, narzędzia, umiejętności, wiedzę i dobre środowisko.

Operacje związane z planowaniem wydarzeń mają charakter ciągły. Personel ma do czynienia z gośćmi o różnych temperamentach, stylach komunikacji i potrzebach i znajduje się pod dużą presją, szczególnie w godzinach szczytu.

Kierownik imprezy jest odpowiedzialny za dopilnowanie, aby wszystko było na właściwym miejscu i było wystarczające przez cały czas trwania operacji, a właściwi ludzie pracowali na właściwych stanowiskach i byli odpowiednio przeszkoleni.

Lista kontrolna planowania wydarzeń

1. Burza mózgów
 - Jaki jest cel wydarzenia?
 - Ile osób planuje wziąć udział?

- Jakie efekty specjalne zostaną zaoferowane klientowi?
 - Przypomniano i zdefiniowano rolę i odpowiedzialność personelu restauracji/hotelu.
2. Budżetowanie
- Przygotuj szczegółowy budżet na nadchodzące wydarzenie
3. Planowanie
- Sprawdź dostępność sali konferencyjnej/sali balowej na żądany termin i godzinę
 - Porozmawiaj z odpowiednim biurem rezerwacji pokoju
 - Jaka wielkość i liczba pokoi są potrzebne?
 - Jakie masz potrzeby technologiczne?
 - Zaplanuj spotkanie, aby omówić potrzeby klienta w zakresie wyposażenia sali, specjalnych życzeń, rozrywki i efektów specjalnych
4. Zakupy
- Materiały potrzebne na imprezę
 - Srebro stołowe
 - Talerze
 - Serwetki
 - Kubki
 - Dekoracje
 - Przedmioty/żądania specyficzne dla wykonawcy
 - Inny
5. Po wydarzeniu
- Wyślij klientowi podziękowanie i poproś o rekomendację w mediach społecznościowych
 - Dokonaj oceny po wydarzeniu
 - Organizuj krótkie spotkania ze wszystkimi zaangażowanymi pracownikami, aby przekazać opinie i pielęgnować kulturę zapewniania najlepszej obsługi i najlepszej wartości dla klienta.

Uwaga: nie zapomnij informować klientów o wydarzeniu w mediach społecznościowych.

WSPÓŁPRACA Z LOKALNYMI MEDIAMI W PROMOCJI SPECJALNOŚCI I OFERTY NOCLEGIOWEJ HOTELU

Wykorzystanie mediów do promocji usług musi być dobrze zaplanowane i ukierunkowane, aby przekazać odbiorcom kluczowe przesłania w najbardziej efektywny i skuteczny sposób. Wybór stosowanych mediów odbywa się według następujących kryteriów:

- Profil wykorzystania mediów przez nasze grupy docelowe

- Specyfika mediów - tradycyjnych (telewizja, radio, outdoor/bilbordy) i mediów społecznościowych (Facebook, Instagram) oraz reklamy internetowej (banery, przyciski itp.), reklamy Google
- Płatne i/lub bezpłatne reklamy
- Wykorzystanie public relations (PR): wywiady, recenzje miejsc i menu, rekomendacje celebrytów (gwiazdy zaręczone, aby przyjechać na miejsce, zrobić zdjęcia i opublikować posty w mediach społecznościowych, komentować i wspominać)

Korzystanie z mediów może i powinno być zlokalizowane (według kraju, miasta, grupy demograficznej odbiorców), aby zoptymalizować inwestycje finansowe. Na podstawie dedykowanego miesięcznego budżetu na reklamę należy dokonać doboru mediów oraz konkretnych danych demograficznych (w celu dotarcia do konkretnych grup klientów), mając na uwadze następujące parametry:

- Czas trwania promocji (jak długo oferta jest dostępna)
- Region geograficzny, do którego chcielibyśmy dotrzeć z przekazem i przyciągnąć klientów/gości
- Specyfika grupy docelowej - wiek, płeć, szacowana liczba potencjalnych klientów, do których chcielibyśmy dotrzeć

PRZEPROWADZANIE OPERACJI FINANSOWYCH

POLITYKA CENOWA I STRATEGIA

Menedżerowie powinni zacząć ustalać ceny na etapie rozwoju w ramach ustalania cen strategicznych, aby uniknąć wprowadzania na rynek produktów lub usług, które nie będą w stanie utrzymać zyskowych cen na rynku. Takie podejście do ustalania cen umożliwi firmom z branży hotelarsko-gastronomicznej dopasowanie kosztów do cen lub rezygnację z produktów lub usług, których nie można wygenerować w sposób opłacalny. Dzięki systematycznej polityce i strategiom cenowym hotele i restauracje mogą czerpać większe zyski oraz zwiększać lub bronić swoich udziałów w rynku. Ustalanie cen jest jednym z głównych zadań menedżerów ds. marketingu i finansów, ponieważ cena produktu lub usługi często odgrywa znaczącą rolę w powodzeniu tego produktu lub usługi, nie wspominając o rentowności firmy.

