



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Τ.Ε.Ι ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**Θ ρόλος των προμηθειών
στη σωστή λειτουργία
των επισιτιστικών επιχειρήσεων**



**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:
ΖΑΧΑΡΙΑΣ ΤΖΩΡΑΚΟΛΕΥΘΕΡΑΚΗΣ**

**ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΣ:
ΜΑΝΩΛΗΣ ΓΑΪΤΑΝΑΣ**

Ο ρόλος των προμηθειών
στη σωστή λειτουργία
των επισιτιστικών επιχειρήσεων

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος ορισμός προμηθειών

σελ. 3

Κεφ.1 Έρευνα αγοράς και προμήθειες

- 1.2 Έρευνα αγοράς και επισιτιστικός τομέας
- 1.3 Διαμόρφωση του προϊόντος του επισιτιστικού τομέα

σελ. 4

σελ. 4

σελ. 5

Κεφ.2 Οργάνωση τμήματος προμηθειών

- 2.1 Αρμοδιότητες διευθυντή προμηθειών
- 2.2 Καθήκοντα του υπεύθυνου παραλαβών

σελ. 5

σελ. 5

σελ. 5

Κεφ.3 Διαδικασίες προμηθειών

- 3.1 Οι αγορές στο ξενοδοχείο
- 3.2 Τα βασικά στάδια του κύκλου αγορών
- 3.3 STANDING ORDER

σελ. 6

σελ. 6

σελ. 6

σελ. 7

Κεφ.4 Τεχνικές αγορών που έχουν επίδραση στην αποθήκη

- 4.1 Η μέθοδος PAR STOCK
- 4.2 Σύμφωνα με το προσφερόμενο μενού
- 4.3 Αγορές αλλοιώσιμων προϊόντων
- 4.4 Αγορές μη αλλοιώσιμων προϊόντων

σελ. 8

σελ. 8

σελ. 8

σελ. 8

σελ. 8

Κεφ.5 Παραγγελία -Τεχνική παραγγελίας

- 5.1 Ο καθορισμός των ποσοτήτων στην παραγγελία

σελ. 9

σελ. 9

Κεφ.6 Παραλαβή

- 6.1 Βασικές αρχές στη διαδικασία παραλαβής
- 6.2 Ικανό προσωπικό
- 6.3 Προδιαγραφές
- 6.4 Ωράριο
- 6.5 Ευκολίες και μηχανήματα
- 6.6 Εγκαταστάσεις υγιεινής
- 6.7 Έντυπα παραλαβών
- 6.8 Σφράγιση των εμπορευμάτων
- 6.9 Τιμολόγηση των εμπορευμάτων
- 6.10 Τυφλή παραλαβή

σελ. 10

σελ. 10

σελ. 10

σελ. 10

σελ. 10

σελ. 10

σελ. 20

σελ. 20

σελ. 22

σελ. 25

σελ. 25

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- 6.11 Πιστωτικά σημειώματα
- 6.12 Σημεία που απαιτούν προσοχή κατά την παραλαβή
- 6.13 Διαδικασία παραλαβών

σελ. ~~12~~
σελ. ~~26~~
σελ. ~~27~~

Κεφ.7 Αποθήκευση

- 7.1 Αποφυγή αλλοιώσεων στα εμπορεύματα
- 7.2 Μερικές αιτίες που προκαλούν φθορές στα τρόφιμα
- 7.3 Περί ψυγείων και καταψύξεων

σελ. ~~28~~ 12
σελ. ~~13~~
σελ. ~~33~~
σελ. ~~34~~

Κεφ.8 Λειτουργία αποθήκης

- 8.1 Έντυπα - διαδικασίες
- 8.2 Αναλώσιμο υλικό
- 8.3 Μη αναλώσιμο υλικό
- 8.4 Καρτέλες αποθήκης αναλώσιμου υλικού
- 8.5 Καταστροφή εμπορευμάτων

σελ. ~~34~~
σελ. ~~34~~
σελ. ~~43~~
σελ. ~~43~~
σελ. ~~43~~
σελ. ~~48~~

Κεφ.9 Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής στις προμήθειες

- 9.1 Ο γραμμωτός κώδικας (BAR CODE)
- 9.2 Το BAR CODE στην Ελλάδα

σελ. ~~44~~
σελ. ~~48~~
σελ. ~~48~~

Κεφ. 10 Ο εξοπλισμός των επισιτιστικών τμημάτων

- 10.1 Εξοπλισμός εστιατορίου
- 10.2 Τα έπιπλα
- 10.3 Τα επιτραπέζια σκεύη
- 10.4 Ο ιματισμός
- 10.5 Ο φωτισμός

σελ. ~~48~~
σελ. ~~48~~
σελ. ~~48~~
σελ. ~~50~~
σελ. ~~51~~
σελ. ~~52~~

Κεφ.11 Εξοπλισμός μπαρ

σελ. ~~61~~

Κεφ.12 Η μηχανογράφηση των χώρων μαζικής εστίασης προϋποθέσεις για μια αποδοτική επένδυση

- 12.1 Η εφαρμογή της μηχανογράφησης
- 12.2 Πλεονεκτήματα της μηχανογράφησης

σελ. ~~64~~
σελ. ~~65~~ 24
σελ. ~~65~~

Βιβλιογραφία

σελ. 67

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Αναφερόμενοι στις προμήθειες, προσπαθούμε να αναλύσουμε έναν όρο ο οποίος περιλαμβάνει διαφορετικές έννοιες για κάθε άτομο ξεχωριστά. Η εργασία που ακολουθεί θα προσπαθήσει να αναλύσει τον όρο «προμήθειες» και το ρόλο τους στη σωστή λειτουργία των επισιτιστικών επιχειρήσεων.

Ειδικότερα θα αναφερθεί στο ρόλο των προμηθειών σε μια οργανωμένη ξενοδοχειακή μονάδα όπου ένας βασικότατος κλάδος εκμετάλλευσής της αποτελεί το επισιτιστικό της τμήμα. Προμήθειες ορίζεται η λειτουργία που αφορά την έρευνα αγοράς, επιλογή, αγορά, παραλαβή, αποθήκευση και την τελική χρησιμοποίηση-διάθεση των προϊόντων, σύμφωνα με την πολιτική της διεύθυνσης επισιτιστικών τμημάτων της επιχείρησης.

Με τον όρο προμήθειες στην ξενοδοχειακή βιομηχανία αναφερόμαστε στην όλη διαδικασία η οποία καταλήγει στην αγορά κάποιου αγαθού. Η διαδικασία αναλύεται στην ανάγκη, την διαδικασία εντοπισμού, την επιλογή των προμηθευτών, την διαπραγμάτευση των τιμών και την εξασφάλιση μιας επαρκούς προμήθειας.

Ο όρος προμήθειες αποτελεί επίσης μια διαδικασία η οποία εκτυλίσσεται μετά την αγορά και περιλαμβάνει την παραλαβή του προϊόντος, την αποθήκευσή του και τη σωστή διατήρησή του έως ότου καταναλωθεί. Αναφερόμενοι λοιπόν σε προμήθειες επισιτιστικής επιχείρησης θα ασχοληθούμε με προμήθειες τροφίμων και ποτών.

Η διαδικασία – ανάγκη προμήθειας έως και διάθεση προς κατανάλωση – θα πρέπει να γίνει με σωστό τρόπο από την επιχείρηση για να έχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα που είναι το όσο το δυνατό μεγαλύτερο κέρδος του συγκεκριμένου κλάδου εκμετάλλευσής. Δυστυχώς όμως, για πολλά διευθυντικά στελέχη ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, οι προμήθειες αντιμετωπίζονται ως δραστηριότητα δευτερεύοντος σημασίας που απλά εξασφαλίζει μια επαρκή προμήθεια αγαθών.

Στην ουσία οι προμήθειες είναι κάτι πολύ περισσότερο από αυτό. Είναι η δυνατότητα που παρουσιάζεται στην ξενοδοχειακή επιχείρηση να αυξήσει τα κέρδη της από τα τμήματα του μπαρ και πολύ περισσότερο του εστιατορίου της, αποφεύγοντας κάθε φύσεως σπατάλη που πιθανή αμέλεια θα επιφέρει. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μόνο με τη σωστή και οργανωμένη συνεργασία τόσο της διεύθυνσής όσο και των αρμοδίων υπευθύνων υπαλλήλων του συγκεκριμένου τμήματος.

Καθοριστικός παράγοντας στην επιβίωση και περαιτέρω ανάπτυξη μιας επιχείρησης, είτε αυτή περιλαμβάνει και άλλους κλάδους εκμετάλλευσής εκτός των επισιτιστικών είτε όχι, είναι η ικανοποίηση των πελατών με όλα τα επακόλουθα που θα έχει αυτό όπως καλή φήμη και καθιέρωση στη συνείδηση των. Από αυτό και μόνο μπορούμε να καταλάβουμε την αναγκαιότητα ενός τμήματος προμηθειών – αποθήκης να λειτουργεί όσο το δυνατόν ορθολογικά με άξονα το συμφέρον της τουριστικής επιχείρησης.

ΚΕΦ.1 ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ

1.1 Γενικά

Η σπουδαιότητα των προμηθειών σε μια επιχειρησιακή επιχείρηση καθιστά απαραίτητη την παρουσία υπευθύνου στον τομέα αυτό. Στην πράξη ελάχιστες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν στη σύνθεσή τους προσωπικό αυτής της ειδικότητας. Ιδιαίτερα μικρής και μεσαίας δυναμικότητας δεν αντέχουν το οικονομικό κόστος αυτού.

Οι επιχειρηματίες και διευθυντές των μονάδων θεωρούν την διαδικασία των προμηθειών εύκολη και μικρής σημασίας με αποτέλεσμα να την διεκπεραιώνουν οι ίδιοι. Μια ξενοδοχειακή μονάδα είναι επιχείρηση κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Η αναγκαιότητα υπευθύνου προμηθειών σε μια τέτοια επιχείρηση και οι ορθολογικές του ενέργειες μπορούν να επιφέρουν το επιθυμητό αποτέλεσμα στον επιχειρησιακό τομέα που είναι το μεγαλύτερο δυνατό κέρδος.

Για τις σύγχρονες μονάδες ο κύριος ρόλος της έρευνας είναι η εξεύρεση μέσων και μέτρων προσαρμοσμένων στις αγορές προμηθειών και ιδιαίτερα στις αγορές πωλήσεων (άρα της ζήτησης). Επιπλέον αυτά τα μέτρα και μέσα πρέπει να έχουν την ικανότητα να λαμβάνουν τέτοια μορφή και δομή, ώστε να επηρεάζουν αποτελεσματικά τις αγορές.

Για να ανταποκριθεί όμως η επιχείρηση στις απαιτήσεις της αγοράς και για να λάβει αποφάσεις για την τουριστική προσφορά, τη ζήτηση, την εξυπηρέτηση πελατών, την ανταγωνιστικότητα της, τον εμπλουτισμό των προϊόντων της κ.α.π. χρειάζεται κατάλληλες πληροφορίες. Για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, που δημιουργούνται και λειτουργούν κάτω από τις συχνά μεταβαλλόμενες συνθήκες της προσφοράς και ζήτησης, που επιπλέον οι αγορές τους επηρεάζονται ιδιαίτερα έντονα από φυσικά, οικολογικά, πολιτικά, τεχνολογικά και κοινωνικά φαινόμενα, οι πληροφορίες αποτελούν τη βάση αυτής της ίδιας της ύπαρξης τους. Χωρίς κατάλληλες πληροφορίες δεν μπορεί να καταστρωθεί κανένας επιχειρησιακός προγραμματισμός, δεν είναι δυνατή η λήψη ορθολογικών αποφάσεων και, κατά συνέπεια, είναι ανέφικτος ο καθορισμός επιχειρησιακών στόχων.

Η συμβολή της έρευνας συνίσταται στην ανακάλυψη και εξασφάλιση σημαντικών πληροφοριών οι οποίες παρέχουν στη διοίκηση ουσιαστική βοήθεια για μια καλύτερη αξιολόγηση των πιθανών εναλλακτικών λύσεων. Άρα συμπεραίνουμε ότι ο υπεύθυνος προμηθειών κάθε επιχειρησιακής μονάδας θα πρέπει να έχει επαρκείς γνώσεις σε θέματα μάρκετινγκ ούτως ώστε να κρίνει για το καλό της επιχείρησης. Για τη λήψη τελικών αποφάσεων λόγου χάριν, στον επιχειρησιακό τομέα, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη πολλοί παράμετροι όπως το μέγεθος της μονάδας, η τοποθεσία του, η ποιότητα των πελατών στους οποίους απευθύνεται κάθε φορά και ούτω καθεξής.

Το ερώτημα που αφορά στις αγορές, όπου η επιχείρηση πρέπει και μπορεί να δράσει, είναι συνδεδεμένο με τα αγαθά και τις υπηρεσίες που αυτή προσφέρει. Η επιχείρηση πετυχαί-

νει τον παραγωγικό της στόχο, όταν η προσφορά της σε είδος, ποιότητα, ποσότητα και τιμές ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της αγοράς και συνεπώς απορροφάται. Διαφαίνεται έτσι το βασικό πρόβλημα για τον καθαρισμό της προσφοράς μιας επιχείρησης έγκειται στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που αφενός ικανοποιούν συγκεκριμένες ανάγκες και αφετέρου ανταποκρίνονται σε ορισμένες λειτουργίες, οικονομικές και αισθητικές απαιτήσεις των καταναλωτών.

1.2 Έρευνα αγοράς και επιχειρησιακός τομέας

Μετά τον τομέα διαμονής, το δεύτερο σημαντικό συνθετικό στοιχείο του ξενοδοχειακού προϊόντος είναι ο τομέας επισιτισμού (Food and Beverage), δηλαδή τρόφιμα και ποτά. Πολλά ξενοδοχεία των τουριστικών τόπων, αλλά και των αστικών κέντρων της χώρας, δεν αξιοποιούν καθόλου ή δεν αξιοποιούν ορθολογικά τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι λειτουργίες αυτού το τομέα. Ορισμένες μάλιστα μονάδες προχωρούν ακόμα πιο πέρα κι όχι μόνο δε δίνουν καμία προσοχή στον επιχειρησιακό τομέα, αλλά τον θεωρούν ως αναπόφευκτο κακό.

Στις μικρομεσαίες μονάδες επικρατεί ακόμα η αντίληψη που, τη δεκαετία του '60, είχε υπαγορευτεί στους Έλληνες ξενοδόχους από τους ξένους τουρ οπερέιτορ. Πως τάχα ο λόγος ύπαρξης ενός ξενοδοχείου είναι η προσφορά καταλύματος και, κάτω από ορισμένες προϋπόθεσης, η προσφορά πρωινού γεύματος. Ακόμα και αν δεχτούμε ότι η αντίληψη αυτή διαμορφώθηκε με βάση τις ανάγκες της τότε ζήτησης, σήμερα δεν είναι δυνατόν να πιστεύουμε ότι υπάρχουν λόγοι οι οποίοι συνηγορούν στη διατήρησή τους. Αντίθετα η καθημερινή ξενοδοχειακή πρακτική και οι έρευνες τουριστικής ζήτησης οδηγούν στο συμπέρασμα πως η εποχή όπου ο πελάτης – τουρίστας ζητούσε μόνο κλίνη και πρωινό έχει περάσει.

Εξάλλου: η ξενοδοχειακή βιομηχανία, όταν βλέπει να μειώνονται οι πληρότητές της, πρέπει να είναι ικανή να βρει νέους δρόμους, για να μπορέσει να επιβιώσει. Σε ότι αφορά στην επιχειρησιακή προσφορά, το μεγαλύτερο δυναμικό βρίσκεται στον τομέα της εστιατορικής, δηλ. στο εστιατόριο και στις ειδικές εκδηλώσεις (banquet), στην αστική και παραδοσιακή κουζίνα. Με άλλα λόγια, σ' αυτό που εν συντομία αποκαλούμε F and B (Food and Beverage). Στη διαπίστωση αυτή είναι εξαιρετικά υψηλή αποδοτικότητα, καθώς και η ντόπια και ξένη παραδοσιακή κουζίνα που βρίσκουν ιδιαίτερη απήχηση στις προτιμήσεις της ξενοδοχειακής πελατείας.

Η πιο σημαντική όμως διαπίστωση σχετικά με τον τομέα του επισιτισμού είναι αυτή που αφορά στο ξενοδοχειακό προϊόν και στο οικονομικό αποτέλεσμα της επιχείρησης. Έχει αποδεχτεί ότι οι πελάτες των ελληνικών ξενοδοχείων, ιδιαίτερα οι αλλοδαποί, αντιλαμβάνονται το ξενοδοχειακό προϊόν σαν μια ενιαία προσφορά. Άσχετα με το πόσα χρήματα δαπάνησαν για την «αγορά» του προϊόντος, θεωρούν αδιανόητο να υπάρχουν ποι-

οτικές διαφορές σ' αυτήν την ενιαία προσφορά, π.χ. καλό και ευχάριστο κατάλυμα αλλά «φτωχικό» πρωινό ή αγενές προσωπικό. Έτσι απαιτούν το ποιοτικώς καλό κατάλυμα να συνοδεύεται και από ποιοτικώς καλό γεύμα, καλές υπηρεσίες, καλούς εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους, καλές υπηρεσίες, καλούς εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους, καλές πρόσθετες εξυπηρετήσεις. Απαιτούν δηλαδή μια ποιοτική και ποσοτική αναλογία των στοιχείων που συνθέτουν την ξενοδοχειακή προσφορά, το ξενοδοχειακό προϊόν.

