

2013

Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

**" Συστήματα διασφάλισης ποιότητας παροχής υπηρεσιών
των επισιτιστικών τμημάτων
μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης"**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΑΠΛΑΔΑΣ
ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΜΕΛΕΜΕΝΗ ΛΟΥΙΖΑ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ: 4734

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

1.1 Ο ορισμός της ικανοποίησης και ο ορισμός του πελάτη.....	10
1.2 Ο ορισμός των εννοιών ποιότητα και υπηρεσία.....	12
1.3 Ποιότητα υπηρεσιών (ιστορική αναδρομή).....	18
1.4 Τομείς παροχής υπηρεσιών.....	19
1.5 Μορφές υπηρεσιών.....	19
1.6 Τα χαρακτηριστικά των ποιοτικών υπηρεσιών.....	20
1.7 Παράγοντες επιρροής παροχής ποιοτικών υπηρεσιών	21
1.7.1 Συστήματα διασφάλισης ποιότητας κατά ΕΛΟΤ ISO 8402.....	22
1.7.2 Πρότυπα συστήματα διασφάλισης ποιότητας	22
1.8 Ικανοποίηση πελατών και ολική ποιότητα.....	23
1.9 Σύστημα μέτρησης ποιότητας - Το μοντέλο SERVQUAL.....	25

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.1 Βασικοί στόχοι τμημάτων.....	27
2.2 Διάκριση εστιατορίων.....	28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

3.1 Μαγειρεία – Κουζίνες.....	33
3.2 Το εστιατόριο.....	37
3.3 Υπηρεσία δωματίων (ROOM SERVICE).....	47
3.4 Mini-Bar.....	50
3.5 Οργάνωση μαζικών εκδηλώσεων(BANQUET).....	51

3.6 Η σύνθεση και ο σχεδιασμός του μενού στα εστιατόρια.....	53
--	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΑ ΤΜΗΜΑΤΑ

4.1 Τι είναι το σύστημα HACCP.....	61
4.2 Σκοπός του συστήματος HACCP.....	63
4.3 Οφέλη από την εφαρμογή του HACCP.....	64
4.4 Εκπαίδευση προσωπικού σε κανόνες υγιεινής.....	64
4.5 Καθαριότητα στα επισιτιστικά τμήματα.....	70
4.5.1 Καθαρισμός και απολύμανση των χώρων, των επιφανιών, του εξοπλισμού και των συσκευών.....	70
4.5.2 Απομάκρυνση των απορριμάτων.....	71
4.5.3 Υγιεινή κατά την παραλαβή και αποθήκευση των πρώτων υλών.	
4.5.4 Υγιεινή κατά την προετοιμασία των τροφίμων.....	74

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ

5.1 Η έννοια του ελέγχου.....	75
5.2 Η διαδικασία του ελέγχου	76
5.3 Έλεγχος στα επισιτιστικά τμήματα.....	76
Συμπεράσματα.....	78

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία.....	82
Ξενόγλωσση βιβλιογραφία.....	83
Διαδικτυακή βιβλιογραφία.....	84

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις ως ανεξάρτητες μονάδες και τα επισιτιστικά τμήματα ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αποτελούν, σήμερα, σημαντικό οικονομικό κλάδο της τουριστικής βιομηχανίας. Λόγω της ιδιαιτερότητας του επαγγέλματος, η επιτυχία των εστιατορίων εξαρτάται κυρίως από το κατά πόσο ο πελάτης θα μείνει ικανοποιημένος από τις υπηρεσίες που θα του παρέχουμε. Δηλαδή από το αν θα καλύψουμε τις ανάγκες και τις προσδοκίες του. Στη παρούσα διπλωματική εργασία επιχειρείται η ανάδειξη της σημασίας των συστημάτων διασφάλισης ποιότητας παροχής υπηρεσιών των επισιτιστικών τμημάτων μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης, δίνοντας έμφαση στην μέτρηση της ποιότητας και παροχής υπηρεσιών στο τομέα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ως ακόμα μια μορφή.

Αρχικά, γίνεται μια προσέγγιση της έννοιας και των χαρακτηριστικών της ποιότητας και των υπηρεσιών αλλά και της μεταξύ τους σύνδεσης, και αμέσως ακολουθεί μια σύντομη ιστορική αναδρομή. Έπειτα αναφέρονται οι διάφορες κατηγορίες των υπηρεσιών, καθώς επίσης και οι παράγοντες επιρροής τους. Στη συνέχεια, αφού διασαφηνιστεί η έννοια της ικανοποίησης του πελάτη και της ολικής ποιότητας, γίνεται αναφορά στις θεωρητικές προσεγγίσεις και στα μοντέλα μέτρησης της ποιότητας που αναφέρονται στο τομέα των υπηρεσιών. Ιδιαίτερη αναφορά αφιερώνεται για το μοντέλο μέτρησης ποιότητας υπηρεσιών SERVQUAL, του οποίου η επιμέρους δομή, η χρήση και η κριτικές παρουσιάζονται συνοπτικά. Εξετάζεται η αλληλεπίδραση όλων των λειτουργιών σε μία επιχείρηση σε σχέση με το προσφερόμενο προϊόν – υπηρεσία και τον τελικό πελάτη. Εξετάζονται όμως και σχέσεις μεταξύ εργαζομένων, σχέσεις με τους προμηθευτές, ή το τμήμα έρευνας και ανάπτυξης. Παράλληλα, αναλύονται η σύνδεση της ποιότητας, της μέτρησης της ποιότητας και της αντιλαμβανόμενης ικανοποίησης των πελατών.

Το δεύτερο κεφάλαιο της πτυχιακής εργασίας, ασχολείται με τη διεύθυνση των ξενοδοχειακών μονάδων σχετικά με την οργάνωση και διοίκηση των επισιτιστικών τμημάτων, λαμβάνοντας υπόψιν τα είδη των εστιατορίων και τους στόχους τους. Εξηγείται ποιοί είναι αυτοί οι βασικοί στόχοι της διεύθυνσης και για ποιο λόγο κρίνεται τόσο σημαντικός ο ρόλος της. Ακόμα μελετώντας την ελληνική βιομηχανία εστίασης, και παρατηρώντας την ποικιλία τόσο των προτιμήσεων των πελατών όσο και των εστιατορίων που καλούνται να ικανοποιήσουν τα γούστα τους, κρίθηκε απαραίτητη η διάκριση των χώρων εστίασης και μία σύντομη ξενάγηση. (ταβέρνες, πιτσαρίες, fast food, ιταλικά εστιατόρια, πολυτελή εστιατόρια κ.α.)

Εν συνεχεία αναλύεται το τμήμα προμηθειών και τα υποτμήματά του (τμήμα αγορών, τμήμα

παραλαβών, αποθήκευση) και τονίζονται οι προϋποθέσεις οι οποίες πρέπει να πληρούνται για την σωστή λειτουργία τους. Στο ίδιο κεφάλαιο επεξηγούνται η δομή και η οργάνωση της κουζίνας, του εστιατορίου, της υπηρεσίας δωματίου και του Μίνι Μπαρ, με σκοπό την καλύτερη κατανόηση της εφαρμογής των πρότυπων συστημάτων διασφάλισης ποιότητας παροχής υπηρεσιών, σε αυτά. Φυσικά δεν ξεχνάμε μια από τις πιο ενδιαφέρουσες κατηγορίες γευμάτων μαζικών εκδηλώσεων Banquets. Θεωρούνται ιδιαίτερες, διότι δεν έχουν ημερήσιο τακτικό χαρακτήρα αλλά παρατίθενται κατόπιν παραγγελίας και σε συγκεκριμένες περιπτώσεις, όπως ομαδικά γεύματα προς τιμήν συγκεκριμένων προσώπων, γάμων, επετείων, αποκριάτικων χορών, συνεδρίων, σεμιναρίων, επιδείξεων, συνδιασκέψεων κ.λ.π. Θεωρούνται όμως και κερδοφόρες, καθώς αποτελούν σημαντικό μερίδιο της επισιτιστικής αγοράς, σήμερα.

Το κεφάλαιο κλείνει με τη σύνθεση του μενού, διαικασία η οποία αποτελεί κεντρικό σημείο αναφοράς στον τομέα του επισιτισμού. Προσδιορίζει την προσφερόμενη υπηρεσία, δημιουργεί τις κύριες προϋποθέσεις για την οικονομική ευημερία του τμήματος και αποτελεί την βάση για τη δημιουργία των προϋποθέσεων ικανοποίησης του πελάτη.

Στη συνέχεια της εργασίας, μελετάται ένα πολύ σημαντικό ζήτημα όλων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων- η υγιεινή και η καθαριότητα των επισιτιστικών τμημάτων. Η ασφάλεια και η υγιεινή σε αυτά τα τμήματα, από τους χώρους παραλαβής και αποθήκευσης μέχρι τους χώρους παραγωγής και διάθεσης των εδεσμάτων, είναι πρωταρχικό στοιχείο ποιοτικής παροχής υπηρεσιών. Έχει αποδειχθεί, ότι ο πιο αξιόπιστος σήμερα τρόπος για να πιστοποιηθεί η ασφάλεια και η υγιεινή των τροφίμων σε μία ξενοδοχειακή επιχείρηση, είναι η εγκατάσταση ενός συστήματος το οποίο έχει διεθνή αναγνωρισιμότητα και πλέον απαιτείται από όλες τις επιχειρήσεις. Το σύστημα αυτό δεν είναι άλλο από το σύστημα Ανάλυσης Κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (HACCP). Βλέπουμε λοιπόν τον κύριο σκοπό αυτού του συστήματος, την εστίαση δηλαδή του ποιοτικού ελέγχου στα κρίσιμα σημεία του, καθώς επίσης και τα πολλαπλά οφέλη από την εφαρμογή του.

Καταννοούμε στη συνέχεια, για ποιους λόγους παίζει τόσο μεγάλο ρόλο η ύπαρξη κατάλληλου και εξειδικευμένου προσωπικού σε μία υπηρεσία για να μπορέσει να χαρακτηριστεί ποιοτική. Όταν το προσωπικό είναι σε καλή κατάσταση, υγιές, άριστα εκπαιδευμένο σε αυτό που κάνει και έχει διάθεση να εξυπηρετήσει τους πελάτες του, τότε μπορούμε να εγγυηθούμε όχι μόνο την ικανοποίηση αλλά και το θαυμασμό του επισκέπτη. Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι η εκπαίδευση του προσωπικού, πέρα από το γεγονός ότι είναι νομική απαίτηση, και σοβαρή ευθύνη της επιχείρησης αυξάνει την υπευθυνότητά στην εργασία και εξασφαλίζει την ποιότητα την οποία θέλουμε να πετύχουμε.

Παραμένοντας στα πλαίσια του συστήματος HACCP, εξηγείται γιατί και με ποιους τρόπους πραγματοποιείται ο καθαρισμός και η απολύμανση των χώρων, των επιφανιών, του εξοπλισμού και

των συσκευών ενός επισιτιστικού τμήματος. Επίσης γίνεται αναφορά σε δευτερεύουσες αλλά εξίσου σημαντικές διαδικασίες, όπως της απομάκρυνση των απορριμάτων από το εστιατόριο, καθώς επίσης και τους κανόνες υγιεινής από την παραλαβή και αποθήκευση των πρώτων υλών, έως και την προετοιμασία των τροφίμων.

Το πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο της πτυχιακής εργασίας, αφιερώνεται στο εξαιρετικά σημαντικό κομμάτι του ελέγχου των τμημάτων εστίασης. Με την βοήθειά του, μας δίνετε η δυνατότητα να αντιλαμβανόμαστε τις αποκλίσεις από τους σκοπούς της επιχείρησης ή του τμήματος, και επιπλέον πληροφορείται η διοίκηση, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα επαναπροσδιορισμού των μεθόδων ή των στόχων, όπου χρειάζεται. Διασαφηνίζεται η παρεξηγημένη εννοιά του ελέγχου και παρουσιάζονται τα πέντε βασικά και διαδοχικά βήματα της λειτουργίας του (Προγραμματισμός => Παρακολούθηση => Αναγνώριση => Μέτρηση => Εντοπισμός) Εν τέλει συμπεραίνουμε ότι σε ένα τμήμα τόσο κερδοφόρο , όπως αυτό του F&B, και τόσο περίπλοκο, η διαδικασία του ελέγχου επιβάλλεται και παίζει ρόλο πρωταρχικής σημασίας.

Ανακεφαλαιώνοντας, λοιπόν, με τη παρούσα πτυχιακή επιχειρείται η ανάλυση της οργάνωσης, διοίκησης εστιατορίων, καθώς και του τρόπου λειτουργίας τους στα πλαίσια πάντα πρότυπων συστημάτων διασφάλισης ποιότητας παροχής υπηρεσιών. Η σημασία άλλωστε της ποιότητας ήταν ανέκαθεν προφανής για όσες επιχειρήσεις προσδοκούσαν να διαφοροποιηθούν, ιδιαίτερα σε ένα τόσο ανταγωνιστικό περιβάλλον, όσο αυτό της τουριστικής βιομηχανίας. Τα συστήματα διασφάλισης ποιότητας, όπως το HACCP, είναι αυτά τα οποία ικανοποιούν τις αυξημένες απαιτήσεις των καταναλωτών, τις προϋποθέσεις τις οποίες ορίζει η νομοθεσία σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο και τέλος τις απαιτήσεις για ανταγωνιστικότητα των ίδιων των επισιτιστικών επιχειρήσεων.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός στην Ελλάδα είναι μία δραστηριότητα με σημαντικό οικονομικό ενδιαφέρον, τόσο από πλευράς επιχειρηματικότητας όσο και σε εθνικό επίπεδο. Συγκεκριμένα οι επισιτιστικές επιχειρήσεις ως ανεξάρτητες μονάδες και τα επισιτιστικά τμήματα ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αποτελούν, σήμερα, σημαντικό οικονομικό κλάδο της τουριστικής βιομηχανίας. Έτσι καλούνται, παρά το αβέβαιο και ανταγωνιστικό περιβάλλον, να ικανοποιήσουν τις διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις της πελατείας τους. Δημιουργείται επομένως, όχι μόνο η πρόκληση να ανταπεξέλθουν, αλλά και η ανάγκη να διαφοροποιηθούν, στόχοι οι οποίοι κατακτώνται με τη διασφάλιση ποιότητας παροχής υπηρεσιών.

Η ποιότητα όμως στον ξενοδοχειακό κλάδο είναι ένα ακανθώδες ζήτημα. Εντάσσεται στο γενικότερο πρόβλημα της μέτρησης/ απόδοσης της ποιότητας σε όλες σχεδόν τις υπηρεσίες που οφείλεται στον 'άυλο' χαρακτήρα τους, στην ετερογένεια και στο γεγονός ότι, στις περισσότερες περιπτώσεις, δεν μπορεί να διακριθεί η παραγωγή από την κατανάλωση.

Ποιότητα είναι ο βαθμός ικανοποίησης των απαιτήσεων/προσδοκιών του πελάτη. Απ' τη μία υπάρχουν οι προσδοκίες (expectations) του πελάτη για την υπηρεσία που θα του παρέχεται και από την άλλη η αντίληψη του για το τι τελικά του παρείχατε (perceptions). Όσο η τελική αντίληψη πλησιάζει ή και ξεπερνά τις προσδοκίες, τόσο υψηλότερη είναι η αντιλαμβανόμενη ποιότητα, τόσο μεγαλύτερη είναι η ικανοποίηση του πελάτη. Ικανοποιημένος πελάτης ίσον πελάτης που θα επιστρέψει.

Οι περισσότερες μέθοδοι που έχουν προταθεί για την μέτρηση της ποιότητας θέτουν ως δείκτη αυτή τη διαφορά (αντίληψη πελάτη πριν και μετά), μεταξύ των οποίων η πιο διαδεδομένη και ευρύτερα αποδεκτή είναι η SERVQUAL. Συνηθέστερα, οι μετρήσεις δείχνουν ότι υπάρχει ένα κενό μεταξύ αυτού που ο πελάτης αντιλαμβάνεται ότι πρέπει να πάρει και αυτού που αντιλαμβάνεται ότι παίρνει. Τι μετράει τελικά για τον πελάτη και πώς θα μπορούσε να μειωθεί αυτό το κενό ποιότητας; (quality gap)

Ωστόσο για να χαρακτηριστεί μία υπηρεσία ως ποιοτική θα πρέπει να διαθέτει ορισμένα βασικά αλλά και ποιοτικά γνωρίσματα, των οποίων η εφαρμογή εγκυάται στον πελάτη παροχές υπηρεσιών υψηλών προδιαγραφών. Η οποιαδήποτε υπηρεσία παρέχεται από το τμήμα, θα πρέπει να ανταποκρίνεται στις ατομικές και ιδιαίτερες ανάγκες του εκάστοτε πελάτη. Παράλληλα όμως, θα

πρέπει να είναι ακριβής και έγκαιρη, και να λαμβάνει χώρα μέσα σε συγκεκριμένα και αναμενόμενα αλλά και λογικά πλαίσια.

Ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δίνεται στους παράγοντες επιρροής παροχής ποιοτικών υπηρεσιών. Η διεύθυνση του κάθε ξενοδοχείου θα πρέπει πάντα να διακρίνει τη διαφορά μεταξύ των προσδοκιών του πελάτη και της αντίληψής της, ως προς αυτές τις προσδοκίες. Παρομοίως, θα πρέπει να διακρίνεται η διαφορά ανάμεσα στην πραγματική ποιότητα υπηρεσίας η οποία έχει παρασχεθεί στον πελάτη, και πώς έχει ερμηνεύσει ο πελάτης την συγκεκριμένη παροχή υπηρεσιών, αλλά και η σχέση μεταξύ της παροχής υπηρεσιών τις οποίες αναμένει ο πελάτης και αυτών των οποίων τελικά λαμβάνει.

Για την αποτελεσματική εφαρμογή όλων των παραπάνω σε ένα τμήμα τόσο περίπλοκο όσο του F&B, (χαρακτηρίζεται περίπλοκο, καθώς είναι γνωστό ότι το προϊόν του αποτελείται από σύνολο ετερογενών στοιχείων που το επηρεάζουν με ποικίλους τρόπους) χρησιμοποιείται ένα πολύτιμο εργαλείο, ο έλεγχος. Η ανάγκη για την διαδικασία του ελέγχου, όπως και για οργάνωση των επισιτιστικών τμημάτων για μεθοδικότερη και ασφαλέστερη επιτυχία, κρίνεται επιτακτική. Έτσι διασφαλίζεται η ποιότητα παροχής υπηρεσιών και η διαλεκτική σχέση μεταξύ ποσότητας και ποιότητας. Επιπλέον, οι λειτουργίες οι οποίες εξασφαλίζουν επιτυχές αποτέλεσμα σε μια επιχείρηση είναι η διοίκηση (καταμερισμός ευθυνών), το προσωπικό (εκπαίδευση, κατάρτιση ανθρώπινου παράγοντα), ο άρτιος σχεδιασμός του μενού, η προμήθεια των πρώτων υλών, η παραλαβή των προμηθειών (σύμφωνα πάντα με τις προδιαγραφές που η εταιρία έχει θέσει), η κατάλληλη αποθήκευση των προϊόντων, η προετοιμασία του φαγητού, ο τρόπος παροχής των υπηρεσιών (π.χ. Self-service), η υγιεινή των προϊόντων, η συντήρηση και η επιδιόρθωση του εξοπλισμού και ο οικονομικός έλεγχος της επιχείρησης. Επίσης, το σωστό οργανόγραμμα και η ορθή ακολουθία του, εγγυάται κατ'αρχάς την δεοντολογική απεικόνιση του ξενοδοχείου κι εν συνεχεία καθορίζει ξεκάθαρα τις σχέσεις στις οποίες βασίζεται η πρόοδος και η επιτυχία της εταιρίας.

Τέλος, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι τα έσοδα από τα επισιτιστικά τμήματα συχνά υπερβαίνουν το 50% των συνολικών εσόδων της επιχείρησης. Επίσης το απαιτούμενο κόστος για την σωστή λειτουργία του επισιτιστικού τμήματος, αντιπροσωπεύει την υψηλότερη μεμονωμένη δαπάνη που πραγματοποιεί η διεύθυνση. Επιπλέον, η ποιότητα του τμήματος εξαρτάται από την ποιότητα των βασικών στοιχείων του προϊόντος και το βαθμό που αυτά ικανοποιούν τον πελάτη, γεγονός το οποίο δυσκολεύει το στόχο μας, δεδομένου ότι το προϊόν του F&B επηρεάζεται από ποικίλους παράγοντες.

Συνοψίζοντας, η άρτια λειτουργία ενός επισιτιστικού τμήματος πραγματοποιείται, τηρώντας τις παραπάνω προϋποθέσεις και κανόνες σε συνδιασμό με την εφαρμογή διεθνών προτύπων υγιεινής και συστημάτων διασφάλισης ποιότητας. Όσο η διοίκηση κάθε επισιτιστικής επιχείρησης αποφασίζει και πράττει με γνώμονα την ποιότητα υπηρεσιών και την ικανοποίηση του πελάτη, τόσο συμβάλλει στην οικονομική της ανάπτυξη, την πρόοδο και την καλύτερη εξυπηρέτηση του διαρκώς αυξανόμενου ταξιδιωτικού κοινού.

<http://www.osys.gr/customers.html>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ



(google,images,5*hotel-restaurant)

1.1 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

Η ικανοποίηση του πελάτη ορίζεται με δύο βασικούς τρόπους: το αποτέλεσμα και την διαδικασία. Αυτό προέκυψε μετά από έρευνα του καθηγητή marketing Youjae Yi, το 1991. Ο πρώτος τρόπος καθορίζει την ικανοποίηση ως μία τελική κατάσταση, ή ως αποτέλεσμα της χρήσης μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος. Αρκετοί ερευνητές δίνουν έμφαση στο γεγονός ότι η ικανοποίηση είναι μία αντίληψη των πελατών που ουσιαστικά συνιστά έναν υποκειμενικό παράγοντα. Έτσι λοιπόν πρέπει να βρεθεί τρόπος ώστε αυτή η ικανοποίηση να μπορεί να μετρηθεί και να συγκριθεί με την πραγματικότητα.

Επειδή υπάρχει διαφορετική αντίληψη της ικανοποίησης ανάμεσα στον πελάτη και στην διοίκηση

του ξενοδοχείου, ενδέχεται να δημιουργηθούν παρερμηνείες. Το να καθορισθεί το σύνολο των πελατών μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού είναι μία αρκετά δύσκολη διαδικασία. Ακόμα πιο δύσκολο καθίσταται το εγχείρημα αυτό όταν αναφερόμαστε σε επιχείρηση η οποία δεν διαθέτει βάση δεδομένων με τα στοιχεία των πελατών της (επαναλαμβανόμενων ή μη), όπως για παράδειγμα ένα κατάστημα λιανεμπορίου (ρούχα, παπούτσια, τρόφιμα, κ.λ.π.).

Τέλος ως σύνολο πελατών, πρέπει να διευκρινισθεί αν περιλαμβάνονται σε αυτό τρέχοντες πελάτες, προγενέστεροι, ή δυνητικοί. Ο καθορισμός του συνόλου των πελατών όμως, παίζει πρωταρχικό ρόλο στην υλοποίηση ενός προγράμματος μέτρησης ικανοποίησης. Παράλειψη ή υπερβολή στον αριθμό των πελατών, ενδέχεται να αλλοιώσουν το αποτέλεσμα και ως εκ τούτου τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από μία ενδεχόμενη έρευνα. Σύμφωνα με τον κλασικό ορισμό, οι πελάτες μιας επιχείρησης είναι τα άτομα που λαμβάνουν τις αποφάσεις αγοράς των προϊόντων ή υπηρεσιών που διαθέτει η επιχείρηση (Engel 1978). Επίσης ως δυνητικούς πελάτες μπορούμε να θεωρήσουμε τα άτομα που έχουν:

1. την ανάγκη ή την επιθυμία αγοράς ενός προϊόντος ή υπηρεσίας.
2. το κίνητρο για να προχωρήσουν στην συγκεκριμένη αγορά.
3. τους απαιτούμενους οικονομικούς πόρους.
4. την δυνατότητα πρόσβασης στα σημεία διάθεσης του προϊόντος ή της υπηρεσίας.

Σύμφωνα με τον Dr J.Edosomwan (Customer and market-driven quality management,

1993), πελάτης είναι το άτομο ή μια ομάδα ατόμων που λαμβάνει το παραγόμενο αποτέλεσμα μιας εργασίας. Βάσει αυτού του ορισμού οι πελάτες μπορούν να διακριθούν στις παρακάτω κατηγορίες:

- Πελάτης-άτομο: Όλοι μας μπορούμε να θεωρηθούμε ως πελάτες του εαυτού μας από την στιγμή που είμαστε και οι πρώτοι αποδέκτες της εργασίας μας. Όσο καλύτερα παράγουμε το έργο, τόσο καλύτερο το επιθυμητό αποτέλεσμα. Σε αυτή την κατηγορία το άτομο μέσα από αυτή την διαδικασία βρίσκεται συνεχώς σε μία κατάσταση ελέγχου και βελτίωσης.
- Εσωτερικοί πελάτες: Οι εργαζόμενοι μιας επιχείρησης αποτελούν το σύνολο των εσωτερικών πελατών, ως χρήστες των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται από τις εσωτερικές διαδικασίες της επιχείρησης. Για παράδειγμα, η ποιότητα και η ευκρίνεια των αναφορών (reports) του τμήματος ελέγχου, μπορεί να βοηθήσει ουσιαστικά το τμήμα κοστολόγησης και λογιστηρίου.
- Εξωτερικοί πελάτες: πρόκειται για τους αγοραστές ή τους τελικούς καταναλωτές των προϊόντων ή των υπηρεσιών μιας επιχείρησης.

1.2 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΑ

Υπηρεσία ονομάζεται η εργασία, η επαγγελματική δραστηριότητα ελεύθερη ή προσωπική προσφορά εργασίας που προάγει, εξυπηρετεί ένα σκοπό, βοηθά ένα πρόσωπο. Ταυτόχρονα, ως ποιότητα καθορίζεται το σύνολο των ιδιοτήτων, τα χαρακτηριστικά ενός αγαθού ή μίας υπηρεσίας που το διαφοροποιούν από όλα τα άλλα όμοιά του και το χαρακτηρίζουν. Ανώτερος βαθμός μιας αξιολογικής κλίμακας, κλάση. Έτσι λοιπόν η σύζευξη των παραπάνω εννοιών γίνεται κατανοητή ως η προσφορά εργασίας με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά (ανάλογα με την περίπτωση) η οποία διαφοροποιείται από άλλες όμοιές της και έχει ως στόχο την άμεση ή έμμεση βοήθεια ενός προσώπου. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός πως η λέξη ποιότητα εμπεριέχει ως έννοια τον ανώτερο βαθμό μιας αξιολογικής κλίμακας γεγονός που υποσυνείδητα δημιουργεί προσδοκίες στο άτομο που δέχεται υπηρεσίες και ταυτόχρονα απαιτήσεις σε εκείνο που τις προσφέρει. Η παροχή υπηρεσιών ανώτερη ποιότητας πέραν του προσδοκώμενου, είναι ταυτόσημη με την άσκηση γοητείας απέναντι στον πελάτη σύμφωνα με κοινωνικούς και επιχειρηματικούς όρους. Ενώ η επένδυση στην ποιότητα αποτελεί την πιο αποδοτική επένδυση μιας επιχείρησης, με θεαματικά αποτελέσματα στους τομείς της αύξησης της παραγωγικότητας και την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας. Η ποιότητα στις υπηρεσίες διακρίνεται σε τρεις διαστάσεις σύμφωνα με την θεωρία που ανέπτυξε το 2001 ο John Quretreit.