Ogólnie rzecz biorąc, polityka cenowa odnosi się do sposobu, w jaki firma ustala ceny swoich produktów i usług w oparciu o koszty, wartość, popyt i konkurencję. Z drugiej strony strategia cenowa odnosi się do sposobu, w jaki firma wykorzystuje ceny do osiągnięcia swoich celów strategicznych, takich jak oferowanie niższych cen w celu zwiększenia wolumenu sprzedaży lub wyższych cen w celu zmniejszenia zaległości. Pomimo pewnego stopnia różnic, polityka cenowa i strategia zwykle nakładają się na siebie, a różne polityki i strategie niekoniecznie wykluczają się wzajemnie.

Po ustaleniu podstaw swoich cen menedżerowie mogą rozpocząć opracowywanie strategii cenowych poprzez określenie celów cenowych firmy, takich jak zwiększanie zysków krótkoterminowych i długoterminowych, stabilizacja cen, zwiększanie przepływów pieniężnych i odpieranie konkurencji. Menedżerowie muszą także wziąć pod uwagę aktualne warunki rynkowe przy opracowywaniu strategii cenowych, aby mieć pewność, że wybrane przez nich ceny odpowiadają warunkom rynkowym.

Skuteczna strategia cenowa obejmuje uwzględnienie klientów, kosztów, konkurencji i różnych segmentów rynku.

Strategie cenowe różnią się zazwyczaj w zależności od globalnej strategii firmy, która opiera się na dwóch głównych czynnikach - przewadze konkurencyjnej firmy oraz grupie docelowej, do której zdecydowaliśmy się

sprzedawać nasze produkty. Na podstawie tych dwóch parametrów przedsiębiorstwa wybierają politykę cenową jako albo niskie ceny dla szerszej lub wąskiej grupy docelowej, albo wyższe ceny pozycjonowane za określone usługi klienta z najwyższej półki (patrz tabela 1).

Niskie ceny		Przewaga konkurencyjna	
		Wyjątkowość produktu	
Rynek docelowy	Szeroki	Lider cenowy	Różnicowanie
	Wąski	Fokus (niska cena)	Fokus (różnicowanie)

Tabela nr 1

W poniższych sekcjach wyjaśniono różne sposoby opracowywania polityki i strategii cenowej przez firmy. Po pierwsze, rozważana jest wycena oparta na kosztach. Następnie następuje drugi temat dotyczący wyceny opartej na wartości. Po trzecie, najpierw zajmujemy się cenami opartymi na popycie, a następnie cenami opartymi na konkurencji. Następnie wyjaśniono kilka strategii dotyczących nowych i ustalonych strategii cenowych.

Ceny oparte na kosztach

Tradycyjną politykę cenową można podsumować wzorem:

$$\text{Koszt} + \text{Stały procent zysku} = \text{Cena sprzedaży}$$

Wycena oparta na kosztach polega na określeniu wszystkich kosztów stałych i zmiennych związanych z produktem lub usługą. Po ustaleniu całkowitych kosztów związanych z produktem lub usługą menedżerowie dodają pożądaną marżę zysku do każdej jednostki, na przykład 5 lub 10 procent marży. Celem podejścia zorientowanego na koszty jest pokrycie wszystkich kosztów poniesionych w związku z produkcją lub dostawą produktów lub usług oraz osiągnięcie docelowego poziomu zysku.

Metoda ta sama w sobie jest prosta i wymaga jedynie przestudiowania przez menedżerów dokumentacji finansowo-księgowej w celu ustalenia cen. To podejście cenowe nie obejmuje badania rynku ani uwzględniania konkurencji ani innych czynników, które mogą mieć wpływ na ceny. Ceny zorientowane na koszty są popularne również dlatego, że jest to stara praktyka wykorzystująca informacje wewnętrzne, które menedżerowie mogą łatwo uzyskać. Ponadto firma może bronić swoich cen w oparciu o koszty i wykazać, że jej ceny pokrywają koszty plus marżę zysku.