Η επιβεβαίωση αυτής της διαπίστωσης προκύπτει τόσο από τις διάφορες ενδοεπιχειρησιακές έρευνες των μονάδων όσο και από τα σχετικά παράπονα των πελατών και των τουρ οπερέιτορ προς τους αρμόδιους κρατικούς φορείς. Ήταν δε και είναι τα παράπονα αυτά τέτοιου μεγάλου πλήθους και τόσο έντονα, ώστε από το γεγονός αυτό να κινδυνεύει η εικόνα του ελληνικού τουρισμού και η ποιοτική ταυτότητα της ξενοδοχίας μας.

1.3 Διαμόρφωση του προϊόντος του επισιτιστικού τομέα

Η διαμόρφωση της προσφοράς του επισιτιστικού τομέα είναι από τα πιο ενδιαφέροντα αλλά και τα πιο δύσκολα καθήκοντα της πολιτικής του μάρκετινγκ. Ο κατάλογος των δραστηριοτήτων στο χώρο του επισιτισμού αρχίζει από την έρευνα των ανταγωνιστών, συνεχίζει με τον προγραμματισμό της προσφοράς εδεσμάτων και ποτών, προχωράει με την προτυποποίηση των συνταγών παρασκευής και των οδηγιών σερβιρίσματος, και τελειώνει με τη διαμόρφωση της πολιτικής τιμών και των συγκεκριμένων μέτρων για την προώθηση των πωλήσεων.

Η πολιτική προϊόντος πρέπει να ελέγχεται διαρκώς, διότι οι προδιαγραφές και η ποιότητα στον επισιτιστικό τομέα εξαρτι-

ούνται από τον ανελλιπή και προγραμματισμένο έλεγχο. Στον επισιτιστικό τομέα διαμορφώνεται ένα ευρύτατο πεδίο για τη λήψη εναλλακτικών αποφάσεων σχετικά με τη σύνθεση της προσφερόμενης συλλογής προϊόντος. Το γενικό επίπεδο της συνολικής προσφοράς του ξενοδοχείου επηρεάζει αποφασιστικά τη διαμόρφωση της συλλογής προϊόντος του επισιτιστικού τομέα.

Η συμβολή της όλης διαδικασίας των προμηθειών στη σωστή επιλογή και παρουσίαση του επισιτιστικού προϊόντος είναι καθοριστική.

Από ένα καλά οργανωμένο και με ορθολογική λειτουργία εστιατόριο πηγάζουν εξαιρετικά θετικές επιδράσεις για το κύρος και τη φήμη ολόκληρης της μονάδας.

Πράγματι στον κλάδο επιβεβαιώνεται καθημερινά πως όταν το μαγειρείο και το εστιατόριο μιας μονάδας αναγνωρίζονται από τους πελάτες για την υψηλή ποιότητας προσφορά τους, τότε η φήμη τους επηρεάζει θετικά την όλη φήμη του ξενοδοχείου.

Σήμερα οι ξενοδοχειακοί διευθυντές συνειδητοποιούν ότι οι εξοικονομήσεις που πραγματοποιούνται στο τμήμα προμηθειών είναι χρήματα που πέφτουν κατευθείαν στα τελικά αποτελέσματα, χωρίς κανένα σχετικό κόστος. Το να κάνουμε οικονομία δεν είναι κάτι δύσκολο. Δύσκολο είναι να δημιουργήσουμε ένα αποτελεσματικό κόστος χρησιμοποιώντας μια προκαθορισμένη τακτική.

Οι προμήθειες των ξενοδοχείων απαιτούν πολύ περισσότερα από την απολαβή τριών προσφορών και τη διαπραγμάτευση της χαμηλότερης τιμής. Ο πιο σωστός ορισμός της προμήθειας, θα ήταν «αγορά του κατάλληλου προϊόντος, στην κατάλληλη τιμή, την κατάλληλη ώρα».

ΚΕΦ. 2 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Απαραίτητη προϋπόθεση για τη σωστή λειτουργία οποιουδήποτε κλάδου εκμετάλλευσης μιας ξενοδοχειακής μονάδας, ανεξαρτήτου μεγέθους, είναι η οργάνωση. Η οργάνωση στο τμήμα προμηθειών ξεκινάει από τη διεύθυνση της μονάδας η οποία το έχει τροφοδοτήσει με τα κατάλληλα άτομα που στο καθένα έχει ανατεθεί συγκεκριμένος ρόλος.

Το τμήμα προμηθειών του επισιτιστικού τομέα μπορεί να οργανωθεί σε δύο βασικούς τομείς:

A. τον διοικητικό τομέα που αποτελείται από την τιμολόγηση, την επιλογή του προμηθευτή και την αγορά των προϊόντων τα οποία είναι αγαθά που αγοράζονται για άμεση χρήση ή αποθήκευση.

B. τον τομέα παραλαβής όπου τα ξενοδοχειακά αγαθά τοποθετούνται στην αποθήκη του τμήματος ή στέλνονται απευθείας στα τμήματα ή τον πελάτη.

Ο αριθμός των ατόμων που απαρτίζουν το τμήμα των προμηθειών εξαρτάται από το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας.

Η σύνθεση του προσωπικού του τμήματος προμηθειών μπορεί να είναι ως εξής:

■ Υπεύθυνος ή διευθυντής προμηθειών (Purchasing manager)

■ Υπεύθυνος παραλαβών (Receiving officer)

■ Υπεύθυνος αποθήκης ή αποθηκάριος (Storing officer)

Το μεγάλο μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας και οι αυξημένες ανάγκες και λειτουργίες της επιτρέπουν επιπλέον εξειδικευμένο προσωπικό όπως: διευθυντής τροφίμων και ποτών, οικονομικός διευθυντής, διευθυντής αγορών, βοηθητικό προσωπικό αποθήκης. Το προσωπικό του τμήματος προμηθειών πρέπει να χαρακτηρίζεται από ήθος, εντιμότητα, επαγγελματισμό και αλληλοσυνεργασία. Είναι σημαντικό για το διευθυντή προμηθειών να αναπτύξει στενές σχέσεις συνεργασίας με όλους τους συναδέλφους του τμήματος. Οι σχέσεις αυτές θα πρέπει να επιδεικνύουν εμπιστοσύνη, σιγουριά στην κρίση, και ακεραιότητα.

Η επιλογή όμως του κατάλληλου προσωπικού από την επι-

χείρηση δεν είναι καθόλου εύκολο έργο. Θα πρέπει πρώτα απ' όλα να συγκεκριμενοποιηθούν οι ανάγκες της μονάδας σε προσωπικό για το συγκεκριμένο τμήμα. Αφού καθορισθεί ο αριθμός των ατόμων που χρειάζονται, καθώς και ο καθορισμός των αρμοδιοτήτων τους σειρά έχει η προσέλκυση υποψηφίων υπαλλήλων, η αξιολόγησή τους και τέλος η επιλογή των καταλληλότερων.

2.1 Αρμοδιότητες διευθυντή προμηθειών

Είναι φυσικό ότι, τα καθήκοντα του υπευθύνου των προμηθειών, διαφέρουν από επιχείρηση σε επιχείρηση, βασικά όμως σε μια οργανωμένη ξενοδοχειακή μονάδα θα μπορούσε να περιλαμβάνονται τα παρακάτω:

- Επιθεώρηση των τροφίμων και ποτών καθώς περιλαμβάνονται από το ξενοδοχείο. Αυτό περιλαμβάνει την απόρριψη των λανθασμένων ή κατωτέρων προϊόντων και επαφή με τον προμηθευτή για επανόρθωση ή τον καθορισμό μιας άλλης πηγής, αν κάτι τέτοιο είναι αναγκαίο.

- Παρακολούθηση καθημερινής συνάντησης με το σεφ, τους σερβιτόρους και εξέταση των υλικών που θα χρησιμοποιηθούν για κάθε εκδήλωση, τα μενού, και τον αριθμό των ατόμων που θα συμμετέχουν.

- Απογραφή όλων των υπαρχόντων στοιχείων για να καθοριστούν οι ανάγκες της επόμενης μέρας.

- Επιλογή προμηθευτών, αποστολή παραγγελιών και έλεγχος των παραγγελιών που εκκρεμούν να παραληφθούν.

2.2 Καθήκοντα του υπεύθυνου παραλαβών

Τα βασικότερα καθήκοντα του υπευθύνου παραλαβών είναι τα εξής:

- Έλεγχος της ποσότητας – ποιότητας - τιμής όλων των προϊόντων που εισέρχονται στην επιχείρηση.

- Ασφαλή και γρήγορη διανομή των προϊόντων στους αποθηκευτικούς χώρους.

- Έγκαιρη διαβίβαση των εντύπων και λοιπών στοιχείων στα τμήματα λογιστηρίου, ελέγχου και αποθήκης.

ΚΕΦ. 3 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Πρακτικά για να πραγματοποιηθούν οι προμήθειες πρέπει να γίνουν ορισμένες ενέργειες και διαδικασίες. Αυτές οι ενέργειες και διαδικασίες, περιλαμβάνουν τέσσερις φάσεις που είναι:

- I. Η απόφαση για την αγορά ενός προϊόντος.
- II. Η παραγγελία του προϊόντος.
- III. Η παραλαβή του.
- IV. Η αποθήκευσή του.

3.1 Οι αγορές στο ξενοδοχείο

Η πραγματοποίηση μιας αγοράς απαιτεί ορισμένες διαδικασίες που σκοπό έχουν να αποκτήσει η επιχείρηση υψηλής ποιότητας τρόφιμα και ποτά, σε καθορισμένες προδιαγραφές, όσο και στις χαμηλότερες δυνατές τιμές.

Για να εκτελεστούν σωστά οι διαδικασίες των αγορών, πρέπει να υπάρχουν τρεις βασικές προϋποθέσεις. Αυτές είναι:

1. Ύπαρξη ικανού υπευθύνου αγορών
2. Ύπαρξη προτύπων με προδιαγραφές ποιότητας.
3. Ύπαρξη αποτελεσματικών μεθόδων και διαδικασιών αγοράς.

Ο υπεύθυνος αγορών, δηλαδή το άτομο που θα έχει ως αντικείμενο τον εφοδιασμό της επιχείρησης με διάφορα προϊόντα και γενικότερα θα έχει την επαφή με την αγορά πρέπει να έχει πάντα κατά νου τα εξής:

- Τον προμηθευτή που θα έρθει σε επαφή ανάλογα με την περίοδο του έτους

- Τη γνώση των επιθυμητών και ανεπιθύμητων χαρακτηριστικών των προϊόντων ούτως ώστε στη δεύτερη περίπτωση να

χρησιμοποιηθούν εναλλακτικές λύσεις

- Τη γνώση των αποθηκευτικών δυνατοτήτων της επιχείρησης όπου μια αγορά μεγάλης ποσότητας σε ικανοποιητική τιμή μπορεί να αποθηκευτεί.

- Την επίδραση του χρόνου πάνω σε κάθε προϊόν με αποτέλεσμα τις όσο το δυνατόν λιγότερες φθορές.

- Την απόδοση των προϊόντων που αποσκοπεί στον προγραμματισμό της αρχικής αγοράς.

- Τον τρόπο παρασκευής των φαγητών.

- Τις προδιαγραφές των αγορών που αποτελεί τρόπο ελέγχου του υπευθύνου αγορών από τη διεύθυνση της επιχείρησης.

3.2 Τα βασικά στάδια του κύκλου αγορών

Στον κύκλο αγορών υπάρχουν τα εξής βασικά στάδια:

Η αναγνώριση της ανάγκης για αγορά.

Γενικά την αρμοδιότητα για την κάλυψη της ανάγκης για αγορά, την έχουν οι προϊστάμενοι των διαφόρων τμημάτων.

Προετοιμασία προδιαγραφών αγορών.

Όπου είναι πρακτικά δυνατόν, συνίσταται να υπάρχουν προδιαγραφές ή αν όχι να ετοιμασθούν για τα προϊόντα εκείνα που καλύπτουν ένα μεγάλο μέρος των δαπανών της επιχείρησης. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα των αγορών είναι:

A. Βοηθούν αυτούς που προετοιμάζουν τις προδιαγραφές να

σκεφθούν ποιες είναι οι πραγματικές ποιοτικές ανάγκες.

B. Μειώνουν τις προστριβές με τους προμηθευτές γιατί δεν αφήνουν αμφιβολίες πάνω στη ζητούμενη ποιότητα.

C. Μειώνουν το χρόνο περιγραφής της ποιότητας των προϊόντων που αγοράζονται με υψηλή συχνότητα.

D. Επιτρέπουν ανταγωνιστικές προσφορές από τους προμηθευτές

E. Βοηθούν τον υπεύθυνο παραλαβών στον έλεγχο της ποιότητας των παραλαμβανομένων προϊόντων.

■ Επιλογή προμηθευτών

Υπάρχουν διάφοροι τύποι προμηθευτών όπως κατασκευαστές, χονδρέμποροι, λιανοπωλητές, τοπικοί παραγωγοί, κτηνοτρόφοι και γεωργοί. Υπάρχει επίσης και ένας αριθμός τρόπων διακανονισμού στην αγορά των προϊόντων.

■ Ανταγωνιστική ή ανοικτή αγορά

Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση έρχεται με διάφορους τρόπους σε επαφή με προμηθευτές και επιλέγει αυτούς που προσφέρουν την απαιτούμενη ποιότητα σε καλύτερη τιμή. Με τον τρόπο αυτό, πραγματοποιούνται συνήθως οι αγορές στην ξενοδοχειακή βιομηχανία.

■ Αγορές μια πηγής

Πραγματοποιείται κυρίως στην περίπτωση που ένα προϊόν είναι μοναδικό και υπάρχει ένας μόνο προμηθευτής που το διακινεί. Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση έχει μικρό έλεγχο πάνω στο κόστος του προϊόντος.

■ Αγορές με συμβόλαιο

Ο τρόπος αυτός κυρίως χρησιμοποιείται σε αγορές μεγάλων ποσοτήτων που θα παραληφθούν σταδιακά και σε σχετικά μεγάλη χρονική περίοδο.

■ Αγορές με σφραγισμένες προσφορές

Συνήθως από μεγάλους οργανισμούς κυρίως κρατικούς, χρησιμοποιείται ο τρόπος αυτός. Δίνονται προδιαγραφές των ζητούμενων προϊόντων ή υπηρεσιών στη δημοσιότητα. Οι διάφοροι προμηθευτές στέλνουν τις προσφορές τους σε σφραγισμένους φακέλους και η επιχείρηση αποφασίζει τελικά με ποιόν προμηθευτή θα συνεργασθεί.

■ Μέθοδος κόστους

Στην περίπτωση αυτή γίνεται ένας διακανονισμός μεταξύ του προμηθευτή και της επιχείρησης όπου ο προμηθευτής απλά

προσθέτει ένα ποσοστό πάνω στο κόστος του. Αυτή η μέθοδος εφαρμόζεται σε περιπτώσεις που μια επιχείρηση αποφασίζει να αγοράζει όλα τα εμπορεύματα από τον ίδιο προμηθευτή. Στην περίπτωση αυτή η τιμή αγοράς είναι χαμηλότερη από ότι αν αγόραζε η επιχείρηση με διαφορετικό τρόπο.

■ Αγορές μιας στάσης

Η μέθοδος αυτή εφαρμόζεται κυρίως στην περίπτωση όπου μια επιχείρηση αποφασίζει να προμηθευτεί όλα τα προϊόντα ενός ιδιαίτερου τύπου από ένα προμηθευτή, π.χ. τα είδη καθαριότητας.

■ Αγορές σε συνεργασία

Αυτό συμβαίνει όταν μια ομάδα επιχειρήσεων αποφασίζει να κάνει τις αγορές της από κοινού. Το κέρδος στην περίπτωση αυτή είναι οι μειωμένες τιμές, λόγω των μεγάλων ποσοτήτων που θα παραγγέλνονται.

■ Αγορές με διαπραγμάτευση

Είναι οι αγορές όπου ο αγοραστής και ο προμηθευτής συμφωνούν πάνω στην ποιότητα και στην τιμή μετά από διαπραγματεύσεις. Για τον αγοραστή είναι σημαντικές οι διαπραγματεύσεις, γιατί αλλιώς δεν θα πετύχει την τιμή και την ποιότητα που θέλει.