1. Ποιότητα πελάτη (customer quality): Η υπηρεσία δίνει αυτό που επιθυμεί ο πελάτης.
2. Ποιότητα επαγγελματιών (Professional quality): Οι απόψεις των επαγγελματιών αναφορικά με το κατά πόσο οι υπηρεσίες που προσφέρουν ικανοποιούν τις ανάγκες των πελατών και κατά πόσον οι διαδικασίες που χρησιμοποιούνται συμβάλλουν στην βελτίωση της ποιότητας της υπηρεσίας.
3. Διαχείριση ποιότητας (management quality): η πιο αποδοτική και αποτελεσματική χρήση ποτών για να ικανοποιηθούν οι ανάγκες των πελατών χωρίς σπατάλες και με άξονα το κοινωνικό σύνολο.

Υπηρεσία ονομάζεται η εργασία, η επαγγελματική δραστηριότητα ελεύθερη προσωπική προσφορά εργασίας που προάγει, εξυπηρετεί ένα σκοπό, βοηθά ένα πρόσωπο. Ταυτόχρονα, ως ποιότητα καθορίζεται το σύνολο των ιδιοτήτων, τα χαρακτηριστικά ενός αγαθού ή μίας υπηρεσίας που το διαφοροποιούν από όλα τα άλλα όμοιά του και το χαρακτηρίζουν. Ανώτερος βαθμός μιας αξιολογικής κλίμακας, κλάση.

Στην ενότητα αυτή θα αναλύσουμε την ποιότητα και την υπηρεσία όσον αφορά τα επισιτιστικά τμήματα μιας ξενοδοχειακής μονάδας.

Ξεκινώντας με τον ορισμό της **Ποιότητας**, θα λέγαμε ότι είναι διεθνώς αντιληπτή και συνώνυμη

με τις υψηλού επιπέδου προσδοκίες σχετικά με την λειτουργικότητα μίας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος. Με αυτή την έννοια, η ποιότητα δεν μπορεί να μετρηθεί με ακρίβεια (Garvin,1988). Ορίζεται, επίσης, ως η πληρότητα των χαρακτηριστικών και των ιδιοτήτων ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας που έχει την δυνατότητα να ικανοποιεί τις δεδομένες ανάγκες [ANSI/ASQC, 1978].

Το 1979 ο Philip B. Crosby έδωσε την δική του ερμηνεία για την ποιότητα, η οποία περιλαμβάνει τις παρακάτω αρχές. Η Ποιότητα έχει να κάνει με την προσαρμογή στις απαιτήσεις. Επίσης, τα προβλήματα θα πρέπει να προσδιορίζονται από αυτούς που τα προκαλούν και επομένως η ποιότητα είναι ανέξοδη. Αυτό που προκαλεί το έξοδο είναι όταν δεν γίνεται μία εργασία σωστά από την αρχή. Ο τελικός στόχος της ποιότητας είναι μηδέν ελαττωματικά.

[www.philipcrosby.com].

Πρώτος, προσδιόρισε την έννοια της ποιότητας ο Walter Shewhart (1931) λέγοντας ότι «ποιότητα είναι το πόσο καλό είναι ένα προϊόν». Με αυτή την έννοια, «η ποιότητα είναι απόλυτα και παγκόσμια αναγνωρίσιμη, πρόκειται για ένα σημείο το οποίο αποτελείται από μη διαπραγματεύσιμα όρια και υψηλή απόδοση. Έτσι, ενώ, δεν μπορεί να οριστεί ακριβώς, παρόλα αυτά, γίνεται αντιληπτή όπου υπάρχει» (Garvin,1988). Σύμφωνα με τον Böhner, «...η κρίση του πελάτη αποφασίζει για την ποιότητα του προϊόντος».

Η απαίτηση για Ποιότητα προέκυψε ως ο μοναδικός κρίσιμος παράγοντας για την επιβίωση των επιχειρήσεων, ενώ, η εφαρμογή της αποτελεί ένα παγκόσμιο φαινόμενο. Αν και οι στόχοι εισαγωγής της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας στους οργανισμούς είναι κοινοί, οι τρόποι εφαρμογής της διαφέρουν από επιχείρηση σε επιχείρηση (Brian, 2001) .

Η υπεροχή στην ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας, καθώς και, η ικανοποίηση του πελάτη είναι το ζητούμενο και η πρόκληση στον τομέα των υπηρεσιών. Η ικανοποίηση των αναγκών και των προσδοκιών των πελατών προσδιορίζει την ποιότητα στην διεκπεραίωση μίας υπηρεσίας.

(Hung, 2003).

Η Ποιότητα είναι διεθνώς αντιληπτή και συνώνυμη με τις υψηλού επιπέδου προσδοκίες σχετικά με την λειτουργικότητα μίας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος. Με αυτή την έννοια, η ποιότητα δεν μπορεί να μετρηθεί με ακρίβεια (Garvin,1988).

Ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Διαχείρισης Ποιότητας οριοθετεί την έννοια της Ποιότητας στον σύγχρονο επιχειρηματικό κόσμο. Είναι, λοιπόν, σκόπιμο να αναφέρουμε τις αρχές του.

Αρχικά, διατυπώνει, ότι, στο σύγχρονο και εξαιρετικά ευμετάβλητο επιχειρησιακό περιβάλλον, οι ανάγκες των πελατών, των μετόχων και των εργαζομένων συνεχώς

αλλάζουν, ενώ, η ύπαρξη ευέλικτων επιχειρήσεων είναι πλέον επιτακτική. Έτσι, οι πρωτοπόρες επιχειρήσεις στην Διοίκηση της Ποιότητας γνωρίζουν τις υπάρχουσες και τις προσδοκώμενες ανάγκες τόσο των πελατών τους αλλά και των ανταγωνιστών τους. Οι στόχοι, οι στρατηγικές, οι πολιτικές και οι βραχυχρόνιοι ή μακροχρόνιοι σχεδιασμοί που εφαρμόζουν έχουν σκοπό την επιβίωση και την ανάπτυξή τους. Η θεμελιώδης, λοιπόν, έννοια για την υπεροχή των επιχειρήσεων είναι ότι η Ποιότητα επιτυγχάνει αποτελέσματα που ικανοποιούν όλους τους ενδιαφερόμενους.

Ακόμη, η ικανότητα αυτών των επιχειρήσεων να εστιάζουν στις ανάγκες και στις προσδοκίες των ήδη υπάρχοντων, αλλά και, των ενδεχόμενων μελλοντικών πελατών τους, δημιουργεί την προϋπόθεση για πιστούς πελάτες και κατά συνέπεια, για μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς. Οι πελάτες, ως τελικοί αποδέκτες των υπηρεσιών τους απολαμβάνουν γρήγορη και άμεση εξυπηρέτηση. Δημιουργούνται, έτσι, μεταξύ τους, σχέσεις ποιότητας και εμπιστοσύνης. Επίσης, οι επιχειρήσεις σταθμίζουν την δραστηριότητα των ανταγωνιστών τους και κατανοούν σε βάθος τα ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα.

Για να υλοποιηθούν όλα τα παραπάνω απαιτείται εμπνευσμένη καθοδήγηση από χαρισματικούς ανθρώπους.

- Οι διοικήσεις αυτών των εταιριών είναι σε θέση να θέτουν σαφή στόχους και ξεκάθαρες κατευθύνσεις.
- Αναπτύσσουν και διευκολύνουν την επίτευξη κάθε αποστολής και οράματος.
- Εμπνέουν τους εργαζόμενους, δημιουργούν αξίες, και προάγουν την ηθική και την εργασιακή κουλτούρα.
- Επιπλέον, σε δύσκολες επιχειρησιακές περιόδους συνεχίζουν να εμπνέουν εμπιστοσύνη και σταθερότητα στους εργαζομένους, ενώ, δεν διστάζουν να τους καθοδηγήσουν αποτελεσματικά στις νέες διαμορφωμένες συνθήκες.

Είναι, δηλαδή, εξ' ολοκλήρου δεσμευμένοι απέναντι στην συνεχή ανάπτυξη, εφαρμογή και συνεχή βελτίωση του διοικητικού τους συστήματος.

Για να κατανοήσει κανείς τις ιδιαιτερότητες που χαρακτηρίζουν το marketing των υπηρεσιών, σε σχέση με το marketing των προϊόντων, θα πρέπει καταρχήν να έχει μια ξεκάθαρη εικόνα αναφορικά με την έννοια των υπηρεσιών. Η έννοια των υπηρεσιών, δεν είναι πάντα και τόσο εύκολο να αποδοθεί για αυτό άλλωστε υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί ορισμοί.

Η διάκριση μεταξύ των προϊόντων και των υπηρεσιών γίνεται ολοένα και περισσότερο δυσχερής. Από τη μια πλευρά όλο και περισσότερο οι παραγωγοί των προϊόντων προσφέρουν στον καταναλωτή ένα μίγμα χειροπιαστών αγαθών και «υπηρεσιών». Από την άλλη πλευρά, οι παροχείς υπηρεσιών συνδυάζουν όλο και συχνότερα την παροχή των «υπηρεσιών» τους με κάποια

χειροπιαστά αγαθά.

Η διάκριση μεταξύ των υπηρεσιών και των προϊόντων είναι εφικτή εφόσον υιοθετηθεί ο ορισμός που προτείνει ο Berry (1980). Πιο συγκεκριμένα, στο άρθρο του στο περιοδικό Business Magazine με τίτλο Services Marketing Is Different, υιοθετούνται οι ακόλουθοι ορισμοί:

Υπηρεσία Πράξεις/Ενέργειες, Επιδόσεις, Αποτέλεσμα

Αγαθό Αντικείμενα, Εργαλεία, Πράγματα

Προϊόν Μόνον Υπηρεσίες, Μόνον Αγαθά ή Συνδυασμός

Σύμφωνα με τους παραπάνω ορισμούς η υπηρεσία αποτελεί το αποτέλεσμα των συγκεκριμένων πράξεων/ενεργειών στις οποίες προβαίνει ο παροχέας της, των επιδόσεων που ο παροχέας έχει προβαίνοντας στις συγκεκριμένες πράξεις/ενέργειες καθώς και των αποτελεσμάτων που οι πράξεις αυτές, σε συνδυασμό με την ικανότητα του παροχέα να επιτυγχάνει συγκεκριμένες επιδόσεις, έχουν για τον παραλήπτη/αγοραστή της υπηρεσίας.

Αντίθετα ως αγαθό ορίζονται συγκεκριμένα αντικείμενα, εργαλεία ή πράγματα που ο παραγωγός παράγει ως αποτέλεσμα της εφαρμογής μιας συγκεκριμένης παραγωγικής διαδικασίας, η οποία ωστόσο είναι τελείως ανεξάρτητη από τον πελάτη/αγοραστή του αγαθού, αφού ο τελευταίος δεν έχει καμία συμμετοχή στην παραγωγική αυτή διαδικασία. Τέλος, ως προϊόντα ορίζονται είτε οι υπηρεσίες που προσφέρει ένας παροχέας υπηρεσιών, είτε τα αγαθά που παράγει ένας παραγωγός, είτε ο συνδυασμός υπηρεσιών και αγαθών σε μια συνολική-ενοποιημένη προσφορά προς τον καταναλωτή/αγοραστή του προϊόντος. Η σημαντικότερη διαφορά μεταξύ τους είναι η υλική υπόσταση. Οι υπηρεσίες, σε αντίθεση με τα προϊόντα, στερούνται υλικής υπόστασης. Η υπηρεσία αποτελεί την εμπειρία που αποκομίζει ένας καταναλωτής / αγοραστής ως αποτέλεσμα:

- συγκεκριμένων ενεργειών στις οποίες προβαίνει εκείνος που παρέχει την υπηρεσία,
- της ικανότητας του να επιτυγχάνει και να διατηρεί συγκεκριμένα πρότυπα (standards) κατά την πραγματοποίηση των ενεργειών αυτών.
- του βαθμού στον οποίο ικανοποιούνται οι προσδοκίες του καταναλωτή αναφορικά με την εμπειρία που ήλπιζε ότι θα αποκομίσει προτού αποφασίσει να εμπλακεί σε μια σχέση συναλλαγής (αποδοχή του κόστους αποκόμισης της υπηρεσίας έχοντας ως προσδοκία το όφελος της απολαβής της υπηρεσίας) με τον παροχέ της υπηρεσίας.

(Γούναρης Σ. , 2003)

Η έννοια της υπηρεσίας προσδιορίζεται από το τρίπτυχο (Edvardsson, B.,1998) των **προϋποθέσεων**, δηλαδή των απαιτούμενων πόρων που καθιστούν εφικτή την παροχή της

υπηρεσίας, της **διαδικασίας** που παράγει την υπηρεσία (στην οποία συμμετέχουν και οι πελάτες) και του **αποτελέσματος** της διαδικασίας. Στην παραγωγή και παράδοση των υπηρεσιών λαμβάνουν μέρος η επιχείρηση, οι παροχείς και οι πελάτες αποκαλούνται «**τρίγωνο της υπηρεσίας**» (Zeithalm, V.A, Bitner, M.J., 2000)). Η επιχείρηση δημιουργεί υποσχέσεις στους πελάτες σχετικά με την εκπλήρωση των προσδοκιών τους. Η επιχείρηση ευθύνεται για την εξασφάλιση των απαιτούμενων παραγόντων και μέσων της διαδικασίας. Ως παράγοντες θεωρούνται οι γνώσεις και οι ικανότητες των παροχέων και η προθυμία τους ενώ τα μέσα αναφέρονται στον εξοπλισμό, τα υλικά και τη γενικότερη τεχνολογική υποδομή. Ο βαθμός εκπλήρωσης των προσδοκιών καθορίζει την αξιολόγηση του επιπέδου ποιότητας της παρεχόμενης υπηρεσίας από την πλευρά του πελάτη.

Οι υπηρεσίες αποτελούν ομάδα προϊόντων μεγάλης ποικιλίας, και ένας οργανισμός μπορεί να παρέχει περισσότερες του ενός είδους υπηρεσίες. Παραδείγματα υπηρεσιών περιλαμβάνουν ενοικιάσεις αυτοκινήτων, υγειονομική περίθαλψη, επισκευές, φύλαξη παιδιών, οικιακές υπηρεσίες, νομικές συμβουλές, τράπεζες, ασφάλειες, αεροπορικά ταξίδια, παιδεία, διασκεδάσεις, επιχειρηματικές συμβουλές, καθαριστήρια και λογιστικές υπηρεσίες. Ωστόσο, μπορεί να γίνει μια ανάλυση των υπηρεσιών με το διαχωρισμό τους σε πέντε κατηγορίες: α) τύπος αγοράς, β) βαθμός έντασης εργασίας, γ) βαθμός επαφής με τον πελάτη, δ) επιδεξιότητα εκείνου που παρέχει την υπηρεσία, και, ε) στόχος εκείνου που παρέχει την υπηρεσία. Ένας τρόπος είναι να εξεταστούν οι υπηρεσίες με βάση τον τύπο της αγοράς ή του πελάτη που εξυπηρετούν, αν δηλαδή είναι καταναλωτές ή βιομηχανίες. Οι επιπτώσεις αυτής της διάκρισης είναι παρόμοιες με εκείνες που ισχύουν για κάθε προϊόν. Ένας δεύτερος τρόπος να ταξινομηθούν οι υπηρεσίες είναι ο βαθμός της έντασης εργασίας. Πολλές υπηρεσίες, όπως οι επισκευές, η εκπαίδευση, στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό στην ανθρώπινη εργασία. Άλλες υπηρεσίες, όπως οι τηλεπικοινωνίες, τα κέντρα υγείας και αδυνατίσματος και οι δημόσιες μεταφορές, βασίζονται περισσότερο στον εξοπλισμό τους. Οι υπηρεσίες που βασίζονται στην εργασία (στους ανθρώπους) παρουσιάζουν μεγαλύτερη μεταβλητότητα από τις υπηρεσίες που βασίζονται περισσότερο στον εξοπλισμό. Οι υπεύθυνοι των υπηρεσιών που βασίζονται στους ανθρώπους πρέπει να κατανοούν ότι εκείνοι οι οποίοι παρέχουν τις υπηρεσίες αντιμετωπίζονται συχνά ως η ίδια η υπηρεσία. Επομένως, οι στρατηγικές που σχετίζονται με την επιλογή, την εκπαίδευση, την παροχή κινήτρων και τον έλεγχο των υπαλλήλων είναι πολύ σημαντικές για την επιτυχία των περισσότερων επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών.

Ο τρίτος τρόπος με τον οποίο μπορούν να ταξινομηθούν οι υπηρεσίες είναι στη βάση της επαφής με τον πελάτη. Οι υπηρεσίες υψηλής επαφής περιλαμβάνουν την υγειονομική περίθαλψη, τα ξενοδοχεία, τους κτηματομεσίτες και τα εστιατόρια. Οι υπηρεσίες χαμηλής επαφής περιλαμβάνουν τις επισκευές, τα θέατρα, τα στεγνοκαθαριστήρια κτλ. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι υπηρεσίες υψηλής επαφής περιλαμβάνουν συχνά ενέργειες που απευθύνονται σε άτομα. Επειδή αυτές οι

υπηρεσίες απευθύνονται σε άτομα, ο πελάτης πρέπει να είναι παρών στη διάρκεια της παραγωγής. Αν και μερικές φορές είναι δυνατόν εκείνος που παρέχει την υπηρεσία να πάει ο ίδιος στον καταναλωτή, οι υπηρεσίες υψηλής επαφής απαιτούν τυπικά να πάει ο καταναλωτής στον τόπο παραγωγής των υπηρεσιών. Έτσι, η φυσική εμφάνιση και το περιβάλλον των εγκαταστάσεων μπορεί να είναι πολύ σημαντικό συστατικό της συνολικής εκτίμησης την οποία διαμορφώνει ο καταναλωτής για την υπηρεσία. Η απόλαυση μιας βραδινής εξόδου σε ένα εστιατόριο δεν απορρέει μονάχα από την ποιότητα του φαγητού αλλά, επίσης, από τη διακόσμηση, την επίπλωση, τη γενική ατμόσφαιρα και την ικανότητα και τη συμπεριφορά του προσωπικού. Επειδή ο καταναλωτής πρέπει να είναι παρών κατά τη διάρκεια της παραγωγής μιας υπηρεσίας υψηλής επαφής, η διαδικασία της παραγωγής μπορεί να είναι εξίσου σημαντική με το τελικό αποτέλεσμα. Για παράδειγμα, ανοικτά προγράμματα τραπεζών (open plan banks) και γρήγορα συστήματα αναμονής στοχεύουν στη βελτίωση της διαδικασίας συναλλαγής και κάνουν την υπηρεσία πιο ευχάριστη για τον καταναλωτή.

Αντίθετα, οι υπηρεσίες χαμηλής επαφής περιλαμβάνουν συνήθως ενέργειες που κατευθύνονται σε πράγματα. Κατά συνέπεια, δεν απαιτείται συνήθως να είναι παρών ο καταναλωτής κατά την παράδοση της υπηρεσίας. Ωστόσο, η παρουσία του καταναλωτή μπορεί να απαιτείται για να αρχίσει ή για να τελειώσει η διαδικασία. Τα ταχυδρομεία διαθέτουν ένα δίκτυο κλάδων, γραφεία διαλογής και οχήματα. Η διαδικασία για να σταλεί ένα δέμα από την Αθήνα στη Θεσσαλονίκη είναι χρονοβόρα, εξαιτίας της μεγάλης απόστασης. Αν και οι καταναλωτές πρέπει να είναι παρόντες για να αρχίσει η παροχή της υπηρεσίας, δεν χρειάζεται εντούτοις να είναι παρόντες στη διάρκεια της διαδικασίας. Έτσι, η εμφάνιση των εγκαταστάσεων της υπηρεσίας και οι προσωπικές επιδεξιότητες εκείνων που παρέχουν την υπηρεσία δεν είναι τόσο κρίσιμες στις υπηρεσίες χαμηλής επαφής όσο στις υπηρεσίες υψηλής επαφής. Η επιδεξιότητα εκείνων που παρέχουν τις υπηρεσίες είναι ένας τέταρτος τρόπος ταξινόμησης υπηρεσιών. Οι επαγγελματικές υπηρεσίες τείνουν να είναι πιο πολύπλοκες και πιο αυστηρά ρυθμιζόμενες από τις μη επαγγελματικές υπηρεσίες. Στην περίπτωση νομικών συμβούλων, για παράδειγμα, συχνά οι καταναλωτές δεν ξέρουν τι περιλαμβάνει η υπηρεσία και πόσο θα κοστίσει μέχρι να ολοκληρωθεί, επειδή το τελικό προϊόν είναι μία πολύ ειδική κατάσταση. Επιπλέον, η δράση των δικηγόρων ρυθμίζεται τόσο από το νόμο όσο και από τις επαγγελματικές ενώσεις. Τέλος, οι υπηρεσίες μπορούν να ταξινομηθούν ανάλογα με το στόχο εκείνου που παρέχει την υπηρεσία: κερδοσκοπικός ή μη κερδοσκοπικός.

(Πετρώφ Γ., Τζωρτζάκης Κ. και Τζωρτζάκη Α., 2002)

1.3 ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ (ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ)

Από τα τέλη του 13^{ου} αιώνα έως τις αρχές του 19ου αιώνα, τεχνίτες σε ολόκληρη την μεσαιωνική Ευρώπη είχαν ενταχθεί σε οργανώσεις δημιουργώντας συντεχνίες. Εκείνες οι συντεχνίες ήταν υπεύθυνες για την ανάπτυξη αυστηρών κανόνων για τα προϊόντα και την ποιότητα των υπηρεσιών. Η ιστορική εξέλιξη της ποιότητας συνεχίζεται και κατά την διάρκεια της βιομηχανικής επανάστασης, αλλά και κατά τον 20ο αιώνα για να φθάσουμε στον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο και στην δημιουργία της «ολικής ποιότητας» από τους Αμερικάνους, η οποία αποτελούσε κατά κάποιον τρόπο απάντηση προς τους Ιάπωνες και τις τεχνικές τους.

www.ell.wikipedia.org



(google,images,high quality services)

1.4 ΤΟΜΕΙΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Οι τομείς στους οποίους παρέχονται υπηρεσίες σήμερα είναι πάρα πολλοί, μερικά παραδείγματα εκ των οποίων είναι:

1. Δημόσιος τομέας: με υπηρεσίες όπως δικαστικές, εργασιακές, νοσοκομειακές, εκπαιδευτικές, στρατιωτικές, ταχυδρομικές, προστασίας των πολιτών (αστυνομία, πυροσβεστική) κ.λ.π.
2. Ιδιωτικός μη κερδοσκοπικός: με υπηρεσίες όπως είναι μουσεία, φιλανθρωπικά ιδρύματα, εκκλησίες, διάφορα ιδρύματα.
3. Επιχειρησιακός τομέας με υπηρεσίες στις αεροπορικές γραμμές και γενικότερα στις μεταφορές, στις τράπεζες, στα ξενοδοχεία, σε ασφαλιστικές εταιρίες, σε εταιρίες συμβούλων, σε μεσιτικές εταιρίες, σε λογιστικά γραφεία κ.λ.π.

1.5 ΜΟΡΦΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

1. Φυσικά προϊόντα που συνοδεύονται από υπηρεσίες όπως η μεταφορά, παράδοση, συντήρηση, υποστήριξη κ.λ.π.
2. Υβριδικές υπηρεσίες (παροχή φαγητού και υπηρεσιών σε εστιατόρια).
3. Υπηρεσίες που συνοδεύουν φυσικά προϊόντα ή άλλες υπηρεσίες.
4. Καθαρόαιμες υπηρεσίες (που δεν συνοδεύονται με φυσικά αγαθά ή άλλες υπηρεσίες): φυσικοθεραπεία, babysitting.
5. Διοικητικές υπηρεσίες.
6. Δημόσιες υπηρεσίες.
7. Κοινοτικές υπηρεσίες.
8. Υπηρεσίες εξυπηρέτησης πελατών.
9. Οικιακές υπηρεσίες.
10. Υπηρεσίες στρατιωτικής θητείας
11. Ανιδιοτελείς υπηρεσίες.

Πετρώφ Γ.- Τζωρτζάκης Κ.- Τζωρτζάκη Α. (2002)

1.6 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΠΟΙΟΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Οι υπηρεσίες διαφέρουν ριζικά από τα προϊόντα όσον αφορά στον τρόπο που παράγονται, καταναλώνονται, και αξιολογούνται. Ορισμένα από τα βασικά χαρακτηριστικά που είναι μοναδικά στην παροχή υπηρεσιών γενικά είναι:

- το άυλο-μη χειροπιαστό-στοιχείο μιας παρεχομένης υπηρεσίας.
- η μεταβλητότητα (variability)
- το αχώριστο (inseparability)
- η ετερογένεια (heterogeneity)
- το απροσδιόριστο (intangibility)
- διαφορετικές προδιαγραφές και κριτήρια της υπηρεσίας
- η αδυναμία συντήρησης (perish ability)
- η φθαρτότητα
- ταυτόχρονη παροχή υπηρεσιών
- συμμετοχή των πελατών στην διαδικασία υπηρεσία
- η έλλειψη ιδιοκτησίας
- η υπηρεσία δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως δείγμα
- μία υπηρεσία είναι δύσκολο να αξιολογηθεί

Ωστόσο για να χαρακτηριστεί μία υπηρεσία ως ποιοτική θα πρέπει να διαθέτει σε συνδυασμό πάντα με τα προαναφερθέντα, και τα ακόλουθα γνωρίσματα:

1. Γενικά Ποιοτικά χαρακτηριστικά:

I. Η οποιαδήποτε υπηρεσία κι αν παρέχεται θα πρέπει να ανταποκρίνεται στις ατομικές και ιδιαίτερες ανάγκες του εκάστοτε πελάτη.

II. Η παροχή της υπηρεσίας θα πρέπει να είναι έγκαιρη και να λαμβάνει χώρα μέσα σε συγκεκριμένα και αναμενόμενα αλλά και λογικά πλαίσια.

III. Επιπλέον η υπηρεσία η οποία παρέχεται θα πρέπει να είναι ακριβής.

2. Πιο συγκεκριμένα, μια υπηρεσία χαρακτηρίζεται ποιοτική όταν έχουν τηρηθεί τα παρακάτω:

- Υλικά στοιχεία
- Αξιοπιστία
- Ανταπόκριση
- Επικοινωνία
- Ασφάλεια
- Αρμοδιότητες
- Ευγένεια

- Κατανόηση πελατών
- Αισθητική
- Προσοχή
- Διαθεσιμότητα
- Φροντίδα
- Καθαριότητα
- Άνεση
- Δέσμευση
- Ικανότητα
- Λειτουργικότητα
- ακεραιότητα

Λαλούμης Δ.(2002) "*Management*"

1.7 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Το μοντέλο της ποιότητας υπηρεσιών που έχει δημιουργηθεί από τους Zeithaml, Parasuraman, και Berry, δίνει έμφαση σε πέντε παράγοντες οι οποίοι μπορούν να επηρεάσουν την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών. Αυτοί είναι:

1. Η διαφορά μεταξύ των προσδοκιών του πελάτη αλλά και της αντίληψης της διοίκησης μιας επιχείρησης ως προς αυτές τις προσδοκίες.
2. Η διαφορά μεταξύ της αντίληψης της διοίκησης ως προς τις προσδοκίες των πελατών και τον σαφή προσδιορισμό της ποιότητας υπηρεσιών.
3. Το χάσμα ανάμεσα στην πραγματική & αντικειμενική ποιότητα της υπηρεσίας σε σχέση με αυτή που έχει προκαθορισθεί.
4. Η διαφορά ανάμεσα στην πραγματική ποιότητα υπηρεσίας η οποία έχει παρασχεθεί στον πελάτη αλλά και πως έχει ερμηνεύσει ο πελάτης την συγκεκριμένη παροχή υπηρεσιών.
5. Η σχέση μεταξύ της παροχής υπηρεσιών τις οποίες αναμένει ο πελάτης και αυτών των οποίων τελικά λαμβάνει.