Krytycy twierdzą jednak, że strategia zorientowana na koszty nie zapewnia firmie skutecznej polityki cenowej. Jednym z problemów związanych ze strategią koszt plus jest to, że w wielu branżach określenie kosztu jednostkowego przed jego ceną jest trudne, ponieważ koszty jednostkowe mogą się różnić w zależności od wielkości. W rezultacie wielu analityków biznesowych skrytykowało tę metodę, argumentując, że nie jest ona już odpowiednia dla współczesnych warunków rynkowych. Ustalanie cen opartych na kosztach zazwyczaj prowadzi do wysokich cen na słabych rynkach i niskich cen na silnych rynkach, utrudniając w ten sposób rentowność, ponieważ ceny te są dokładnym przeciwieństwem cen strategicznych, jakie byłyby, gdyby wziąć pod uwagę warunki rynkowe.

Chociaż menedżerowie muszą uwzględniać koszty przy opracowywaniu polityki i strategii cenowej, same koszty nie powinny determinować cen. Wielu menedżerów firm z branży hotelarsko-gastronomicznej sprzedaje swoje usługi po rosnących kosztach i czerpie znaczne zyski z najlepszych klientów oraz z dostaw z krótkim wyprzedzeniem. Rozważając koszty, menedżerowie powinni zadać sobie pytanie, na jakie koszty mogą sobie pozwolić, biorąc pod uwagę ceny, na które pozwala rynek, a jednocześnie pozwalając na zysk na sprzedaży. Ponadto menedżerowie muszą wziąć pod uwagę koszty produkcji, aby określić, jakie towary produkować i w jakich ilościach.

Niemniej jednak ustalanie cen zazwyczaj obejmuje określenie cen, na jakie klienci mogą sobie pozwolić, przed określeniem zakresu usług, które mają świadczyć. Mając na uwadze ceny, jakie mogą pobierać i koszty, jakie mogą sobie pozwolić na poniesienie, menedżerowie mogą określić, czy ich koszty umożliwiają im konkurencję na rynku niskich kosztów, gdzie klientów interesuje przede wszystkim cena, czy też muszą konkurować na rynku premium, na którym klienci zwracają uwagę przede wszystkim na jakość i funkcje.

Ceny oparte na wartości

Ceny wartości opierają się na założeniu, że optymalna cena sprzedaży odzwierciedla postrzeganą przez klientów wartość produktu lub usługi, a nie tylko koszty poniesione przez firmę na wytworzenie lub dostarczenie produktu lub usługi. Wartość produktu lub usługi wynika z potrzeb, preferencji, oczekiwań i zasobów finansowych klienta, a także z ofert konkurencji. W rezultacie takie podejście wymaga od menedżerów zadawania pytań klientom i badania rynku w celu ustalenia, jak bardzo cenią oni produkt lub usługę. Ponadto menedżerowie muszą porównać swoje produkty lub usługi z produktami konkurencji, aby określić ich zalety i wady.

Jednak ustalanie cen w oparciu o wartość to nie tylko tworzenie satysfakcji klienta czy sprzedaż. Zadowolenie klienta można osiągnąć wyłącznie poprzez rabatowanie - strategię cenową, która może również prowadzić do większej sprzedaży. Dyskontowanie nie musi jednak koniecznie prowadzić do rentowności. Wycena wartości polega na ustalaniu cen w celu zwiększenia rentowności poprzez wykorzystanie większej liczby atrybutów wartości produktu lub usługi. Tutaj pojawia się miejsce najwyższej jakości usług, które sprawiają, że klienci są usatysfakcjonowani niezapomnianymi wrażeniami.

Takie podejście do ustalania cen zależy również w dużym stopniu od silnej reklamy, szczególnie w przypadku nowych produktów lub usług, mającej na celu komunikowanie klientom wartości produktów lub usług i motywowanie klientów do płacenia wyższej ceny, jeśli to konieczne, za wartość zapewnianą przez te produkty lub usługi.

Ceny oparte na popycie

Menedżerowie przyjmujący politykę cenową opartą na popycie, podobnie jak ceny oparte na wartości, nie skupiają się w pełni na kosztach. Zamiast tego koncentrują się na zachowaniu i cechach klientów oraz jakości i cechach ich produktów lub usług. Ceny zorientowane na popyt skupiają się na poziomie popytu na produkt lub usługę, a nie na kosztach materiałów, robocizny i tak dalej.