3.3 STANDING ORDER

Ονομάζεται ο διακανονισμός με τον προμηθευτή, ώστε να προμηθεύει την επιχείρηση με μια προκαθορισμένη ποσότητα σε ημερήσια ή άλλη περιοδική βάση.

Υπάρχουν δύο περιπτώσεις STANDING ORDER. Στην πρώτη περίπτωση ο προμηθευτής φέρνει σε ημερήσια βάση μια προκαθορισμένη ποσότητα. Αυτή η ποσότητα θα μένει η ίδια μέχρι να υπάρξει ανάγκη για αναπροσαρμογή της.

Στη δεύτερη περίπτωση, ο προμηθευτής είναι υποχρεωμένος να συμπληρώνει το στοκ ενός συγκεκριμένου προϊόντος μέχρις ενός προκαθορισμένου επιπέδου ασφαλείας. Αυτά τα στοκ ασφαλείας καθορίζονται από την επιχείρηση και παρακολουθούνται με έντυπα ελέγχου του PAR STOCK (στοκ ασφαλείας) για να αποφεύγονται οι υπερβάσεις ή ελλείψεις.

Επειδή μια ξενοδοχειακή επιχείρηση αναλαμβάνει διάφορες εκδηλώσεις υπάρχει ανάγκη αναπροσαρμογής των STANDING ORDERS για την αντιμετώπιση αυτών των διακυμάνσεων. Ένας τρόπος για να γίνει αυτό είναι η διατήρηση ενός ελάχιστου PAR STOCK για κάθε είδος και σε ημερήσια βάση η συμπλήρωση με την παραγγελία των πρόσθετων αναγκών. Στην περίπτωση αυτή, η καλή εσωτερική επικοινωνία είναι απαραίτητη.

ΚΕΦ.4 ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΩΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΠΟΘΗΚΗ

Δύο τεχνικές αγορών έχουν μεγάλη επίδραση στις ποσότητες αποθήκευσης. Αυτές οι τεχνικές είναι οι ακόλουθες:

4.1 Η μέθοδος του PAR STOCK

Με τη μέθοδο αυτή ο υπεύθυνος των αγορών πρέπει να διατηρεί υψηλές ποσότητες ορισμένων ειδών κυρίως κονσερβοποιημένων και ξερών προϊόντων όπως αλεύρι, αλάτι, ζάχαρη, τοματοπελτέ, μαγιονέζα, κονσερβοποιημένα φρούτα, ξερά κρεμμύδια, κονσερβοποιημένα λαχανικά, γάλα σε σκόνη, καρυκεύματα, ζωμούς και βάσεις για σούπες, μακαρόνια κ.λ.π.

Αποτέλεσμα είναι ο υπεύθυνος να δίνει παραγγελίες για τα προϊόντα αυτά με μεγάλη συχνότητα, να απαιτείται μεγάλο χώρο αποθήκευσης ξερών τροφίμων και να δεσμεύονται μεγάλα ποσά σε αποθέματα τροφίμων. Τα πλεονεκτήματα όμως είναι ότι η επιχείρηση σπάνια έχει έλλειψη των βασικών ειδών και ότι μπορεί να κάνει μεγάλες αγορές που το αποτέλεσμά τους είναι η δυνατότητα χαμηλότερου κόστους.

4.2 Σύμφωνα με το προσφερόμενο MENU

Αυτή η μέθοδος δεν διατηρεί PAR STOCK για περισσότερα είδη, αλλά βασίζεται στην ακριβή ποσότητα που χρειάζεται η επιχείρηση για την παρασκευή ενός MENU για ένα προβλεπόμενο ύψος πωλήσεων.

Για παράδειγμα στο MENU υπάρχουν πατάτες και χρειάζονται

60 κιλά για τις επόμενες 2 μέρες. Ο υπεύθυνος αγορών παραγγέλνει 70 κιλά.

Τα παραπάνω κιλά παρέχουν κάποια ασφάλεια σε περίπτωση λάθους στην πρόβλεψη. Και με αυτή πάντως τη μέθοδο, ορισμένα είδη παραγγέλλονται σύμφωνα με τη μέθοδο PAR STOCK, όπως στην περίπτωση της ζάχαρης, του τοματοπελτέ και άλλων. Γενικά τα προϊόντα χωρίζονται σε αλλοιώσιμα και μη αλλοιώσιμα και αντιμετωπίζονται χωριστά σύμφωνα με την αποθηκευτική τους ζωή.

4.3 Αγορές αλλοιώσιμων προϊόντων

Εφόσον οι αγορές των αλλοιώσιμων προϊόντων συνθιζείται να πραγματοποιούνται σε ημερήσια βάση, συνίσταται ένα μόνιμο σύστημα συνεχούς προμήθειά τους, μια μόνο παραγγελία, που θα πραγματοποιείται περιοδικά και όταν υπάρχει ανάγκη. Οι αγορές αυτές έχουν εφαρμογή στα γαλακτοκομικά, στα είδη αρτοποιίας, στα φρέσκα φρούτα και στα φρέσκα λαχανικά.

4.4 Αγορές μη αλλοιώσιμων προϊόντων

Οι αγορές των προϊόντων αυτών είναι πιο απλές διότι δεν απαιτείται να παραγγέλλονται σε ημερήσια βάση. Οι παραγγελίες μπορεί να γίνονται μια φορά την εβδομάδα ή μια φορά κάθε δύο εβδομάδες.

ΚΕΦ.5 ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ – ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

Κάθε τμήμα της επιχείρησης και συγκεκριμένα μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης, έχει την ανάγκη διαφόρων υλικών για να ολοκληρώσει την αποστολή του. Απαιτούνται π.χ διάφορα είδη εντύπων για τις υπηρεσίες λογιστηρίου υποδοχής και άλλων τμημάτων, είδη ιματισμού και καθαρισμού κ.λ.π. για το τμήμα ορόφων, τρόφιμα, ποτά, είδη καθαρισμού για τα τμήματα κουζίνας και μπαρ.

Το τμήμα για να προμηθεύει τα είδη που έχει ανάγκη, απευθύνεται στην υπηρεσία προμηθειών, από την οποία ζητά ότι χρειάζεται. Φυσικό είναι πολλές φορές να μην διαθέτει η υπη-

ρεσία ότι ζητείται. Έτσι απευθύνεται σε διάφορους προμηθευτές για την αγορά των ειδών. Επειδή υπάρχει περίπτωση, ίδια είδη να ζητούνται από διαφορετικά τμήματα, η υπηρεσία προμηθειών ομαδοποιεί τα είδη που ζητούνται και συντάσσει ένα έντυπο που ονομάζεται δελτίο παραγγελίας.

Η υπηρεσία προμηθειών ζητά οι παραγγελίες από τα τμήματα εστίασης και μπαρ να είναι έγγραφες για να αποφεύγονται τυχόν επαναλήψεις. Έτσι ο προγραμματισμός των αγορών γίνεται ευκολότερα. Προς διευκόλυνση των τμημάτων γραμμογραφείται τύπος εντύπου που έχει την ακόλουθη μορφή:

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΑΛΦΑ ΒΟΛΟΣ		No.....1..... ΒΟΛΟΣ	
ΑΙΤΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΥΛΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ			
A/A	ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
Ο ΑΙΤΩΝ			

Η επιχείρηση πρέπει να έχει πάντα κατά νου, ότι η χρήση σταθερών προδιαγραφών είναι απαραίτητη για να γίνονται καλές και σωστές αγορές. Με την ύπαρξη σταθερών προδιαγραφών οι προμηθευτές γνωρίζουν πολύ καλά την ποιότητα και ποσότητα προϊόντος για το οποίο κάνουν την προσφορά τους. Σημειώνεται ότι οι προσφορές όλων των προμηθευτών θα αναφέρονται σε ένα και μόνο συγκεκριμένο προϊόν.

Οι προδιαγραφές πρέπει να λαμβάνονται υπ όψιν και κατά την παραλαβή των εμπορευμάτων.

Για να αποδίδει όμως το σύστημα των προδιαγραφών πρέπει οι προδιαγραφές:

- Να ορίζονται από κάθε επιχείρηση με τέτοιο τρόπο ώστε να ικανοποιούν τις ανάγκες της.
- Να είναι γνωστές στον αγοραστή, στον προμηθευτή και στον υπάλληλο των παραλαβών.

Συμπερασματικά, κάθε επιχείρηση έχει επιθυμία για μεγάλες παραγγελίες με στόχο να πετύχει καλύτερες τιμές. Όμως η πολιτική αυτή των επιχειρήσεων είναι λανθασμένη διότι:

- Έχει μεγάλα έξοδα αποθήκευσης
- Προκαλούνται μεγάλες απώλειες (φύρες)
- Δεσμεύει κεφάλαια

Βέβαια μπορεί να υπάρξουν μερικές περιπτώσεις όπου πρέπει να αγοραστούν μεγάλες ποσότητες τροφίμων. Αυτή όμως η κίνηση δεν πρέπει να αποτελεί κανόνα.

Για την πρόβλεψη των ποσοτήτων που πρέπει να αγορασθεί υπάρχουν πολλοί τρόποι. Οι βιομηχανίες π.χ. που έχουν μεγάλα αποθέματα υλικών, χρησιμοποιούν παραδεκτούς μαθηματικούς τύπους για να υπολογίσουν τις αγορές τους.

Τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια δεν είναι σκόπιμο να ασχολούνται με μαθηματικούς τύπους αφού οι αγορές τους είναι γενικά μικρές. Ο βασικός τρόπος που χρησιμοποιείται στις επιχειρήσεις αυτές είναι τόσο η εμπειρία του παρελθόντος όσο και η πρόβλεψη των πωλήσεων. Η χρήση των κυκλικών μενού έχει αποδειχθεί η καλύτερη τακτική για τον εύκολο προσδιορισμό των απαιτήσεων σε τρόφιμα.

5.1 Ο ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΟΣΟΤΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ

Για να προβεί μια επιχείρηση σε ορθολογικά προκαθορισμένες αγορές υλικών για την δημιουργία εδεσμάτων, πρέπει πρώτα να υπολογισθούν οι απαιτούμενες ποσότητες για την παραγωγή της μιας μερίδας για το κάθε προσφερόμενο είδος.

Δυνατόν) για τα άλλα είδη μπορεί και πρέπει να καταρτίζεται πρόγραμμα αγορών και παραγωγής για μια ή δύο εβδομάδες.

Για να είναι εύκολος ο προγραμματισμός των ποσοτήτων των ακατέργαστων υλικών (ωμών) πρέπει να υπάρχει:

1. Τυποποίηση των μερίδων (π.χ βάρος, τεμάχια)
2. Τυποποίηση των συνταγών μαγειρικής
3. Τυποποίηση των συνοδευτικών (γαρνιτούρες)
4. Τυποποίηση των τρόπων σερβιρίσματος

Ο καθορισμός των ακατέργαστων υλικών που απαιτούνται για την παρασκευή των μερίδων των διαφόρων παρασκευασμάτων, σπάνια παρουσιάζει δυσκολίες μια και τόσο οι αγορανομικές διατάξεις της χώρας όσο και η πρακτική στον τουριστικό κλάδο έχουν διαμορφώσει ειδικούς πίνακες στους οποίους δίνονται συνήθως οι ανάλογες ποσότητες για την παρασκευή ή δημιουργία 10 μερίδων.

Παράδειγμα Πίνακα Ποσοτήτων

ΕΙΔΟΣ	ΚΑΘΑΡΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΜΙΚΤΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΓΙΑ 10 ΜΕΡΙΔΕΣ
Μπριζόλα χοιρινή	180 γραμμάρια	2,5 κιλά
Εσκαλόπ	160 γραμμάρια	2 κιλά
Κοτόπουλο	½ τεμάχια	5 κιλά
Σαλάτα	200 γραμμάρια	2 κιλά
Φράουλα	200 γραμμάρια	2 κιλά
Παγωτό	170 γραμμάρια	2 κιλά

ΚΕΦ.6 ΠΑΡΑΛΑΒΗ

Γενικά η παραλαβή των εμπορευμάτων περιλαμβάνει τον έλεγχο της ποιότητας και ποσότητας ως και το μέγεθος των εισερχόμενων εμπορευμάτων. Επιπλέον ελέγχεται η ταυτότητα των τιμών του τιμολογίου μετά του δελτίου παραγγελιών, όπως και η τήρηση των προδιαγραφών.

Το άτομο ή η ομάδα που ασχολείται με τις παραλαβές, επιπρόσθετο έργο έχει, την σφράγιση των παραλαβών όπως και την αναγραφή της ημερομηνίας παραλαβής. Επιπλέον προωθεί τα εμπορεύματα στα ψυγεία και αποθήκες πριν καθούν ή χαλάσουν. Η καλή λειτουργία της παραλαβής εξασφαλίζει την επιχείρηση από ελεεινοβαρή και άχρηστα εμπορεύματα.

6.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ

Κατά την διαδικασία της παραλαβής των εμπορευμάτων, υπάρχουν ορισμένες αξές οι οποίες είναι:

1. Ικανό προσωπικό
2. Προδιαγραφές
3. Ωράριο
4. Ευκολίες και μηχανήματα
5. Εγκαταστάσεις υγιεινής

6.2 Ικανό προσωπικό

Το προσωπικό που θα ασχολείται με τις παραλαβές πρέπει να είναι ενημερωμένο με τον τρόπο που λειτουργεί η αγορά, να είναι έξυπνο, έντιμο και κυρίως να έχει ενδιαφέρον. Σε μικρή επιχείρηση και ειδικότερα σε επισιτιστική ή ξενοδοχειακή, τις παραλαβές μπορεί να τις πραγματοποιεί ένας υπάλληλος που θα βοηθείται από κάποιον με εξειδικευμένες γνώσεις, που στη συγκεκριμένη περίπτωση μπορεί να είναι ο CHEF ή ο Διευθυντής. Αυτή η κατάσταση εμφανίζεται σε περιπτώσεις αγορών κρεάτων ψαριών και πουλερικών που αντιπροσωπεύουν το 50% του συνολικού κόστους των αγορών στα τρόφιμα.

6.3 Προδιαγραφές

Το άτομο που θα παραλαμβάνει τα διάφορα εμπορεύματα πρέπει πάντα να γνωρίζει τι ακριβώς θα παραλαμβάνει, τόσο σε είδος όσο και σε ποσότητα και ποιότητα. Πρέπει το άτομο αυτό να μη δέχεται να υπογράψει έγγραφα τα οποία θα βεβαιώνουν ότι, παρέλαβε είδος που δεν ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της επιχείρησης. Εάν δεν στέλνεται και αντίγραφο του δελτίου παραγγελιών στην παραλαβή, τότε η εργασία αυτή θα γίνεται ευκολότερα αφού θα γνωρίζει ο υπάλληλος τι είδη πρέπει να παραλάβει.

6.4 Ωράριο

Καλό είναι οι προμηθευτές μετά από προειδοποίηση από την επιχείρηση να κάνουν τις αποστολές των εμπορευμάτων τους σε ορισμένες ώρες, για να αποφεύγονται συνωστισμοί σε περίπτωση που γίνεται παραλαβή από διαφορετικούς προμηθευτές συγχρόνως. Και αυτό, διότι με βιαστικούς οδηγούς που

ζητούν να φύγουν γρήγορα για να πάνε σε άλλους πελάτες, μπορεί ο υπάλληλος στις παραλαβές να πιέζεται, να μη κάνει σωστά τη δουλειά του, με αποτέλεσμα να εισέρχονται στην αποθήκη εμπορεύματα ανεξέλεγκτα.

6.5 Ευκολίες και μηχανήματα

Για να πραγματοποιούνται σωστά οι παραλαβές, πρέπει βασικά να υπάρχει κατάλληλος χώρος. Ιδανική περίπτωση θεωρείται, όταν ο χώρος των παραλαβών βρίσκεται κοντά στις αποθήκες και τα ψυγεία διότι αποφεύγεται η μετακίνηση των εμπορευμάτων σε μεγάλες αποστάσεις για την αποθήκευσή τους.

Στις περισσότερες όμως περιπτώσεις και ειδικότερα σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μέσου μεγέθους, ο χώρος παραλαβής των εμπορευμάτων είναι και χώρος εισόδου του προσωπικού ή και χώρος αποθηκείωσης των σκουπιδιών. Στη περίπτωση αυτή, απαιτείται οπωσδήποτε μια σωστή οργάνωση του χώρου.

Το τμήμα παραλαβών για να εκπληρώσει την αποστολή του, χρειάζεται και ένα κατάλληλο εξοπλισμό. Απαραίτητα εργαλεία και μηχανήματα είναι οι πλάστιγγες. Άριστες, θεωρούνται αυτές που έχουν την ιδιότητα να τυπώνουν το βάρος, στο πίσω μέρος του συνοδευτικού των εμπορευμάτων παραστατικού εγγράφου, που μπορεί να είναι κυρίως, τιμολόγιο ή δελτίο αποστολής. Με τον τρόπο αυτό περιορίζονται οι αμφιβολίες σχετικά με το πραγματικό βάρος των εισαγόμενων εμπορευμάτων. Απαραίτητα επίσης και τα διάφορα εργαλεία για το άνοιγμα των κιβωτιών ως και όλων των πακεταρισμένων προϊόντων, για να ελεγχθούν.