1.7.1 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΤΑ ΕΛΟΤ ISO 8402.

Ένα σύστημα διασφάλισης ποιότητας αποσκοπεί στο να ενοποιήσει όλα τα στοιχεία που επηρεάζουν την ποιότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που προσφέρει μια επιχείρηση. Η έννοια της ποιότητας ωστόσο, δεν περιορίζεται μόνο στην ποιότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας αλλά επεκτείνεται και στην ποιότητα της επιχείρησης που το προσφέρει.

Ετσι δημιουργείται η έννοια της ολικής ποιότητας που έχει σαν βασικό σκοπό να μεγιστοποιεί την αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων και να ελαχιστοποιεί το κόστος τους.

Ετσι ένα σύστημα διασφάλισης ποιότητας μπορούμε να πούμε ότι περιλαμβάνει την οργανωτική δομή, τις διαδικασίες, τις διεργασίες, και τα μέσα που απαιτούνται για την υλοποίηση της διαχείρισης ποιότητας.

(ΕΛΟΤ ISO 8402).

1.7.2 ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Τα πρότυπα συστήματα ποιότητας είναι τεχνικά έγγραφα που καθορίζουν γενικές ή ειδικές προδιαγραφές για διαδικασίες, προϊόντα, ή συστήματα. Διακρίνονται σε διεθνή, Ευρωπαϊκά, και Εθνικά. Τα κυριότερα είναι:

1. Σύστημα Διασφάλισης Ποιότητας (ΕΛΟΤ EN ISO 9000:2000)
2. Σύστημα Ασφάλειας και Υγιεινής Προϊόντων (HACCP)
3. Σύστημα Ασφάλειας Δεδομένων και Πληροφοριών (BS 7799)
4. Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ΕΛΟΤ ISO 14001, EMAS, EcoLabel)
5. σύστημα Υγιεινής και Ασφάλειας Εργασίας (BS 8800, OHSAS 18001)
6. Διαπίστευση Εργαστηριακών Δοκιμών (EN 450000, ISO 17025)
7. Σήμανση Ασφάλειας Προϊόντων (CE)



(google,images,haccp)

1.8 ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Οι πρώτες προσπάθειες μέτρησης και ανάλυσης της ποιότητας επικεντρώθηκαν στην επιθεώρηση συγκεκριμένων χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων του προϊόντος χρησιμοποιώντας μεθόδους στατιστικού ελέγχου ποιότητας και τεχνικές ελέγχου διεργασιών. Εξετάστηκαν και αναπτύχθηκαν η ανάλυση του ανθρώπινου παράγοντα (η στάση του προσωπικού, οι μέθοδοι υποκίνησης – κινήτρων, η έρευνα συμπεριφορών), αλλά παράλληλα και οι διαδικασίες ελέγχου του προϊόντος. Όλες οι δραστηριότητες του οργανισμού που έχουν σχέση με την ποιότητα ενοποιούνται από την διοίκηση ολικής ποιότητας (total quality management). Εξετάζεται η αλληλεπίδραση όλων των λειτουργιών σε μία επιχείρηση σε σχέση με το προσφερόμενο προϊόν – υπηρεσία και τον τελικό πελάτη. Εξετάζονται όμως και σχέσεις μεταξύ εργαζομένων, σχέσεις με τους προμηθευτές, ή το τμήμα έρευνας και ανάπτυξης. Ο πελάτης, η ολική του εξυπηρέτηση, και ικανοποίηση είναι το προσδοκώμενο αποτέλεσμα ενός προγράμματος ολικής ποιότητας. Η επιχείρηση ή ο οργανισμός θα πρέπει:

1. Να παρακολουθεί συστηματικά την απόδοση και αξιοπιστία των υπηρεσιών του.
2. Να συγκρίνει τα αποτελέσματα με προϋπολογισμένα δεδομένα και με τον ανταγωνισμό, και αν κριθεί απαραίτητο να λαμβάνονται διορθωτικές κινήσεις.

Το επίπεδο ποιότητας εξυπηρέτησης που τελικά κατορθώνει να παραδώσει ο οργανισμός στην πελάτη ονομάζεται ποιότητα παράδοσης. Η διαφορά μεταξύ της ποιότητας προδιαγραφής και

ποιότητας παράδοσης, αλλά και η συχνότητα με την οποία επιτυγχάνονται τα επιθυμητά αποτελέσματα, καθορίζει το επίπεδο αξιοπιστίας του οργανισμού.

Τα μοντέλα ολικής ποιότητας στοχεύουν στην συνεχή βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ μέτρο σύγκρισης για τον οργανισμό αποτελούν οι επιδόσεις του καλύτερου ανταγωνιστή σε κάθε κλάδο της επιχείρησης ή οργανισμού. Η αξιολόγηση του προσωπικού πρέπει να είναι συνεχής, οι εμπειρίες και δεξιότητες πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψιν στην ανάθεση καθηκόντων και πρέπει τα δεδομένα να είναι μετρήσιμα ώστε να μπορούν να αξιολογηθούν. Επίσης είναι σημαντική η επικοινωνία με τους προμηθευτές και εξωτερικούς συνεργάτες, καθώς και η έρευνα πάνω σε νέα προϊόντα και ανταγωνιστικές υπηρεσίες. Τα πιο γνωστά μοντέλα ολικής ποιότητας είναι:

1. Το Ιαπωνικό μοντέλο (Deming).
2. Το Αμερικάνικο βραβείο ποιότητας Malcolm Balbridge.
3. Το Ευρωπαϊκό μοντέλο ποιότητας EQA.

Η ικανοποίηση των πελατών αποτελεί το σημαντικότερο παράγοντα για την ανάπτυξη μιας διαδικασίας ολικής ποιότητας, δεδομένου ότι αυτή βασίζεται στις ανάγκες, τις προσδοκίες και γενικότερα τα πρότυπα των πελατών. Έτσι δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην προστιθέμενη αξία των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών σύμφωνα με την προοπτική του πελάτη. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες μπορούν να θεωρηθούν ως συγκεκριμένες λύσεις σε προβλήματα των πελατών.

Στο πλαίσιο της διοίκησης ολικής ποιότητας η έννοια του πελάτη αποκτά μια διευρυμένη διάσταση ώστε να καλύπτει όχι μόνο τους εξωτερικούς αλλά και τους εσωτερικούς πελάτες (εργαζόμενους). Τόσο οι όροι της ποιότητας όσο και της ικανοποίησης δεν προσδιορίζονται με βάση εσωτερικούς κανονισμούς και προδιαγραφές της επιχείρησης ή του οργανισμού, αλλά καθορίζονται από τους ίδιους τους πελάτες μέσα από μια διαδικασία σύγκρισης εναλλακτικών προϊόντων και ανταγωνιστικών εταιριών.

Garvin (1998)

1.9 ΣΥΣΤΗΜΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ (SERVQUAL)



(google,images,high quality services)

ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ SERVQUAL

Η ονομασία “SERVQUAL” σημαίνει SERVICE QUALITY, δηλαδή ποιότητα υπηρεσιών. Η ποιότητα των υπηρεσιών είναι μια γενική μέθοδος για την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών ως διαφορά μεταξύ της απόδοσης που αναμένεται από τους πελάτες και της απόδοσης που δίνεται πραγματικά. Από αυτήν την διαφορά μετριέται η ικανοποίηση των πελατών. Το μοντέλο SERVQUAL αναπτύχθηκε από τους Zeithaml, Parasuraman, και Berry. Η κλίμακα SERVQUAL διαχωρίζει την έννοια της ποιότητας της υπηρεσίας σε πέντε δομές οι οποίες είναι οι παρακάτω:

1. Υλικά στοιχεία – σε συγκεκριμένες εγκαταστάσεις, εξοπλισμός, εμφάνιση προσωπικού
2. Αξιοπιστία – η ικανότητα να εκτελέσει υπηρεσία αξιόπιστα και με ακρίβεια
3. Ανταπόκριση – προθυμία ανταπόκρισης στις ανάγκες του πελάτη
4. Διαβεβαίωση – η ικανότητα του προσωπικού να εμπνέει εμπιστοσύνη
5. Ενσυναίσθηση – ο βαθμός ο οποίος η υπηρεσία που παρέχεται είναι εξατομικευμένη

Επίσης μπορούμε να τονίσουμε ότι γενικά η μεθοδολογία SERVQUAL βοηθά στην αναγνώριση

των προοπτικών της ποιότητας υπηρεσιών των πελατών. Στην περίπτωση που ένας οργανισμός υιοθετεί σαν πρότυπο ένα μοντέλο ολικής ποιότητας, έχει σαν στόχο τη συνεχή βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών του, με ρυθμό ταχύτερο από εκείνον του ανταγωνισμού και τη συνεχή επιδίωξη της τελειότητας για τη διασφάλιση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Παρόλο που η ικανοποίηση του πελάτη είναι η θεμελιώδης αρχή της ολικής ποιότητας, τα συστήματα διασφάλισης ποιότητας δεν καθορίζουν με σαφήνεια τις διαδικασίες μέτρησης και ανάλυσης της. Η παραδοσιακή μέθοδος μέτρησης της ικανοποίησης του πελάτη βασίζεται σε αναφορές πωλητών, αριθμό τηλεφωνημάτων ή παραπόνων που αφορούν στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες. Ένας άλλος δείκτης που χρησιμοποιείται είναι το κόστος αποζημιώσεων ή εγγυήσεων καλής λειτουργίας.

Το μειονέκτημα των παραπάνω μεθόδων είναι ότι αναφέρονται σε προβλήματα που έχουν ήδη συμβεί. Η σύγχρονη προσέγγιση εστιάζεται στον προσδιορισμό των πραγματικών αναγκών και τη μέτρηση της ικανοποίησης χρησιμοποιώντας συγκεκριμένου τύπου έρευνες πελατών. Αξίζει να αναφερθεί η αυξανόμενη βαρύτητα που δίνεται στη χρήση ποιοτικών μεταβλητών που αφορούν τον οργανισμό ή γενικότερα χαρακτηριστικών του προσφερόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας.

www.ell.wikipedia.org

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η διεύθυνση επισιτιστικών τμημάτων περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που σχετίζονται με την παραγωγή και πώληση φαγητού και ποτού σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση. Οι υπηρεσίες της διεύθυνσης επισιτισμού είναι ουσιώδες μέρος των δραστηριοτήτων της ξενοδοχειακής μονάδας και ανάλογα με την επιχείρηση της οποίας αποτελούν τμήμα, η λειτουργία του Food and Beverage Management χαρακτηρίζεται για την ποικιλία και το μέγεθος της.

Για παράδειγμα, σε μιας μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχειακή μονάδα, τα επιμέρους τμήματα που αποτελούν την παραπάνω διεύθυνση είναι τα εστιατόρια (table d' hotel, à la carte, self service, ταβέρνα κα), bars (main bar, pool bar κ.ά.), banqueting, room-service, night club, κουζίνα (buffet, τμήμα καθαρισμού των σκευών των τμημάτων παραγωγής και κατανάλωσης κ.ά.), κάβα ποτών, αποθήκες, τμήμα προμηθειών τροφίμων και ποτών κ.λπ. Αντίθετα, σε ένα μικρό ή μεσαίου μεγέθους ξενοδοχείο, τα επισιτιστικά τμήματα είναι περιορισμένα και συνήθως συναντούμε τα υποχρεωτικά από τη νομοθεσία τμήματα (κουζίνα, εστιατόριο, μπαρ).

Στην περίπτωση αυτή, δεν συζητούμε για ξεχωριστή διεύθυνση επισιτιστικών τμημάτων, την διεύθυνση λειτουργίας έχουν οι επιμέρους τμηματάρχες. (chef, maitre d' hotel, barman) με τη συνεργασία και εποπτεία του διευθυντή του ξενοδοχείου. Πάντως, σε ξενοδοχειακές μονάδες διακοπών άνω των 500 κλινών και αστικών άνω των 700-800 κλινών, εξαιτίας του μεγάλου αριθμού των δραστηριοτήτων που συνήθως περιλαμβάνει η υπηρεσία του Food and Beverage, τείνει να είναι η πιο πολύπλοκη διεύθυνση μέσα στην ξενοδοχειακή επιχείρηση. Και αυτό, αφενός λόγω της μεγάλης αναλογίας του προσωπικού των επισιτιστικών τμημάτων σε σχέση με το σύνολο του προσωπικού της ξενοδοχειακής επιχείρησης και αφετέρου λόγω των οικονομικών πόρων που διακινούνται από τα παραπάνω τμήματα.

Αγορές

Παραλαβές

Αποθήκευση-Συντήρηση

Καταμέτρηση των αποθεμάτων

Διακίνηση

(Γ.Κ.Χολέβας, 1995)

2.1 ΒΑΣΙΚΗ ΣΤΟΧΟΙ ΤΜΗΜΑΤΩΝ

Βασικοί στόχοι των επισιτιστικών τμημάτων είναι η όσο το δυνατό πληρέστερη κάλυψη των αντίστοιχων αναγκών και η μεγιστοποίηση του κέρδους της επιχείρησης. Ο ρόλος του τμήματος κρίνεται ακόμα πιο σημαντικός αν αναλογισθεί πως η συνολική εικόνα του ξενοδοχείου στην κρίση των πελατών εξαρτάται άμεσα από τις προσφερόμενες υπηρεσίες και προϊόντα.

Λαμβάνοντας υπόψη λοιπόν τις ιδιαιτερότητες και το μέγεθος της επιχείρησης, τις προσδοκίες του επιχειρηματία, τις απαιτήσεις και το είδος της πελατείας, τις γενικότερες συνθήκες της εκάστοτε τουριστικής αγοράς καθώς και λοιπούς μη επιχειρηματικούς αστάθμητους παράγοντες, δημιουργούνται και οργανώνονται τα επισιτιστικά τμήματα εκείνα που ανταποκρίνονται ως τα πλέον κατάλληλα για το ξενοδοχείο τόσο ως προς την ποσότητα, όσο και προς την ποιότητα και το είδος τους.

Όπως γίνεται κατανοητό η συνεχής εξέλιξη του τουρισμού, η πρόοδος που συντελείται στην τεχνολογία και ο πολλαπλασιασμός των αναγκών και των απαιτήσεων δημιουργούν ολοένα νέα επισιτιστικά τμήματα ενώ ανανεώνουν τα ήδη υπάρχοντα. Τα συνήθη τμήματα του Food and Beverage Department σε ένα ξενοδοχείο υψηλού επιπέδου είναι:

Τμήμα Προμηθειών – Αποθήκες

Μαγειρεία – Κουζίνες

Εστιατόριο

Bar

Room Service

Τμήματα εκδηλώσεων – συνεδρίων

Mini bar



(google,images,F&Bmanagement)

2.2 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ

Μελετώντας την ελληνική βιομηχανία εστίασης, σημειώνεται μια αλλαγή στις προτιμήσεις των καταναλωτών προς τα φτηνότερα και απλούστερα γεύματα. Παρατηρείται μια άνθηση εστιατορίων και επισιτιστικών επιχειρήσεων με κεντρική θεματολογία τα ελαφρά γεύματα όπως για παράδειγμα τα burger, η πίτσα και το barbecue, με τους καταναλωτές να τα προτιμούν για τις καθημερινές τους επισκέψεις κυρίως με γνώμονα το χαμηλό τους κόστος.

Στην Ελλάδα σήμερα και με δεδομένη τη παρούσα οικονομική κρίση, υπάρχει μια έξαρση στο τομέα της ανάπτυξης του φτηνού και γρήγορου φαγητού, παρόλα αυτά, τα είδη των εστιατορίων που λειτουργούν είναι πολλά καλύπτοντας κάθε ανάγκη των Ελλήνων καταναλωτών. Στη παρούσα ενότητα θα παραθέσουμε τα είδη των εστιατορίων που λειτουργούν. Αναλυτικά έχουμε τις λεγόμενες ψησταριές, οι οποίες προσφέρουν φαγητά ψημένα στα κάρβουνα, γεύματα που έχουν ως βασική τους ύλη το κρέας. Τα γεύματα αυτά σερβίρονται γρήγορα είναι τις ώρες και οι τιμές τους είναι αρκετά χαμηλές οπότε και προτιμώνται από μεγάλο ποσοστό των καταναλωτών.

Συγχρόνως λόγω της διαδικασίας του delivery, προτιμώνται διότι μπορεί κάποιος να τα απολαύσει ανά πάσα στιγμή το χώρο του. Από την άλλη στην ίδια συνομοταξία υπάγονται οι αλυσίδες γρήγορης εστίασης, τα λεγόμενα fast-food, τα οποία παρέχουν γρήγορο φαγητό με βάση το κρέας, τα ζυμαρικά, τα λαχανικά κ.λ.π. Οι αλυσίδες αυτές παρέχουν τη δυνατότητα στο καταναλωτή να γευματίσει στο χώρο τους, αλλά και μέσα από τη διαδικασία του delivery, να τα παραλάβει στο σπίτι του. Η βάση της στρατηγικής τους αναφέρετε στις χαμηλές τιμές, στο γρήγορο, σερβίρισμα, στις ιδιαίτερες γεύσεις. Στην Ελλάδα λόγω των μεσογειακών προτιμήσεων, οι αλυσίδες έχουν προσθέσει γεύματα με βάση τους τα θαλασσινά. Δυο άλλες κατηγορίες οι οποίες σχετίζονται με τη παροχή φαγητών της ώρα με βάση τους το ψάρι ή το κρέας είναι από τη μια οι ψησταριές, οι οποίες ονομάζονται είτε ταβέρνες είτε ψησταριές είτε μεζεδοπωλεία.

Οι κατηγορίες αυτές εστιατορίων προσφέρουν την ατμόσφαιρα ενός χώρου εστίασης, παρέχουν γευστικά γεύματα με βάση όπως είπαμε το κρέας και το ψάρι, αυτά σερβίρονται είτε με τη μορφή γρήγορων μεξέδων είτε με μορφή ζεστών και κρύων πιάτων. Σ' αυτά μπορεί κάποιος να γευτεί τη παραδοσιακή ελληνική κουζίνα.

Μια άλλη σημαντική κατηγορία είναι οι λεγόμενες πιτσαριές, οι οποίες αντιπροσωπεύουν την

ιταλική κουζίνα. Τα συγκεκριμένα εστιατόρια παρουσιάζονται είτε σαν αλυσίδες γρήγορης εστίασης με παραδόσεις φαγητού στο σπίτι, είτε ως πολυτελή εστιατόρια ιταλικής κουζίνας. Τα εστιατόρια αυτά υπάγονται από τη μια στις αλυσίδες γρήγορου και φτηνού φαγητού και από την άλλη στα εστιατόρια πολυτελείας.

Στην κατηγορία πολυτελών εστιατορίων υπάγονται οι διάφορες Ευρωπαϊκές, ανατολίτικες και ασιατικές κουζίνες. Αυτά τα εστιατόρια βασίζονται στη ποιότητα αλλά και στις τιμές που είναι πιο υψηλές από αυτές του γρήγορου φαγητού. Τα μεγάλα και καλά εστιατόρια βασίζονται στη πρωτοτυπία και τη ποιότητα, προσφέροντας το διαφορετικό προκειμένου να προσελκύσουν μια ειδική κατηγορία πελατών που έχουν να το πληρώσουν. Στις ασιατικές κουζίνες παρατηρείται και το φαινόμενο αλυσίδων γρήγορης εστίασης. Τέλος δε πρέπει να ξεχάσουμε τα εστιατόρια των μεγάλων ξενοδοχείων οι οποίες σερβίρουν πελάτες με ειδικό και ποιο ακριβό γούστο.

www.dining.uconn.edu



(google,images,5*hotel-restaurant)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Από πλευράς οργάνωσης, το τμήμα προμηθειών, στην οργανωτική δομή μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχειακής μονάδας, με κάθετη οργάνωση, υπάγεται στα οικονομικά- διαχειριστικά τμήματα και είναι χωρισμένο στα παρακάτω τρία υποτμήματα:

- Τμήμα αγορών (purchase department)
- Τμήμα παραλαβών (delivery department)
- Αποθηκευτικοί χώροι (storing facilities)

Αντίθετα, σε μικρής και μεσαίας δυναμικότητας ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με οριζόντια οργάνωση, θα συναντήσουμε μόνο το τμήμα της αποθήκης. Στις μονάδες αυτές, οι προμήθειες πραγματοποιούνται, σε συνεννόηση με το διευθυντή, από τους υπεύθυνους των τμημάτων (chef, barman) και τον αποθηκάριο. Όμως και στις δύο περιπτώσεις, και μέσα στα όρια των υπευθυνοτήτων και της ιεραρχίας, το τμήμα των προμηθειών ή η "λειτουργία των προμηθειών" (όταν δεν υπάρχει ευκρινές τμήμα, όπως συμβαίνει στα μικρά ξενοδοχεία), πρέπει να επιτυγχάνει τους βασικούς του στόχους. Απαραίτητη προϋπόθεση θεωρείται η σωστή αντίληψη της σπουδαιότητας του από τους υπεύθυνους, ώστε το τμήμα να επανδρώνεται με τους κατάλληλους ανθρώπους, να εξασφαλίζεται ο απαραίτητος εξοπλισμός και γενικά να παρέχονται όλες οι δυνατές διευκολύνσεις για την αποτελεσματική λειτουργία του. (Τζωρακολευθεράκης, 1994).

Τμήμα αγορών (purchase department) Σημαντικό ρόλο παίζει η επιλογή του κατάλληλου προμηθευτή. Η επιχείρηση μπορεί εύκολα να επιλέξει ένα προμηθευτή μεταξύ αυτών που συνεργάστηκε στο παρελθόν, με κριτήριο την ποιότητα των προϊόντων, την τιμή και το επίπεδο των υπηρεσιών που προσέφερε. Όταν όμως η επιχείρηση ψάχνει για νέο προμηθευτή, η απόφαση επιλογής είναι δυνατόν να βασιστεί στη φήμη του υποψήφιου προμηθευτή και στην έρευνα που πρέπει να πραγματοποιηθεί από τον υπεύθυνο προμηθειών. Ειδικότερα θα πρέπει να εξεταστούν με προσοχή ορισμένα σημεία και να ζητηθούν στοιχεία, όπως:

- Πληροφορίες για την επιχείρηση του προμηθευτή.
- Η ποικιλία των προϊόντων που διαθέτει.
- Τιμοκατάλογο των προϊόντων.
- Οι τρόποι διακανονισμού πώλησης προϊόντων, που χρησιμοποιεί η επιχείρηση.
- Πληροφορίες για την πελατεία που εξυπηρετεί.
- Δείγματα των προϊόντων που διαθέτει.

Στην ιδανικότερη περίπτωση, ο υπεύθυνος των προμηθειών θα πρέπει να επισκεφθεί την επιχείρηση του υποψήφιου προμηθευτή, με σκοπό να δει το μέγεθος της επιχείρησης, τα προϊόντα, τους αποθηκευτικούς χώρους, τα μέσα μεταφοράς που διαθέτει και φυσικά να συναντήσει τους

υπεύθυνους. Μια τέτοια επίσκεψη, εκτός από την άμεση πληροφόρηση του υποψήφιου αγοραστή, πείθει τον προμηθευτή για την επαγγελματικότητα του πιθανού συνεργάτη του, και βοηθά στην ανάπτυξη καλών σχέσεων και συνεργασίας. Μετά την επιλογή των προμηθευτών πρέπει να γίνουν οι απαραίτητες διαπραγματεύσεις για να επιτευχθούν καλύτερες τιμές και υπηρεσίες. Αφού γίνουν όλα τα παραπάνω, υπάρχουν όλες οι προϋποθέσεις να κλειστεί η συμφωνία για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα, αν αυτό ήταν η επιδίωξη του υπεύθυνου των προμηθειών. Θεωρείται επίσης απαραίτητο να τονιστεί ότι οι προμηθευτές πρέπει να αξιολογούνται σε όλη τη διάρκεια της συνεργασίας τους με την επιχείρηση, με ιδιαίτερη έμφαση στη συνέπεια που επέδειξαν σε σύγκριση με άλλους προμηθευτές ίδιων προϊόντων. Τμήμα παραλαβών (delivery department) Για την επιτυχή λειτουργία του τμήματος των παραλαβών θα πρέπει να εξασφαλιστούν, από το στάδιο του σχεδιασμού της επιχείρησης, οι παρακάτω προϋποθέσεις:

α) Κατάλληλη θέση: Η θέση εγκατάστασης του τμήματος παραλαβής πρέπει να διευκολύνει την κυκλοφοριακή ροή των τροφίμων και ποτών μέσα στην επιχείρηση, από την είσοδο τους μέχρι την παραγωγή και κατανάλωση τους. Για το λόγο αυτό, η εγκατάσταση πρέπει να είναι στο ισόγειο και να γειτνιάζει με τους αποθηκευτικούς χώρους και τους χώρους παραγωγής (και ιδιαίτερα με την κεντρική κουζίνα όπου διοχετεύεται ο μεγαλύτερος όγκος των εμπορευμάτων). Αν για κάποιο λόγο, το τμήμα παραλαβής είναι μακριά από τους αποθηκευτικούς χώρους πρέπει να προβλέπονται ασανσέρ ή μεταφορικές ταινίες για τη γρήγορη και ασφαλή μεταφορά των εμπορευμάτων.

β) Επάρκεια χώρου με σωστή διαρρύθμιση: Ο άνετος χώρος με τον απαραίτητο εξοπλισμό είναι οι προϋποθέσεις που θα διευκολύνουν και θα εξασφαλίζουν τη γρήγορη φορτοεκφόρτωση των εμπορευμάτων, την ομαλή και γρήγορη διεξαγωγή της διαδικασίας της παραλαβής, καθώς και την εύκολη και ασφαλή διανομή των προϊόντων στους αποθηκευτικούς χώρους, στα ψυγεία και στα τμήματα παραγωγής. Επιπλέον, απαραίτητος είναι ο καλός φωτισμός που διευκολύνει τον έλεγχο των παραλαβών, και φυσικά ευκολίες όπως ύδρευση και αποχέτευση για να εξασφαλίζουν καλές συνθήκες υγιεινής και καθαριότητας.

γ) Κατάλληλος εξοπλισμός: Ο βασικός εξοπλισμός του τμήματος παραλαβής είναι ζυγαριές ακριβείας, μεταφορικά μέσα (clarks), ανυψωτικά μηχανήματα, ειδικά καροτσάκια μεταφοράς εμπορευμάτων, εργαλεία για το άνοιγμα κιβωτίων κ.λ.π. Επίσης, σημαντικά είναι τα θερμόμετρα και λοιπά όργανα για τη μέτρηση της θερμοκρασίας και της υγραμετρικής κατάστασης των εμπορευμάτων όταν θεωρείται απαραίτητο.