Zgodnie z tą polityką cenową menedżerowie starają się określić zakres produktów lub usług, które mogą sprzedawać po różnych cenach. Menedżerowie potrzebują harmonogramów popytu, aby określić ceny na podstawie popytu. Korzystając z harmonogramów popytu, menedżerowie mogą dowiedzieć się, które produkty (dania) i jakie usługi (w hotelu) będą najbardziej opłacalne. Aby określić najbardziej rentowne poziomy produkcji i sprzedaży, menedżerowie sprawdzają szacunki kosztów produkcji i marketingu na różnych poziomach sprzedaży. Ceny ustalane są poprzez uwzględnienie kosztorysów przy różnych poziomach sprzedaży oraz oczekiwanych przychodów ze sprzedaży w powiązaniu z przewidywanymi cenami.

Powodzenie tej strategii zależy od wiarygodności szacunków popytu. Dlatego też kluczowym zadaniem menedżera przeszkód w tym podejściu jest dokładne mierzenie popytu, co wymaga rozległej wiedzy na temat różnorodnych czynników rynkowych, które mogą mieć wpływ na liczbę sprzedawanych produktów. Aby uzyskać jak najdokładniejsze dane z rynku o wzrostach lub spadkach popytu, Menedżerowie mogą wykorzystać informacje z mediów społecznościowych, wewnętrzne dane rezerwacji dokonanej przed wizytą lub zaangażować zewnętrzną pomoc w postaci badaczy rynku lub konsultantów w celu przedstawienia szacunków poziomów sprzedaży na różnych poziomach Ceny jednostkowe.

Ceny oparte na konkurencji

W przypadku polityki cenowej opartej na konkurencji przedsiębiorstwo ustala swoje ceny, ustalając, jakie opłaty pobierają inne firmy konkurujące na rynku. Pierwszym krokiem jest identyfikacja cen obecnych konkurentów. Następnie, aby ocenić własny produkt lub usługę. Po tym etapie firma ustala swoje ceny wyższe, niższe lub na poziomie cen konkurencji, w oparciu o zalety i wady produktu lub usługi firmy, a także oczekiwaną reakcją konkurencji na ustaloną cenę. Ta ostatnia kwestia - reakcja konkurentów - jest ważną częścią ustalania cen opartych na konkurencji, szczególnie na rynkach, na których jest tylko kilku konkurentów. Na takim rynku, jeśli jeden konkurent obniży swoją cenę, pozostali najprawdopodobniej również obniżą swoje. Obie firmy tracą.

Taka polityka cenowa umożliwia przedsiębiorstwom szybkie ustalanie cen przy stosunkowo niewielkim wysiłku, ponieważ nie wymaga tak dokładnych danych rynkowych, jak wycena popytowa. Ponadto ta polityka cenowa umożliwia firmom wybór spośród wielu różnych strategii cenowych, aby osiągnąć swoje cele strategiczne. Innymi słowy, firmy mogą zdecydować się na oznaczanie swoich cen powyżej, poniżej lub zgodnie z cenami konkurencji i w ten sposób wpłynąć na postrzeganie ich produktów przez klientów.

PRZYGOTOWANIE BUDŻETU

Planowanie finansowe służy do podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie (planowanie, organizowanie, kontrolowanie). Planowania finansowego nie da się ujednolicić, gdyż każda firma przed podjęciem jakiegokolwiek decyzji potrzebuje innych planów i wskaźników. W przeciwieństwie do rachunkowości planowanie finansowe jest zorientowane na przyszłość i opiera się na założeniach. Im bardziej realistyczne i dokładne założenia, tym bardziej realistyczne są plany.

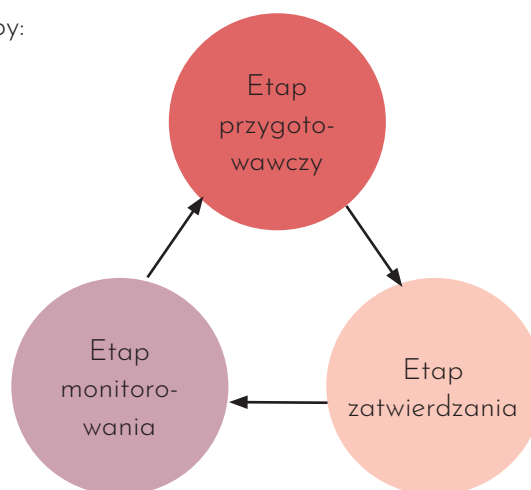
Co to jest budżet?