Απαραίτητα επίσης θεωρούνται ένα υπερυψωμένο επίπεδο (ράμπα), για το ξεφόρτωμα των φορτηγών αυτοκινήτων όπως και καρτσάκια για τη μεταφορά των εμπορευμάτων στις διάφορες αποθήκες.

Χρήσιμο επίσης θεωρείται να υπάρχει στο χώρο των παραλαβών και ένα μικρό φωτοτυπικό μηχάνημα για την έκδοση αντιγράφων από τα διάφορα συνοδευτικά έγγραφα των παραλαμβανόμενων εμπορευμάτων. Τα αντίγραφα προωθούνται για έλεγχο στο λογιστήριο, στην αποθήκη και όπου αλλού απαιτείται.

6.6 Εγκαταστάσεις υγιεινής

Ο χώρος των παραλαβών πρέπει να έχει την ανάλογη διάταξη ώστε να μπορεί να καθαρίζεται συχνά, όπως λάστιχο με αντίστοιχη παροχή και αποχέτευση του νερού.

Επίσης η χρησιμοποίηση μυγοπαγιδών κρίνεται απαραίτητη όπως απαραίτητη είναι και η χρήση εντομοκτόνων για την καταπολέμηση των ζυυφίων.

6.7 Έντυπα παραλαβών

Το πιο βασικό έντυπο στις παραλαβές είναι το έντυπο καθημερινής αναφοράς ή DAILY REPORT του υπαλλήλου παραλαβών. Από το έντυπο αυτό, λαμβάνονται ακριβείς πληροφορίες για όλα τα εμπορεύματα που εισέρχονται στην επιχείρηση, την

ημερομηνία παραλαβής τους, το όνομα του προμηθευτή, την ποσότητα, το βάρος και την τιμή. Οι πληροφορίες αυτές είναι απαραίτητες για την επαλήθευση και πληρωμή λογαριασμών. Οι τελευταίες τρεις στήλες που φέρουν τον τίτλο ημερολόγιο διανομής των αγορών δείχνουν πόσα από τα τρόφιμα προωθήθηκαν κατευθείαν προς την κουζίνα, πόσα προς τις αποθήκες καυσίμων κλπ. Η τρίτη δείχνει εισαγωγές άλλων ειδών πλην τροφίμων.

DAILY REPORT ΠΑΡΑΛΑΒΩΝ			
ΠΟΣΟΤΗΣ ΜΟΝ.	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΤΙΜΗ ΜΟΝ.	ΠΟΣΟ

6.8 Σφράγιση των Εμπορευμάτων

Σε μία σωστά οργανωμένη επιχείρηση, σε όλα τα είδη των τροφίμων πρέπει να σημειώνεται η ημερομηνία. Αυτό εξυπηρετεί στο ότι θα προωθούνται στα τμήματα πρώτα τα πιο παλαιά είδη και μετά τα νεώτερα.

Ειδικότερα στα κρέατα, χρησιμοποιείται μια μικρή καρτέλα, που δένεται επάνω σε κάθε κομμάτι ή κιβώτιο κρέατος που μπαίνει στην αποθήκη ενός ξενοδοχείου ή επισιτιστικής επιχείρησης. Η καρτέλα χωρίζεται σε δύο μέρη. Το κάθε ένα μέρος (μισό), έχει χώρο για έναν αριθμό, για την ημερομηνία, για το όνομα του προμηθευτή το είδος του τεμαχίου, το βάρος του ως και την τιμή του ανά κιλό. Στην πράξη γίνεται η εξής διαδικασία.

1. Συμπληρώνεται και τα δύο μέρη της καρτέλας για κάθε τεμάχιο ή κουτί κρέατος ή ψαριών
2. Το πρώτο μισό της καρτέλας επικολλάτε στο παραληφθέν εμπόρευμα.
3. Το δεύτερο μισό αποστέλλεται στην υπηρεσία ελέγχου.
4. Οι καρτέλες αφαιρούνται από τα διάφορα κομμάτια όταν αυτά προωθηθούν προς την κουζίνα, και στέλνονται στον έλεγχο όπου αθροίζονται για να προσδιορισθεί το κόστος του κρέατος της ημέρας.
5. Ο έλεγχος βρίσκει τα αντίστοιχα μισά των καρτελών και τις ακυρώνει. Με τις χρησιμοποιούμενες κάρτες που παραμένουν στον έλεγχο, είναι γνωστό σε κάθε στιγμή τι ποσότητες κρέατος πρέπει να υπάρχουν στα ψυγεία της αποθήκης. Εάν το κρέας δεν υπάρχει στην αποθήκη, τότε έχει χαθεί, ή εξήχθηκε χωρίς να χρεωθεί.

	<p style="text-align: right;">ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ</p> <p>.....</p> <p>ΕΙΔΟΣ.....</p> <p>ΒΑΡΟΣ.....</p> <p>ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ.....</p> <p>ΗΜΕΡΟΜ. ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ.....</p> <p>No.....</p>
	<p>ΒΑΡΟΣ.....</p> <p>No.....</p>

Τα πλεονεκτήματα της χρήσεως των καρτελών κρέατος είναι τα εξής:

1. Ο υπάλληλος της παραλαβής επειδή πρέπει να συμπληρώσει τις καρτέλες πρέπει να ζυγίζει κάθε κομμάτι κρέατος που παραλαμβάνει.
2. Αφού σε κάθε κομμάτι είναι γραμμένο το βάρος του, δεν χρειάζεται να ξαναζυγισθεί όταν προωθείται προς την κουζίνα.
3. Είναι ευκολότερο να προσδιορισθεί το ημερήσιο κόστος του κρέατος.
4. Προσδιορίζονται αμέσως διάφορα ελλείμματα, ή εξαφάνισεις κομματιών, από τις καρτέλες που πλεονάζουν στο τμήμα ελέγχου.
5. Γίνεται πιο εύκολα η απογραφή σε ποσότητα και χρήμα.
6. Η ημερομηνία στην καρτέλα, διευκολύνει τη προώθηση των παλαιότερων κομματιών στην κατανάλωση.
7. Το όνομα του προμηθευτή στην καρτέλα, δείχνει αμέσως την πηγή απ' όπου αγοράσθηκε, αν για κάποιο λόγο χρειάζεται αυτή η πληροφορία.

6.9 Τιμολόγηση των εμπορευμάτων

Μερικές επιχειρήσεις τυπώνουν τις τιμές των εμπορευμάτων σε κάθε πακέτο ή κιβώτιο που εισάγεται στις αποθήκες όπως ακριβώς και στα SUPER MARKETS. Με τον τρόπο διευκολύνουν τις απογραφές και συγχρόνως κάνουν τους υπαλλήλους τους περισσότερο συνειδητούς. Και αυτό διότι όταν ο υπάλληλος γνωρίζει τι κοστίζει αυτό που χρησιμοποιεί, το εκτιμά πια όχι σαν απλό εμπόρευμα, αλλά σαν κάτι που έχει αξία.

6.10 Τυφλή παραλαβή

Μερικές επιχειρήσεις ακολουθούν μία διαφορετική τακτική. Ζητούν από τους προμηθευτές να στέλνουν τα τιμολόγια κατευθείαν στο λογιστήριο ή στον έλεγχο και τα εμπόρευμα να αποστέλλονται με ένα συνοδευτικό έντυπο όπου αναφέρονται μόνο τα είδη. Έτσι ο υπάλληλος της παραλαβής, αναγκάζεται να κάνει σωστή δουλειά, ώστε να ενημερώσει σωστά τον έλεγχο για τις παραλαμβανόμενες ποσότητες. Ο έλεγχος μετά, κάνει σύγκριση των τιμολογίων με το DAILY REPORT της παραλαβής.

6.11 Πιστωτικά σημειώματα

Πολλές φορές εμπορεύματα φθάνουν ελλιποβαρή ή είναι κατώτερης ποιότητας από ότι παραγγέλθηκαν. Στις περιπτώσεις αυτές πρέπει να εκδίδεται πιστωτικό σημείωμα. Το πιστωτικό αυτό σημείωμα συντάσσεται εις τριπλούν. Ένα αντίγραφο συνοδεύει το τιμολόγιο που στέλνεται στο λογιστήριο ή έλεγχο, ένα δεύτερο προωθείται προς τον προμηθευτή ενώ το τρίτο παραμένει στο στέλεχος, στο τμήμα παραλαβών.

Στο πιστωτικό σημείωμα αναφέρονται, το όνομα του προμηθευτή, ο αριθμός του τιμολογίου, η διαφορά και το ποσό της πίστωσης.

6.12 Σημεία που απαιτούν προσοχή κατά την παραλαβή

Υπάρχουν πολλοί τρόποι όπου κάποιος ασυνείδητος, μπορεί να τους χρησιμοποιήσει και να κλέψει μια επιχείρηση π.χ

1. Αφαίρεση από τα εμπορεύματα ή τις κλούβες μέρους του περιεχομένου, ενώ οι τιμές κρατούνται σταθερές.
2. Το εμπόρευμα να συσκευάζεται σε έντονη υγρασία ή πάγο, για να γίνεται το ζύγισμα δυσκολότερο και να προστίθεται βάρος.
3. Αποστολή κατώτερης ποιότητας εμπόρευμα, με την ελπίδα ότι θα περάσει απαρατήρητο.
4. Τοποθέτηση εμπορεύματος πρώτης διαλογής στις επάνω σειρές και δεύτερης διαλογής στις κατώτερες.
5. Εμπόρευμα ελλειμματικό στο βάρος
6. Αποστολή της μισής παραγγελίας με ολόκληρο τον λογαριασμό, με παραμέληση της αποστολής και του δεύτερου μέρους.
7. Το κρέας χρεώνεται χωρίς κόκαλο, ενώ το κομμάτι που στέλνεται είναι με κόκαλο.

8. Χρησιμοποίηση βαριάς συσκευασίας.

9. Προσπάθεια να ζυγιστεί όλο το κρέας μαζί κατά την παραλαβή, και όχι κομμάτι – κομμάτι, με την δικαιολογία ότι κερδίζεται χρόνος.

10. Παράδοση εμπορεύματος κατ' ευθείαν στη κουζίνα χωρίς να περάσουν από την παραλαβή.

11. Παράδοση εμπορεύματος κατ' ευθείαν στην αποθήκη χωρίς να περάσουν από την παραλαβή.

6.13 Διαδικασία παραλαβών

Οι παρακάτω διαδικασίες πρέπει να είναι γνωστές σε κάθε ένα, που ασχολείται στο τμήμα παραλαβών.

1. Όλα τα είδη μετριοούνται, ζυγίζονται και μαρκάρονται.
2. Όλα τα κομμάτια κρεάτων, των ψαριών και των πουλερικών ζυγίζονται και ελέγχονται χωριστά. Ετοιμάζονται οι καρτέλες που προσκολλούνται στα κομμάτια.
3. Καφάσια φρούτων και λαχανικών ανοίγονται στην τύχη και ελέγχονται οι ποσότητες και ποιότητες.
4. Όλα τα είδη εξετάζονται ώστε να τηρούνται οι προδιαγραφές.
5. Όλα τα τιμολόγια υπογράφονται και σφραγίζονται από τον υπάλληλο της παραλαβής.
6. Ελέγχονται οι τιμές των τιμολογίων εάν συμφωνούν με αυτές του δελτίου παραγγελιών.
7. Όλα τα εμπορεύματα καταχωρούνται στο DAILY REPORT του υπαλλήλου των παραλαβών.
8. Τίθεται η τιμή μονάδας στο κάθε είδος χωριστά, και μετά τοποθετείται στις αποθήκες.
9. Ελέγχεται σε ανύποπτο χρόνο από το διευθυντή, η διαδικασία των παραλαβών ως και το προσωπικό που απασχολείται.

ΚΕΦ.7 ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ

Ο σκοπός των αποθηκεύσεων είναι η διατήρηση πολλών εμπορευμάτων, με τις λιγότερες απώλειες τόσο από κλοπές όσο και από αλλοιώσεις.

Εάν οι αποθηκευτικοί χώροι διατηρούνται σε καλή κατάσταση και είναι σχεδιασμένοι σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης, τότε η καλή λειτουργία τους είναι εξασφαλισμένη.

Σε ένα καλά σχεδιασμένο ξενοδοχείο, οι αποθήκες τοποθετούνται ανάμεσα στα τμήματα που εξυπηρετούν και δεν χρησιμοποιείται οποιασδήποτε άχρηστη γωνιά του κτιρίου. Κατά τον σχεδιασμό πρέπει ο κατασκευαστής σε συνεργασία με τον αρχιτέκτονα να λάβουν υπ όψιν τους και τα εξής:

1. Να υπάρχει επαρκής χώρος
2. Να εξασφαλίζουν τα εμπορεύματα
3. Να γειτονεύουν με τους χώρους παραλαβή και μαγειρείο.

4. Να έχουν σωστή θερμοκρασία, υγρασία, φωτισμό.
5. Να μπορεί να γίνεται σωστή τοποθέτηση των εμπορευμάτων
6. Να προστατεύεται από τα ποντίκια και τα έντομα.

Ο Διευθυντής του ξενοδοχείου θα πρέπει κατά τη λειτουργία της επιχείρησης:

1. Να επιτρέπει την είσοδο στην αποθήκη μόνο στα άτομα που θα είναι λίγα και ορισμένα.
2. Να απαγορεύει να αφήνονται προσωπικά αντικείμενα των υπαλλήλων πάνω στα ράφια της αποθήκης.
3. Να κλειδώνονται πάντα οι αποθήκες όταν το εξουσιοδοτημένο προσωπικό δεν βρίσκεται εκεί. Ένα κλειδί για έκτακτες περιπτώσεις, θα πρέπει να φυλάγεται σε σφραγισμένο φάκελο, στο γραφείο του διευθυντή.

7.1 ΑΠΟΦΥΓΗ ΑΛΛΟΙΩΣΕΩΝ ΣΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

Υπάρχουν πολλές αιτίες που μπορεί να προκαλέσουν αλλοιώσεις στα τρόφιμα οι οποίες μπορεί να αποφευχθούν όταν οι αποθηκευτικοί χώροι σχεδιασθούν σωστά και κατάλληλα για την εκπλήρωση του σκοπού τους και το προσωπικό που ασχολείται με τις αγορές και αποθηκεύσεις έχει σχετικές γνώσεις.

Όλοι που ασχολούνται, με το αντικείμενο, εφοδιασμός σε ξενοδοχειακή επιχείρηση πρέπει να γνωρίζουν ότι η αντοχή των εμπορευμάτων στην αποθήκευση εξαρτάται:

1. Από την ποιότητα
2. Από την κατάσταση (φρέσκο, κατεψυγμένο, καπνιστό, προπαρασκευασμένο).

3. Από τη μορφή και το μέγεθος.

4. Από τη μεταχείριση

7.2 ΜΕΡΙΚΕΣ ΑΙΤΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΚΑΛΟΥΝ ΦΘΟΡΕΣ ΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

1. Ακατάλληλες θερμοκρασίες αποθήκευσης

Οι περισσότερες επιχειρήσεις, ελέγχουν προσεκτικά τις θερμοκρασίες των ψυγείων και των καταψύξεων. Όμως και στους άλλους αποθηκευτικούς χώρους πρέπει να ελέγχεται η θερμοκρασία και η υγρασία.

Πολύ συχνά οι αποθήκες είναι ξερές και ζεστές χώροι που συντελούν σημαντικά στη μείωση της αποθηκευτικής ζωής των εμπορευμάτων π.χ. το λίπος είναι είδος που αλλοιώνεται αρκετά στη ζεστή αποθήκευση. Άλλα είδη πετάνε το σκέπασμά τους, όταν ο αέρας μέσα στην αποθήκη είναι ξερός και ζεστός.

2. Μεγάλη περίοδος αποθήκευσης

Εάν ένα είδος παραμείνει στην αποθήκη για μεγάλο χρονικό διάστημα θα αρχίσει να δείχνει σημάδια φθοράς. Το πιο άσχημο σημάδι είναι η άσχημη μυρωδιά. Η ανακύκλωση των τροφίμων και η τοποθέτηση ετικετών με την ημερομηνία παραλαβής, βοηθά την αποφυγή της αλλοίωσης.

Επίσης η υιοθέτηση του συστήματος F.I.F.O (FIRST IN – FIRST OUT) ή L.I.F.O. (LAST IN – FIRST OUT) βοηθά σε μια συστηματική χρησιμοποίηση των αποθεμάτων.

Απεναντίας η αλλοίωση των ειδών στις καταψύξεις δεν είναι πολύ εμφανής. Το ψωμί π.χ. μπορεί να καταψυχθεί και να διατηρηθεί στους 0°C, μέχρι και ένα χρόνο χωρίς να χάσει τη γεύση του. Είδη όπως το χοιρομέρι, τα λουκάνικα δεν μπορούν να μείνουν κατεψυγμένα παραπάνω από 2-3 εβδομάδες χωρίς να χάσουν τη γεύση τους. Έτσι, λοιπόν αν και δεν αλλοιώνονται επικίνδυνα, δεν πρέπει να προσφέρονται στους πελάτες.