Αποθηκευτικοί χώροι (storing facilities) Αποστολή των αποθηκευτικών χώρων είναι η διατήρηση των απαραίτητων αποθεμάτων για τις άμεσες ανάγκες της επιχείρησης, με τις λιγότερες δυνατές απώλειες από φθορές, αλλοιώσεις και κλοπές. Όπως προηγουμένως το τμήμα παραλαβών, έτσι και οι αποθηκευτικοί χώροι πρέπει να πληρούν τις παρακάτω προϋποθέσεις:

α) Κατάλληλη θέση: Η θέση της αποθήκης πρέπει να γειτνιάζει με το χώρο παραλαβής και τα

τιμήματα παραγωγής (κυρίως την κεντρική κουζίνα) για να διευκολύνεται η κυκλοφοριακή ροή των προμηθειών και παράλληλα να εξασφαλίζονται καλές συνθήκες αποθήκευσης.

β)Επάρκεια χώρου και σωστή διαρρύθμιση: Πρέπει να προβλέπονται επαρκείς χώροι και εγκαταστάσεις ανάλογα με το μέγεθος και τις ανάγκες της επιχείρησης, που να εξασφαλίζουν όχι μόνο την ασφαλή αλλά και την υγιεινή αποθήκευση των προμηθειών.

γ)Ασφάλεια: Θα πρέπει από το στάδιο της κατασκευής να μελετάται η ασφάλεια των πορτών, παραθύρων, κλειδαριών, ψυκτικών θαλάμων κ.λ.π. Σε μία οργανωμένη επιχείρηση, οι αποθήκες λειτουργούν συγκεκριμένες ώρες κάθε μέρα, για τις οποίες είναι ενημερωμένο το προσωπικό που συναλλάσσεται και τις υπόλοιπες ώρες είναι κλειδωμένες. Για λόγους ασφαλείας και για αποτελεσματικό έλεγχο, τα κλειδιά των αποθηκών φυλάσσονται από τον υπεύθυνο αποθήκης και ένα δεύτερο, για περιπτώσεις ανάγκης, φυλάσσεται στο γραφείο της διεύθυνσης.

δ)Κατάλληλος εξοπλισμός: Όλοι οι αποθηκευτικοί χώροι πρέπει να είναι κατάλληλα εξοπλισμένοι, ώστε και οι στόχοι του τμήματος να επιτυγχάνονται και το προσωπικό να διευκολύνεται στην αποθήκευση, έλεγχο, παρακολούθηση και διανομή των προμηθειών. Ζυγαριές ακριβείας, ράφια (κατά προτίμηση μεταλλικά ρυθμιζόμενα), κινητές σκάλες, όργανα (για τη παρακολούθηση των συνθηκών αποθήκευσης) και οπωσδήποτε τα ψυκτικά μηχανήματα.

(Τζωρακολευθεράκης, 1994).

3.1 ΜΑΓΕΙΡΕΙΑ – ΚΟΥΖΙΝΕΣ

Είναι ο χώρος της μαζικής παραγωγής προϊόντων – εδεσμάτων ή απλά το παρασκευαστήριο στο απλό κλασικό εστιατόριο εντός ή εκτός ξενοδοχειακής μονάδας. Πριν μπει κανείς στις λεπτομέρειες της οργάνωσης μαγειρείου σαν κύριου χώρου λειτουργίας του εστιατορίου, πρέπει να λάβει υπ' όψιν του το είδος των υπηρεσιών που θα προσφέρει ακριβώς.

Με δυο λόγια παίζει σοβαρό ρόλο ο τύπος των γευμάτων που θα προσφέρουμε, και αυτό διότι άλλη οργάνωση και δομή θα είχε ένα εστιατόριο πόλεως, άλλη ένα «grill room» και άλλη μια κεντρική κουζίνα παραγωγής που λειτουργεί σε συνδυασμό με κουζίνες “δορυφόρους” σε διαφορετικά σημεία π.χ. room service, snack bar κ.λπ. Σε κάθε περίπτωση, οι φάσεις παραγωγής και διάθεσης φαγητών προϋποθέτουν χώρους που αφορούν τις παρακάτω λειτουργίες:

α. Προμήθεια πρώτων υλών

- β. Αποθήκευση
- γ. Επεξεργασία - προετοιμασία
- δ. Μαγείρεμα - παρασκευή
- ε. Προετοιμασία
- στ. Διανομή

Χωροταξική οργάνωση μαγειρείου

Ο σχεδιασμός της διάρθρωσης των χώρων μιας κουζίνας πρέπει να εξασφαλίζει: **Λειτουργικότητα.** Κάτι τέτοιο σημαίνει ότι οι εργαζόμενοι στην κουζίνα πρέπει να διανύουν τις μικρότερες δυνατές αποστάσεις από το ένα τμήμα στο άλλο και να χρησιμοποιούν τον υπάρχοντα εξοπλισμό χωρίς να εμποδίζουν την εργασία άλλων εργαζομένων. **Αυτάρκεια.** Ο ίδιος ο χώρος εργασίας και ο εξοπλισμός του σε κάθε λειτουργική περιοχή θα πρέπει να επιτρέπουν στο σεφ, στους βοηθούς και στους υπεύθυνους καθαρισμού κουζίνας να εργάζονται χωρίς να εμποδίζουν ο ένας τον άλλο, αλλά και ταυτόχρονα να μπορούν να συνεργάζονται με τον αποδοτικότερο τρόπο. Σημαντικό είναι επίσης να μην χρειάζεται το ένα τμήμα τον εξοπλισμό του άλλου. **Κυκλοφορία.** Η κίνηση του προσωπικού στο χώρο της κουζίνας πρέπει να ακολουθεί ασφαλείς διαδρομές κυκλοφορίας. Πρέπει δηλαδή η κουζίνα να είναι έτσι σχεδιασμένη, ώστε να βοηθά ή τουλάχιστον να μην εμποδίζει τη διέλευση υλικού και ανθρωπίνου δυναμικού. **Υγιεινή.** Ο σχεδιασμός της κουζίνας πρέπει να εξασφαλίζει επαρκή εξαερισμό και φωτισμό, όπως και να παρέχει ευκολία στον καθαρισμό του χώρου. Πιο αναλυτικά, οι χώροι μιας επαγγελματικής κουζίνας διακρίνονται σε κύριους και βοηθητικούς. Κύριοι χώροι χαρακτηρίζονται οι χώροι της κουζίνας που έχουν σαν αποστολή την παραγωγή φαγητών και βοηθητικοί χώροι εκείνοι που βοηθούν έμμεσα στην ολοκλήρωση του παραγωγικού έργου.

Οι κύριοι χώροι είναι:

- ♣ Η ζεστή κουζίνα
- ♣ Η κρύα κουζίνα
- ♣ Το ζαχαροπλαστέιο
- ♣ Το κυλικείο ή μπουφές
- ♣ Αποθήκη ημέρας – ψυκτικοί θάλαμοι

(Μάρας, 1997)



(google,images,5*hotel-kitchen)

Οι βοηθητικοί χώροι είναι:

Χώρος διανομής, είναι ένας ειδικά διαμορφωμένος χώρος για την ορθολογική διακίνηση του προσωπικού σερβιρίσματος από την κουζίνα προς το εστιατόριο και το αντίθετο.

Χώρος προσωπικού: Εστιατόριο προσωπικού, βεστιάρια, τουαλέτες και χώρος παραμονής.

Χώρος για την τοποθέτηση των ειδών καθαριότητας της κουζίνας.

Χώρος για την τοποθέτηση των σκευών του εστιατορίου.

Χώρος για το πλύσιμο των μαγειρικών σκευών.

Χώρος για το πλύσιμο και την προετοιμασία των λαχανικών.

Χώρος για τις επιστροφές.

Άλλοι χώροι εξυπηρέτησης του εστιατορίου που μπορεί να βρίσκονται στο χώρο του μαγειρείου είναι:

- Κάβα ημέρας. Είναι ο χώρος όπου φυλάσσονται τα ποτά που σερβίρει το εστιατόριο. Ο χώρος αυτός είναι εξοπλισμένος με ράφια για τα κόκκινα κρασιά και ψυγεία όπου ψύχονται μύρες, αναψυκτικά, νερό, κρασιά κ.λπ.

- Ταμπλώ. Είναι το τμήμα έκδοσης λογαριασμών εστιατορίου κι ελέγχου διακίνησης των προς πώληση ειδών και αποτελείται από ένα γραφείο.

Για την επιλογή του μεγέθους της κουζίνας πρέπει να λαμβάνονται υπόψη βασικοί παράγοντες,

όπως:

- ▲ Η ισχύουσα νομοθεσία.
- ▲ Ο τύπος του εστιατορίου.
- ▲ Η σύνθεση του menu.
- ▲ Το είδος της πελατείας στην οποία απευθύνεται η επιχείρηση.
- ▲ Ο αριθμός των ατόμων που θα εξυπηρετούνται καθημερινά.
- ▲ Οι ώρες λειτουργίας και οι ώρες αιχμής.
- ▲ Τα υπό-τμήματα στα οποία θα διασπαστεί η κουζίνα.
- ▲ Ο εξοπλισμός που θα χρησιμοποιηθεί.
- ▲ Ο αριθμός εργαζομένων που θ' απασχολούνται.
- ▲ Τα διαθέσιμα κεφάλαια

Ο χώρος της κουζίνας πρέπει να σχεδιάζεται εργονομικά, ώστε η παραγωγή των φαγητών να γίνεται με τον μικρότερο δυνατό κόστος εργασίας. Άριστο εργονομικό σχεδιασμό έχουν τα εστιατόρια των γνωστών αλυσίδων Fast Food, τα οποία κατορθώνουν να έχουν υψηλή παραγωγικότητα σε ελάχιστο χρόνο, με ανειδίκευτο προσωπικό. Τα εστιατόρια αυτά έχουν τυποποιήσει το menu, τις παραγωγικές διαδικασίες και το σύστημα εργασίας γενικότερα.

Θέση μαγειρείου

Η κουζίνα πρέπει να βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο με το εστιατόριο και κοντά σε αυτό, για τους εξής λόγους:

- Επιτυγχάνεται γρήγορη εξυπηρέτηση του πελάτη
- Τα εδέσματα πρέπει να σερβίρονται ζεστά και η απόσταση καθυστερεί το σερβίρισμα τους.
- Μειώνεται το εργατικό κόστος.

Η κουζίνα και το εστιατόριο έχουν ενδιάμεσα συνήθως ένα χώρο, που φέρει την ονομασία office και χρησιμεύει για να απομονώνονται οσμές και θόρυβοι από το χώρο του εστιατορίου. Ταυτόχρονα ο χώρος αυτός χρησιμοποιείται για διάφορες βοηθητικές εργασίες του εστιατορίου, όπως γέμισμα ανθοδοχείων ή γυάλισμα ασημικών.

Στα μεγάλα ξενοδοχεία λειτουργεί ένα κεντρικό μαγειρείο το οποίο σερβίρει το κύριο εστιατόριο και ταυτόχρονα προετοιμάζει τα περισσότερα φαγητά που σερβίρονται σε διάφορα εστιατόρια τα οποία είναι διάσπαρτα στους χώρους του ξενοδοχείου. Αυτό όμως δεν καταργεί απόλυτα τα περιφερειακά μαγειρεία, τα οποία έχουν ασφαλώς περιορισμένα καθήκοντα, αλλά είναι απαραίτητα για τη λειτουργία των διαφόρων εστιατορίων. Αυτά λέγονται μαγειρεία διανομής ή δορυφόροι. Το μαγειρείο επίσης πρέπει να βρίσκεται το δυνατόν κοντά στην αποθήκη και να επικοινωνεί με ευρύχωρους διαδρόμους ή, σε περίπτωση διαφοράς ορόφου, με ευρύχωρο ανελκυστήρα βαρέως

τύπου. Η λάντζα εστιατορίου πρέπει να είναι το πρώτο τμήμα που συναντούν οι σερβιτόροι όταν μπαίνουν στο εστιατόριο, έτσι ώστε ν' αφήνουν τις επιστροφές.

(Μάρας,1997)

3.2 ΤΟ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ



(google,images,5*hotel-restaurant)

Υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες εστιατορίων: τα εστιατόρια των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και τα ανεξάρτητα ή αυτοτελή εστιατόρια. Τα εστιατόρια των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων λειτουργούν ως τμήματα του ξενοδοχείου. Τα εν λόγω εστιατόρια δημιουργήθηκαν για να εξυπηρετούν τις επιθυμίες και απαιτήσεις εκείνων που διαμένουν στο ξενοδοχείο (ένοικοι). Εκτός όμως από αυτούς, τα εστιατόρια των ξενοδοχείων δεν αρνούνται τις υπηρεσίες τους και σε όσους άλλους θα επιθυμούσαν να τα επισκεφθούν (περαστικοί-passantes) (Καραγιάννης, 1997). Η οργάνωση της εστιατορικής επιχείρησης έχει ως βασικό αντικείμενο την τακτοποίηση, τη συστηματοποίηση και τη διευθέτηση τμημάτων, με συγκεκριμένη διάταξη, ώστε να επιτυγχάνεται η ομαλή και αποτελεσματική λειτουργία του συστήματος (εστιατορική επιχείρηση). Με την

οργάνωση αποφεύγουμε την αταξία και τη σύγχυση και συμβάλουμε στην συνεργασία των επιμέρους τμημάτων του συστήματος. (Λαλουμής & Στεφανακίδης, 2005).

Η οργάνωση ενός εστιατορίου αναφέρεται:

- ο Στις αρμοδιότητες των επιμέρους τμημάτων της επιχείρησης
- ο Στην τοποθέτηση ενός διευθυντικού στελέχους σε κάθε τμήμα
- ο Στην διαμόρφωση και κατανομή των θέσεων εργασίας ανάλογα με τις ανάγκες των τμημάτων.

Σήμερα υπάρχει μεγάλη ποικιλία εστιατορίων τα οποία παρουσιάζουν πολλές ομοιότητες αλλά και διαφορές, που αφορούν στο μέγεθος του εστιατορίου, τον τύπο, την τοποθεσία, το περιβάλλον, το σέρβις, τον εξοπλισμό κ.λ.π. Για τον λόγο αυτό δεν μπορούμε να ορίσουμε ένα συγκεκριμένο μοντέλο οργάνωσης, διότι κάθε εστιατορική επιχείρηση είναι μοναδική και οι ανάγκες λειτουργίας της συγκεκριμένες .

Σε ένα μικρό εστιατόριο που απασχολεί μικρό αριθμό τραπεζοκόμων, ο διευθυντής μπορεί εύκολα να τους διευθύνει. Στην περίπτωση αυτή υπάρχουν δύο βαθμίδες ιεραρχίας, δηλαδή αυτή του διευθυντή, που είναι η ανώτερη βαθμίδα ιεραρχίας, και εκείνη των τραπεζοκόμων που είναι η κατώτερη.

Όταν το προσωπικό του εστιατορίου είναι πολυάριθμο, δημιουργούνται πολλές βαθμίδες ιεραρχίας. Κάθε ανώτερη βαθμίδα έχει το καθήκον και δικαίωμα να καθοδηγεί το έργο της αμέσως κατώτερης, ενώ ταυτόχρονα έχει την ευθύνη των αποτελεσμάτων της.

Έτσι ο maitre είναι υπεύθυνος για το έργο των τραπεζοκόμων, οι τραπεζοκόμοι για το έργο των βοηθών τους κ.λ.π.

Η αποτύπωση του καταμερισμού του έργου του εστιατορίου, δηλαδή των αρμοδιοτήτων, των καθηκόντων και των λειτουργιών, καθώς και του τρόπου με τον οποίο οι θέσεις εργασίας συνδέονται μεταξύ τους, σχηματίζει ένα διάγραμμα που ονομάζεται οργανόγραμμα.

(ΟΤΕΚ, Λαλουμής & Στεφανακίδης, 2005)

Στο οργανόγραμμα φαίνεται η ιεραρχική σειρά των θέσεων εργασίας, καθώς και ο τρόπος που επικοινωνούν μεταξύ τους ώστε να αποφεύγεται η σύγχυση των εργαζομένων στην άσκηση των καθηκόντων τους. Το οργανόγραμμα είναι μια σύνθεση από κουτιά και γραμμές. Τα κουτιά αντιπροσωπεύουν τα τμήματα και τις θέσεις εργασίας και οι γραμμές τους δίαυλους επικοινωνίας μεταξύ τους. Στον επισιτιστικό κλάδο, στον οποίο ανήκουν τα εστιατόρια, χρησιμοποιούνται συνήθως τα λειτουργικά οργανογράμματα, τα οποία αναπτύσσονται οριζόντια και κάθετα ταυτόχρονα. Οριζόντια τοποθετούνται τα τμήματα (οι ειδικότητες) του εστιατορίου και κάθετα απεικονίζεται η ιεραρχική εξάρτηση των θέσεων εργασίας.

Το πιο απλό και συχνό οργανόγραμμα ενός εστιατορίου περιλαμβάνει τις ακόλουθες θέσεις: Διευθυντής Τραπεζαρίας (Maitre ή Haid Waiter): Είναι επαγγελματίας με πείρα, γνώση της εστιατορικής τέχνης και των προεκτάσεών της. Πρέπει να διαθέτει άψογη εμφάνιση, φιλική και

εξυπηρετική συμπεριφορά, να έχει ιδιαίτερη ευχέρεια στην επικοινωνία με ανθρώπους και να κατέχει γνώσεις Δημοσίων Σχέσεων και ξένων γλωσσών. Επιπλέον χρειάζεται να είναι ιδιαίτερα ικανός, ώστε από τη μία πλευρά να δημιουργεί άνετη ατμόσφαιρα για τους πελάτες και από την άλλη να βεβαιώνεται για τη σωστή συμπεριφορά των σερβιτόρων.

Πιο αναλυτικά, τα κύρια καθήκοντα του Διευθυντή Τραπεζαρίας στις σχέσεις του εστιατορίου με τους πελάτες είναι τα ακόλουθα:

- Καλωσορίζει τους πελάτες και τους οδηγεί στο τραπέζι της αρεσκείας τους, όταν οι συνθήκες το επιτρέπουν.
- Επιβλέπει και ελέγχει την εξυπηρέτηση και την οργάνωση των τραπεζιών και της τραπεζαρίας.
- Είναι αμερόληπτος και απρόσωπος στις σχέσεις του με το προσωπικό εξυπηρέτησης.
- Δίνει πληροφορίες στους πελάτες για τα πιάτα του μενού.
- Παρεμβαίνει ανάμεσα στους πελάτες και τους σερβιτόρους όταν ανακύπτουν διαφορές και αναφέρει προβλήματα που δεν μπορούν να επιλυθούν στον Διευθυντή του Εστιατορίου.
- Εκτελεί διάφορα άλλα καθήκοντα που διαφέρουν σε κάθε επισιτιστική επιχείρηση.
- Όταν οι πελάτες αποχωρούν, τους ευχαριστεί για την προτίμησή τους, τους προσκαλεί να ξαναέλθουν και εξακριβώνει εάν έμειναν ευχαριστημένοι με το φαγητό και την εξυπηρέτηση.
- Γενικά, είναι ο οικοδεσπότης της επιχείρησης για τους πελάτες και η ψυχή της επιχείρησης για τους εργαζόμενους στο τμήμα του.

Αρχιτραπεζοκόμοι (Captains): Βοηθούν τον Διευθυντή Τραπεζαρίας στην επίβλεψη των τραπεζοκόμων. Επίσης, επιβλέπουν έναν αριθμό από πόστα, εξυπηρετούν τους πελάτες όπου δεν προλαβαίνει το υπόλοιπο προσωπικό, δίνουν διευκρινήσεις για τα προσφερόμενα είδη και οργανώνουν τον τομέα τους από πλευράς εξοπλισμού και διαδικασιών. Συνήθως πάντως συναντώνται σε μεγάλες επισιτιστικές επιχειρήσεις που παρέχουν την πιο ολοκληρωμένη υπηρεσία τραπεζιού (Εστιατόριο Πολυτελείας-Γκυρμέ Εστιατόριο).

Τραπεζοκόμοι (Waiters): Παίρνουν την παραγγελία από τους συνδαιτυμόνες ή τους βοηθούν να επιλέξουν κάποιο πιάτο, τους σερβίρουν, απαντούν στις ερωτήσεις τους, τους προσφέρουν τις υπηρεσίες που απαιτούνται και τέλος παρουσιάζουν στους συνδαιτυμόνες τον λογαριασμό.

Γνώστες της εστιατοριακής, πάντα πρόθυμοι, γρήγοροι και καθαροί. Βοηθοί Τραπεζοκόμων (Busboys): Αντικείμενο της εργασίας τους είναι να βοηθούν τους τραπεζοκόμους στο στρώσιμο και το καθάρισμα των τραπεζιών. Συναντώνται και αυτοί, όπως και οι αρχιτραπεζοκόμοι, σε μεγάλα εστιατόρια με υψηλού επιπέδου υπηρεσία τραπεζιού.

(Cornell University, The Essentials of Good Table Service, 1975)

ΜΠΑΡ

Το μπαρ όπως όλοι γνωρίζουμε είναι εξ' ορισμού ο χώρος όπου μπορεί κανείς να πει κάθε είδους ποτό αναμεμειγμένο ή όχι, αλκοολούχο ή μη και όχι μόνο. Είναι επίσης, ο χώρος συγκέντρωσης και ψυχαγωγίας σε διαφορετικές μορφές, ανάλογα με τη θέση αλλά και το προϊόν που έχει ως κύριο αντικείμενο εκμετάλλευσης. Οι παράγοντες αυτοί, χώρος και προϊόν, είναι εκείνοι που χαρακτηρίζουν τα διάφορα είδη-μορφές μπαρ ως εξής: snack bar, wine bar, pool bar, mini bar, beach bar, restaurant-piano bar, cafe bar κ.λ.π.

Κατάλληλοι χώροι για την εγκατάσταση ενός μπαρ είναι κοντά στο εστιατόριο, δίπλα στην πισίνα του ξενοδοχείου, στην ταρατσα ή δίπλα στις αθλοπαιδιές. Καθένα από αυτά τα μπαρ έχει το δικό του χαρακτήρα και όλα έχουν σκοπό να προσελκύσουν τον πελάτη όπου κι αν βρίσκεται. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στο χώρο εγκατάστασης του Main Bar. Το main bar πρέπει να βρίσκεται οπωσδήποτε στο κεντρικό κτίριο του ξενοδοχείου και μάλιστα σε σημείο όπου εύκολα μπορεί να το προσέξει ο πελάτης. Για το λόγο αυτό, συνήθως βρίσκεται στον ευρύτερο χώρο της υποδοχής, σε υψηλότερο επίπεδο, ώστε να φαίνεται διακριτικά και να μην εμποδίζει την εύρυθμη λειτουργία της. Εάν αυτό συνδυάζεται και με το εστιατόριο, δηλαδή εάν περιλαμβάνεται στην οπτική γωνία της πορείας του πελάτη προς αυτό, τότε θα ήταν η ιδανική θέση του.

(Μάρας, 1999).

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΜΠΑΡ ΑΠΟ ΑΠΟΨΕΩΣ ΧΩΡΟΥ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ

Το bar, όπως γνωρίζουμε όλοι, είναι εξ' ορισμού ο χώρος όπου μπορεί κανείς να πει κάθε είδους ποτό αναμεμειγμένο ή όχι, αλκοολούχο ή μη και όχι μόνο. Είναι επίσης χώρος συγκέντρωσης και ψυχαγωγίας σε διαφορετικές μορφές, ανάλογα με τη θέση αλλά και το προϊόν που έχει ως κύριο αντικείμενο εκμετάλλευσης. Οι παράγοντες αυτοί, χώρος και προϊόν, είναι εκείνοι που χαρακτηρίζουν τα διάφορα είδη – μορφές bar ως εξής:

- AMERICAN BAR
- DANCING BAR
- RESTAURANT-PIANO BAR
- ESPRESSO BAR-CAFÉ BAR
- SNACK BAR
- MILK BAR
- WINE BAR
- POOL BAR
- BEACH BAR
- DISPENSE BAR

- ROOF GARDEN BAR
- MINI BAR κ.λπ.

(Μάρας, 1997)

Το AMERICAN BAR κατά κανόνα διευθύνεται από έναν BARMAN. Ο επαγγελματίας αυτός πρέπει να έχει κάποια κουλτούρα και να βοηθιέται από άλλους εργαζόμενους που απασχολούνται ως βοηθοί μπάρμαν και σερβιτόροι. Σε ένα τέτοιο μπαρ, ο πάγκος είναι αυτός που δεσπάζει. Οι πιο πολλές καταναλώσεις γίνονται στα όρθια, αν και υπάρχουν συνήθως τραπεζάκια στον περιβάλλοντα χώρο. Μεγάλη προσοχή δίνεται στο είδος των ποτών που υπάρχουν και σ' ένα τέτοιο μπαρ πρέπει να βρίσκει κανείς κάθε μάρκα ούισκι και τζιν. Θα πρέπει επίσης να έχει τα γνωστότερα παγκοσμίως αποστάγματα. Παράλληλα, οι εργαζόμενοι στο bar απαιτείται να υπολογίζουν όσο γίνεται πιο εύστοχα τις ιδιαίτερες επιθυμίες του πελάτη που αφορούν το ποτό του, ενώ ο πελάτης από την πλευρά του πρέπει να έχει την αίσθηση του φιλικού περιβάλλοντος.

Στο DANCING BAR η επαφή ανάμεσα στον barman και στον πελάτη είναι λιγότερο άμεση. Εκεί οι θαμώνες είναι συνήθως νεαρά άτομα και με λιγότερα χρήματα. Μια άνετη, σωστή εσωτερική εγκατάσταση του AMERICAN BAR, καθώς και η καλή διακόσμηση και ο σωστός φωτισμός είναι απαραίτητα. Ο πελάτης πρέπει να αισθάνεται άνετα. Έρχεται εκεί για να χορέψει, γι'αυτό και η μουσική δεν πρέπει να είναι πολύ σιγανή ούτε πολύ βίαιη, αλλά ρυθμική. Ένα DANCING BAR, κατά τη γνώμη των ειδικών, δεν πρέπει να φιλοξενεί πάνω από 150-200 άτομα, διαφορετικά χάνεται το χρώμα και η αίσθηση του οικείου. Στον πάγκο υπάρχουν ψηλά σκαμπό που χρησιμεύουν, αντίθετα από το AMERICAN BAR, κυρίως στους περαστικούς. Τα ποτά ετοιμάζονται στο παρασκευαστήριο από barmen ή barwomen και σερβίρονται από επιδέξιους σερβιτόρους ή σερβιτόρες.

Το RESTAURANT BAR-PIANO BAR παρουσιάστηκε τελευταία κυρίως στις μεγάλες πόλεις. Στην πραγματικότητα πρόκειται για ένα μικρό bar ή μια γωνία bar στον ευρύτερο χώρο του εστιατορίου.

Δίπλα από τον πάγκο υπάρχει συνήθως ένα πιάνο, όπου ο πιανίστας παίζει σύγχρονα ή παλαιά μουσικά κομμάτια. Αυτό το είδος bar έχει ως πελατεία άτομα που θέλουν να πιούν, να φάνε και να συζητήσουν υπό τον ήχο απαλής μουσικής.