Budżet to dokument używany przez firmy do śledzenia dochodów i wydatków w sposób wystarczająco szczegółowy, aby podejmować decyzje operacyjne.

Budżety mają zazwyczaj charakter przyszłościowy. Dochody opierają się na prognozach i szacunkach na okresy, których dotyczą, podobnie jak wydatki. Z tego powodu organizacje często tworzą budżety zarówno krótkoterminowe (miesięczne lub kwartalne), jak i długoterminowe (roczne), przy czym budżet krótkoterminowy jest regularnie dostosowywany, aby zapewnić, że budżet długoterminowy będzie realizowany zgodnie z planem.

Większość organizacji przygotowuje także tak zwany „rzeczywisty budżet” lub „rzeczywisty raport” w celu porównania szacunków z rzeczywistością po okresie objętym budżetem. Pozwala to organizacji zrozumieć, gdzie w procesie budżetowania popełniono błąd i skorygować szacunki w przyszłości.

Budżetowanie obejmuje trzy etapy:



Kroki przygotowania budżetu dla organizacji

Poniższe kroki można wykonać podczas tworzenia budżetu wydarzenia, działu lub całej organizacji.

1. Zrozum cele swojej organizacji

Przed opracowaniem budżetu ważne jest, aby dokładnie zrozumieć cele, do których dąży Twoja organizacja w okresie objętym budżetem. Rozumiejąc te cele, możesz przygotować budżet, który będzie z nimi zgodny i który je ułatwi.

Rozważmy na przykład firmę, która regularnie odnotowuje wzrost przychodów z roku na rok, równoważony rosnącymi wydatkami. Organizacja ta może odnieść korzyść, koncentrując wysiłki na lepszej kontroli wydatków w procesie budżetowania.

Alternatywnie rozważ wprowadzenie firmy na rynek nowy produkt lub usługę. Firma może zwiększyć inwestycje w nową linię biznesową, aby ją rozwijać. W tym celu firma może być zmuszona do dostosowania wydatków lub inicjatyw rozwojowych do innych części swojego budżetu.

2. Oszacuj swoje dochody za okres objęty budżetem

Aby przeznaczyć środki na wydatki służbowe, należy najpierw określić swoje dochody i przepływy pieniężne w danym okresie najlepiej, jak potrafimy.

W zależności od charakteru Twojej organizacji może to być proces prosty lub skomplikowany. Na przykład firmie sprzedającej produkty lub usługi znanym klientom związanym umowami prawdopodobnie łatwiej będzie oszacować dochód niż firmie uzależnionej od aktywnej działalności sprzedażowej. W drugim przypadku, do którego należą wszystkie usługi hotelarskie, ważne byłoby odniesienie się do historycznych danych dotyczących sprzedaży i marketingu, aby zrozumieć, czy rynek zmienia się w sposób, który może spowodować przeoczenie lub przekroczenie trendów historycznych.

3. Zidentyfikuj swoje wydatki

Kiedy już poznasz przewidywane dochody w danym okresie, musisz oszacować swoje wydatki. Proces ten obejmuje trzy główne kategorie: koszty stałe, wydatki zmienne i wydatki jednorazowe.

Koszty stałe to wszelkie wydatki, które pozostają niezmiennie w czasie i nie różnią się radykalnie z tygodnia na tydzień lub z miesiąca na miesiąc. W wielu przypadkach wydatki te są ograniczone jakąś formą umowy, co ułatwia ich przewidzenie i rozliczenie. Ta kategoria zwykle obejmuje wydatki związane z kosztami ogólnymi, takimi jak opłaty za czynsz i media. Subskrypcje telefonów, danych i oprogramowania również mogą należeć do tej kategorii, wraz ze spłatami zadłużenia. Należy uwzględnić wszelkie regularne i oczekiwane wydatki.

Wydatki zmienne to te, które ponosi Twoja firma i które zmieniają się w czasie w zależności od kilku czynników, w tym działań sprzedażowych. Na przykład koszty personelu sezonowego będą prawdopodobnie wyższe w okresie, gdy w hotelu panuje szczyt sezonu. Podobnie opłaty za media, takie jak woda, gaz i prąd, będą wyższe, jeśli będziesz mieć więcej gości. Prowizje od sprzedaży i koszty materiałów to kolejne przykłady wydatków zmiennych.