Τρόφιμα σε γυάλινη συσκευασία δεν πρέπει να εκτίθενται σε δυνατό φως, πολύ δε περισσότερο στον ήλιο. Μεγάλα τενεκεδένια ή πλαστικά δοχεία που χρησιμοποιούνται για αποθήκευση μη συσκευασμένων τροφίμων, θα πρέπει απαραίτητα να έχουν σφικτά και καλά καπάκια.

3. Έλλειψη σωστού εξαερισμού

Τα σημάδια του μη σωστού εξαερισμού, είναι εμφανής

στους μικρούς αποθηκευτικούς χώρους, όπου η μυρωδιά είναι έντονη, από την υπερβολική υγρασία.

Αν και από τις συνθήκες αυτές άμεσο αποτέλεσμα δεν είναι η αλλοίωση των ειδών, εν τούτοις ευνοείται η προσέλευση εντόμων και μικροοργανισμών.

Τα περισσότερα επαγγελματικά ψυγεία και καταψύκτες έχουν εξοπλισμό εξαερισμού, όπως πολλές επιχειρήσεις δουλεύοντας με λάθος πρότυπα, στοιβάζουν τα προϊόντα τόσο κοντά μεταξύ τους, ώστε να μην διατίθεται χώρος, στον αέρα να κυκλοφορεί.

4. Αποτυχία στον διαχωρισμό των εμπορευμάτων και προϊόντων

Ο μη διαχωρισμός των εμπορευμάτων βοηθά την μεταφορά των οσμών. Βέβαια δεν προκαλείται κατ'ανάγκη αλλοίωση, αλλά μπορεί να καταστήσει τα προϊόντα ακατάλληλα για πώληση. Έχει γίνει παραδεκτό ότι η σωστή συσκευασία των εμπορευμάτων και προϊόντων, μειώνει την μεταφορά των οσμών.

Αλλά και άλλα προβλήματα μπορεί να δημιουργήσουν προϋποθέσεις για αλλοίωση των προϊόντων. Παράδειγμα η μαγιονέζα, μπορεί να διατηρηθεί στο ψυγείο για μεγάλο χρονικό διάστημα ακόμα και ανοικτή. Αν όμως κάτι προστεθεί, π.χ. ένα κομμάτι τομάτας, θα πραγματοποιηθεί πολύ γρήγορα δημιουργία και πολλαπλασιασμός βακτηριδίων που θα προκαλέσουν την αλλοίωσή της.

Άλλο παράδειγμα είναι όταν, μια καθαρισμένη πατάτα έλθει σε επαφή με χυμό λεμονιού. Αμέσως αλλάζει το χρώμα της. Βέβαια η πατάτα μπορεί να μην αλλοιώνεται, δεν είναι όμως κατάλληλη προς πώληση.

5. Όχι σωστή υγιεινή

Η έλλειψη σωστών τρόπων υγιεινής εκθέτει τα προϊόντα σε βακτηρίδια που πολλές φορές είναι επικίνδυνα στην υγεία. Οι αποθήκες θα πρέπει να καθαρίζονται και σφουγγαρίζονται τακτικά. Μεγάλη προσοχή πρέπει να δίνεται στις απομακρυσμένες γωνίες και στις σκοτεινές περιοχές κάτω από τα ράφια.

6. Καθυστερήση μεταξύ παραλαβής και αποθήκευσης

Όταν παραλαμβάνεται μια παραγγελία ευαίσθητων προϊόντων, η αποθήκευση τους πρέπει να γίνεται αμέσως. Παγωμένα είδη που παραμένουν στο χώρο παραλαβών για πολύ ώρα μπορεί να μην αλλοιωθούν, αλλά οπωσδήποτε αν ξαναψυχθούν θα χάσουν άρωμα και εμφάνιση.

Γενικά η αλλοίωση των προϊόντων μπορεί να αποφευχθεί αν γίνει σωστά η κατασκευή των αποθηκευτικών χώρων και ο προγραμματισμός των αγορών ανάλογα πάντα με τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει κάθε προϊόν.

Συμπερασματικά:

1. Οι αποθηκευτικοί χώροι πρέπει να είναι καθαροί και στεγνοί. Η υγρασία και η βρωμιά, ευνοούν την ύπαρξη εντόμων ως και την ανάπτυξη μικροοργανισμών.

2. Τα εμπορεύματα πρέπει να χρησιμοποιούνται πριν αλλοι-

ωθούν. Σωστή ανακύκλωση των προϊόντων, βοηθά στην αποφυγή αλλοιώσεων. Έτσι οι σωστές τεχνικές αγορών είναι απαραίτητες, διότι αν τα αποθέματα είναι μεγαλύτερα από τις πωλήσεις η κατανάλωση τους είναι αδύνατη.

3. Ο εξοπλισμός να είναι σε καλή κατάσταση. Εάν τα ψυγεία παθαίνουν συνεχώς βλάβες, μπορεί να προκληθούν αλλοιώσεις στα προϊόντα. Αν η κατάψυξη πάθει βλάβη κατά τη διάρκεια της νύχτας τότε οι απώλειες μπορεί να είναι καταστροφικές. Για αυτό το λόγο, πρέπει κάποιος υπάλληλος να παρακολουθεί τη θερμοκρασία και υγρασία των ψυγείων να τις καταγράφει σε ειδικό έντυπο, για την αποφυγή δυσάρεστων εκπλήξεων.

4. Διατήρηση κατάλληλων θερμοκρασιών. Πολλές επιχειρήσεις δίνουν σημασία μόνο στις θερμοκρασίες των ψυγείων και όχι τις θερμοκρασίες των άλλων αποθηκευτικών χώρων. Υψηλές θερμοκρασίες, μπορεί να έχουν καταστροφική επίδραση σε πολλά προϊόντα. Φυσικά, εκτός από την θερμοκρασία πρέπει να ελέγχεται και η σχετική υγρασία των χώρων.

7.3 ΠΕΡΙ ΨΥΓΕΙΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΨΥΞΕΩΝ

Τα ψυγεία είναι απαραίτητα για την αποθήκευση τροφίμων που αλλοιώνονται. Διαχωρίζονται σε κοινά ψυγεία και καταψύξεις. Δε ένα ξενοδοχείο το μέγεθος των ψυγείων και των ψυκτικών θαλάμων εξαρτάται:

1. Από τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης. Εάν δηλαδή

χρησιμοποιεί φρέσκα ή κατεψυγμένα προϊόντα, αγοράζει τεταρτημόρια ή καθαρισμένα τεμάχια κρέατος.

2. Από το μέγεθος της επιχείρησης και από τον αριθμό των σερβιριζομένων γευμάτων.

3. Από την απόσταση της επιχείρησης από την αγορά.

4. Από το είδος των MENU που προσφέρει.

5. Όλα τα ψυγεία και οι καταψύκτες πρέπει να φέρουν εξωτερικά θερμομέτρο και η παρατήρησή του να είναι εύκολη. Καλόν είναι η διαγράμμιση του θερμομέτρου να έχει προειδοποιητική περιοχή με κόκκινο χρώμα.

6. Οι μεγάλες καταψύξεις να έχουν σύστημα συναγερμού που θα σημαίνει, όταν η θερμοκρασία ανεβαίνει πάνω από τους -90 C

7. Οι πόρτες των ψυγείων πρέπει να μένουν ανοικτές όσο το δυνατόν λιγότερο χρόνο, για να διατηρείται η σωστή θερμοκρασία.

8. Πρέπει να διατηρείται κατάσταση των θερμοκρασιών των ψυγείων και των καταψυκτών. Στη κατάσταση αυτή θα σημειώνεται η ημερομηνία, η ώρα, η θερμοκρασία ως και το όνομα του ατόμου που έκανε τον έλεγχο.

9. Οι αριθμοί των τηλεφώνων άμεσης ανάγκης, πρέπει να βρίσκονται έξω από τα ψυγεία και τις καταψύξεις.

10. Όταν το προσωπικό των αποθηκών παρατηρεί όχι σωστή λειτουργία των μοτέρ των ψυγείων και καταψύξεων, πρέπει να ειδοποιεί το τμήμα συντήρησης αμέσως.

ΚΕΦ.8 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΑΠΟΘΗΚΗΣ

Κατά την παραλαβή των εμπορευμάτων γίνεται έλεγχος και το τιμολόγιο ή δελτίο αποστολής που τα συνοδεύει μαζί με το DAILY REPORT του υπαλλήλου των παραλαβών προωθείται στο τμήμα ελέγχου. Μετά τον έλεγχο των τιμών, μπορεί ο προμηθευτής να πληρωθεί και προωθείται στο τιμολόγιο στο λογιστήριο για τον ταμειακό διακανονισμό.

Ενα φωτοαντίγραφο του τιμολογίου στέλνεται στην αποθήκη για την ενημέρωση και των δικών της βιβλίων. Σε μικρή όμως επιχείρηση μπορεί το πρωτότυπο τιμολόγιο να στέλνεται στην αποθήκη και από εκεί στο λογιστήριο ώστε να αποφεύγονται τα αντίγραφα, αλλά σε άλλη με μεγάλο όγκο εμπορευμάτων μία παρόμοια τακτική θα καθυστερούσε πολύ την εξόφληση των τιμολογίων.

8.1 ΕΝΤΥΠΑ – ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

Τιμολόγιο

Σύμφωνα με τη νομοθεσία, κάθε προμηθευτής για το εμπόρευμα που πουλά από την επιχείρηση του (για επαγγελματικούς λόγους), πρέπει να εκδίδει ένα επίσημο έντυπο το οποίο θα είναι θεωρημένο από κρατική υπηρεσία και θα αναφέρει ορισμένα στοιχεία. Το έντυπο αυτό ονομάζεται τιμολόγιο και είναι η πρώτη πηγή για την ενημέρωση της αποθήκης. Μπορεί σε ορισμένες περιπτώσεις να εκδίδει ο προμηθευτής δελτίο αποστολής και αργότερα τιμολόγιο.

Απαραίτητα, στο επάνω μέρος του τιμολογίου πρέπει να υπάρχουν η λέξη ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ, αύξων αριθμός του, ονοματεπώνυμο του προμηθευτή, το ονοματεπώνυμο του αγοραστή με τη διεύθυνσή του και τον αριθμό του φορολογικού του μητρώου ως και την ημερομηνία εκδόσεως. Περιέχει δε τις στήλες : Α) Α/Α Β) Είδος Γ) Ποσότητα Δ) Τιμή μονάδας Ε) Συνολική αξία.

ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΙΚΗ ΕΠΕ

ΣΤΑΔΙΟΥ 45

ΒΟΛΟΣ

No.....

ΒΟΛΟΣ

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ

Όνοματεπώνυμο.....

Διεύθυνση.....

ΑΦΜ.....

Α/Α	ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ

ΣΥΝΟΛΟ.....

ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΕΙΣ.....

ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ.....

Εκδίδεται ένα δελτίο εισαγωγής για κάθε τιμολόγιο, γιατί ουσιαστικά το δελτίο εισαγωγής δεν είναι τίποτε άλλο παρά ένα αντίγραφο του τιμολογίου. Σήμερα πολλές επιχειρήσεις το έχουν καταργήσει και στη θέση του τυπώνουν αντίγραφα τιμολογίων.

Δελτίο εισαγωγής

Τα δελτία εισαγωγής έχουν την παρακάτω μορφή ή σχήμα

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΑΛΦΑ

ΒΟΛΟΣ

No.....

ΔΕΛΤΙΟ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

Τα παρακάτω είδη εισήχθησαν στην αποθήκη τροφίμων με βάση το τιμολόγιο No.....

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΑΞΙΑ
Ο ΑΠΟΘΗΚΑΡΙΟΣ	Ο ΕΛΕΓΚΤΗΣ	ΣΥΝΟΛΟ Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	

Το δελτίο εισαγωγής εκδίδεται εις τριπλούν. Το πρωτότυπο επισυνάπτεται στο τιμολόγιο και διαβιβάζεται στο λογιστήριο, το δευτερότυπο προωθείται προς το τμήμα ελέγχου για έλεγχο ως προς τις τιμές, ποσότητες, αθροίσεις κλπ. Το δε τρίτοτυπο παραμένει στο στέλεχος. (καλό είναι τα πρωτότυπα και δευτερότυπα να έχουν διαφορετικό χρώμα για διευκόλυνση όλων των τμημάτων).

Εάν κατά τον έλεγχο διαπιστωθεί από το τμήμα ελέγχου κάποιο λάθος στις τιμές ή στις αριθμητικές πράξεις τα τμήματα Λογιστήριο και Αποθήκη ενημερώνονται αμέσως.

Κατάσταση δελτίων εισαγωγής μηνός

Από δευτερότυπο του Δελτίου εισαγωγής ενημερώνονται οι καταστάσεις δελτίων εισαγωγής του μήνα οι οποίες παρουσιάζουν την αξία των ειδών που εισήχθησαν στην αποθήκη ανά μήνα, αναλυτικά.

Η κατάσταση αυτή έχει την παρακάτω μορφή.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΕΛΤΙΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ ΜΗΝΟΣ.....			
A/A	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΤΡΟΦΙΜΑ	ΚΑΒΑ

Στο τέλος κάθε μήνα γίνεται αντιπαραβολή των δελτίων εισαγωγής στο τμήμα ελέγχου με τα αντίστοιχα του τμήματος Λογιστηρίου, αθροίζονται τα σύνολα και βρίσκεται η αξία των εισαγωγών της αποθήκης.

Αίτηση προμήθειας

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΑΛΦΑ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ..... ΒΟΛΟΣ No			
ΑΙΤΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ.....			
Παρακαλούμε να χορηγήσετε τα παρακάτω είδη, για τις ανάγκες του τμήματος.			
A/A	ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
Ο ΑΙΤΩΝ		Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	Ο ΕΛΕΓΚΤΗΣ

Η προώθηση των εμπορευμάτων προς τα τμήματα όπου θα χρησιμοποιηθούν γίνεται με βάση την αίτηση προμήθειας ή διατακτική που υποβάλλεται από κάθε τμήμα προς την αποθήκη. Κάθε τμήμα συμπληρώνει την αίτηση προμήθειας εις διπλούν. Αφού

την υπογράψει ο τμηματάρχης, το πρωτότυπο προωθείται στην αποθήκη για την παράδοση των ζητούμενων ειδών. Το έντυπο εκδίδεται εις διπλούν και το πρωτότυπο παραδίδεται στην αποθήκη.

Ο αποθηκάριος ελέγχει να δει αν υπάρχει στην αποθήκη ότι ζητείται. Αν υπάρχουν τα πράγματα που ζητούνται, ο αποθηκάριος τα ετοιμάζει και εκδίδει δελτίο εξαγωγής. Εάν δεν υπάρχουν, προωθεί την αίτηση προμήθειας στο υπεύθυνο παραγγελιών, ο οποίος με βάση τα δελτία προμηθειών και τις προδιαγραφές της επιχείρησης, συντάσσει το δελτίο παραγγελιών για να αρχίσει η διαδικασία της νέας παραγγελίας.

Δελτίο εξαγωγής

Τα είδη που έχουν ζητηθεί, παραδίδονται στο τμήμα με βάση το δελτίο εξαγωγής της αποθήκης στο οποίο αναφέρονται τα είδη που εξήχθησαν αναλυτικά. Το δελτίο αυτό εκδίδεται από την αποθήκη, υπογράφεται από το άτομο που θα παραλάβει τα είδη και για τα οποία θα χρεωθεί, ενώ συγχρόνως ο αποθηκάριος θα πιστωθεί με την ποσότητα και αξία των ειδών που διέθεσε.

Τα δελτία εξαγωγής είναι αριθμημένα και αναφέρουν το τμήμα για το οποίο γίνεται η εξαγωγή ως και ο αριθμός της αιτήσεως του τμήματος. Αναφέρονται τα είδη που εξάγονται σε ποσότητα, τιμή μονάδας και συνολική αξία. Το δελτίο εξαγωγής

εκδίδεται εις τριπλούν. Και τα τρία αντίγραφα υπογράφονται από τον αποθηκάριο και από το άτομο που παραλαμβάνει τα είδη. Το πρώτο αντίγραφο το παίρνει ο τμηματάρχης για το αρχείο του. Το δεύτερο ο έλεγχος και το τρίτο παραμένει στο στέλεχος της αποθήκης για ενημέρωση των καρτελών των εμπορευμάτων.

Στο σημείο αυτό παρουσιάζεται μια δυσκολία όταν αλλάζουν οι τιμές των εμπορευμάτων, όπου ο αποθηκάριος δεν ξέρει με ποια τιμή να συντάξει το δελτίο εξαγωγής. Γι αυτό αποδεικνύεται καλή μέθοδος το μαρκάρισμα των ειδών κατά τη στιγμή της παραλαβής. Εάν οι καρτέλες των κρεάτων χρησιμοποιούνται, τότε δεν χρειάζεται να ξαναζυγισθούν τα κομμάτια, αλλά εξάγονται στην κουζίνα με την τιμή και το βάρος που σημειώνεται στην καρτελίτσα.