Το ESPRESSO BAR - CAFE BAR είναι ένα καφενείο, μπορεί να πει κανείς, όπου σερβίρονται επίσης σκληρά ποτά ή αναμειγξίσεις ποτών. Συνηθίζονται πολύ στις μεσογειακές χώρες, καθώς και στην Ελβετία. Πολλές φορές ονομάζονται APERITIFBAR, γιατί στη Γαλλία κυρίως σερβίρουν aperitif από τα οποία, στην προκειμένη περίπτωση, θα έπρεπε να έχουν τη μεγαλύτερη δυνατή ποικιλία. Αυτά τα bars έχουν οπωσδήποτε μια μεγάλη μηχανή του καφέ που βρίσκεται πάνω στον

πάγκο. Η εγκατάστασή τους είναι γενικά πολύ απλή, με βάση πάντα το AMERICAN. Η Ιταλία είναι γεμάτη από τέτοια BARS, όπου ο Ιταλός θα πει γρήγορα το "στρέτο" του.

To SNACK BAR είναι χώρος πρόχειρου φαγητού, αλλά μαζί και bar σκληρών ποτών και αναμειξέων, σε πολυσύχναστα μέρη όπως εμπορικοί δρόμοι κ.λπ. Στις εγκαταστάσεις της απλής μορφής του SNACK BAR εάν προσέξει κανείς, θα διακρίνει κυρίως μηχανήματα πρόχειρου φαγητού όπως TOASTS, HAMBURGERS, HOT DOGS κ.λπ., που είναι τα κύρια προϊόντα εκμετάλλευσης, μαζί με τους καφέδες, αλλά και τα ποτά, όπως ορεκτικά, μπύρες, κρασιά, αναμειξείς.

To MILK BAR δεν είναι πολύ διαδεδομένο εκτός Αμερικής. Στο χώρο αυτό κυριαρχεί το λευκό χρώμα. Όπως δείχνει και το όνομα του, σερβίρονται σχεδόν αποκλειστικά ποτά με βάση το γάλα και αναμειξείς, συνήθως χωρίς αλκοόλ. Αυτό που παίζει πρωτεύοντα ρόλο είναι να έχει καλές ψυκτικές εγκαταστάσεις, γιατί πάντα χρειάζονται σε επαρκή ποσότητα παγάκια, κρύο νερό, γάλα, κρέμες, αυγά κ.λπ.

To WINE BAR είναι ιδέα που ξεκίνησε από τη Μεγάλη Βρετανία και έχει κιάλας γεράσει, γιατί εμφανίζονται συνεχώς καινούριες μορφές ανάλογα με το βασικό προϊόν που εκμεταλλεύονται. Στο χώρο αυτό συχνάζουν οι λάτρεις του καλού κρασιού και των "λεπτών γεύσεων". Συνήθως η διακόσμηση τους είναι λίγο "βαριά", όπως άλλωστε θα ταίριαζε με την ηλικία των καλών κρασιών. Υποτίθεται ότι έχει τις ανάλογες εγκαταστάσεις για την ποιοτική συντήρηση των κρασιών.

To POOL BAR βρίσκεται δίπλα σε πισίνα και επικρατεί να ονομάζεται έτσι εξαιτίας του ευρύτερου χώρου. Συνήθως προσφέρονται αναψυκτικά, παγωτά και διάφορα snacks στους λουόμενους της πισίνας.

To BEACH BAR είναι παρόμοιο, αν και απλούστερης μορφής, με το POOL BAR, μόνο που βρίσκεται στην παραλία. Το DISPENSE BAR είναι ένα είδος bar που το συναντάμε σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και το οποίο εξυπηρετεί το εστιατόριο του ξενοδοχείου όταν δεν υπάρχει RESTAURANT BAR. Επίσης, εξυπηρετεί τους πελάτες στα δωμάτια τους (ROOM SERVICE), καθώς και τα BANQUETS, τις δεξιώσεις και άλλες ομαδικές εκδηλώσεις. Βασικό χαρακτηριστικό του είναι ότι δεν έχει άμεση επαφή με τον πελάτη.

To ROOF GARDEN BAR, όπως καταλαβαίνουμε από τον όρο, βρίσκεται στην ταράτσα του ξενοδοχείου. Σκοπός του είναι η προσφορά της θέας της γύρω περιοχής και μπορεί να συνδυάζεται με το POOL BAR, εάν η πισίνα βρίσκεται στον ίδιο χώρο. Το πράσινο πρέπει να τονίζεται στη διακόσμηση αυτού του bar. Διαθέτει από πλευράς προϊόντων ό,τι και ένα AMERICAN BAR. Το MINI BAR σήμερα αποτελεί στοιχείο επί πλέον άνεσης για τα δωμάτια των καλών ξενοδοχείων. Δεν είναι τίποτα άλλο από ένα μικρό ψυγείο, μέσα στο οποίο βρίσκονται μινιατούρες από διάφορα ποτά, αναψυκτικά, νερό, πάντα σε συγκεκριμένο αριθμό το καθένα, ώστε να είναι εφικτός ο έλεγχος και η καταγραφή της κατανάλωσης από το προσωπικό του Room Service.

ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΘΕΣΗΣ ΤΟΥ BAR

Όπως προαναφέρθηκε, κατάλληλοι χώροι για την εγκατάσταση ενός bar είναι συνήθως κοντά στο εστιατόριο, δίπλα στην πισίνα του ξενοδοχείου ή στην ταράτσα. Καθένα απ' αυτά τα bars έχει το δικό του χαρακτήρα και όλα έχουν σκοπό να προσελκύσουν τον πελάτη σε όποιο μέρος και αν βρίσκεται. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στο χώρο εγκατάστασης του MAIN BAR, το οποίο πρέπει να βρίσκεται οπωσδήποτε στο κεντρικό κτήριο του ξενοδοχείου και μάλιστα σε σημείο όπου εύκολα μπορεί να το προσέξει ο πελάτης. Για το λόγο αυτό, συνήθως βρίσκεται στον ευρύτερο χώρο της υποδοχής, σε ψηλότερο επίπεδο, ώστε να φαίνεται διακριτικά και να μην εμποδίζει την εύρυθμη λειτουργία της. Εάν αυτό συνδυάζεται και με το εστιατόριο, δηλαδή εάν περιλαμβάνεται στην οπτική γωνία της πορείας του πελάτη προς αυτό, τότε είναι ιδανική η θέση του.

Για τη δημιουργία του bar εξετάζονται απ'την αρχή πολλοί παράγοντες ώστε να δοθεί η τελική του "ταυτότητα". Οι κυριότεροι από αυτούς είναι:

- Προσανατολισμός: Το bar πρέπει να βρίσκεται σε τέτοιο σημείο, ώστε να είναι ευδιάκριτο και προσπελάσιμο από τους πελάτες.
- Θέα: Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την εγκατάσταση του bar είναι η θέα του. Ο πελάτης, πίνοντας το ποτό του, νοιώθει πιο ευχάριστα αν απολαμβάνει μια όμορφη θέα.
- Τεχνικές εγκαταστάσεις: Είναι απαραίτητο στο σημείο όπου θα εγκατασταθεί το bar να υπάρχουν οι δυνατότητες για τεχνικές εγκαταστάσεις ύδρευσης, ηλεκτρισμού και αποχέτευσης, που θα χρησιμεύσουν στη σωστή λειτουργία του χώρου.
- Η δυναμικότητα της επιχείρησης: Είναι σημαντικός παράγοντας, διότι από αυτήν εξαρτάται το μέγεθος και η δυνατότητα παραγωγής. Πρέπει να σημειώσουμε εδώ ότι ο παράγων αυτός αποσυνδέεται στις ξενοδοχειακές μονάδες που απευθύνονται σε εξω- ξενοδοχειακούς πελάτες.
- Το είδος της πελατείας: Εδώ εξετάζεται αν οι πελάτες θα είναι μεμονωμένοι ή πρακτορειακοί, εξετάζεται επίσης η εθνικότητα, η ηλικία τους και η αγοραστική τους δύναμη. Μετά από αυτές τις σκέψεις μελετώνται παράγοντες που θα κάνουν το bar ευχάριστο, με όμορφη ατμόσφαιρα, στοιχεία που θα προσελκύσουν τον πελάτη. Οι σημαντικότεροι από αυτούς είναι:
 - Η είσοδος του bar, εφ' όσον πρόκειται για εξωτερικό χώρο, πρέπει να είναι εντυπωσιακή, με καλό γούστο και να τη βλέπουν εύκολα οι πελάτες. Σ' αυτό μπορεί να βοηθήσει μια όμορφη επιγραφή.
 - Η επίπλωση του bar (τραπέζια, καρέκλες, σκαμπό) πρέπει να είναι υψηλής ποιοτικής κατασκευής και να ταιριάζει με τη γενική διακόσμηση του χώρου. Επίσης, πρέπει να είναι ανθεκτική στην καθημερινή χρήση.
 - Η διακόσμηση του bar είναι σωστό να αποτελείται από ευχάριστα χρώματα, απαλό φωτισμό, πίνακες, καθώς και πολλά φυτά. Το δάπεδο πρέπει να είναι επενδεδυμένο με μοκέτες που να ταιριάζουν με τα χρώματα των τοίχων και των επίπλων. Οι μοκέτες χρησιμεύουν ώστε ο χώρος να

γίνεται πιο ζεστός, αλλά και για να αποφεύγονται οι θόρυβοι από τα βήματα των πελατών και του προσωπικού.

- Ο κλιματισμός και ο εξαερισμός είναι πολύ σημαντικά στοιχεία για το bar. Οι περισσότεροι πελάτες σε ένα τέτοιο χώρο καπνίζουν και ο καπνός των τσιγάρων δημιουργεί αποπνικτικό περιβάλλον. Ο σωστός εξαερισμός δημιουργεί καθαρή ατμόσφαιρα και ευχάριστες συνθήκες, προκειμένου οι πελάτες να απολαύσουν το ποτό τους.

- Η μουσική, τέλος, του bar παίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία ευχάριστου κλίματος, με την προϋπόθεση να είναι απαλή και διακριτική, ώστε να είναι δυνατή και η συζήτηση μεταξύ των πελατών. Για το λόγο αυτό, πρέπει να υπάρχει μια μελετημένη στερεοφωνική εγκατάσταση. (Μάρας, 1999).

Η ΔΙΑΡΡΥΘΜΙΣΗ ΤΟΥ BAR

Ένα κλασικό bar στον ευρύτερο χώρο του παρασκευαστηρίου, όπως λέγεται, είναι διαρρυθμισμένο σε δύο μέρη. Το FRONT BAR και το BACK BAR. Πιο αναλυτικά οι εγκαταστάσεις αυτές περιλαμβάνουν:

I. ΤΟΝ ΠΑΓΚΟ ΣΕΡΒΙΡΙΣΜΑΤΟΣ ΤΟΥ BAR

Είναι η κύρια τεχνική εγκατάσταση κάθε bar και αυτό φαίνεται πάνω απ'όλα. Είναι το σημείο στο οποίο σερβίρεται στους πελάτες το ποτό τους, ενώ κάθονται σε ψηλά σκαμπό. Το ύψος του πάγκου πρέπει να είναι 1,20 m περίπου ενώ το μήκος του εξαρτάται από τη δυναμικότητα του bar. Η επιφάνεια του πάγκου είναι περίπου 45-60 cm και στο κάτω μέρος

του υπάρχουν κιγκλιδώματα από ξύλο ή σίδηρο για να ξεκουράζονται τα πόδια των πελατών. Τα σκαμπό πρέπει να είναι σταθερά, άνετα και καλής ποιότητας. Το ύψος των σκαμπό κυμαίνεται στα 80-85 cm. Στα περισσότερα bar βλέπουμε σκαμπό περιστρεφόμενα γύρω από έναν κάθετο άξονα.

Το υλικό κατασκευής του πάγκου είναι συνήθως το ξύλο, χωρίς να αποκλείονται και άλλα υλικά, όπως μάρμαρο, γρανίτης κ.λπ. Στην επιφάνεια του δεν πρέπει να υπάρχει τζάμι, γιατί είναι επικίνδυνο να σπάσει από την πτώση μιας φιάλης. Πρέπει να είναι λείος και να καθαρίζεται εύκολα. Πάνω από τον πάγκο δεν πρέπει να βρίσκεται τίποτε άλλο παρά μόνο σταχτοδοχεία και τα MINAGE, που είναι απαραίτητα για την παρασκευή των ποτών (καλαμάκια, αναδευτήρες, διακοσμητικά, angustura, Tabasco, sauce/anglaise, αλάτι, πιπέρι, κανέλλα κ.λπ.). Πρέπει επίσης να είναι πάντα καθαρός, διότι ακόμα και σταγόνες από νερό τον κάνουν να φαίνεται βρώμικος.

Τέλος, σημαντικό ρόλο στην αισθητική του πάγκου παίζει ο φωτισμός, ο οποίος πρέπει να είναι απαλός. Αυτό επιτυγχάνεται με τη βοήθεια μικρών φωτιστικών, που βρίσκονται στην οροφή του, ανάλογα με τη γενική διακόσμηση του χώρου.

II. ΤΟΝ ΠΑΓΚΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΟΥ BAR

Ο πάγκος εργασίας του bar είναι ένα κομμάτι του Front Bar, ο οποίος βρίσκεται ακριβώς πίσω από

τον πάγκο σερβιρίσματος και σε χαμηλότερο επίπεδο. Το μήκος του συνήθως είναι όσο και το μήκος του πάγκου σερβιρίσματος. Το πλάτος του κυμαίνεται στα 50-80 cm. Το επίπεδο του είναι χαμηλότερο από τον πάγκο σερβιρίσματος και αυτό για να μην είναι μέσα στην οπτική γωνία του πελάτη που κάθεται στη "μπάρα". Αυτό βοηθά και τον barman να αισθάνεται ότι η εργασία του δεν είναι απόλυτα στην κοινή θέα. Συνήθως ο πάγκος εργασίας του bar είναι το ανοξείδωτο πάνω μέρος των ψυγείων και των άλλων μηχανημάτων που υπάρχουν για τις ανάγκες λειτουργίας του bar όπως καταψύκτες, μηχανή παραγωγής παγοκύβων, πλυντήριο κ.λπ.

Στην επιφάνεια του πάγκου εργασίας γίνεται όλη η προεργασία για το σερβίρισμα του ποτού. Αντίθετα, το εσωτερικό μέρος του πάγκου εργασίας καλύπτεται από τον πάγκο σερβιρίσματος και στα σημεία αυτά ο barman μπορεί να "κρύψει" διάφορα υλικά και σκεύη που δεν πρέπει να φαίνονται. Τα σκεύη και τα υλικά αυτά πρέπει να βρίσκονται πάντα σε ένα συγκεκριμένο σημείο, ώστε να μην χάνει χρόνο ψάχνοντας τα.

III. ΕΚΘΕΤΗΡΙΟ ΠΟΤΩΝ

Απέναντι από το FRONT BAR βρίσκεται το BACK BAR που ονομάζεται και εκθετήριο ποτών. Συχνά αυτή η εγκατάσταση παίρνει τη μορφή μιας "έκθεσης" που έρχεται σε αρμονία με την όψη του συνόλου.

Το BACK BAR πρέπει να είναι όσο το δυνατόν απλό, χωρίς πολλές πόρτες και γωνίες. Τα διάφορα ράφια, εάν υπάρχουν, πρέπει να απέχουν αρκετά μεταξύ τους. Πολλές φορές εκεί τοποθετούνται και τα ποτήρια, κατά τέτοιο τρόπο, ώστε αν τυχόν ένα μπουκάλι ξεφύγει από το χέρι, να μην πέσει επάνω τους. Οι φιάλες πρέπει να τοποθετούνται όχι τόσο βάσει της αισθητικής αλλά της λειτουργικότητας. Έξω και σε πιο προσιτό σημείο πρέπει να βρίσκονται αυτές που έχουν την πιο μεγάλη χρήση.

Επίσης η κάθε φιάλη πρέπει να βρίσκεται πάντα στην ίδια θέση, έτσι ώστε να είναι εύκολο να τη βρίσκουμε. Η κίνηση αυτή με τον καιρό γίνεται μηχανικά. Εξ άλλου, τοποθετούνται τα ποτά έτσι, ώστε να δίνουν την εντύπωση τάξης και συμμετρίας. Το καθάρισμα του ντουλαπιού και των φιαλών πρέπει να γίνεται καθημερινά και οι ετικέτες πρέπει να φαίνονται. Όσο για τις φιάλες από τα λικέρ, που λερώνονται περισσότερο και συχνά κολλάνε, πρέπει να πλένονται με χλιαρό νερό. Να τι είναι καθοριστικό για την αποθήκευση:

- Τάξη της αποθήκευσης των ποτών που μας ενδιαφέρουν.
- Οι επιθυμίες των πελατών.
- Η προσωπική άποψη του ιδιοκτήτη.

Οι βασικές λειτουργίες του τμήματος διαχωρίζονται χρονικά σε τρία στάδια. Αυτό συμβαίνει σε όλους τους χώρους εξυπηρέτησης των πελατών στον επισιτιστικό τομέα.

1. Το πρώτο στάδιο, κατά το οποίο γίνονται όλες οι προετοιμασίες για να ανοίξει και να

λειτουργήσει το bar, επικρατεί να ονομάζεται με το γνωστό ξενοδοχειακό όρο "mise en place".

2. Το δεύτερο στάδιο είναι αυτή καθαυτή η λειτουργία του bar με όλα τα επακόλουθα της.
3. Το τρίτο στάδιο, τέλος, είναι οι διαδικασίες κλεισίματος και βασικών ενεργειών για τη λειτουργία της επόμενης ημέρας.

Τζωρακολευθεράκης Ζ. (1999)

3.3 ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΩΜΑΤΙΩΝ (ROOM SERVICE)

Το room service είναι η υπηρεσία σερβιρίσματος φαγητών και ποτών στα δωμάτια των πελατών. Η υπηρεσία αυτή δεν συναντάται σε όλα τα ξενοδοχεία, αλλά αποτελεί υποχρέωση για τα ξενοδοχεία τα οποία επιθυμούν να εξυπηρετούν πραγματικά τους πελάτες τους με όλες τις ανέσεις. Η υπηρεσία αυτή προσφέρει στους πελάτες τα εξής πλεονεκτήματα:

- Έχουν την επιλογή της χρονικής στιγμής που θα γευματίσουν
- Απολαμβάνουν το γεύμα στον προσωπικό τους χώρο όπως αυτοί επιθυμούν
- Δεν πιέζονται χρονικά αλλά ούτε και ψυχολογικά

Γενικά θεωρείται υπηρεσία υψηλού κόστους για την επιχείρηση, διότι διασπείρεται σε όλο το μήκος της επιχείρησης και απαιτεί εκπαιδευμένο προσωπικό, οργάνωση και ολοκληρωμένο σύστημα ελέγχου. Υποκατάστατα του room service αποτελούν τα mini bars και οι μονάδες μηχανικής διανομής φαγητών στα δωμάτια (automatic vending machines). Το mini bar είναι ένα έπιπλο – ψυγείο μέσα στο δωμάτιο πελατών το οποίο περιέχει ορισμένα ποτά και τρόφιμα ικανά να εξυπηρετήσουν τον πελάτη επιτόπου και γρήγορα. Λόγω περιορισμού του χώρου περιλαμβάνει μινιατούρες και μικρές φιάλες αλκοολούχων και μη ποτών, χυμούς, νερά, κράκερς, σοκολάτες, ξηρούς καρπούς κ.α. Η χρέωση γίνεται με καθημερινή καταμέτρηση των καταναλωθέντων, σύμφωνα με μια λίστα, από τον υπεύθυνο τραπεζοκόμο των μίνι μπαρ. Στις μέρες μας υπάρχει αυτόματη ηλεκτρονική χρέωση με φωτοκύτταρα που βρίσκονται στη βάση κάθε είδους μέσα στο μίνι μπαρ. Η υπηρεσία εξυπηρέτησης δωματίων χρησιμοποιεί τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό της κουζίνας και του εστιατορίου. Απαραίτητη είναι η ύπαρξη ανεγκυστήρα υπηρεσίας πλησίον του χώρου προετοιμασίας ή μικρού αυτοκινήτου όταν πρόκειται για ξενοδοχείο με bungalows.

Οι τραπεζοκόμοι που απασχολούνται στο room service είναι στις περισσότερες περιπτώσεις από την ομάδα εργασίας της τραπεζαρίας, υπό την ευθύνη του μετρ. Ξενοδοχεία με μεγάλη κίνηση στην υπηρεσία εξυπηρέτησης δωματίων λειτουργούν με πιο σταθερό και περισσότερο προσωπικό σε αυτόνομο τμήμα room service. Το τμήμα αυτό επανδρώνεται με τραπεζοκόμους ορόφων και εποπτεύεται από τον προϊστάμενο, ή αλλιώς chef d' etages.

Οι πελάτες που λαμβάνουν το πρωινό τους στο δωμάτιο είναι κυρίως ηλικιωμένοι, οικογένειες με μικρά παιδιά, ασθενείς, νέα ζευγάρια ή ακόμα και άτομα που δεν έχουν τη διάθεση ή νιώθουν κουρασμένοι για να προσέλθουν στη τραπεζαρία. Λόγω των ιδιομορφιών τους, οι απαιτήσεις για γρήγορο και συνεπές σερβίρισμα είναι αυξημένες και οι τραπεζοκόμοι θα πρέπει να διαθέτουν τις απαραίτητες ικανότητες για να ανταπεξέλθουν.

Τα προσόντα των τραπεζοκόμων που ασχολούνται με το room service δεν διαφέρουν από αυτά των υπολοίπων τραπεζοκόμων, τουλάχιστον όσον αφορά τις δεξιότητες και τις ικανότητες στην τέχνη

της εστίασης. Επιπλέον πρέπει να είναι έμπιστοι, υπομονετικοί, διακριτικοί και εχέμυθοι λόγω της επαφής τους με τον προσωπικό χώρο των πελατών και σίγουρα άριστοι γνώστες ξένων γλωσσών προκειμένου να επικοινωνούν με τους πελάτες.

Όταν ο τραπεζοκόμος πλησιάσει στην πόρτα του δωματίου πρέπει να χτυπά διακριτικά την πόρτα και να ανακοινώνει «room service», περιμένοντας να ακούσει απάντηση από τους πελάτες. Ο δίσκος τοποθετείται συνήθως σε σημείο που υποδεικνύει ο πελάτης ή σε κάποιο ελεύθερο τραπέζακι. Στην περίπτωση σεβριρίσματος με τροχήλατο τραπέζι ή γκεριντόν η τοποθέτηση γίνεται σε κενό σημείο του δωματίου ή στο μπαλκόνι για τους θερινούς μήνες.

Μεγαλύτερη κίνηση στην λήψη παραγγελιών παρατηρείται τις πρωινές ώρες και σταδιακά περιορίζεται κατά το υπόλοιπο της ημέρας. Ο τρόπος λήψης της παραγγελίας ποικίλει ανάλογα με τις δυνατότητες και την υποδομή της επιχείρησης. Οι σημαντικότεροι τρόποι είναι:

- **Από το τηλέφωνο:** θεωρείται ο πιο γρήγορος και πρακτικός τρόπος προσέγγισης. Πληκτρολογώντας ένα μονοψήφιο ή άλλο νούμερο από το τηλέφωνο του δωματίου, ο πελάτης μπορεί να έλθει σε επαφή με το προσωπικό room service και να δώσει την παραγγελία του. Παλαιότερα χρησιμοποιείτο ο ίδιος τρόπος με το πάτημα ενός κουμπιού για κλήση προς τον τραπεζοκόμο του office και παράδοση της παραγγελίας. Για λόγους συντομίας κατά την τηλεφωνική λήψη παραγγελίας τα είδη γράφονται με συντομογραφίες που έχουν συμφωνηθεί με το υπόλοιπο προσωπικό του εστιατορίου και της κουζίνας, π.χ. 2 CC: 2 cafe complet.

- **Στο τμήμα υποδοχής προφορικά:** συνηθίζεται από πελάτες που επιστρέφουν αργά στο ξενοδοχείο ενώ το εστιατόριο ή η υπηρεσία room service δεν λειτουργεί. Ο υπάλληλος της υποδοχής σημειώνει σε ειδικό έντυπο τα στοιχεία της παραγγελίας και τον αριθμό του δωματίου και ενημερώνει το πρωί το εστιατόριο σχετικά.

- **Με ειδικό έντυπο καταλόγου room service:** βρίσκεται σε κάθε δωμάτιο και περιέχει συνοπτικά τα κυριότερα είδη που μπορεί να προσφέρει η εξυπηρέτηση δωματίων. Για την διευκόλυνση των τραπεζοκόμων, ο κατάλογος έχει εργονομικό σχήμα που μπορεί να κρεμάται στο χερούλι της πόρτας του δωματίου εξωτερικά οποιαδήποτε στιγμή και να εντοπίζεται από τους τραπεζοκόμους ή τις καμαριέρες των ορόφων. Το έντυπο αυτό λειτουργεί στην ουσία και ως δελτίο παραγγελίας, αφού περιέχει πεδία (κενά κουτάκια) δίπλα από κάθε είδος όπου ο πελάτης σημειώνει την ποσότητα που επιθυμεί να παραγγείλει και την ώρα παράδοσής τους.

Οι πελάτες παραγγέλνουν στην υπηρεσία δωματίων τα εδέσματα που επιθυμούν σύμφωνα με ένα μενού a la carte που υπάρχει σε όλα τα δωμάτια του ξενοδοχείου. Το μενού αυτό περιλαμβάνει μια ποικιλία φαγητών που συνήθως εξαρτάται από την προσφορά των εστιατορίων που λειτουργούν μέσα στο ξενοδοχείο τη στιγμή που γίνεται η παραγγελία.

Για παράδειγμα, κατά τις ώρες λειτουργίας του grill room εστιατορίου, ο πελάτης μπορεί να παραγγείλει, αν το επιθυμεί, παρασκευές σχάρας από το room service. Κατά τις βραδινές ώρες, οι

διαθέσιμες παρασκευές είναι περιορισμένες σε εδέσματα τα οποία δεν είναι δύσκολα και χρονοβόρα στην παρασκευή τους.

Καθώς οι πελάτες δεν έρχονται σε επαφή με τον χώρο της τραπεζαρίας και δεν μπορούν να κατανοήσουν τον φόρτο εργασίας που τυχόν υπάρχει, το διάστημα που μεσολαβεί μεταξύ της παραγγελίας και της παράδοσής της στο δωμάτιο πρέπει να είναι σύντομο και ανάλογο με τον χρόνο παρασκευής της. Έτσι, ένα απλό πρωινό continental μπορεί να σερβιριστεί μέσα σε 5-10 λεπτά, ενώ ένα μεσημβρινό γεύμα με πιάτα σχάρας θα χρειαστεί 15-30 λεπτά της ώρας. Χρησιμοποιώντας τα σκεύη και τους δίσκους του εστιατορίου μπορεί να γίνεται προετοιμασία του δίσκου σε πάγκο που έχει οριστεί στον χώρο του μπουφέ ή της κουζίνας. Όταν η ζήτηση για room service είναι αυξημένη, μπορούν να στρώνονται δίσκοι από την προηγούμενη μέρα με τα σκεύη α' σειράς και να στοιβάζονται σε θήκες (ράφια) μεγάλων τροχήλατων καροτσιών μεταφοράς δίσκων. Εκτός από τον δίσκο η μεταφορά αριθμού ποτών και εδεσμάτων μπορεί να επιτευχθεί και με τροχήλατα τραπέζια ή γκεριντόν, τα οποία τοποθετούνται εντός του δωματίου και φέρουν θέση ενός τραπεζιού για το γεύμα.