Zatem podstawowa różnica między kosztami stałymi i zmiennymi polega na tym, że koszty zmienne zmieniają się wraz z zakresem usług, podczas gdy koszty stałe nie.

Zarówno wydatki stałe, jak i zmienne mają charakter powtarzalny, co ułatwia ich rozliczenie (nawet jeśli należy przewidzieć wydatki zmienne). Jednorazowe wydatki, zwane także „jednorazowymi wydatkami”, nie powtarzają się i zdarzają się rzadziej. Zakup sprzętu lub obiektów, opracowanie nowego produktu lub usługi, zatrudnienie konsultanta i radzenie sobie z naruszeniem bezpieczeństwa to przykłady jednorazowych wydatków. Zrozumienie głównych inicjatyw – i tego, co będzie potrzebne do ich realizacji – oraz tego, ile wydałeś w poprzednich latach

na podobne wydatki, może pomóc w uwzględnieniu ich w budżecie, nawet jeśli nie masz pewności co do ich dokładnej wartości.

4. Określ swoją nadwyżkę lub deficyt budżetowy

Po rozliczeniu wszystkich dochodów i wydatków możesz zastosować je do swojego budżetu. Tutaj możesz określić, czy masz wystarczające przewidywane dochody, aby pokryć wszystkie swoje wydatki.

Jeśli masz dochód większy niż wystarczający na pokrycie wydatków, masz nadwyżkę budżetową. Wiedząc to, powinieneś określić, jak najlepiej wykorzystać dodatkowe środki. Możesz na przykład przenieść pieniądze do funduszu „na czarną godzinę”, do którego będziesz mieć dostęp, jeśli Twoje rzeczywiste dochody będą niższe od przewidywanych. Alternatywnie możesz przeznaczyć środki na rozwój swojej firmy. Możesz zaplanować remont lub przeprojektowanie obiektów

Z drugiej strony, jeśli Twoje wydatki przekraczają dochody, masz deficyt budżetowy. W tym momencie musisz określić najlepszą ścieżkę naprzód, aby zamknąć lukę. Czy możesz pozyskać dodatkowe środki, sprzedając bardziej agresywnie? Czy możesz obniżyć swoje wydatki stałe lub zmienne?

Etap zatwierdzania

Osoba odpowiedzialna za generowanie budżetu różni się w zależności od charakteru organizacji i jej celów budżetowych. Na przykład przedsiębiorca lub właściciel małej firmy prawdopodobnie samodzielnie przygotowuje budżet organizacji. Tymczasem większa organizacja może polegać na członku działu księgowości w celu wygenerowania budżetu dla całej firmy. Poszczególni kierownicy działów lub liderzy funkcjonalni są również zobowiązani do składania propozycji budżetowych dla swoich zespołów/działów. Gdy tylko budżet zostanie przygotowany, ostateczną decyzję o jego zatwierdzeniu podejmują Właściciele lub Zarząd.

Etap monitorowania

1. Monitorowanie dziennego obrotu

Oto najważniejsze wskaźniki finansowe, które należy monitorować jako menadżer hotelu lub restauracji:

1. Punkt rentowności
2. Przepływ środków pieniężnych
3. Bilans

Kiedy już wiemy, ile kosztuje nas wytworzenie produktu i wiemy, po jakiej cenie będziemy ten produkt sprzedawać, to pojawia się pytanie: ile produktów potrzebujemy sprzedać rocznie, aby pokryć wszystkie koszty (koszty produkcji i koszty ogólne firmy) i osiągnąć dodatnie zero. Oznacza to, ile produktów (naczyni/pokojów/napojów itp.) musisz sprzedać, aby osiągnąć **próg rentowności**.

Istnieje wzór pozwalający łatwo obliczyć próg rentowności. Jeśli znasz cenę produktu (przychód), jeśli znasz swój koszt jednostkowy produktu lub usługi (bezpośrednie koszty materiałów, bezpośrednie koszty pracy, ogólne koszty produkcji i sprzedaży) oraz środki trwałe (wszystkie inwestycje), wzór odbywa się w dwóch etapach:

Krok pierwszy: Przychód - Koszt produkcji/Koszt usługi = Marża

Krok drugi: Środki trwałe / Marża = Próg rentowności

Tak więc w pierwszej części dochodu z produktu odejmowany jest koszt i uzyskiwana marża. Jest to swego rodzaju zysk, jeśli odliczyć wszystkie inwestycje.