Το πρωτότυπο του δελτίου εξαγωγής μαζί με την αίτηση προμήθειας διαβιβάζεται στο λογιστήριο, το δευτερότυπο στο τμήμα ελέγχου ενώ το τριτότυπο παραμένει στο στέλεχος.

Σαν διαπιστωθεί λάθος στο δελτίο εξαγωγής ενημερώνονται τα τμήματα Λογιστήριο και Αποθήκη για να πραγματοποιήσουν τις απαραίτητες διορθώσεις.

Το τμήμα ελέγχου συντάσσει κατάσταση δελτίου εξαγωγής μνήης, που είναι αντίστοιχο του δελτίου εισαγωγής μνήος, και δείχνει το σύνολο των εξαγωγών της αποθήκης σε είδος και αξία σε κάθε στιγμή του μήνα.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΑΛΦΑ
ΒΟΛΟΣ

No.....
Ημερομηνία.....

ΔΕΛΤΙΟ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΑΝΑΛΩΣΙΜΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Τα παρακάτω είδη παρελήφθησαν από το τμήμα..... ως η υπ' αριθμ.....

A/A	ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ

Ο ΑΠΟΘΗΚΑΡΙΟΣ

Ο ΕΛΕΓΚΤΗΣ

Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

8.2 ΑΝΑΛΩΣΙΜΟ ΥΛΙΚΟ

Αναλώσιμο υλικό σύμφωνα με τον νόμο καλείται εκείνο το υλικό που αναλίσκεται δηλαδή καταστρέφεται με την πρώτη χρήση όπως ένα κιλό λάδι εάν χρησιμοποιηθεί για μια παρασκευή θα πάψει μετά να υπάρχει.

Υπάρχουν όμως και είδη τα οποία δεν αχρηστεύονται με την πρώτη χρήση αλλά μετά από πολλές. Τέτοια είναι οι λαμπτήρες, τα είδη καθαρισμού κλπ. Τα οποία και αυτά χαρακτηρίζονται ως αναλώσιμα υλικά.

8.3 ΜΗ ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ ΥΛΙΚΑ

Μη αναλώσιμο υλικό χαρακτηρίζεται εκείνο το υλικό που δεν αναλίσκεται με την πρώτη χρήση, όπως σκεύη εστιατορίου, ιματισμός, εργαλεία κλπ. Το μη αναλώσιμο υλικό πολλές επιχειρήσεις το παρακολουθούν με διαφορετικά έντυπα για περισσότερη ευκολία. Στην αποθήκη π.χ. μπορεί να συναντηθούν έντυπα εισαγωγής και εξαγωγής μη αναλώσιμου υλικού.

8.4 ΚΑΡΤΕΛΕΣ ΑΠΟΘΗΚΗΣ ΑΝΑΛΩΣΙΜΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Απαραίτητο στοιχείο για τη λειτουργία της αποθήκης είναι οι καρτέλες αποθήκης. Είναι κατά κάποιο τρόπο ο καθρέπτης μέσα από την οποία παρακολουθείται κάθε είδος χωριστά.

Σε κάθε στιγμή ο αποθηκάρχος γνωρίζει τι υπόλοιπο εξ απογραφής έχει στην αποθήκη από κάθε είδος, σε τι ποσότητα και σε τι αξία, τι εισαγωγές έχει κάνει, τι εξαγωγές προς τα διάφορα τμήματα ως και τι υπόλοιπο έχει απομείνει.

Οι καρτέλες ενημερώνονται καθημερινά από τα δελτία εισαγωγής και εξαγωγής. Κάθε καρτέλα έχει ένα αριθμό και ο αριθμός αυτός αντιπροσωπεύει και ένα είδος. Τα παντζάρια π.χ. έχουν αριθμό καρτέλας 46, τα μακαρόνια χονδρά 85, τα μακαρόνια κοφτά 77, κ.ο.κ.

Στην αποθήκη αναλώσιμου υλικού υπάρχει το αλφαβητικό ευρετήριο με τα είδη, για άμεση εύρεση της ζητούμενης καρτέλας. Οι καρτέλες όμως στην καρτελοθήκη τοποθετούνται πάντα κατά αύξοντα αριθμό.

Πολλές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για καλύτερη ακόμα διευκόλυνση τους, διαχωρίζουν τις καρτέλες σε ομάδες, με αποτέλεσμα να υπάρχει ομάδα τροφίμων, ομάδα ποτών, ομάδα υλικών καθαριότητας κλπ.

8.5 ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ

Εάν κάποιο εμπόρευμα καταστραφεί από οποιαδήποτε αιτία ή γίνει ακατάλληλο για χρησιμοποίηση, ο αποθηκάρχος συμπληρώνει ένα δελτίο καταστροφής με λεπτομέρειες σχετικές με αυτό το εμπόρευμα ως και το κόστος της καταστροφής. Το δελτίο αποστέλλεται στο λογιστήριο για να γίνει η σχετική πίστωση των εμπορευμάτων. Επειδή δε υπάρχει περίπτωση το δελτίο αυτό να χρησιμοποιείται σαν μέσο εξαπάτησης της επιχείρησης πρέπει πάντα να ζητείται να ελέγχεται το κατεστραμμένο εμπόρευμα.

Σε περίπτωση των ποτών, αρκεί να παρουσιάζεται ο λαιμός των μπουκαλιών με το πάμα άθικτο και η ταϊνία στη θέση της.

ΚΕΦ. 9 Ο ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗΣ ΣΤΙΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ

Είναι κοινή διαπίστωση ότι η τεχνολογική πρόοδος έχει εισβάλει στην ζωή. Εξαιρέση δεν αποτέλεσαν ούτε και οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις όπου η αγορά, παρουσιάζει πολλά προγράμματα για τον Η/Υ με υποστήριξη τόσο του FRONT OFFICE όσο και του BACK OFFICE. Με τα προγράμματα του BACK OFFICE παρακολουθείται με την υποστήριξη του Η/Υ και η λειτουργία της αποθήκης σε επίπεδο παραγγελιών, εισαγωγών, εξαγωγών και διατιθεμένων υπολοίπων ώστε η διεύθυνση ανά πάσα στιγμή να έχει ποσοτικά και οικονομικά στοιχεία.

Το μεγαλύτερο όμως πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι Η/Υ είναι η εισαγωγή στη μνήμη του ενός τεράστιου όγκου πληροφοριών που πρέπει να τον επεξεργασθούν να αν μπορέσουν αυτόματα να δώσουν αξιόπιστα αποτελέσματα. Τα πληροφορολογικά των Η/Υ ικανοποιούν μέχρι ενός σημείου αυτή την ανάγκη. Το σύστημα όμως το γραμμοκώδικα αποτελεί μια εναλλακτική λύση (BAR CODE SYSTEM)

9.1 Ο ΓΡΑΜΜΩΤΟΣ ΚΩΔΙΚΑΣ (BAR CODE)

Σε εισαγόμενα κυρίως προϊόντα τόσο από τις χώρες τις ΕΟΚ όσο και από την Αμερική αλλά τώρα τελευταία και σε Ελληνικά προϊόντα, υπάρχουν κάποιες μαύρες και άσπρες παράλληλες γραμμές διαφορετικού πάχους σε διαφορετικές μεταξύ τους απο-

στάσει. Η αλληλουχία αυτών γραμμών ονομάζεται BAR CODE.

ΤΟ BAR CODE είναι ένας τρόπος κωδικοποίησης κάποιων πληροφοριών ώστε αυτές αφού διαβιβαστούν, με ειδικά μηχανήματα, να εισάγονται αυτόματα μέσα στον Η/Υ. Οι πληροφορίες αυτές DATA που μπορεί να είναι γράμματα ή αριθμοί σχηματίζουν ένα κωδικό. Ο κωδικός αυτός που υπάρχει πάνω σε κάποιος προϊόν μπορεί να πούμε ότι αποτελεί την ταυτότητα τους προϊόντος αυτού.

Έτσι κάθε είδος που έχει κωδικό αριθμό, αποκτά μία ταυτότητα η οποία και το καθιστά μοναδικό σε κάθε σχέση με άλλα συναφή ή διαφορετικά είδη. Παρατηρώντας κάποιος το περιτύλιγμα κάποιου προϊόντος που έχει τέτοιες μαύρες και άσπρες γραμμές, θα δει ότι κάτω από αυτές τις μαύρες και άσπρες γραμμές να υπάρχει ένας 8ψήφιος ή 13ψήφιος αριθμός. Ο αριθμός αυτός που είναι κωδικοποιημένος κατ' αυτό τον τρόπο δηλώνει:

- Την χώρα προέλευσης του προϊόντος
- Την επωνυμία και τα χαρακτηριστικά της κατασκευάστριας εταιρείας.
- Την τιμή του προϊόντος
- Ειδικούς αριθμούς για την αποθήκη, τη δοσοληψία κλπ.

Έτσι είναι δυνατόν ο κωδικός αυτός αριθμός να εισαχθεί

αυτόματα μέσα στον Η/Υ χωρίς τη βοήθεια του πληκτρολογίου. Στην συνέχεια ο Η/Υ επεξεργάζεται με ειδικά προγράμματα, την πληροφορία που παρέχει ο αριθμός αυτός.

Ο γραμμωτός κώδικας έχει ένα πολύ μεγάλο φάσμα εφαρμογών. Οι εφαρμογές χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες. Στις κλασικές και στις ιδιόμορφες ή εξειδικευμένες. Στη λειτουργία π.χ ενός SUPER MARKET το νέο σύστημα κωδικοποίησης (BAR CODE) πρέπει να αντικαταστήσει την ηλεκτρονική μηχανή με Η/Υ, ώστε αυτόματα και χωρίς πληκτρολόγηση να τροφοδοτείται ο Η/Υ, ο οποίος θα πετυχαίνει:

- Ταχύτερη εξυπηρέτηση των πελατών
- Αποφυγή ουράς
- Μεγαλύτερη αξιοπιστία
- Αναλυτικότερη εικόνα της ημερήσιας, μηνιαίας, ετήσιας κινήσεως της επιχείρησης.
- Ολοκληρωμένη εικόνα της αποθήκης σε κάθε στιγμή
- Αυτόματη παραγγελιοληψία (καθορισμός ελάχιστου ΣΤΟΚ)
- Αυτοματοποίηση σε συστήματα λογιστικής, κοστολόγησης γενική εικόνα της επιχείρησης κλπ.

9.2 ΤΟ BAR CODE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα, αντίθετα με ότι συμβαίνει στο εξωτερικό, η διάδοση του BAR CODE άρχισε να γίνεται μετά από καθυστέρηση πολλών ετών.

Υπάρχουν δύο παράλληλες προσπάθειες για προώθηση και εδραίωση του συστήματος αυτού στη χώρα μας. Η πρώτη προσπάθεια με κερδοσκοπικού χαρακτήρα γίνεται από ΕΛΚΕΣΗΠ (Ελληνικό κέντρο σήμανσης προϊόντων). Το κέντρο αυτό διανέμει στους κατασκευαστές των Ελληνικών προϊόντων τους κωδικούς αυτούς αριθμούς, ώστε αυτά να μπορούν να εξάγονται να είναι ανταγωνίσιμα με αντίστοιχα του εξωτερικού. Η δεύτερη προσπάθεια για την προώθηση του BAR CODE γίνεται από εταιρίες που εμπορεύονται μηχανήματα σχετικά με το σύστημα αυτό.

Για να βάλει κάποιος κατασκευαστής κωδικό αριθμό πάνω στα προϊόντα του, πρέπει να γίνει μέλος του ΕΛΚΕΣΗΠ. Από εκεί θα του δοθεί συγκεκριμένος αριθμός 8 ή 13 ψηφίων για να BAR CODE ποιήσει τη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων. Από τα ψηφία αυτά τα δύο πρώτα (για την Ελλάδα 3) συμβολίζουν τη χώρα προέλευσης του προϊόντος. Εάν για παράδειγμα ο κωδικός κάθε προϊόντος (που υπάρχει κάτω ακριβώς από τις παράλληλες μαύρες γραμμές) αρχίζει από 520 τότε το προϊόν είναι Ελληνικό.

ΚΕΦ. 10 Ο ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ

10.1 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ

Ο εξοπλισμός και η ατμόσφαιρα του εστιατορίου είναι η πρώτη εντύπωση που αποκομίζει ο πελάτης, όταν εισέρχεται στο εστιατόριο. Έτσι, η επιλογή του κατάλληλου εξοπλισμού αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα που συντελεί στην επιτυχία του εστιατορίου ως επιχείρησης.

Ο εξοπλισμός του εστιατορίου περιλαμβάνει τα έπιπλα, τον μαγαζιό, τα σκεύη, την όλη διακόσμηση και τον φωτισμό. Η επιλογή του καθορίζεται από :

- τον τύπο των πελατών
- Τα σημεία που θα τοποθετηθούν τα διάφορα είδη του
- Τον αρχιτεκτονικό σχέδιο του χώρου της τραπεζαρίας
- Το είδος του σέρβις που προσφέρεται
- Τα χρήματα που μπορεί να διαθέσει η επιχείρηση

10.2 Τα έπιπλα

Τα έπιπλα του εστιατορίου είναι τα τραπέζια (στρογγυλά, τετράγωνα ή παραλληλόγραμμα), οι σκευοθήκες, τα βοηθητικά σκεύη σερβιρίσματος, τα καθίσματα και διάφορα άλλα.

Τραπέζια

Η τοποθέτησή τους πρέπει να γίνεται σε προκαθορισμένα σημεία, για να υπάρχει πάντα η ωφελιμότερη κάλυψη του διαθέσιμου χώρου.

Τα τραπέζια μπορεί να μην έχουν ίδιες διαστάσεις ή σχήμα,

ώστε να μπορούν να εξυπηρετήσουν παρέες δύο, τεσσάρων, έξι ή και οκτώ ατόμων. Συχνά γίνονται προεκτάσεις (τραπέζια δίπλα το ένα στο άλλο) , ώστε να δημιουργηθούν μεγαλύτερα τραπέζια με ποικιλία σε σχήματα που δίνουν λύσεις σε περιπτώσεις ειδικών συνεστιάσεων ή εκδηλώσεων. Γίνεται αντιληπτό ότι αν τα τραπέζια έχουν τις ίδιες διαστάσεις τότε ελαχιστοποιούνται πολλά λειτουργικά προβλήματα.

Σε πολλές περιπτώσεις και ανάλογα με τη μορφή και τους στόχους της επιχείρησης, η επιφάνεια των τραπεζιών μπορεί να καλύπτεται από πλαστικοποιημένο αφρό και να έχει κολλημένη τσόχα, η οποία είναι ανθεκτική στη φωτιά, έτσι ώστε το τραπέζομάντιλο να μη γλιστρά , όπως θα γλιστρούσε σε ένα γυαλισμένο ξύλινο τραπέζι, ενώ παράλληλα να ελαττώνεται ο ήχος από την πορσελάνη και τα μαχαιροπήρουνα , όταν τοποθετούνται στο τραπέζι. Τα τραπέζια έχουν περίπου τις ακόλουθες διαστάσεις :

- Τραπέζια τετράγωνα για δύο άτομα με πλευρά 0.65 μέτρα
- Τραπέζια τετράγωνα για τέσσερα άτομα με πλευρά 0.9 – 1 μέτρο
- Τραπέζια παραλληλόγραμμα τεσσάρων θέσεων με διαστάσεις 1.20 επί 0.75 μέτρα
- Τραπέζια παραλληλόγραμμα για περισσότερα από τέσσερα άτομα. Για κάθε άτομο υπολογίζεται χώρος 0.75 – 0.8 μέτρα περίπου.
- Τραπέζια στρογγυλά για έξι άτομα με διάμετρο 0.9 μέτρα περίπου.

Σκευοθήκες

Η σκευοθήκη είναι ένα έπιπλο που εξυπηρετεί τον τραπεζοκόμο στο σέρβις. Είναι ένα είδος μπουφέ μέσα στον οποίο τοποθετούνται τα διάφορα σκεύη που είναι απαραίτητα στην καθημερινή λειτουργία του εστιατορίου. Στο επάνω μέρος φέρει συρτάρια μέσα στα οποία υπάρχουν τα μαχαιροπήρουνα, ως εξής :

Πρώτη σειρά

- Πιρούνια κρέατος
- Κουτάλια σούπας
- Μαχαίρια κρέατος
- Πιρούνια φρούτου
- Κουτάλια κονσομέ ή κομπόσας
- Μαχαίρια φρούτου

Δεύτερη σειρά

- Πιρούνια ψαριού
- Μαχαίρια ψαριού
- Διάφορες σπάτουλες
- Διάφορα κουταλάκια γλυκού, παγωτού ή καφέ, καθώς και πιρουνάκια.