Όπως και στο σερβίρισμα στην τραπεζαρία, δίνεται σημασία στην τακτοποίηση των ειδών πάνω στο δίσκο, έτσι ώστε να εξυπηρετεί τον πελάτη που γευματίζει και να μην προκαλούνται ατυχήματα κατά τη μεταφορά τους στο δωμάτιο.

Οι δίσκοι από το room service αφήνονται συνήθως από τους πελάτες στους διαδρόμους έξω από τα δωμάτια και η μεταφορά τους γίνεται από τους τραπεζοκόμους ορόφων υπολογίζοντας περίπου μία ώρα μετά το σερβίρισμα ή από τις καμαριέρες αν οι πελάτες καθυστερήσουν. Πολλές φορές οι πελάτες ειδοποιούν τηλεφωνικά τους τραπεζοκόμους για την ολοκλήρωση του γεύματος τους.

Ο κατάλογος του room service αντανακλά το επίπεδο και τις δυνατότητες παροχής ποτών και εδεσμάτων από το εστιατόριο. Τις περισσότερες φορές αποτελεί μέρος του κυρίως καταλόγου του εστιατορίου, αλλά αυτό συνηθίζεται μόνο στις μικρές επιχειρήσεις. Οι πληροφορίες που περιλαμβάνει ο κατάλογος είναι η επωνυμία και τα στοιχεία της επιχείρησης (στο εξώφυλλο), το νούμερο του τηλεφώνου για room service, οι ώρες εξυπηρέτησης, τα προσφερόμενα είδη στην εθνική και μία διεθνή γλώσσα, τουλάχιστον, οι τιμές των ειδών και η νόμιμη προσαύξηση για την παροχή room service (εσωτερικά στον κατάλογο) και τη διεύθυνση της επιχείρησης καθώς και την περιοχή που αυτή βρίσκεται (στο οπισθόφυλλο).

Οι τιμές του καταλόγου προσαυξάνονται κατά 10% όταν αυτά σερβίρονται στο δωμάτιο κατόπιν παραγγελίας του πελάτη. Η διευθέτηση του λογαριασμού γίνεται συνήθως με χρέωση στο δωμάτιο των πελατών υπογράφοντας στην απόδειξη την ώρα της παράδοσης από τον τραπεζοκόμο.

Σε ξενοδοχεία διακοπών, το τμήμα του room service είναι «ατροφικό» και υπάγεται στο εστιατόριο και στον μαιτρ, το δε τμήμα δεξιώσεων (banqueting) μάλλον ανύπαρκτο καλυπτόμενων των όποιων αναγκών για δεξιώσεις από το εστιατόριο. Αντίθετα στα ξενοδοχεία πόλεως (αστικά), ανάλογης

τάξης και δυναμικότητας τα δύο αυτά τμήματα είναι αυτοτελή, με μεγάλο αντικείμενο εργασιών και ουσιαστικό ρόλο.

(Φραγκιαδάκης, 1999).

3.4 MINI BAR

Το mini bar ανήκει μεν διοικητικά στην ευρύτερη κατηγορία των bar ενός ξενοδοχείου αλλά δεν πρόκειται για τίποτε άλλο παρά για τα μικρά ψυγεία τα οποία βρίσκονται μέσα στο δωμάτιο των πελατών. Αυτά περιέχουν μια ποικιλία αλκοολούχων και μη ποτών σε μινιατούρες, νερό, αναψυκτικά, χυμούς καθώς και διαφόρων ειδών σνακ και τροφίμων κι έτσι ο πελάτης εξυπηρετείται οποιαδήποτε ώρα της ημέρας καταναλώνοντας κατ' επιλογή τα προϊόντα τα οποία επιθυμεί. Η υπηρεσία αυτή χαρακτηρίζει ξενοδοχειακές μονάδες καλού επιπέδου ενώ η δημιουργία, η οργάνωση και η λειτουργία του τμήματος είναι σχετικά εύκολη. Στα περισσότερα ξενοδοχεία το mini bar είναι κομμάτι της διαχείρισης του τμήματος room service.

Όπως είναι φυσικό δε χρειάζεται κάποιος ιδιαίτερος και πολύπλοκος εξοπλισμός και προεργασία εκτός από την έρευνα, την επιλογή, την παραλαβή και την εγκατάσταση των ψυγείων και των τιμοκαταλόγων σε κάθε ένα δωμάτιο. Το κόστος αγοράς είναι υψηλό για κάποιες ξενοδοχειακές μονάδες μεσαίων δυνατοτήτων αλλά μπορούν να υπάρξουν και εναλλακτικές επιλογές, όπως για παράδειγμα η τοποθέτηση και διάθεση της υπηρεσίας του mini bar μόνο σε ορισμένα προνομιακά δωμάτια.

Το προσωπικό του mini bar μπορεί να απαρτιστεί από άτομα τα οποία δεν θα κατέχουν κάποιες ιδιαίτερες γνώσεις του αντικειμένου ούτε και προηγούμενη εμπειρία και προϋπηρεσία συνεπώς και οι δαπάνες για το προσωπικό μπορούν να παραμείνουν σε σχετικά χαμηλό επίπεδο.

Τζωρακολευθεράκης Ζ. (1999)

3.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΑΖΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ (BANQUET)

Banquets είναι η κατηγορία των γευμάτων που δεν έχουν ημερήσιο τακτικό χαρακτήρα αλλά παρατίθενται κατόπιν παραγγελίας και σε συγκεκριμένες περιπτώσεις, όπως ομαδικά γεύματα προς τιμήν συγκεκριμένων προσώπων, γάμων, επετείων, αποκριάτικων χορών, συνεδρίων, σεμιναρίων, επιδείξεων, συνδιασκέψεων κ.λ.π. και αποτελούν σημαντικό μερίδιο της επισιτιστικής αγοράς σήμερα.

Η επιτυχία του μπανκέ εξαρτάται σχεδόν αποκλειστικά από την οργάνωση του. Η οργάνωση αυτή εξαρτάται από τους εξής παράγοντες: α) οι χώροι και η υποδομή των εγκαταστάσεων που διαθέτει η μονάδα, β) τον αριθμό, την εμπειρία και την επαγγελματική κατάρτιση του προσωπικού και γ) τον βαθμό αποτελεσματικότητας στην οργάνωση μαζικών εκδηλώσεων από την επιχείρηση.

Για την επιλογή του γεύματος από πλευράς εδεσμάτων, διακόσμησης κ.λ.π. είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη ο αριθμός των συνδαιτυμόνων, η τιμή, το είδος της εκδήλωσης (γεύμα εργασίας, εορταστική εκδήλωση κ.λ.π.) καθώς επίσης και οι δυνατότητες παραγωγής και παράθεσης των εδεσμάτων σύμφωνα με τα οργανωτικά πλαίσια που έχουν επιλεγεί (Μάρας, 1997).

Οι μαζικές εκδηλώσεις χαρακτηρίζονται από τον μεγάλο αριθμό συνδαιτυμόνων και την επισημότητα του χαρακτήρα τους.

Οι σημαντικότεροι τύποι είναι:

- Τα μπανκέ (banquet)
- Τα μπουφέ (buffet)
- Τα κέτερινγκ (catering)

Άλλες μορφές επαγγελματικών και εορταστικών εκδηλώσεων είναι τα:

- Πάρτι: εκδηλώσεις εορταστικές με μουσική και ποτά
- Κοκτέιλ: γεύμα υποδοχής ή διαλείμματος για όρθιους πελάτες με ελαφρά ποτά και ελαφρές παρασκευές που περιφέρονται με δίσκους ή βρίσκονται σε τραπέζια.
- Σεμινάριο: συνάντηση ενημέρωσης ή κατάρτισης για 15-30 άτομα διάρκειας 1 με 6 ωρών. Το γεύμα δίνεται στο τέλος ή στη μέση του σεμιναρίου με μπουφέ ή μενού, ενώ προσφέρονται καφές, χυμός και βουτήματα σε κάθε διάλειμμα.
- Συγκέντρωση: επιχειρηματικού ή συλλογικού χαρακτήρα 30 με 500 ατόμων και διάρκειας 2-5 ωρών. Διατίθεται συνήθως μόνιμο coffee break ή/και brunch με ελαφρές παρασκευές.
- Συνέδριο: εκδήλωση επαγγελματικού χαρακτήρα έως και 1000 ατόμων με διάρκεια από 1 έως 5 ημέρες, στην οποία διατίθεται καφές, χυμός, σάντουιτς και βουτήματα στα κεντρικά διαλείμματα

και τα γεύματα παρατίθενται με μορφή table d' hote ή μπουφέ στο εστιατόριο.

- Διάλεξη: παρουσίαση θεμάτων από ένα ή περισσότερα πρόσωπα με περιορισμένη προσέλευση κοινού. Τα γεύματα καθορίζονται όπως και στα σεμινάρια.
- Συμπόσιο: συζήτηση μεταξύ ειδικών ενός θέματος ενώπιον του κοινού με ή χωρίς τη συμμετοχή του. Ομοίως τα γεύματα καθορίζονται όπως και στα σεμινάρια.
- Workshop: ανταλλαγή απόψεων μεταξύ ομάδων των 20-30 ατόμων για συγκεκριμένο θέμα. Επίσης τα γεύματα καθορίζονται όπως και στα σεμινάρια.

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η παράθεση εκδηλώσεων σε μια επιχείρηση είναι πολλαπλά και σχετίζονται με τα οικονομικά οφέλη και τη λειτουργικότητα της εφαρμογής τους:

1. Αποφέρουν υψηλό κέρδος με ελεγχόμενο κόστος και έξοδα για την επιχείρηση.
2. Δίνεται η δυνατότητα πρόβλεψης των παραγόμενων μερίδων φαγητού, αφού ο αριθμός των πελατών είναι εκ των προτέρων γνωστός.
3. Αξιοποιούνται χώροι που δεν αποτελούν σημεία πώλησης (π.χ. πισίνα, κήποι, σαλόνια κ.α.) Σε μια εκδήλωση οι υπηρεσίες που παρέχονται μπορούν να προεκτείνονται και πέρα από τα στενά όρια του γεύματος. Οι ειδικές αυτές υπηρεσίες περιγράφονται σαφέστατα στη γραπτή συμφωνία με την επιχείρηση και μπορούν να διατεθούν είτε από το ίδιο το ξενοδοχείο είτε από εταιρείες ανάλογου αντικειμένου. Ανάλογα με το ύφος, τον τύπο της εκδήλωσης και φυσικά τον προϋπολογισμό της μπορούν να παρασχεθούν έναντι αμοιβής ειδικές υπηρεσίες όπως: στάθμευση αυτοκινήτων, υποδοχή καλεσμένων, βεστιάριο, διακόσμηση, ηχητικά μηχανήματα, ορχήστρα, θεάματα, γραμματειακή υποστήριξη, διερμηνεία, εκκλησία για τους γάμους και τα βαφτίσια.

Για τις επαγγελματικές εκδηλώσεις θα πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη ο φωτισμός και κλιματισμός των αιθουσών όπου διεξάγονται. Θα πρέπει να υπάρχει άπλετο φυσικό ή τεχνητό φως και η θερμοκρασία να διατηρείται σε κανονικά για την κάθε εποχή επίπεδα.

Τα σχήματα που παίρνουν οι αίθουσες με τα καθίσματα και τα τραπέζια εξαρτώνται από την αρχική συμφωνία, το εμβαδόν του χώρου και το είδος της εκδήλωσης.

(Λαλουμής & Στεφανακίδης, 2005)

3.6 Η ΣΥΝΘΕΣΗ ΚΑΙ Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΜΕΝΟΥ ΣΤΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ.

Το μενού αποτελεί κεντρικό σημείο αναφοράς στον τομέα του επισιτισμού. Προσδιορίζει την προσφερόμενη υπηρεσία, δημιουργεί τις κύριες προϋποθέσεις για την οικονομική ευημερία της επιχείρησης και αποτελεί την βάση για τη δημιουργία των προϋποθέσεων ικανοποίησης του πελάτη. Δεν εκπλήσσει επομένως ότι, η αποτελεσματική διαχείριση του μενού έχει σημαντική επίπτωση στην συνολική επιτυχία της επισιτιστικής επιχείρησης (Ζαχαρίας Τζωρακολευθεράκης, 1999). Ένα σωστά σχεδιασμένο μενού λοιπόν θα πρέπει να δίνει μια αρκετά ακριβή εικόνα του φαγητού, της εξυπηρέτησης και του περιβάλλοντος του εστιατορίου για το οποίο πρόκειται. Παλαιότερα, αυτά μπορούσαν να μεταδοθούν στους πελάτες μέσω του ιδιοκτήτη-υπευθύνου του εστιατορίου. Σήμερα, η προσωπικότητα του ιδιοκτήτη έχει αντικατασταθεί από την εικόνα, το περιβάλλον του εστιατορίου. Οι επιχειρήσεις είναι μεγαλύτερες και σε ένα πιο μεγάλο βαθμό, περισσότερο απρόσωπες. Οι υπεύθυνοι των εστιατορίων συχνά αλλάζουν, δημιουργώντας την ανάγκη η “προσωπικότητα” ενός εστιατορίου να προβάλλεται από κάτι άλλο, παρά από ένα άτομο. Αυτό το οποίο υπονοείται εδώ είναι ότι:

Το μενού λειτουργεί ως ο μόνιμος εκπρόσωπος της επιχείρησης, ακόμα περισσότερο και από τον Διευθυντή. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι ένας καλός διευθυντής δεν συνεισφέρει στην εικόνα ενός εστιατορίου. Παρόλα αυτά, οι διευθυντές, οι αρχιμάγειρες και οι Διευθυντές Τραπεζαρίας έρχονται και φεύγουν ενώ το μενού, μέσω της εικόνας που μεταδίδει, παραμένει ο σταθερός συνδετικός κρίκος ανάμεσα στην επιχείρηση και τους πελάτες του εστιατορίου. Για αυτό τον λόγο και το μενού είναι σημαντικό να σχεδιάζεται προσεκτικά από το ξεκίνημα της επισιτιστικής επιχείρησης.

(Robert A. Brymer, 1977).

Το μενού αποτελεί το σημαντικότερο από τα «εργαλεία» διαφήμισης & πώλησης (merchandising) που χρησιμοποιεί η επισιτιστική επιχείρηση για να πουλήσει τα προϊόντα της στους πελάτες της. Είναι στην ουσία ένα πραγματικό πρόγραμμα

πωλήσεων, μια προσφορά που θα πρέπει να στοχεύει στην ικανοποίηση και ενημέρωση των πελατών και παράλληλα στην αποδοτικότητα της επιχείρησης. Είναι συλλογικό δημιούργημα των βασικών παραγόντων της όλης διαδικασίας παραγωγής και διάθεσης. Με δυο λόγια, πρέπει να συμμετέχουν στην δημιουργία του ο Αρχιμάγειρας (Chef), ο Διευθυντής Τραπεζαρίας (Maitre ή Haid Waiter) και ο Διευθυντής του Εστιατορίου (Restaurant Manager), εάν πρόκειται για ένα μεγάλο εστιατόριο ή ξενοδοχειακή μονάδα.

Όλοι αυτοί έχουν να κάνουν ενδιαφέρουσες υποδείξεις σχετικά με τις αρχές που διέπουν την σύνθεση του μενού (Αθανάσιος Μάρας, 1995). Το μενού μπορεί άμεσα να επηρεάζει όχι μόνο τι θα αγοράσει ο πελάτης αλλά τελικά πόσα θα ξοδέψει. Χρησιμοποιώντας προβλέψεις για τον αριθμό των κουβέρ και θέτοντας στόχους για το μέσο έσοδο ανά κουβέρ (average check) που θα έχει το

εστιατόριο, το σχέδιο του μενού επηρεάζει άμεσα τα έσοδα από τις πωλήσεις. Το μανάτζμεντ σε συνεχή βάση προβλέπει τον κύκλο των εργασιών και συνδέει αυτές τις πληροφορίες με αποφάσεις σχετικές με την ποσότητα που χρειάζεται να αγοραστεί από κάθε τρόφιμο, να αποθηκευτεί και να ετοιμαστεί για μαγείρεμα και να προγραμματίσει πόσους υπαλλήλους πρέπει να προσλάβει. Το μενού θα έχει επίδραση σε κάθε μια από αυτές τις αποφάσεις. Ένα σωστά σχεδιασμένο μενού μπορεί να κατευθύνει την προσοχή του πελάτη που θέλει να γευματίσει σε συγκεκριμένα πιάτα. Η εικόνα των κερδών βελτιώνεται, το κόστος φαγητού μειώνεται και το μέσο έσοδο ανά κουβέρ (average check) αυξάνεται όταν ο πελάτης διαλέγει πιάτα που συνεισφέρουν θετικά προς αυτούς τους στόχους. Η απόφαση του πελάτη δεν μπορεί να ελεγχθεί απόλυτα, όμως, μπορεί να προσανατολιστεί και να μην αφηθεί τελείως στην τυχαία επιλογή.

Το μενού είναι το μόνο τυπωμένο «διαφημιστικό» που ο πελάτης θα πάρει σίγουρα στα χέρια του και θα διαβάσει. Για αυτό και αξίζει την προσοχή που πρέπει να δίνεται σε αποφάσεις που σχετίζονται με κάθε σημαντική οικονομική δέσμευση. Μπορεί να ξοδευτούν περισσότερα χρήματα για το κτήριο που στεγάζει το εστιατόριο ή τον εξοπλισμό του, αλλά δεν υπάρχει τίποτα πιο σημαντικό από το μενού όσον αφορά την συνολική επιτυχία ή αποτυχία της ιδέας μιας επισιτιστικής επιχείρησης.

(Robert A. Brymer, 1977).

Συνοψίζοντας, το μενού επιτελεί τις παρακάτω βασικές λειτουργίες:

Επικοινωνία- δηλαδή πληροφορεί τον πελάτη για τα φαγητά που διαθέτει η επιχείρηση και δίνει πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο που είναι κατασκευασμένα αλλά και τις τιμές. Σειρά- δηλαδή προσφέρει ένα λογικό διαχωρισμό των ειδών διατροφής σύμφωνα με τους κανόνες της γαστρονομίας.

Επιλογή- επιτρέπει την επιλογή ανάλογα με την τιμή ή τον τύπο του φαγητού. Για παράδειγμα, σε ένα μενού 'a la carte τα πιάτα τιμολογούνται χωριστά ενώ σε ένα μενού table d' hote, το μενού ενδέχεται να προσφέρει "κατ' επιλογήν" πιάτα. Εικόνα- συμβάλει καθοριστικά στην εικόνα που επιδιώκει να σχηματίσει η επιχείρηση. Αύξηση των πωλήσεων- με την τοποθέτηση των ακριβών πιάτων σε κεντρικά σημεία του μενού, την περιγραφή τους ή την χρησιμοποίηση εικόνων επηρεάζονται ανοδικά οι πωλήσεις.

(Τζωρακολευθεράκης, 1999).

Τα Είδη του Μενού. Σήμερα, η σύνθεση του μενού παρότι βασίζεται σε παραδοσιακές ιδέες, τείνει να περιορίζει τον αριθμό των προσφερομένων ειδών σε ένα μενού και να συνδυάζει τα διάφορα είδη μενού που χρησιμοποιούνται σε μια επισιτιστική επιχείρηση, με σκοπό την διευκόλυνση της παραγωγικής διαδικασίας και την ελαχιστοποίηση των προβλημάτων. Οι τύποι των μενού είναι οι ακόλουθοι:

A la carte
Table d' hote
Κατ' επιλογήν
Στατικό
Κυκλικό
Μπουφές (Buffet)

A. 'A La Carte Μενού: Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα αυτού του είδους μενού είναι τα ακόλουθα:

- Το κάθε πιάτο τιμολογείται χωριστά.
- Προσφέρει μεγαλύτερη επιλογή στον πελάτη σε σύγκριση με το table d' hote.
- Ο πελάτης επιλέγει διάφορα πιάτα από το μενού 'a la carte και συνθέτει έτσι το γεύμα της αρεσκείας του.

Συχνά περιλαμβάνει εδέσματα υψηλού κόστους. Ένα μέρος των πιάτων είναι παρασκευασμένα πριν ανοίξει το εστιατόριο, άλλα είναι προετοιμασμένα μέχρι ενός σημείου, για να ολοκληρωθεί η παρασκευή τους αφού ληφθεί η παραγγελία του πελάτη, ενώ άλλα πιάτα παρασκευάζονται εξολοκλήρου μετά την παραγγελία του πελάτη. Συχνά, ένα μενού 'a la carte περιλαμβάνει ένα πιάτο ημέρας το οποίο αλλάζει καθημερινά και πολλές φορές προσφέρεται σε χαμηλότερη τιμή, για τους παρακάτω λόγους:

- a. Η παραγωγή του πιάτου ημέρας είναι μαζική και έχει συμπιεσμένο κόστος.
- b. Βοηθά στην αποσυμφόρηση της εργασίας κατά τις ώρες αιχμής, γιατί είναι προπαρασκευασμένο σε σύγκριση με άλλες παραγγελίες που απαιτούν χρόνο παρασκευής (π.χ. πιάτα «της ώρας», flambees).
- c. Πρέπει να καταναλωθεί οπωσδήποτε.
- d. Βοηθά στην προσέλκυση της πελατείας και έχει ρόλο διαφήμισης.

B. Table d' Hote Μενού: Το μενού table d' hote έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Το μενού είναι προκαθορισμένο τόσο ως προς τον αριθμό των προσφερομένων πιάτων, όσο και ως προς την τιμή.
- Ο πελάτης κατά βάση δεν έχει δικαίωμα επιλογής. Σερβίρεται σε προκαθορισμένο χώρο και χρόνο.
- Συχνά περιλαμβάνεται στα πακέτα διακοπών.
- Η πελατεία του είναι κυρίως προκαθορισμένη.
- Τα εδέσματα που περιλαμβάνει το εν λόγω μενού είναι κατά κανόνα προπαρασκευασμένα.

Γ. Κατ' Επιλογήν Μενού: Με το κατ' επιλογήν μενού, ο πελάτης δεν έχει τα στενά περιθώρια που δίνονται με το κλασικό table d' hote μενού, ούτε και τα περιθώρια επιλογής που δίνονται με το 'a la carte. Είναι θα μπορούσε να ειπωθεί μια ενδιάμεση λύση, η οποία δίνει δυνατότητα επιλογής από έναν αριθμό ορεκτικών, κύριων πιάτων και επιδορπίων. Τα μενού των ευρωπαϊκών χωρών περιλαμβάνουν και καφέ ή τσάι, ένα στοιχείο το οποίο μάλλον θα έπρεπε να καθιερωθεί και από εκείνες τις επισιτιστικές επιχειρήσεις στην χώρα μας οι οποίες εξυπηρετούν ή στοχεύουν να εξυπηρετήσουν ευρωπαϊκής προέλευσης πελατεία.

Ένα ελληνικό στοιχείο σε μενού θα μπορούσε να είναι ένα караφάκι ούζο με τα απαραίτητα ορεκτικά, ή ρακί (τσίπουρο) με τα επιδόρπια και ασφαλώς ποικιλία εγχώριων φρούτων που ταιριάζουν ιδιαίτερα στα μεσημεριανά μενού .

Δ. Στατικό Menu: Το εν λόγω μενού υιοθετείται συνήθως από θεματικά εστιατόρια με κατά βάση μενού 'a la carte, αν και το εύρος ενός στατικού μενού είναι δυνατόν να εξασφαλίσει ικανοποιητική επιλογή, ιδιαίτερα εάν η πελατεία τους δεν είναι μόνιμη και επαναλαμβανόμενη. Στην τελευταία περίπτωση, το μενού πρέπει περιοδικά να ανανεώνεται προκειμένου να διατηρήσει, αφενός το ενδιαφέρον των πελατών και να ελαττώσει την μονοτονία της επανάληψης, αφετέρου. Τα πιάτα ημέρας και οι κατάλληλες επιλογές εποχιακών φαγητών θεωρούνται σημαντικές εφαρμογές αναβάθμισης των στατικών μενού.

Ε. Κυκλικό Μενού: Το κυκλικό μενού είναι ένα προκαθορισμένο μενού το οποίο επαναλαμβάνεται σε εβδομαδιαία ή δεκαπενθήμερη βάση. Το συγκεκριμένο είδος μενού χρησιμοποιείται συνήθως από εστιατόρια ξενοδοχειακών επιχειρήσεων για την σίτιση των διαμενόντων πελατών και ο κύκλος εξαρτάται από την διάρκεια παραμονής τους (μια ή δύο εβδομάδες). Βασικό πρόβλημα παρουσιάζεται όταν ο κύριος όγκος της πελατείας διαμένει μια εβδομάδα και τα μενού επαναλαμβάνονται σε εβδομαδιαία βάση, οπότε παρατηρείται το φαινόμενο της μονοτονίας για τους υπόλοιπους πελάτες. Άλλο βασικό μειονέκτημα του είναι η επανάληψη της παραγωγικής διαδικασίας, η οποία ενδέχεται να δημιουργήσει, επίσης, πρόβλημα μονοτονίας και στο προσωπικό. (Ζαχαρίας Τζωρακολευθεράκης, 1999).

Τα πλεονεκτήματα από την υιοθέτηση κυκλικών μενού είναι τα εξής:

- a. Αν είναι καλοσχεδιασμένα, τα κυκλικά μενού μειώνουν την ανάγκη για συχνό σχεδιασμό, αποφεύγονται επομένως οι κουραστικές διαδικασίες σύνθεσης και κερδίζεται πολύτιμος χρόνος για άλλες σημαντικές δραστηριότητες
- b. Η επανάληψη του μενού βοηθά στον αποτελεσματικότερο προγραμματισμό της παραγωγής και της εξυπηρέτησης.

c. Διευκολύνεται ο προγραμματισμός και η παραλαβή των προμηθειών.

d. Διευκολύνεται ο έλεγχος των αποθεμάτων και της παραγωγής.

e. Δίνεται η δυνατότητα να γίνονται συγκριτικές αξιολογήσεις του κόστους παραγωγής μεταξύ των κύκλων, όπως και συγκεκριμένων ημερών των κύκλων. Είναι ευκολότερο να γίνονται αλλαγές σε περίπτωση προβλημάτων. Όμως, πέρα από τα πλεονεκτήματα που προαναφέρθηκαν, αν τα κυκλικά μενού δεν είναι σωστά σχεδιασμένα, υπάρχει ο κίνδυνος να επαναλαμβάνονται τυχόν λάθη που υπάρχουν. Επίσης, μικροί κύκλοι επανάληψης των μενού δημιουργούν μονοτονία, ενώ μεγάλοι κύκλοι δυσκολεύουν το έργο του προγραμματισμού. Γίνεται επομένως αντιληπτό ότι, η διάρκεια του κύκλου των μενού είναι εξαιρετικής σημασίας και είναι απαραίτητο να αξιολογείται πριν, κατά την διάρκεια και μετά την εφαρμογή του. Η πρώτη περίοδος εφαρμογής κυκλικών μενού θεωρείται αναγκαστικά δοκιμαστική και επιβάλλεται προσεχτική αξιολόγηση τυχόν προβλημάτων, παραπόνων και δυσλειτουργιών, ώστε να γίνουν οι απαραίτητες διορθώσεις. Παρεμβάσεις και διορθώσεις πρέπει να γίνονται κατά την διάρκεια και των επόμενων περιόδων, αν παρουσιάζονται προβλήματα. Μεγάλη προσοχή απαιτεί η παρακολούθηση του κόστους φαγητού (food cost) μεταξύ των περιόδων, ιδιαίτερα αν παρατηρείται αστάθεια τιμών στην αγορά (Ζαχαρίας Τζωρακολευθεράκης, 1999).