Przykład: Kupujesz produkt za 40 euro i sprzedajesz go za 100. W ten sposób otrzymujesz marżę w wysokości 60 euro. W drugiej części wzoru środki trwałe są dzielone według marży, aby zobaczyć, ile marży (produktu) potrzeba na pokrycie kosztów stałych. Wynik to liczba produktów, które muszą zostać sprzedane, aby firma osiągnęła próg rentowności. Poniżej znajduje się przykład.

Przykład. Dochód = 30 Euro

Koszt produkcji = 10 Euro

Środki trwałe = 150 000

Pierwszy krok: Dochód (30) - Koszt (10) = Marża (20)

Krok drugi: Środki trwałe (150 000) / marża (20) = ilość (7500 noclegów)

Sprawdzenie procedury (dla 7500 sprzedanych noclegów):

Dochód = $7500 \times 30 = 225\ 000$

Minus koszt usługi = $7500 \times 10 = 75\ 000$

Minus środki trwałe = 150 000

Zatem $225\ 000 - 75\ 000 - 150\ 000 = 0$

Równanie jest poprawne.

Przepływy pieniężne pokazują cały dochód uzyskany przez firmę i wszystkie wydatki wychodzące z firmy. Przepływy pieniężne pokazują nadwyżkę lub brak pieniędzy (kapitału obrotowego) w ciągu roku. Brak pieniędzy powoduje, że nie jesteśmy w stanie uregulować (spłacić) swoich bieżących zobowiązań (zakup materiałów, wypłata wynagrodzeń itp.).

Dlaczego dobrze jest mieć przepływ gotówki?

- Ujawnia informacje, których nie można zobaczyć w bilansie i rachunku zysków i strat;
- Pokazuje, ile aktualnie posiadasz gotówki;
- Pokazuje, skąd pochodzą pieniądze i na co są wydawane:
 - Działalność operacyjna
 - Działalność inwestycyjna
 - Działalność finansowa

Przykład przepływu środków pieniężnych:

	Styczeń	Luty	Marsz	Kwiecień
Początkowa gotówka	400	350	50	550
Obroty	2500	2000	1500	2700
Wynagrodzenia	1700	1500	1500	1500
Ubezpieczenie	100	100	100	100
Zakupy	600	600	400	600
Księgowość	100	100	100	100
Oprocentowanie	50	30	25	20
Saldo środków pieniężnych	350	50	-550	-50

Rachunek zysków i strat lub bilans

Celem bilansu jest określenie rentowności Twojej firmy. Wskaźnik ten jest sumą wszystkich wcześniejszych planów i obliczeń. Wyjaśnijmy krótko pozycje rachunku zysków i strat.

Odejmując koszty produkcji (plan kosztów bezpośrednich i płac bezpośrednich) od przychodów ze sprzedaży (plan sprzedaży) otrzymasz zysk brutto. Jeśli odejmiesz koszty sprzedaży i koszty administracyjne (plan kosztów S&A) od zysku brutto, otrzymasz dochód operacyjny netto. Odejmując koszty odsetek od dochodu operacyjnego netto, uzyskasz zysk przed opodatkowaniem. Jeśli odejmiesz podatek dochodowy (różnicę się w zależności od kraju) od zysku przed opodatkowaniem, otrzymasz zysk netto. To rzeczywisty zysk, który pozostaje w firmie.

Menedżer w branży HoReCa musi być w stanie monitorować, a nawet śledzić przychody i wydatki, aby móc ocenić rentowność swojego biznesu w ciągu tygodnia, miesiąca i roku.

2. Monitorowanie wydatków

Codziennie rejestrowanie wydatków zapewnia świadomość finansową przez cały rok, a nie tylko w sezonie podatkowym. Wiedza o tym, na co idą pieniądze firmy i ile wydajesz na określone usługi, może poprawić Twoje nawyki wydawania pieniędzy. Ponadto będziesz mieć lepszy pogląd na to, gdzie możesz przeznaczyć pieniądze, aby pozytywnie wpłynąć na przepływ środków pieniężnych.

Jako menedżer musisz codziennie monitorować wydatki, aby mieć jasny obraz wydatków w podziale na produkty/usługi i móc je porównać z przychodami z tego samego produktu/usługi.