Η σειρά με την οποία τοποθετούνται τα μαχαιροπήρουνα μέσα στα συρτάρια είναι αυστηρά λειτουργική και δεν πρέπει να διαφοροποιείται, γιατί ο τραπεζοκόμος αρχίζει πάντα το σέρβις παίρνοντας το πιρούνι κρέατος και το κουτάλι, για να σχηματίσει μια λαβίδα. Είναι κατανοητό ότι δεν τοποθετούνται στα συρτάρια πιρούνια και μαχαίρια ψαριού, αν το εστιατόριο δεν προσφέρει ψάρια. Λειτουργικό στοιχείο επίσης είναι τα συρτάρια να επιτρέπουν την αφαίρεση ενός σκεύους, χωρίς να ανοιγοκλείνουν συνέχεια. Ένα άνοιγμα μπροστά από αυτά δίνει λύση στο μικρά αυτό πρόβλημα. Για την αποφυγή δε των θορύβων, καλό είναι να υπάρχει σε κάθε συρτάρι μια πετσέτα ως επένδυση.

Στο κάτω μέρος η σκευοθήκη πρέπει να φέρει δύο ντουλάπια με ράφια. Αριστερά τοποθετείται ο ιματισμός που χρησιμοποιείται στο εστιατόριο. Δεξιά τοποθετούνται τα διάφορα σκεύη : πιάτα διαφόρων μεγεθών, αλατιέρες, πιπεριέρες, λαδόξιδα, εμφιαλωμένες σάλτσες και ό,τι άλλο είναι απαραίτητο για την εξυπηρέτηση του πελάτη.

Συνίσταται οι πόρτες των ντουλαπιών να είναι συρόμενες και να μη στηρίζονται πάνω σε μντεσέδες, για να μην περιορίζουν τον ελεύθερο χώρο με το περιστροφικό άνοιγμα. Αλλά και ο τραπεζοκόμος εξυπηρετείται καλύτερα σύροντας την πόρτα του ντουλαπιού παρά ανοίγοντας την περιστροφικά.

Στην επάνω επιφάνεια, η οποία είναι πάντα ελεύθερη τοποθετούνται προσωρινά κατά τη διάρκεια του σέρβις διάφορα σκεύη που έρχονται από την κουζίνα (πιατέλες με φαγητά, ψωμιέρες κ.α.) ή όσα σκεύη αφαιρούνται από τα τραπέζια.

Ο αριθμός των επίπλων αυτών πρέπει να είναι ανάλογος με τον αριθμό των τραπεζιών που υπάρχουν στο χώρο του εστιατορίου. Είναι επίσης ουσιαστικό η σκευοθήκη ή ο μπουφές – ή πάσο, όπως λέγεται από πολλούς- να είναι έπιπλο αναλόγου μεγέθους και κυλιόμενο. Για τον αριθμό των σκευοθηκών που

θα χρειαστούν λαμβάνονται υπόψη :

- Το είδος σερβιρίσματος
- Το περιεχόμενο του μενού που προσφέρεται
- Ο αριθμός των σερβιτόρων (αντρών-γυναικών)
- Ο αριθμός των τραπεζιών που πρόκειται να υποστηρίξει η σκευοθήκη
- Η ποσότητα του εξοπλισμού που πρόκειται να φυλάσσεται μέσα σε αυτή

Βοηθητικά σκεύη σερβιρίσματος

Τα βοηθητικά σκεύη σερβιρίσματος είναι μικρά κυλιόμενα τραπέζια με ρόδες. Το ύψος τους είναι αντίστοιχο με το ύψος των τραπεζιών και το μήκος του είναι ίσο με τη διάσταση μιας πλευράς του τραπεζιού. Με τα τραπέζια αυτά μεταφέρονται από την κουζίνα επάνω σε πιατέλες οι παρασκευές που έχουν ζητηθεί. Τοποθετούνται δίπλα στα κανονικά τραπέζια και ακολουθεί το σερβίρισμα των παρακαθήμενων πελατών. Τα βοηθητικά σκεύη κατασκευάζονται σε ποικίλες μορφές, για να υποστηρίξουν τις ανάγκες των προσφερόμενων ειδών. Διατίθενται κυλιόμενα τραπέζια για κρύα ή ζεστά ορεκτικά, για γλυκίσματα, για φλεγόμενες παρασκευές, για μεριδοποίηση ή και τεμαχισμό κρεάτων.

Καθίσματα

Τα καθίσματα διατίθενται σε τεράστια ποικιλία από σχέδια, υλικά και χρώματα, για να προσαρμόζονται σε κάθε ανάγκη και περίπτωση. Οι λειτουργικές διαστάσεις των καθισμάτων είναι οι εξής: ύψος της έδρας από το έδαφος 0.46 μέτρα, ύψος καθίσματος από το έδαφος μέχρι την κορυφή περίπου 1 μέτρο και διαστάσεις της έδρας 0.45 επί 0.45 μέτρα.

Άλλα έπιπλα

Στην κατηγορία των επίπλων υπάγονται και άλλα είδη που δεν έχουν σχέση άμεση με τη λειτουργία του εστιατορίου, συντελούν όμως στην πλήρη εξυπηρέτηση των πελατών του, γιατί υποστηρίζουν την ποιότητα της παροχής των υπηρεσιών. Τέτοια έπιπλα είναι το βεστιαίο και οι κρεμάστρες, οι πίνακες, οι επενδύσεις, τα φωτιστικά, τα κρηοπήγια, τα ανθοδοχεία και άλλα.

10.3 ΤΑ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ ΣΚΕΥΗ

Τα επιτραπέζια σκεύη του εστιατορίου διακρίνονται σε τρεις ομάδες ανάλογα με την πρώτη ύλη από την οποία έχουν κατασκευαστεί. Μπορεί δηλαδή να είναι είτε μεταλλικά είτε από πορσελάνη είτε από γυαλί. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα κυριότερα σκεύη που πρέπει να περιλαμβάνονται στο βασικό εξοπλισμό του εστιατορίου. Σε περιπτώσεις που προσφέρονται ειδικά εδέσματα (π.χ. αστακοί, καθούρια, σαλιγκάρια, κ.τ.λ.) είναι ευνόητο ότι κατά το σερβίρισμα πρέπει να υπάρχουν και τα αντίστοιχα ειδικά μεταλλικά σκεύη.

A) κυριότερα μεταλλικά σκεύη

- Πιατέλες οβάλ και στρόγγυλες
- Δίσκοι σερβιρίσματος και μεταφοράς διαφόρων διαστάσεων
- Καφετιέρες, τσαγιέρες, γαλατιέρες

- Ζαχαριέρες, βουτυριέρες, μαρμελαδιέρες
- Κάδοι για τον πάγο, ρεσό, θήκες για οδοντογλυφίδες
- Σπάτουλες για το σερβίρισμα
- Μαχαίρια, πιρούνια, κουτάλια (κρέατος, ψαριού, γλυκού, φρούτου)
- Σουπιέρες

Β) κυριότερα πορσελάνινα σκεύη

- Πιάτα διαφόρων μεγεθών
- Σαλατιέρες
- Πιατέλες οβάλ και στρόγγυλες
- Φλιτζάνια και πιατάκια
- Καφετιέρες, τσαγιέρες, γαλατιέρες
- Ζαχαριέρες, βουτυριέρες, μαρμελαδιέρες
- Αλατιέρες, πιπεριέρες
- Σουπιέρες

Γ) κυριότερα γυάλινα σκεύη

- Ποτήρια νερού
- Ποτήρια κρασιού
- Ποτήρια μπίρας
- Ποτήρια για αφρώδη κρασιά
- Ποτήρια για αλκοολούχα ποτά
- Διάφορα μπολ για παγωτά και γλυκίσματα

Δ) παρατηρήσεις για τα σκεύη

Η αγορά διαθέτει ένα μεγάλο πλήθος από τα παραπάνω σκεύη σε μεγάλη ποικιλία σχεδίων και τιμών. Συνίσταται να προτιμώνται σκεύη κλασικού τύπου, για να μπορούν να αντικαθίστανται όταν φθαρούν με άλλα παρόμοια. Ειδικά τα σκεύη από πορσελάνη και γυαλί καταστρέφονται πολύ εύκολα και η διατήρηση ενός σταθερού ομοιόμορφου αποθέματος είναι επιβεβλημένη.

Πάντως όλα τα σκεύη δίνουν την πρώτη εντύπωση στον πελάτη όταν καθίσει στο τραπέζι, και έτσι η ομοιομορφία τους κρίνεται απαραίτητη. Είναι πραγματικά πολύ άσχημο αισθητικά να είναι στρωμένο το τραπέζι, για παράδειγμα, με διαφορετικά κουταλάκια γλυκού ή με διαφορετικά ποτήρια νερού.

Υπάρχουν και σκεύη που καλύπτουν πιο εξειδικευμένες ανάγκες της επιχείρησης, ανάλογα πάντα με τις προσφερόμενες υπηρεσίες και παρασκευάσματα, όπως φρουτιέρες, καλάθια για αυγά, ψαλίδια και μαχαίρια για κοπή φρούτων, πρέσες λεμονιού για το σερβίρισμα του τσαγιού κ.α.

Βασικό στοιχείο για την προμήθεια των επιτραπέζιων ειδών είναι ότι προσφέρονται στο εμπόριο σύμφωνα με τις διαστάσεις τους ή σύμφωνα με τη χωρητικότητά τους σε όγκο. Κακώς στην Ελλάδα ζητείται να αγοραστεί ένα πιάτο κρέατος, αφού ουσιαστικά από όλα τα πιάτα μπορεί να καταναλωθεί τόσο το κρέας όσο και ένα άλλο παρασκεύασμα, όπως μια μακαρονάδα.

Ειδικότερα τα πιάτα διατίθενται ανάλογα με τη διάμετρο τους. Η αγορά προσφέρει στρόγγυλες πιατέλες και πιάτα με διάμετρο 30, 28, 26, 24 ή 12 εκατοστά και οβάλ πιατέλες με μήκος 32, 28 ή 25 εκατοστά. Αυτή η ποικιλία δίνει τη δυνατό-

τητα στην επιχείρηση να προσφέρει τα προϊόντα της σε συγκεκριμένα σκεύη, σύμφωνα με τον ανάλογο προγραμματισμό. Δηλαδή τα ορεκτικά θα προσφέρονται σε πιάτο, π.χ. διαμέτρου 26 εκατοστών. Το κυρίως πιάτο ή πιάτο κρέατος σε πιάτο 30 εκατοστών. Η σαλάτα και το φρούτο θα προσφέρονται σε πιάτα 20 ή 22 εκατοστών. Σε πιάτα ανάλογα με τον όγκο ή την ποσότητα του προσφερόμενου είδους θα προσφέρονται τα γλυκίσματα, το ψωμί κ.ο.κ. Ανάλογη κατηγοριοποίηση ισχύει και για τις τσαγιέρες και τις καφετιέρες, που διατίθενται από τους κατασκευαστές τους σε μεγέθη που συμφωνούν με τη χωρητικότητα τους σε λίτρα καθώς και για τα ποτήρια νερού ή κρασιού, που η χωρητικότητά τους υπολογίζεται σε κυβικά εκατοστά. Αυτή η ουσιαστική λεπτομέρεια βοηθά στη τυποποίηση των προσφερόμενων μερίδων και συγχρόνως στον έλεγχο, γιατί ο υπολογισμός και ο έλεγχος των διατεθέντων από την επιχείρηση ειδών, γίνεται ευκολότερος.

Πολλά εστιατόρια χρησιμοποιούν σκεύη πορσελάνης με το ίδιο πάντα σχέδιο. Όταν όμως υπάρχει η οικονομική δυνατότητα, οι επιχειρήσεις πρέπει να προμηθεύονται σκεύη όχι μόνο ενός χρώματος ή σχεδίου. Με τη χρησιμοποίησή τους σε ειδικές περιπτώσεις, δημιουργούν την αίσθηση της αλλαγής, η οποία είναι πάντα ευπρόσδεκτη από τον πελάτη.

10.4 Ο ΙΜΑΤΙΣΜΟΣ

Ο όρος <<ιματισμός>> προσδιορίζει κάθε υφασμάτινο είδος που καλύπτει λειτουργικές ανάγκες του εστιατορίου. Τα είδη αυτά που είναι περισσότερο γνωστά ως λινά είναι τα παρακάτω.

Α) Τραπεζομάντιλα

Το τραπεζομάντιλο, το βασικότερο από τα λινά είδη, είναι συνήθως άσπρου χρώματος. Οι διαστάσεις του για τετράγωνα τραπέζια πρέπει να είναι 1,4 – 1,5 μέτρα για κάθε πλευρά. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η πλευρά του τραπεζιού είναι 75 εκατοστά. Τα υπόλοιπα εκατοστά του τραπεζομάντιλου πέφτουν προς τα κάτω μέχρι σχεδόν το ύψος της έδρας της καρέκλας, χωρίς όμως να εφάπτονται με αυτή.

Δεν επιτρέπεται το τραπεζομάντιλο να έχει λεκέδες ή μπαλώματα και γενικότερα να παρουσιάζει φθνή αισθητική. Τέτοια τραπεζομάντιλα απομακρύνονται αμέσως γιατί προκαλούν αρνητική διάθεση στον πελάτη. Η καθαριότητα και το πολύ καλό σιδέρωμα με τις ανάλογες τσακίσεις είναι τα βασικά κριτήρια για μια όμορφη εικόνα. Κατά το στρώσιμο του τραπεζομάντιλου πρέπει ο σταυρός του διπλώματος να βρίσκεται πάντα στη μέση του τραπεζιού, οι πλευρές του στα πλάγια του τραπεζιού να απέχουν το ίδιο από το δάπεδο, και οι γωνίες του να πέφτουν προς τα πόδια μέχρι σχεδόν τη μέση.

Τα χρωματιστά τραπεζομάντιλα δε θεωρούνται επίσημα και γενικά οι σοβαρές επιχειρήσεις δεν τα χρησιμοποιούν. Μόνο κατά τη διάθεση του πρωινού γεύματος συνηθίζεται το τραπεζομάντιλο να έχει ένα απαλό χρώμα. Στο πρωινό μπορεί επίσης να χρησιμοποιούνται, αντί για πετσέτες φαγητού, χαρτοπετσέτες πολύ καλής ποιότητας. Οι επιχειρήσεις πρέπει να διαθέτουν και τραπεζομάντιλα μεγαλύτερων διαστάσεων σε μήκος, για να καλύπτουν

διάφορες άλλες εκδηλώσεις, τύπου μπουφέ ή μπανκέ.

Από την αγορά προσφέρονται και βαμβακερά τραπεζομάντιλα σε στερεότυπες διαστάσεις, καθώς και τραπεζομάντιλα από ενισχυμένο χαρτί σε διάφορα χρώματα. Αυτά τα χάρτινα διατίθενται σε ρολά μήκους 25 μέτρων και κόβονται στο επιθυμητό μήκος. Συνοδεύονται από αντίστοιχες πετσέτες φαγητού και το πλάτος τους είναι 1,40 μέτρα. Οι στερεότυπες διαστάσεις των βαμβακερών τραπεζομάντιλων είναι :

- 1,37 επί 1,37 μέτρα και καλύπτουν τραπέζι πλευράς 0,75 μέτρων ή τραπέζι στρογγυλό διαμέτρου 1 μέτρου
- 1,83 επί 1,83 μέτρα και καλύπτουν τραπέζι τετράγωνο πλευράς 1 μέτρου
- 1,83 επί 2,44 μέτρα και καλύπτουν τραπέζι ορθογώνιο
- 1,83 επί 1,37 μέτρα και καλύπτουν τραπέζι ορθογώνιο

Β) Επιτραπεζομάντιλα

Το επιτραπεζομάντιλο είναι ένα μικρό τραπεζομάντιλο σε τετράγωνο σχήμα που τοποθετείται πάνω από το κυρίως τραπεζομάντιλο. Οι διαστάσεις του είναι ίδιες με τις διαστάσεις της επιφάνειας του τραπεζιού και χρησιμοποιεί:

- Για να προστατεύεται το τραπεζομάντιλο από φθορές
- Για να αποφεύγεται η αλλαγή του χρησιμοποιημένου τραπεζομάντιλου μπροστά στον πελάτη κατά την ώρα της μεγάλης κίνησης.

Το επιτραπεζομάντιλο καλύπτει εντελώς το τραπεζομάντιλο και δεν τοποθετείται διαγώνια, όχι μόνο για να το προστατεύει ουσιαστικά, αλλά και για να δημιουργεί ωραία εντύπωση στον πελάτη. Μπορεί να διαφοροποιείται ο χρωματισμός του από αυτόν του τραπεζομάντιλου και έτσι να επιτυγχάνεται ένας πιο ευχάριστος συνδυασμός.