ΣΤ. Μπουφές (Buffet): Ο μπουφές είναι ένα νέο σχετικά σύστημα παράθεσης μενού το οποίο εφαρμόζεται στην Ελλάδα και διεθνώς σχεδόν δύο δεκαετίες, σε αντικατάσταση του κλασσικού μενού table d' hote.

Πλήρης Μπουφές: Όλα τα είδη του μενού- σε μικρή ή μεγάλη ποικιλία τοποθετούνται σε μπουφέ και ο πελάτης αυτοεξυπηρετείται σε όλα τα πιάτα του μενού. Ο ρόλος του σερβιτόρου περιορίζεται στο άδειασμα του τραπεζιού και στο σερβίρισμα των ποτών.

Πλήρης Μπουφές εκτός του Κυρίως Πιάτου: Τα ορεκτικά, τα πρώτα πιάτα, οι σαλάτες και τα επιδόρπια παρουσιάζονται σε μπουφέ, από όπου ο πελάτης αυτοεξυπηρετείται. Το κύριο πιάτο σερβίρεται από τον σερβιτόρο με έναν από τους καθιερωμένους τρόπους σερβιρίσματος (αγγλικό, γαλλικό κ.λ.π.), αφού προηγηθεί η λήψη της παραγγελιάς, δεδομένου ότι υπάρχει συνήθως επιλογή κυρίων πιάτων από την πλευρά του πελάτη.

Το σύστημα του μπουφέ παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα αλλά και μειονεκτήματα, τόσο από την πλευρά του πελάτη όσο και από την πλευρά της επισιτιστικής επιχείρησης. Τα μειονεκτήματα είναι πάντως ευκόλως ανατρέψιμα και εξαρτώνται από το πόσο καλά είναι σχεδιασμένο το σύστημα για την παράθεση του μενού σε μπουφέ. Σήμερα, εφαρμόζονται όλα τα είδη μενού στις επισιτιστικές επιχειρήσεις. Ορισμένα έχουν περιορισμένη εφαρμογή ενώ άλλα μεγαλύτερη, όπως π.χ. ο μπουφές.

(Ζαχαρίας Τζωρακολευθεράκης, 1999).

Η Σύνθεση του Μενού

Η σύνθεση του μενού αναφέρεται στην εκ των προτέρων διαδικασία που αφορά την απόφαση για το ποια πιάτα θα αποτελούν το μενού, το «φτιάξιμο» δηλαδή του μενού μιας επισιτιστικής επιχείρησης για τα διάφορα γεύματα (πρωινό, μεσημεριανό, βραδινό), που έχει ως σκοπό να παράσχει στους πελάτες της. Για ένα εστιατόριο, είτε αυτό είναι ανεξάρτητο, είτε αποτελεί μέρος μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης, το οποίο εξυπηρετεί μέρα με τη μέρα περίπου τους ίδιους πελάτες, δεν είναι εύκολη αποστολή να επιτευχθεί ποικιλία στα εδέσματα που είναι διαθέσιμα στο μενού και από την άλλη να διατηρείται το κόστος μέσα στα επιθυμητά όρια για την οικονομική του επιτυχία. Αυτό πρέπει να γίνει οπωσδήποτε αντιληπτό για να μπορέσει να κατανοηθεί η δυσκολία της επιτυχημένης σύνθεσης του μενού. Ο στόχος του μενού είναι να δοθεί στον πελάτη αυτό που επιθυμεί και όχι ότι ο ιδιοκτήτης ή ο Διευθυντής του εστιατορίου νομίζει ότι θέλει ο πελάτης. Γενικά πάντως, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι είναι καλύτερο να προσφέρονται λιγότερα πιάτα σε ένα καλό επίπεδο παρά να υπάρχει μια μεγάλη επιλογή από πιάτα μέτριας ποιότητας.

(John W. Stokes, 1972).



(google,images,5*hotel-restaurant)

Οι μέθοδοι της παραδοσιακής μαγειρικής και οι συνταγές της αποτελούν την κύρια βάση γνώσης για τους μάγειρες αλλά και τους υπευθύνους των εστιατορίων σε σχέση με την σύνθεση του μενού. Παρόλα αυτά, η μόδα στην εστίαση αλλάζει με τα χρόνια και αρκετοί πελάτες έχουν την τάση να ψάχνουν για καινούργια πιάτα, διαφορετικούς συνδυασμούς στο φαγητό και καινούργιες ιδέες στο μενού. Η ονομαζόμενη «Σύγχρονη Μαγειρική» αντιπροσωπεύει νέες ιδέες, νέους συνδυασμούς φαγητών και ένα πιο ελαφρύ τρόπο μαγειρέματος, με έμφαση στη δημιουργικότητα, στην παρουσίαση και συχνά, στην απλότητα (Kinton & Ceserani, 1984). Οι τάσεις της σύγχρονης

μαγειρικής, όπως η Εναλλακτική Κουζίνα (Alternative Cuisine) με εδέσματα που δίνουν βάρος στην καλή υγεία και φυσική κατάσταση, η Χορτοφαγία που εκφράζει μια τάση για γεύματα χωρίς κρέας, και η Σπιτική Κουζίνα (Homestyle Cuisine) με ιδιαίτερο ενδιαφέρον στις σπιτικές συνταγές, αποτελούν εναλλακτικές λύσεις στην παραδοσιακή, με βάση το κρέας, κουζίνα και βρίσκουν μεγάλη ανταπόκριση στους πελάτες των εστιατορίων που δείχνουν ενδιαφέρον για μια πιο υγιεινή διαίτα.

(Judy A. Siguaw, CathyA.Enz,1999).



(google,images,5*hotel-restaurant)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΑ ΤΜΗΜΑΤΑ

Η ασφάλεια και η υγιεινή στα επισιτιστικά τμήματα των ξενοδοχείων από τους χώρους παραλαβής και αποθήκευσης μέχρι τους χώρους παραγωγής και διάθεσης των εδεσμάτων, είναι πρωταρχικό στοιχείο ποιοτικής παροχής υπηρεσιών σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερα ευαίσθητο. Όλες οι ξενοδοχειακές μονάδες ανεξαρτήτως μεγέθους δίνουν μεγάλη βαρύτητα στο θέμα της ποιοτικής «κουζίνας», όμως η ασφάλεια και η υγιεινή δεν αρκεί απλά να υπάρχει και να περιγράφεται στα λόγια αλλά πρέπει επιπλέον και να πιστοποιείται η ύπαρξή της. Όσοι ενδεχομένως θεωρούν ότι το θέμα αφορά μόνο τους υπεύθυνους προμηθειών κάνουν λάθος. Αφορά πλέον και τους γενικούς διευθυντές, τους υπεύθυνους μάρκετινγκ και πωλήσεων αλλά και τους υπεύθυνους συμβολαίων.

Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που ταξιδιωτικοί πράκτορες-Γερμανοί κατά κύριο λόγο- απαιτούν από τα ξενοδοχεία με τα οποία πρόκειται να συνεργαστούν να πιστοποιήσουν με έναν έγκυρο φορέα την ασφάλεια και την υγιεινή των τροφίμων που προσφέρουν. Δεν είναι λίγες επίσης οι περιπτώσεις που περιπτώσεις υπονίας τροφικών ασθενειών ή διαταραχών που πιθανά προέρχονται από τα φαγητά ενός ξενοδοχείου δημιουργούν ιδιαίτερα αρνητική εικόνα για την επιχείρηση ακόμα και στην περίπτωση που δεν αποδεικνύονται.

Ο πιο αξιόπιστος σήμερα τρόπος για να πιστοποιηθεί η ασφάλεια και η υγιεινή των τροφίμων σε μία ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι η εγκατάσταση ενός συστήματος, το οποίο έχει διεθνή αναγνωρισιμότητα και πλέον απαιτείται από όλες τις επιχειρήσεις οι οποίες σερβίρουν από 1.300 γεύματα και άνω ημερησίως. Το σύστημα αυτό δεν είναι άλλο από το σύστημα Ανάλυσης Κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (HACCP).

Όπως ανέφερε ο Δρας Χρήστος Αποστολόπουλος, γενικός διευθυντής του Ενιαίου Φορέα Ελέγχου Τροφίμων, οι επιχειρήσεις τροφίμων οφείλουν να εφαρμόζουν, να διατηρούν και να αναθεωρούν μια μόνιμη διαδικασία, η οποία αναπτύσσεται και υλοποιείται σύμφωνα με τις αρχές του συστήματος Ανάλυσης Κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου. Στον κανόνα αυτό εντάσσονται και τα ξενοδοχεία και συγκεκριμένα όλοι οι χώροι μαζικής εστίασης.

Το σύστημα αυτό έχει ήδη εγκατασταθεί και εφαρμόζεται από ορισμένες μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες ενώ αρκετές βρίσκονται στη διαδικασία της εγκατάστασής του. Η ορθή λειτουργία ενός τέτοιου συστήματος σε μια επιχείρηση μαζικής εστίασης επιτρέπει τον έλεγχο του κινδύνου τροφολητηριάσεων και διασφαλίζει την προσφορά στους καταναλωτές σε ασφαλή και υγιεινά προϊόντα. Η πρώτη του εφαρμογή έγινε το 1969 στη NASA με σκοπό να αποτραπεί ο κίνδυνος τροφικής δηλητηρίασης των αστροναυτών. Έκτοτε το σύστημα αυτό έχει βρει εφαρμογή σε όλες

σχεδόν τις επιχειρήσεις τροφίμων με κυριολεκτικά εντυπωσιακά αποτελέσματα.

(<http://www.traveldailynews.gr>,<http://www.acsmi.gr>,<http://www.etelescope.gr>)



(google,images,haccp)

4.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ HACCP

Το σύστημα HACCP (Ανάλυση Κινδύνων-Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου) είναι ένα εξειδικευμένο σύστημα Ελέγχου για τα τρόφιμα και αφορά την υγιεινή και την ασφάλεια των τροφίμων. Είναι ένα σύστημα το οποίο διασφαλίζει την παραγωγή ενός ασφαλούς προϊόντος. Αυτό επιτυγχάνεται με τον εντοπισμό των σημείων εκείνων όπου μπορεί δυνητικά να εμφανιστεί κίνδυνος επιμόλυνσης του τροφίμου. Ο κίνδυνος μπορεί να είναι φυσικός, χημικός και βιολογικός.

Λέγοντας φυσικός κίνδυνος εννοούμε την εμφάνιση μέσα στο τρόφιμο ξένου προς αυτό αντικειμένου, προερχόμενο είτε από το προσωπικό, είτε από τις εγκαταστάσεις και γενικά τον μηχανολογικό εξοπλισμό, που ως επακόλουθο θα έχει τον τραυματισμό ή την πρόκληση ασθένειας στον καταναλωτή.

Ο χημικός κίνδυνος εντοπίζεται στην ύπαρξη είτε προσθέτων, είτε φυσικών χημικών ουσιών μέσα στο τρόφιμο. Έχουν να κάνουν με τοξίνες, ορμόνες, αντιβιοτικά, φυτοφάρμακα, ουσίες που μεταναστεύουν από τα υλικά συσκευασίας, κ.τ.λ. Η τήρηση των ανώτατων επιτρεπτών ορίων που

έχουν θεσπιστεί διασφαλίζει την απαίτηση του ασφαλούς του τροφίμου.

Ο βιολογικός κίνδυνος ίσως είναι αυτός που χρίζει μεγαλύτερης προσοχής λόγω της ύπαρξης μικροοργανισμών που πολλαπλασιάζονται ταχύτατα όταν δεν τηρηθούν οι σωστές συνθήκες θερμοκρασίας, αποθήκευσης κ.τ.λ.

Το σύστημα HACCP στηρίζεται πάνω σε επτά βασικές αρχές οι οποίες συνοπτικά μπορούν να αποδοθούν ως εξής:

α. προσδιορισμός των πιθανών κινδύνων που σχετίζονται με την παραγωγή του προϊόντος από στάδιο των πρώτων υλών ως τον καταναλωτή.

β. προσδιορισμός των φάσεων λειτουργίας που μπορούν να ελεγχθούν για να εξαφανίσουν έναν κίνδυνο ή να ελαχιστοποιήσουν την πιθανότητα εμφάνισής τους.

γ. καθορισμός των κρίσιμων ορίων, τα οποία πρέπει να ικανοποιούνται, ώστε να εξασφαλίζεται ότι κάθε κρίσιμο σημείο ελέγχου είναι υπό έλεγχο.

δ. εγκατάσταση συστήματος παρακολούθησης για την εξασφάλιση του κρίσιμου σημείου ελέγχου μέσα από πρόγραμμα δοκιμών ή παρατηρήσεων.

ε. καθορισμός διορθωτικών ενεργειών οι οποίες και θα εφαρμόζονται όταν το σύστημα ελέγχου δείχνει ότι κάποιο κρίσιμο σημείο ελέγχου δεν είναι υπό έλεγχο.

στ. ολοκληρωμένο σύστημα αρχειοθέτησης και καταγραφής του σχεδίου HACCP.

ζ. ύπαρξη διαδικασιών τεκμηρίωσης-επαλήθευσης του συστήματος HACCP.

Το σύστημα αυτό έχει να κάνει με την ασφάλεια των τροφίμων. Μπορεί εύκολα να ενταχθεί μέσα σε ένα σύστημα Διασφάλισης Ποιότητας. Δυστυχώς όμως λόγω της ελλιπούς ενημέρωσης των παραγωγών τροφίμων, εμφανίζονται δυσκολίες αλλά και περιορισμένης έκτασης εφαρμογή του συστήματος.

(<http://www.acsmi.gr>)

(http://www.e-telescope.gr/gr/cat07/art07_010615.htm)

4.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ HACCP

Υπάρχει η λανθασμένη αντίληψη ότι η εφαρμογή ενός τέτοιου συστήματος θα ήταν σπατάλη χρημάτων για μια εταιρεία, αναλογιζόμενη ότι θα έπρεπε να προβεί στην πρόσληψη ειδικευμένου προσωπικού ή εξωτερικών συμβούλων, στην αγορά του απαραίτητου εξοπλισμού, ή ακόμη και το «χάσιμο χρόνου» των στελεχών που θα ανήκουν στην ομάδα HACCP και θα επιβαρυνθούν με επιπλέον εργασία παρά το φόρτο των ευθυνών που ήδη έχουν.

Γενικά όμως μπορούν να αντισταθμίσουν σε όλα αυτά τα αρνητικά το γεγονός της βελτίωσης της ποιότητας των προϊόντων τους, όσων αφορά την ασφάλεια αυτών. Γιατί είναι χρέος της εταιρείας προς τον καταναλωτή, η παραγωγή τροφίμου που δε θα επιφέρει βλάβη στην υγεία του. Όταν ο καταναλωτής μένει ικανοποιημένος, θα έχουμε και αύξηση στο μερίδιο αγοράς. Επίσης προλαμβάνονται πιθανοί κίνδυνοι που θα οδηγούσαν σε κακή παραγωγή, άρα και καταστροφή παρτίδων, ή ακόμα χειρότερα αν έφευγαν στην αγορά αυτές οι παρτίδες θα είχαμε όλα τα επακόλουθα, αποστροφή του καταναλωτικού κοινού, ποινικές κυρώσεις, κ.τ.λ.

Αναλογιζόμενη κάθε σοβαρή εταιρεία όλα τα παραπάνω, και κυρίως την υποχρέωσή της απέναντι στο καταναλωτικό κοινό που την τιμά δείχνοντας προτίμηση στα προϊόντα της, θα πρέπει να εγγυάται στον καταναλωτή ότι το τρόφιμο που καταναλώνει είναι ασφαλές. Ο τρόπος για να επιτευχθεί αυτό είναι η εφαρμογή ενός ολοκληρωμένου συστήματος ποιότητας που θα στηρίζεται πάνω στις αρχές του HACCP.

Σκοπός λοιπόν αυτού του συστήματος είναι να εστιάσει τον έλεγχο σε κρίσιμα σημεία ελέγχου. Το σύστημα θα πρέπει να εφαρμόζεται σε κάθε συγκεκριμένη ενέργεια χωριστά. Η εφαρμογή του πρέπει να αναθεωρείται και να γίνονται οι αναγκαίες τροποποιήσεις όποτε σημειώνονται αλλαγές στο προϊόν, τη διαδικασία ή κάθε στάδιο αυτής. Είναι σημαντικό να υπάρχει ευελιξία, όπου ενδείκνυται, κατά την εφαρμογή του, δεδομένου του πλαισίου εφαρμογής και συνεκτιμώντας τη φύση και το μέγεθος της λειτουργίας.

<http://www.e-telescope.gr>

4.3 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΜΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ HACCP

Η ανάπτυξη, εφαρμογή και η τελική πιστοποίηση ενός Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας είναι δυνατό να επιφέρει πολλαπλά οφέλη σε μία επιχείρηση. Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα του συστήματος HACCP είναι το γεγονός ότι αποτελεί μια προληπτική, συστηματική, λογική ευπροσάρμοστη και οικονομικά αποτελεσματική προσέγγιση της ασφάλειας των τροφίμων.

Μερικά από τα βασικά οφέλη της εφαρμογής του συστήματος είναι:

Ενισχύεται η φήμη της εταιρίας ως προς τη δυνατότητά της να προστατεύει την υγεία του καταναλωτή.

Με την εφαρμογή προληπτικών μέτρων, μειώνεται το κόστος παραγωγής λόγω της μείωσης απορρίψεων παρτίδων προϊόντων και ανακλήσεων ετοιμών προϊόντων.

Αποκτά η επιχείρηση σοβαρό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών στις εξαγωγικές δραστηριότητες καθώς ανοίγονται ευκαιρίες για διείσδυση σε διεθνείς αγορές.

Παρέχονται αποδείξεις στις αρμόδιες αρχές συμμόρφωσης με τη νομοθεσία.

Αποδεικνύεται η ευαισθησία της επιχείρησης για την προστασία της δημόσιας υγείας και η ικανότητά της να παράγει ασφαλή τρόφιμα.

Αποτελεί απαίτηση των πελατών ως εγγύηση ασφάλειας των προϊόντων, καθώς αποτελεί ένα διεθνώς αποδεκτό σύστημα διασφάλισης της ασφάλειας των τροφίμων.

Εισάγει μεθόδους ελέγχου, που είναι γρήγοροι, αποτελεσματικοί και εύκολοι στην εκτέλεσή τους.

Βελτιώνει την απόδοση του προσωπικού μέσω της εκπαίδευσης.

Βοηθάει στη διαχείριση της Ολικής Ποιότητας της επιχείρησης.

Ελαττώνει την ανάγκη ελέγχου τελικών προϊόντων.

Εστιάζει την προσοχή του ποιοτικού ελέγχου στα κρίσιμα σημεία της παραγωγικής διαδικασίας.

(<http://nefeli.lib.teicrete.gr>) (<http://faethon.gr>)

4.4 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΣΕ ΚΑΝΟΝΕΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ

Εκτός από την διαχείριση της ποιότητας στα απαραίτητα και στα μη απαραίτητα προϊόντα και υπηρεσίες που πρέπει να έχει ένα ξενοδοχείο, μεγάλη σημασία έχει το προσωπικό να είναι σε καλή κατάσταση και να είναι άριστα εκπαιδευμένο σε αυτό που κάνει. Το προσωπικό εκτός από υγιές και άριστα εκπαιδευμένο πρέπει να έχει και τη διάθεση να εξυπηρετήσει τους πελάτες του. Η ύπαρξη κατάλληλου και εκπαιδευμένου προσωπικού είναι ένα είδος ποιότητας σε ένα ξενοδοχείο

και εντυπωσιάζει πολύ τον επισκέπτη.

Το προσωπικό μιας επιχείρησης μαζικής εστίασης ή και ζαχαροπλαστικής που εργάζεται στους χώρους τροφίμων της επιχείρησης, είναι δυνατόν να αποτελεί μεγάλο κίνδυνο επιμόλυνσης για τα τρόφιμα και γι' αυτό θα πρέπει να εκπαιδεύεται σε οδηγίες εργασίας και σε κανόνες υγιεινής ανάλογα με την θέση του στην επιχείρηση. Η εκπαίδευση του προσωπικού, πέρα από το γεγονός ότι είναι νομική απαίτηση, αυξάνει την υπευθυνότητά του στην εργασία.

Το προσωπικό θα πρέπει να εκπαιδεύεται σε γενικούς και ειδικούς κανόνες υγιεινής ανάλογα με την θέση εργασίας του, ώστε εκείνο που ασχολείται άμεσα με την παρασκευή τροφίμων να δέχεται μεγαλύτερη και ειδικότερη εκπαίδευση, από το προσωπικό που ασχολείται έμμεσα. Στην εκπαίδευση θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη και το είδος των τροφίμων που χειρίζεται ο εργαζόμενος.

Το προσωπικό είναι δυνατόν να μεταφέρει επικίνδυνους μικροοργανισμούς στα τρόφιμα που οφείλονται:

- Στην επιμόλυνση των ατόμων κατά τις μετακινήσεις τους στα διάφορα τμήματα του κτιρίου και ιδιαίτερα την επίσκεψή τους σε βοηθητικούς χώρους όπως στις τουαλέτες.
- Στην επιμόλυνση των χεριών των ατόμων από τις διάφορες προσωπικές τους συνήθειες όπως π.χ. να ακουμπούν με τα χέρια τα μαλλιά τους ή την μύτη τους. Το ανθρώπινο σώμα φιλοξενεί πολλούς μικροοργανισμούς στη μύτη, στο στόμα, στο σάλιο, στα μαλλιά και σε άλλα σημεία τα οποία αποτελούν εστίες μόλυνσης για τα χέρια του προσωπικού.
- Σε προβλήματα υγείας που οφείλονται σε μικροοργανισμούς οι οποίοι μεταφέρονται με τα τρόφιμα.

Γενικά κατά την εκπαίδευση προσωπικού θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα ακόλουθα:

Το προσωπικό που χειρίζεται προϊόντα υψηλού κινδύνου θα πρέπει να δέχεται μεγαλύτερη και ειδικότερη εκπαίδευση

Για τα άτομα των οποίων μητρική γλώσσα δεν είναι η Ελληνική ή παρουσιάζουν προβλήματα εκμάθησης, χρειάζεται να γίνεται ειδική εκπαίδευση.

Το προσωπικό που δεν ασχολείται με τον χειρισμό των τροφίμων, αλλά κινείται στους χώρους των τροφίμων, όπως οι καθαρίστριες της κουζίνας και άτομα που εμπλέκονται στην επιχείρηση όπως οι συντηρητές, χρειάζονται επίσης ανάλογη εκπαίδευση για την εφαρμογή των κανόνων υγιεινής. Η εποπτεία του προσωπικού για τη σωστή τήρηση των κανόνων υγιεινής, απαιτείται κυρίως στο νέο προσωπικό που χειρίζεται προϊόντα υψηλού κινδύνου και στο προσωπικό που δεν έχει εμπειρία στο χειρισμό των τροφίμων.

<http://nefeli.lib.teicrete.gr>

4.4.1 Ατομική υγεία και υγιεινή των εργαζομένων

α) Υγεία των εργαζομένων

Το προσωπικό που εργάζεται σε μια επιχείρηση τροφίμων, μπορεί να αποτελεί τη σημαντικότερη πηγή επιμόλυνσής τους. Εάν το προσωπικό δεν είναι υγιές και δεν τηρεί τους κανόνες υγιεινής, μπορεί να προκαλέσει επιμόλυνση των τροφίμων με παθογόνους μικροοργανισμούς οι οποίοι είναι δυνατόν να προκαλέσουν τροφικές δηλητηριάσεις ή με ξένα αντικείμενα. Είναι ηθική αλλά και νομική υποχρέωση των εργαζομένων σε μια επιχείρηση τροφίμων να φροντίζουν την καθαριότητά τους και την υγεία τους κατά τη διάρκεια της εργασίας τους.

Απαραίτητα προϋπόθεση για την πρόσληψη αλλά και την εργασία του προσωπικού σε μια επιχείρηση τροφίμων είναι η ύπαρξη πρόσφατα ενημερωμένου βιβλίου υγείας. Το βιβλίο υγείας, πιστοποιεί ότι ο εργαζόμενος δεν πάσχει από νοσήματα τα οποία μπορούν να μεταδοθούν με τα τρόφιμα. Σε περίπτωση που ένας εργαζόμενος παρουσιάζει κάποιο από τα συμπτώματα αρρώστιας που είναι πιθανόν να μεταδοθεί με τα τρόφιμα, ο υπεύθυνος πρέπει να τον τοποθετεί σε θέση εργασίας που δεν έχει άμεση επαφή με τα τρόφιμα

(Υπουργείο ανάπτυξης ΕΦΕΤ «Οδηγός υγιεινής» Για τις επιχειρήσεις μαζικής εστίασης και ζαχαροπλαστικής, Αθήνα 2001)

β) Υγιεινή των εργαζομένων



(google,images,haccp)

Η ατομική καθαριότητα και οι σωστοί χειρισμοί του προσωπικού προστατεύουν τα τρόφιμα από επιμολύνσεις. Ο κάθε εργαζόμενος θα πρέπει να διατηρεί υψηλό επίπεδο υγιεινής και να φροντίζει για την καθημερινή ατομική του καθαριότητα αλλά και για τη σωστή συμπεριφορά του κατά τη διάρκεια της εργασίας.

Οι κυριότερες πηγές επιμόλυνσης των τροφίμων από το προσωπικό της επιχείρησης είναι:

- Τα χέρια
- Τα νύχια
- Η μύτη
- Το στόμα
- Τα αφτιά
- Οι πληγές
- Τα κοσμήματα
- Τα μαλλιά
- Το τσιγάρο
- Η ενδυμασία

Πιο αναλυτικά:

Τα χέρια και τα νύχια

Τα χέρια του προσωπικού που χειρίζεται τρόφιμα πρέπει να είναι πάντα πλυμένα και καθαρά. Σε αντίθετη περίπτωση, μπορούν να επιμολύνουν τα τρόφιμα με επικίνδυνα βακτήρια. Το πλύσιμο των χεριών είναι απαραίτητο να γίνεται σωστά και όχι επιπόλαια ή βιαστικά. Το προσωπικό πρέπει να πλένει τα χέρια του σε νιπτήρες οι οποίοι χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για το πλύσιμο των χεριών και οι οποίοι συνιστάται να είναι ποδοκίνητοι ή με φωτοκύτταρο. Οι νιπτήρες για το πλύσιμο των χεριών θα πρέπει να έχουν πάντα σαπούνι με απολυμαντικό, καθαρή βούρτσα που χρησιμοποιείται αποκλειστικά για το πλύσιμο χεριών, συσκευή στεγνώματος χεριών ή χαρτί μιας χρήσης και δοχείο απορριμμάτων με ποδοκίνητο καπάκι.