Γ) Υποτραπεζομάντιλα

Το υποτραπεζομάντιλο είναι το πρώτο είδος λινού που τοποθετείται στο τραπέζι. Είναι ένα μάλλινο ή βαμβακερό ύφασμα που καλύπτει σταθερά την επιφάνεια του τραπεζιού, αφού εφάπτεται με αυτό και επάνω του στρώνεται το τραπεζομάντιλο. Οι διαστάσεις του είναι 10-15 εκατοστά μεγαλύτερες από την πλευρά του τραπεζιού και χρησιμοποιεί:

- Για να μη φθείρεται το τραπεζομάντιλο, κυρίως στις γωνίες
- Για να μη φθείρεται το τραπέζι και η καρέκλα όταν πραγματοποιείται η καθημερινή καθαριότητα και οι καρέκλες τοποθετούνται επάνω στα τραπέζια για το σκούπισμα.
- Για να νοιώθει ο πελάτης το τραπέζι μαλακό και άνετο όταν ακουμπά.

Δ) Πετσέτες φαγητού

Οι πετσέτες φαγητού έχουν σχήμα τετράγωνο με πλευρά 50 εκατοστά. Τοποθετούνται ακριβώς μπροστά από τη θέση που θα καθίσει ο πελάτης και αποτελούν τη βάση του κουβέρ. Έχουν το ίδιο χρώμα με το τραπεζομάντιλο. Μπορεί όμως να διαφέρουν ελαφρώς στο χρωματισμό, για να δημιουργούν ευχάριστο συνδυασμό. Οι πετσέτες φαγητού βρίσκονται από πριν

στη θέση τους καλά σιδερωμένες, και ποτέ δε δίνονται επάνω στο πιάτο, αφού το πιάτο τοποθετείται μπροστά στον πελάτη όταν λάβει τη θέση του.

Ε) Πετσέτες υπηρεσίας

Η πετσέτα υπηρεσίας είναι το βασικό εργαλείο του τραπεζοκόμου. Χρησιμοποιεί για δύο κυρίως λόγους:

- Προστατεύει τα χέρια του τραπεζοκόμου από τις ζεστές πιατέλες
- Προστατεύει η μανίκια του, ώστε να μην λερώνονται όταν ακουμπούν στα πιάτα και τις πιατέλες.

Η πετσέτα υπηρεσίας χρησιμοποιείται επίσης στο σερβίρισμα των κρασιών και στη μεταφορά διαφόρων μικρών συσκευών, όταν δε γίνεται χρήση του δίσκου. Όσο η πετσέτα δε χρησιμοποιείται τοποθετείται επάνω στο table de service ή στον αριστερό βραχίονα.

Ποτέ δεν κρατιέται τσαλακωμένη μεταξύ των χεριών ή κάτω από την μασάλη ή επάνω στον ώμο.

Στ) Δισκόπανα – Ξεσκονόπανα – Πετσέτες ποτηριών και ασημικών

Στην κατηγορία των ειδών ιματισμού ανήκουν και άλλα λινά που τις περισσότερες φορές περνούν απαρατήρητα, γιατί δεν γίνονται αντιληπτά από τον πελάτη. Τα συνηθέστερα είναι τα παρακάτω:

Τα δισκόπανα είναι λινά με διαστάσεις ίδιες με αυτές των δίσκων. Πρέπει να υπάρχουν πάντα επάνω στους δίσκους για να μην γλιστρούν τα σκεύη. Αν και υπάρχουν δίσκοι αντιολισθητικοί η παρουσία του καθαρού δισκόπανου δημιουργεί πάντα μια ευχάριστη αίσθηση στον πελάτη.

Τα ξεσκονόπανα, οι πετσέτες ποτηριών και ασημικών είναι και αυτά απαραίτητα για την καθαριότητα των σκευών.

Στις μεγάλες επιχειρήσεις τα παραπάνω είδη ιματισμού κατασκευάζονται από φθαρμένα τραπεζομάντιλα που κόβονται και γαζώνονται στις διαστάσεις των δίσκων. Πρέπει το χρώμα τους να είναι άσπρο για να διακρίνονται αμέσως πιθανές ακαθαρσίες.

10.5 Ο ΦΩΤΙΣΜΟΣ

Ο πελάτης, όταν εισέρχεται στο εστιατόριο, αποκομίζει την πρώτη εντύπωση από το περιβάλλοντα χώρο. Βλέπει αυτό που χαρακτηρίζουμε ωραία ατμόσφαιρα, την οποία ουσιαστικά τη δημιουργεί ο φωτισμός μαζί με τα χρώματα που κυριαρχούν στο χώρο. Ο υπεύθυνος του εστιατορίου πρέπει να βρει έναν συνδυασμό χρώματος και φωτισμού ο οποίος θα συγκλίνει με το γούστο όσο το δυνατόν μεγαλύτερης μερίδας πελατών.

Συγκεκριμένα τα χρώματα που ενδείκνυνται περισσότερο είναι το ροζ, το απαλό κίτρινο, το μπεζ, το μπλε, το τουρκουάζ, και το ροδακινί γιατί είναι πιο φυσικά και για το λόγο αυτό περισσότερο αποδεκτά.

Ο λαμπερός φωτισμός με τα χρωματιστά φώτα στους τοίχους, που συναντάται συχνά σε μπαρ, δε συνιστάται σε χώρους

σερβιρίσματος φαγητού, όπου είναι προτιμότερο ένας αμυδρός και ζεστός φωτισμός σε συνδυασμό με ελαφρά χρωματιστούς τοίχους. Έχει διαπιστωθεί ότι ο συνδυασμός αυτός προδιαθέτει καλύτερα για ένα γεύμα. Πάντως το καλύτερο είναι να υπάρχει πολλαπλό σύστημα φωτισμού στο χώρο του εστιατορίου ώστε να επιλέγεται διαφορετικός αργότερα το βράδυ. Είναι επίσης πλεονέκτημα να μπορούν να γίνουν αλλαγές χρωμάτων στα φώτα για ειδικές τελετές και εκδηλώσεις. Τέλος, καλό είναι ο φωτισμός να δημιουργεί ευχάριστο συνδυασμό και με τα χρώματα των σκευών.

ΚΕΦ. 11 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΜΠΑΡ

Σήμερα οι σύγχρονες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις εκτός των δωματίων και του εστιατορίου διαθέτουν και διάφορα άλλα τμήματα εκμετάλλευσης. Το τμήμα του μπαρ, μέσα στο σύστημα του ξενοδοχείου αποτελεί ένα βασικό κλάδο εκμετάλλευσης της διεύθυνσης επισιτιστικών τμημάτων μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Το τμήμα του μπαρ αποτελείται ανάλογα με τη μορφή και τη δυναμικότητα της επιχείρησης από:

- Το MAIN BAR που εξυπηρετεί κατά κανόνα τους πελάτες του ξενοδοχείου.
- Το RESTAURANT BAR που εξυπηρετεί τους πελάτες του εστιατορίου πριν και μετά το φαγητό.
- Το POOL BAR σε μονάδες που έχουν εγκαταστάσεις πισίνας
- Το MINI BAR που εξυπηρετεί τους πελάτες του ξενοδοχείου και βρίσκεται μέσα στο χώρο του δωματίου της.

Στις περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες υπάρχει τμήμα μπαρ που συνεργάζεται άμεσα με το τμήμα του εστιατορίου. Ο εξοπλισμός ενός σύγχρονου μπαρ αποτελείται από μηχανήματα, συσκευές, σκεύη και εργαλεία, η επιλογή των οποίων βασίζεται κυρίως στον επιθυμητό και εφικτό βαθμό οργάνωσης της επιχείρησης και πάντοτε ανάλογα με το σκοπό που εξυπηρετεί και τα είδη που προσφέρει

Τα βασικότερα από αυτά είναι:

- Ψυγεία
- Καταψύξεις
- Μηχανές ατμού, καφέ εσπρέσσο, καπουτσίνο κ.λ.π
- Τοστιέρες
- Ταμειακές μηχανές
- Χώρος λάντζας
- Συρτάρια με θήκες για κουτάλια, μαχαίρια κ.α

● Ντουλάπια και ράφια ποτηριών – ποτών

Τα ποτήρια θεωρούνται τα βασικότερα σκεύη του μπαρ και η σωστή επιλογή τους έχει αποφασιστική σημασία τόσο στην ορθή παρουσίαση και στο σερβίρισμα του ποτού όσο και στην ψυχολογική ικανοποίηση του πελάτη. Για παράδειγμα, ένα μεγάλης περιεκτικότητας ποτήρι δεν αξιοποιεί την ποσότητα του ποτού και έχει αρνητική επίδραση στον πελάτη. Αντίθετα, ένα ποτήρι με σωστή όψη, ποιότητα και κυρίως με σωστό μέγεθος και σχήμα, αναδεικνύει την ποσότητα του ποτού και επηρεάζει θετικά τον πελάτη.

Βασικοί παράγοντες για τη ορθολογική επιλογή των ποτηριών του μπαρ είναι:

- Κάθε ποτήρι αντιστοιχεί σε συγκεκριμένη κατηγορία ποτών
- Τα κολονάτα ποτήρια χρησιμοποιούνται κυρίως για κρύα ποτά που σερβίρονται χωρίς πάγο έτσι ώστε η θερμοκρασία του χεριού δεν τα ζεσταίνει
- Τα περισσότερα ποτά απαιτούν διεθνώς καθορισμένα ποτήρια και οποιαδήποτε απόκλιση στη χρήση του καθορισμένου ποτηριού έχει αρνητικές επιδράσεις. Για παράδειγμα δεν γίνεται να σερβίρουμε ένα κονιάκ σε ποτήρι old fashioned παρά σε ένα ποτήρι brandy balloon.
- Τα ποτήρια τύπου σωλήνα, τα Highballs, Tom Collins χρησιμεύουν για το σερβίρισμα των χυμών, των Long drinks, κ.α
- Η χρήση πολλών τύπων ομοειδών ποτηριών προκαλεί σύγχυση στο σερβίρισμα. Ο μπάρμαν πρέπει να αποφασίσει τι ποτήρια θα χρησιμοποιήσει για κάθε κατηγορία ποτών και στη συνέχεια να ενημερώνει τον έλεγχο και τους βοηθούς του.
- Τα ποτήρια πρέπει να είναι ανθεκτικά στο θερμικό σοκ, δηλαδή στην αλλαγή θερμοκρασίας από ζεστό σε κρύο και το αντίθετο.
- Όσα λιγότερα είδη ποτηριών διαθέτει ένα μπαρ τόσο πιο εύκολη είναι η διαδικασία του σερβιρίσματος.

Η ποικιλία και ο αριθμός των ποτηριών που χρειάζεται ένα μπαρ εξαρτάται:

- Από την κατηγορία του μπαρ
- Από τη δυναμικότητα του μπαρ
- Από την ποικιλία των προσφερόμενων ποτών
- Από τον μπάρμαν

ΚΕΦ. 12 Η ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΗΣΗ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΙΑ ΑΠΟΔΟΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Πολλά συστήματα πληροφορικής εδώ και αρκετά χρόνια παρέχουν ολοκληρωμένες λύσεις πληροφορικής και μηχανογράφησης σε επιχειρήσεις του κλάδου εστίασης. Βασικός στόχος είναι να προσφέρουν πακέτα ολοκληρωμένων λύσεων στους πελάτες τους, προκειμένου εκείνοι να ασχολούνται απεριόριστοι με το κυρίως αντικείμενό τους, με σκοπό να υπάρχει πλήρης και απόλυτη παρακολούθηση της λειτουργίας και της αποτελεσματικότητας της κάθε διαδικασίας, έτσι ώστε τα στοιχεία αυτά να χρησιμοποιηθούν από τη διοίκηση για τις απαραίτητες μελλοντικές ενέργειες.

Η μετάβαση ολοένα και περισσότερων επιχειρήσεων από τα κλασικά συστήματα οργάνωσης σε πλήρως μηχανογραφημένα συστήματα υψηλών προδιαγραφών αποτελεί γεγονός για τον κλάδο της εστίασης. Στο πλαίσιο της σύγχρονης τεχνολογίας εντάσσονται οι εφαρμογές διαχείρισης εστιατορίου και τα εξελιγμένα συστήματα ασύρματης παραγγελιολυσψείας χώρων εστίασης που έχουν σαν στόχο την αύξηση της παραγωγικότητας, την εξάλειψη των λαθών και τον καλύτερο έλεγχο της επιχείρησης. Ανάλογα με το μέγεθος και τον τρόπο λειτουργίας του χώρου εστίασης περιλαμβάνονται:

- Σύνθετα δίκτυα φορολογικών ταμειακών συστημάτων, με ταμειακές μηχανές ή POS.
- Ολοκληρωμένες λύσεις λήψης και διαχείρισης παραγγελίας με οθόνες αφής (touch screens) και ασύρματα τερματικά
- Πλήρες κύκλωμα παρακολούθησης και διαχείρισης του χώρου εστίασης σε όλους τους τομείς του.

12.1 Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΗΣΗΣ

Οι εφαρμογές διαχείρισης χώρων εστίασης περιλαμβάνουν όλο το φάσμα των λειτουργιών μιας τέτοιας επιχείρησης. Από την αγορά πρώτων υλών ως την πώλησή τους σαν προϊόντα (πιάτα), την καταγραφή και διαχείριση των παραγγελιών, την παρακολούθηση των διαδικασιών (τραπέζια, σερβιτόροι, κουζίνα, αγορές, πωλήσεις, καταναλώσεις, κινήσεις, στατιστικά στοιχεία κ.α) και την ολοκληρωτική εικόνα της πορείας της επιχείρησης. Η εφαρμογή αυτή είναι ένα πλήρες πακέτο άμεσα παραμετροποιήσιμο με πολλές δυνατότητες.

Διαθέτει αρχεία ειδών, πελατών, προμηθευτών, συνταγολόγιο ειδών, δυνατότητα έκδοσης όλων των απαραίτητων παραστατικών, σύνδεση με φορολογικούς εκτυπωτές, ταμειακές μηχανές για την έκδοση απόδειξης, εκτύπωση της παραγγελίας σε πολλαπλά σημεία παρασκευής, παρακολούθηση διανομένων με σύστημα delivery και υποστηρίζει ασύρματα φορητά τερματικά και οθόνες αφής για λήψη και διαχείριση των παραγγελιών.

Από τα φορητά τερματικά οι σερβιτόροι έχουν τη δυνατότητα να ελέγχουν τη παραγγελία, να κάνουν σταδιακή παράδοση της παραγγελίας, να βλέπουν τις εκκρεμότητες του τραπεζιού κ.λ.π.

12.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΗΣΗΣ

Τα πλεονεκτήματα ενός τέτοιου συστήματος διαχείρισης χώρου εστίασης είναι πολλά, τόσο για τους άμεσους χρήστες του (σερβιτόρους) όσο και για τους έμμεσους (επιχειρηματίες και πελάτες). Η άμεση λήψη και επεξεργασία της παραγγελίας, η ασφαλής και ταχύτατη μεταφορά της στο κεντρικό σύστημα, η διαχείριση της κατά την παραγωγή, προετοιμασία και παράδοση της στον πελάτη, η αναλυτική καταγραφή της, η ελαχιστοποίηση των λαθών και ο απόλυτος έλεγχος είναι από τα πιο βασικά πλεονεκτήματα που επιτυγχάνονται από τη μηχανογράφηση του εστιατορίου. Όλα τα στοιχεία καταχωρούνται στο σύστημα και παρέχουν στον επιχειρηματία τη δυνατότητα να έχει μια πλήρη εικόνα της επιχείρησής τους, με πληθώρα στατιστικών για τον έλεγχο και τη διαχείριση του χώρου. Η απόσβεση μιας τέτοιας επένδυσης είναι ταχεία διότι συμβάλλουν σε αυτή η αύξηση της παραγωγικότητας του προσωπικού και της εξυπηρέτησης των πελατών, και η αύξηση τελικά του τζίρου της επιχείρησης σε μια όλο και πιο ανταγωνιστική περίοδο και συνεχών τεχνολογικών εξελίξεων χρονική περίοδο που διανύουμε.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προμήθειες ξενοδοχειακών επιχειρήσεων – εμπορευματογνωσία, ΖΑΧΑΡΙΑ ΤΖΩΡΑΚΟΛΕΥΘΕΡΑΚΗ
- Εμπορευματογνωσία προμήθειες – διδακτικές σημειώσεις
- Εστιατόριο – οργάνωση – λειτουργία – τεχνική – έλεγχος – κοστολόγηση – προδιαγραφές υγιεινής και ποιότητας ΚΩΣΤΑ ΑΡΒΑΝΙΤΗ
- Ο τουρισμός προς το 2000 – η οργάνωση του τμήματος μπαρ στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΠΡΙΝΙΑΝΑΚΗ – ΤΖΩΡΑΚΟΛΕΥΘΕΡΑΚΗ
- Περιοδικά τουρισμός και οικονομία – χρήμα και τουρισμός
- Τουριστική πολιτική, ΝΙΚΟΥ ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗ
- Ξενοδοχειακό μάρκετινγκ, ΠΑΥΛΟΥ ΠΑΥΛΙΔΗ
- Προσωπικές εμπειρίες - σημειώσεις