Τα νύχια αποτελούν σημείο όπου μπορούν να παραμείνουν και να πολλαπλασιαστούν παθογόνα βακτήρια. Για τον λόγο αυτό πρέπει πάντα να διατηρούνται κομμένα κοντά και καθαρά. Η βαφή των νυχιών και τα ψεύτικα προστιθέμενα νύχια μπορεί να αποκολληθούν και να μολύνουν τα τρόφιμα και γι' αυτό απαγορεύονται.

Το στόμα και η μύτη

Η μύτη και το στόμα αποτελούν σημείο όπου αναπτύσσονται επικίνδυνα μικρόβια όπως ο σταφυλόκοκκος. Ο βήχας και το φτάρνισμα προκαλούν μικροσταγονίδια τα οποία μεταφέρουν μικρόβια στα τρόφιμα. Οι εκκρίσεις από τη μύτη, το στόμα και τα αφτιά μπορεί να μολύνουν τα τρόφιμα και να τα κάνουν ακατάλληλα προς κατανάλωση.

Οι πληγές

Οι πληγές έχουν αίμα και μικρόβια που είναι πιθανόν να μεταφερθούν σε τρόφιμα και σε επιφάνειες που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα. Οι πληγές πρέπει πάντα να καλύπτονται με αδιάβροχο αυτοκόλλητο επίδεσμο ώστε να αποφευχθεί η μόλυνση των τροφίμων. Η χρήση έντονα χρωματισμένου επίδεσμου είναι απαραίτητη για να μπορεί να ανιχνευτεί εύκολα ο επίδεσμος σε περίπτωση που ξεκολλήσει. Ο επίδεσμος πρέπει να αντικαθίσταται με καινούργιο όταν χαλαρώσει ο πρώτος ή όταν είναι έτοιμος να ξεκολλήσει.

Τα μαλλιά

Οι τρίχες πέφτουν στα τρόφιμα και προκαλούν μικροβιολογική ή φυσική επιμόλυνση. Τα μαλλιά απορροφούν οσμές και καπνό, μεταφέρουν πολλά μικρόβια, και γι' αυτούς τους λόγους, το προσωπικό πρέπει να λούζεται τακτικά. Κατά τη διάρκεια της εργασίας πρέπει να φοριέται το κατάλληλο κάλυμμα του κεφαλιού το οποίο πρέπει να καλύπτει πλήρως τα μαλλιά του εργαζομένου. Το χτένισμα των μαλλιών ή η επαφή των χεριών με τα μαλλιά δεν επιτρέπεται κατά την εργασία ή αφού φορεθεί η προστατευτική ενδυμασία διότι μπορεί να πέσουν τρίχες και να μολυνθούν τα τρόφιμα.

Τα κοσμήματα

Οι εργαζόμενοι σε μια επιχείρηση τροφίμων δεν επιτρέπεται να φορούν κοσμήματα. Τα κοσμήματα αποτελούν εστίες συγκέντρωσης υγρασίας και μικροβίων, ενώ δεν επιτρέπουν το σωστό πλύσιμο των χεριών. Κομμάτια από κοσμήματα όπως πέτρες ή μέταλλα είναι πιθανόν να πέσουν μέσα στο τρόφιμο και να προκαλέσουν δυσαρέσκεια ή πρόβλημα στον πελάτη. Επιπλέον, πρέπει να αποφεύγεται η χρήση έντονων αρωμάτων από τους χειριστές τροφίμων.

Το τσιγάρο

Οι στάχτες και τα αποτσίγαρα μπορεί να επιμολύνουν τα τρόφιμα. Η επαφή των δακτύλων και του τσιγάρου με το στόμα, μεταφέρει μικρόβια από το σάλιο στα χέρια. Επιπλέον, το κάπνισμα προκαλεί βήχα και άρα πιθανή επιμόλυνση των τροφίμων.

Η ενδυμασία

Οι χειριστές των τροφίμων πρέπει να φορούν ειδική προστατευτική ενδυμασία έτσι ώστε να προλαμβάνεται η επιμόλυνση των τροφίμων από τα καθημερινά ρούχα τους. Η αφαίρεση των ρούχων και των προσωπικών αντικειμένων, αλλά και η τοποθέτηση της προστατευτικής ενδυμασίας, πρέπει να γίνεται σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους, όπου υπάρχουν ειδικά ντουλάπια ή κρεμάστρες.

Η προστατευτική ενδυμασία πρέπει να είναι πάντα καθαρή και κατά προτίμηση ανοιχτού χρώματος, με φερμουάρ και χωρίς εξωτερικές τσέπες. Η προστατευτική ενδυμασία θα πρέπει να καλύπτει εντελώς τα ρούχα των εργαζομένων. Επιπλέον, ειδικά προστατευτικά υποδήματα πρέπει να χρησιμοποιούνται όταν παρασκευάζονται τρόφιμα υψηλής επικινδυνότητας. Η προστατευτική ενδυμασία δεν πρέπει να φοριέται εκτός του χώρου εργασίας, κατά την μεταφορά του ατόμου στην επιχείρηση και κατά τη διάρκεια των διαλειμμάτων



(google,images,5*hotel-stuff)

4.5 ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΑ ΤΜΗΜΑΤΑ

Για την σωστή καθαριότητα των επισιτιστικών τμημάτων μιας επιχείρησης, θα πρέπει από το στάδιο του σχεδιασμού τους να εξασφαλίζονται υψηλά πρότυπα ασφαλείας και υγιεινής που αφορούν στις απαιτήσεις για κατάλληλους χώρους, εγκαταστάσεις και εξοπλισμό. Παράλληλα για την ορθολογική οργάνωση και λειτουργία, πρέπει να εξασφαλίζονται οι προϋποθέσεις για την εύκολη συντήρηση και καθαριότητα τόσο των χώρων και των εγκαταστάσεων όσο και των μηχανημάτων, συσκευών, σκευών και εργαλείων που χρησιμοποιούνται στη μαζική παραγωγή. Ειδικότερα, για την επίτευξη των στόχων που σχετίζονται με την καθαριότητα πρέπει να προβλέπονται:

Χώροι και εγκαταστάσεις για το πλύσιμο των τροφίμων, συσκευών, σκευών και εργαλείων των τμημάτων παραγωγής και σερβιρίσματος.

Κατάλληλος αερισμός και φωτισμός των αποθηκευτικών χώρων.

Οι χώροι και οι εγκαταστάσεις παραγωγής να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να συντηρούνται αποτελεσματικά ώστε να διευκολύνεται η καθαριότητά τους. Αποτελεσματική πρόβλεψη για την αποκομιδή των απορριμμάτων.

Τα μηχανήματα πλύσεων σκευών πρέπει να συντηρούνται και να ελέγχονται για την αποτελεσματική λειτουργία τους.

Οι χώροι και οι εγκαταστάσεις να πληρούν τους σχετικούς όρους κατασκευής και λειτουργίας.

(Υπουργείο ανάπτυξης ΕΦΕΤ «Οδηγός υγιεινής» Για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Αθήνα 2001)

4.5.1 ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΠΟΛΥΜΑΝΣΗ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ, ΤΩΝ ΕΠΙΦΑΝΕΙΩΝ, ΤΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΥΣΚΕΥΩΝ

Ο καθαρισμός και η απολύμανση απομακρύνουν τη βρωμιά, τα υπολείμματα τροφών και τα επικίνδυνα μικρόβια από τους χώρους, τον εξοπλισμό και τα σκεύη. Είναι πολύ σημαντικό να γίνεται σωστά και με προσοχή.

Ο λανθασμένος καθαρισμός μπορεί να προκαλέσει μικροβιολογική επιμόλυνση, χημική επιμόλυνση και φυσική επιμόλυνση. Οι ακαθαρσίες στις επιφάνειες και στον εξοπλισμό είναι αναπόφευκτες σε μια επιχείρηση τροφίμων αλλά μπορούν να θέσουν σε κίνδυνο τα τρόφιμα. Με τον καθαρισμό απομακρύνονται τα υπολείμματα τροφών, η βρωμιά και τα λίπη ενώ με την απολύμανση μειώνεται δραστικά ο πληθυσμός των μικροοργανισμών.

Ο καθαρισμός για να είναι αποτελεσματικός απαιτεί τον συνδυασμό φυσικής δράσης, θερμότητας, χρόνου και χημικών καθαριστικών.

Η καθαριότητα και η απολύμανση των επισιτιστικών τμημάτων είναι απαραίτητα διότι:

- Είναι απαίτηση της νομοθεσίας
- Μειώνεται ο κίνδυνος επιμόλυνσης των τροφίμων
- Μειώνεται ο κίνδυνος ανάπτυξης εντόμων και τρωκτικών
- Μειώνεται ο κίνδυνος μόλυνσης των τροφίμων με ξένα αντικείμενα
- Δημιουργείται ευχάριστο και ασφαλές περιβάλλον εργασίας
- Δίνεται ευχάριστη εικόνα στον πελάτη

Οι κυριότερες μέθοδοι καθαρισμού που χρησιμοποιούνται για τις επιφάνειες, τον εξοπλισμό και τα σκεύη είναι το πλύσιμο στο χέρι, το πλύσιμο σε πλυντήριο και το πλύσιμο σε διπλό νεροχύτη.

4.5.2 ΑΠΟΜΑΚΡΥΝΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ

Η συγκέντρωση απορριμμάτων και υπολειμμάτων τροφών είναι αναπόφευκτη σε μια επιχείρηση τροφίμων. Τα απορρίμματα είναι πολύ επικίνδυνα για την υγιεινή των τροφίμων διότι αποτελούν εστίες ανάπτυξης μικροβίων, προσέλκυσης εντόμων, τρωκτικών και άλλων ζώων. Είναι απαραίτητο λοιπόν να απομακρύνονται τακτικά και με υγιεινό τρόπο. Πρέπει να απομακρύνονται το συντομότερο δυνατόν και να τοποθετούνται μέσα σε ειδικούς κάδους.

Οι κάδοι που βρίσκονται μέσα στους χώρους επεξεργασίας τροφίμων πρέπει να έχουν καπάκι που ανοίγει με ποδοκίνητο μηχανισμό. Οι σακούλες πρέπει να είναι καλά προσαρμοσμένες στα χείλη του κάδου. Δεν πρέπει να αφήνουμε τους κάδους να γεμίζουν ή να ξεχειλίζουν από απορρίμματα και φυσικά θα πρέπει να τους καθαρίζουμε και να τους απολυμαίνουμε τακτικά.

(Υπουργείο ανάπτυξης ΕΦΕΤ «Οδηγός υγιεινής» Για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Αθήνα 2001)

4.5.3 ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΚΑΙ ΑΠΟΘΥΚΕΥΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ

Η ποιότητα των πρώτων υλών, όπως και οι κανόνες υγιεινής που ακολουθούνται κατά την παραλαβή των προϊόντων μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την ποιότητα και την ασφάλεια του τελικού προϊόντος. Για το λόγο αυτό, η προμήθεια των πρώτων υλών πρέπει να γίνεται από αξιόπιστους προμηθευτές, να έχει προσυμφωνηθεί η ποιότητα των προϊόντων που πρόκειται να παραληφθεί, καθώς και οι συνθήκες μεταφοράς τους.

Πριν την παραγγελία, πρέπει να εντοπιστούν οι ελλείψεις σε πρώτες ύλες, να ελεγχθεί ο διαθέσιμος χώρος στις αποθήκες και να υπάρχει διαθέσιμο προσωπικό για την ταχεία εκφόρτωση την ημέρα της παραλαβής. Στην πραγματικότητα η παραλαβή είναι το πρώτο στάδιο παρασκευής των τροφίμων, τα οποία ερχόμενα για πρώτη φορά στο χώρο της επιχείρησης, εκτίθενται στις δικές της συνθήκες, στους δικούς της χώρους, και τα χειρίζεται το προσωπικό της.

Στις πρώτες ύλες που παραλαμβάνονται, θα πρέπει να ελέγχονται τα εξής:

- ⤴ Τα μεταφορικά μέσα είναι καθαρά και δεν μεταφέρουν άλλα αντικείμενα ή επικίνδυνες χημικές ουσίες.
- ⤴ Η θερμοκρασία των θαλάμων ψύξης πρέπει να είναι χαμηλότερη από 5 βαθμούς κελσίου και των θαλάμων κατάψυξης χαμηλότερη από -18.
- ⤴ Οι πρώτες ύλες είναι τοποθετημένες με τάξη και υγιεινή στα μέσα μεταφοράς.
- ⤴ Δεν παραλαμβάνουμε ωμά κρέατα ή άλλα ευπαθή προϊόντα τα οποία είναι ασυσκευάστα και πεταμένα στο δάπεδο του μεταφορικού μέσου.
- ⤴ Οι πρώτες ύλες έχουν τα «φυσιολογικά» οργανοληπτικά χαρακτηριστικά που αναμένονται. Χρησιμοποιούμε τις αισθήσεις μας και αν εντοπίσουμε ανεπιθύμητες οσμές, σημάδια αλλοίωσης ή μόλυνσης των προϊόντων, δεν τα παραλαμβάνουμε.
- ⤴ Η συσκευασία των πρώτων υλών είναι ακέραια, καθαρή και χωρίς σημάδια αλλοιώσεων, εξωτερικές φθορές και παραμορφώσεις.
- ⤴ Η ημερομηνία λήξης των πρώτων υλών αναγράφεται σωστά πάνω στις συσκευασίες των προϊόντων. Δεν παραλαμβάνουμε προϊόντα των οποίων η ημερομηνία λήξης έχει περάσει.
- ⤴ Η επισήμανση στα συσκευασμένα προϊόντα είναι σωστή, ακέραια και ανταποκρίνεται στο προϊόν που παραλαμβάνουμε.
- ⤴ Οι πρώτες ύλες δεν έχουν σημάδια επιμόλυνσης από ξένα σώματα ή από έντομα και τρωκτικά.
- ⤴ Απαγορεύεται η είσοδος των προμηθευτών, των οδηγών ή άλλων άσχετων ατόμων στο χώρο της κουζίνας. Η είσοδος επισκεπτών επιτρέπεται μόνο αν αυτοί ακολουθούν τους κανόνες υγιεινής και φοράνε κατάλληλη προστατευτική ενδυμασία.
- ⤴ Ενημερώνουμε τον υπεύθυνο της επιχείρησης αν εντοπίσουμε παραμορφωμένες, αλλοιωμένες συσκευασίες, ύποπτα ή ακατάλληλα προϊόντα. Σε αυτή την περίπτωση μπορεί να ελεγχθεί όλη η παραγγελία και να επιστραφεί στον προμηθευτή.
- ⤴ Προχωρούμε στην αποθήκευση των πρώτων υλών χωρίς καμία καθυστέρηση.

Η διαδικασία της αποθήκευσης:

Οι συνθήκες αποθήκευσης των επισιτιστικών τμημάτων, επηρεάζουν σημαντικά την ασφάλεια και την ικανότητα διατήρησης των πρώτων υλών. Όταν οι συνθήκες αποθήκευσης είναι ακατάλληλες αναπτύσσονται μικροοργανισμοί, τρωκτικά και έντομα τα οποία μολύνουν, αλλοιώνουν και καταστρέφουν τα τρόφιμα.

Στις αποθήκες πρώτων υλών θα πρέπει να υπάρχει καθαριότητα και τάξη, αρκετός χώρος και ράφια καθώς επίσης να γίνεται σωστή ανακύκλωση των προϊόντων.

Αυτό που δεν πρέπει να υπάρχει στους αποθηκευτικούς χώρους είναι έντομα και τρωκτικά όπως επίσης και κάθε είδους ζώα. Δεν πρέπει να υπάρχουν προϊόντα τα οποία έχουν λήξει ή αλλοιωθεί ή έχει καταστραφεί η συσκευασία τους. Ανεπιθύμητες είναι φυσικά και οι συγκεντρώσεις υγρασίας ή οσμών από αλλοιωμένα τρόφιμα.

Τα φρούτα και τα λαχανικά τοποθετούνται σε ξεχωριστούς χώρους ή σε χαμηλά ράφια, ώστε να μη μολύνουν με χόμα τα άλλα προϊόντα. Ελέγχονται τακτικά για την εμφάνιση μούχλας, εντόμων ή άλλων αλλοιώσεων. Τα λαχανικά που είναι ευαίσθητα στο φως βρίσκονται σε σκοτεινό χώρο.

Οι πρώτες ύλες θα πρέπει να προφυλάσσονται συνεχώς από σκόνη, ξένα σώματα και ανεπιθύμητες μυρωδιές. Οι ωμές πρώτες ύλες δεν πρέπει να ανακατεύονται με τα μαγειρεμένα τρόφιμα, διότι υπάρχει ο κίνδυνος να τα μολύνουν. Τα άλευρα, οι αποξηραμένες τροφές και τα δημητριακά είναι αποθηκευμένα σε κλειστά δοχεία και σε ράφια που δεν ακουμπούν στο πάτωμα ώστε να αποφεύγεται η συσσώρευση υγρασίας ή εντόμων. Τα υλικά συσκευασίας ή περιτυλίγματος είναι αποθηκευμένα σε ξεχωριστούς χώρους. Τα απορρυπαντικά, απολυμαντικά, εντομοκτόνα ή άλλες τοξικές ουσίες έχουν τις κατάλληλες ετικέτες και είναι αποθηκευμένα σε χωριστές αποθήκες ή σε ντουλάπια που κλειδώνουν. Αν εντοπιστεί οποιοδήποτε πρόβλημα πρέπει να ενημερωθεί άμεσα ο υπεύθυνος της επιχείρησης.

Η αποθήκευση των πρώτων υλών σε ψύξη μπορεί να γίνει σε ειδικούς ψυκτικούς θαλάμους ή σε κάποιες περιπτώσεις σε ψυγεία. Η σωστή λειτουργία των ψυγείων προϋποθέτει την τοποθέτησή τους σε καλά αεριζόμενους χώρους, μακριά από πηγές θερμότητας, κλιματιστικά, φούρνους και ηλιακές ακτίνες. Η επιμόλυνση των

ευαίσθητων τροφίμων από ωμά τρόφιμα, η λάθος θερμοκρασία ψύξης και η κακή χρήση των ψυγείων από το προσωπικό μπορούν να προκαλέσουν σοβαρά προβλήματα και κρούσματα τροφικών δηλητηριάσεων. Οι ίδιοι ακριβώς κανόνες ισχύουν και για την αποθήκευση πρώτων υλών σε κατάψυξη.

(Υπουργείο ανάπτυξης ΕΦΕΤ «Οδηγός υγιεινής» Για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Αθήνα 2001)

4.5.4 ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η προετοιμασία των τροφίμων περιλαμβάνει διαδοχικά στάδια κατά τη διάρκεια των οποίων υπάρχουν μεγάλες πιθανότητες επιμόλυνσης και πολλαπλασιασμού των βακτηρίων. Η τήρηση των κανόνων για την ατομική υγιεινή κατά την προετοιμασία και κατά το μαγείρεμα των τροφίμων, είναι σημαντική, για την αποφυγή τροφικών δηλητηριάσεων.

Για την υγιεινή προετοιμασία των τροφίμων, είναι απαραίτητο να τηρούνται οι εξής κανονισμοί:

Τα νωπά τρόφιμα και τα τρόφιμα υψηλού κινδύνου,δέχονται επεξεργασία σε διαφορετικούς χώρους, με ξεχωριστό και καθαρό εξοπλισμό, σκεύη και εργαλεία.

Χρησιμοποιούνται πάντα τα κατάλληλα και καθαρά σκεύη και αποφεύγεται ο χειρισμός, η προετοιμασία και η μεταφορά των τροφίμων με τα χέρια.

Οι πρώτες ύλες καλό είναι να αποσυσκευάζονται σε ειδικούς χώρους, και όχι να αδειάζονται συσκευασμένα τρόφιμα απευθείας σε δοχεία ανάμιξης.

Είναι σημαντικό να αποφεύγονται οι καθυστερήσεις.Ο χειρισμός των τροφίμων πρέπει να είναι το δυνατόν σύντομος.

Απαγορεύεται να μένουν τα τρόφιμα για μεγάλο χρονικό διάστημα σε ζεστή και υγρή ατμόσφαιρα.

Η ελάχιστη ποσότητα τροφίμων που προετοιμάζεται πρέπει να σκεπάζεται, να μεταφέρεται αμέσως στο ψυγείο ή να επεξεργάζεται παραπέρα.

Το πλήσιμο των χεριών καθώς και των επιφανειών τακτικά, είναι απαραίτητο.

Οι επιφάνειες κοπής/τεμαχισμού, τα πιάτα, τα οικιακά σκεύη και τα τραπέζια ανάμεσα στην προετοιμασία των διαφόρων τροφίμων, πρέπει να παραμένουν καθαρά.

Ο εξοπλισμό και τα εργαλεία που έχουν φθαρεί ή δεν μπορούν να καθαριστούν, πρέπει πάντα να αντικαθιστούνται από καινούρια.

Στην περίπτωση που χυθεί οτιδήποτε, πρέπει αμέσως να καθαρίζεται και να απομακρύνονται τα σκουπίδια και τα υπολείμματα των τροφών τακτικά.

Χρησιμοποιούνται διαφορετικοί νεροχύτες για το πλύσιμο διαφορετικών τροφίμων.

www.isoqar.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΠΙΣΤΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ

5.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ

Ο έλεγχος σε μια επιχείρηση, είναι μια σειρά διαδικαδιών με τις οποίες επιχειρείται να διαπιστωθεί το κατά πόσο ένα έργο, ένας στόχος ή μία σειρά συγκεκριμένων στόχων, υλοποιήθηκε αποτελεσματικά. Στην ουσία πρόκειται για μια προσπάθεια εξακρίβωσης του βαθμού που έγινε ή δεν έγινε κάτι.

Με την βοήθεια του ελεγχου, μας δίνετε η δυνατότητα να υπολογίζουμε την ποσότητα και την ποιότητα του εργασιακού αποτελέσματος, να κρίνουμε τις αποκλίσεις από τους σκοπούς της επιχείρησης ή του τμήματος, και επιπλέον να πληροφορείται η διοίκηση, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα επαναπροσδιορισμού των μεθόδων ή των στόχων, όπου χρειάζεται.

(Δ.Α.Λαλούμης & Β.Χ.Ρούπας, 1996)

Το 1915, ο γάλλος μηχανικός Α.Φεγιόλ χαρακτήρισε τη διαδικασία του ελέγχου ως πέμπτο στοιχείο διοίκησης και ανέφερε τα εξής για το περιεχόμενό του: "με τον έλεγχο διαπιστώνεται αν εφαρμόζεται το πρόγραμμα, το κατά πόσο εκτελούνται οι οδηγίες, ή το εάν υπάρχουν παραλείψεις ή λάθη."

Σύμφωνα με τις παρατηρήσεις του, ο έλεγχος λειτουργεί ως:

Κανονιστικός , γιατί με τη γνώση ή και το φόβο του ελέγχου ρυθμίζεται η εκτέλεση των εργασιών μέσα στην επιχείρηση.

Κυρωτικός, διότι αν διαπιστωθούν παραλήψεις ή πράξεις που οφείλονται σε κακή πρόθεση, ή αδικαιολόγητη αμέλεια, επιβάλλονται κυρώσεις ανάλογες με την περίπτωση.

Δημιουργικός, γιατί συντελεί στην μεγαλύτερη απόδοση των εργαζομένων, η οποία διαπιστώνεται με τον έλεγχο.

(Γ.Κ.Χολέβας, 1995)

5.2 Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ

Ο έλεγχος είναι σημαντικό να ασκείται σε όλη την έκταση της δομής της οργάνωσης, καθώς και να καλύπτει όλα τα πρόσωπα, όλες τις δραστηριότητες, όλους τους χώρους και τους χρόνους, και όλες τις πληροφορίες, προκειμένου να πραγματοποιηθεί με επιτυχία.

Η διαδικασία του ελέγχου περιλαμβάνει τα παρακάτω διαδοχικά βήματα:

1. **Προγραμματισμός** στόχων του τμήματος, υιοθέτηση προτύπων (standards) και προσδιορισμός των επιθυμητών και επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων.
2. **Παρακολούθηση** του τμήματος και επίβλεψη των λειτουργιών τους.
3. **Αναγνώριση** νέων δεδομένων και λήψη διορθωτικών μέτρων ή αλλαγών όπου χρειάζεται, ώστε να προλαμβάνονται έγκαιρα οι αποκλίσεις.
4. **Μέτρηση**, δηλαδή το σύνολο των διαδικασιών κατά τις οποίες πραγματοποιείται η τελική σύγκριση των προκαθορισμένων μεγεθών με το τελικό αποτέλεσμα.
5. **Εντοπισμός** αιτιών και λήψη διορθωτικών μέτρων, με σκοπό να εξαλειφθούν οι αποκλίσεις, και να εξασφαλίσουμε την υψηλή ποιότητα στις υπηρεσίες τις οποίες παρέχει το τμήμα.

(Μ. Μακρυγιωργάκης, 2001)

5.3 ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΤΑ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΑ ΤΜΗΜΑΤΑ

Είναι γεγονός ότι τα έσοδα από τα επισιτιστικά τμήματα συχνά υπερβαίνουν το 50% των συνολικών εσόδων της επιχείρησης. Επίσης το απαιτούμενο κόστος για την άρτια λειτουργία του επισιτιστικού τμήματος, αντιπροσωπεύει την υψηλότερη μεμονωμένη δαπάνη που πραγματοποιεί η διεύθυνση. Επιπλέον, η ποιότητα του τμήματος εξαρτάται από την ποιότητα των βασικών στοιχείων του προϊόντος και το βαθμό που αυτά ικανοποιούν τον πελάτη. Γεγονός το οποίο δυσκολεύει το στόχο μας, καθώς το προϊόν του F&B επηρεάζεται από ποικίλους παράγοντες, όπως οι υπηρεσίες προσφοράς των υλικών προϊόντων, οι υπηρεσίες αλληλεπίδρασης εργαζομένων και πελατών, η ψυχολογική ατμόσφαιρα είτε λόγω χώρου είτε εξαιτίας ανθρώπων κ.α.

(Δ.Λαλούμης 2002)

Για τους παραπάνω λόγους, η σπουδαιότητα του ελέγχου των επισιτιστικών τμημάτων είναι μεγάλη και ο κάθε έλεγχος πρέπει να διεξάγεται με προσοχή. Συχνά οι μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις οργανώνουν ξεχωριστό τμήμα ελέγχου, το οποίο τους ενημερώνει με στατιστικά στοιχεία σε ημερήσια, εβδομαδιαία και μηνιαία βάση.

Θα πρέπει να τονίσουμε ότι ο έλεγχος απαιτεί μεθοδικότητα, ακρίβεια και συντονισμό της εργασίας κάθε υπαλλήλου. Παράλληλα όμως θα πρέπει να είναι προσαρμοσμένος στις ανάγκες του τμήματος και να αποτελεί συνεχή διαδικασία. Αυτό μας δίνει τη δυνατότητα να προσδιορίσουμε τα προβλήματα του τμήματος και να λάβουμε τα κατάλληλα διορθωτικά μέτρα, εφόσον κριθεί απαραίτητο.

Η αποτελεσματικότητά του οφείλεται τόσο στη συμμετοχή των εργαζομένων, όσο και στην ύπαρξη στόχων και σωστής πολιτικής της επιχείρησης. Όταν δεν υπάρχουν προκαθορισμένοι στόχοι, οι δυνατότητες του ελέγχου περιορίζονται στη συλλογή δεδομένων.

Μία ακόμη σημαντική προϋπόθεση για την επιτυχία του ελέγχου είναι να ορίζονται τα άτομα που έχουν ευθύνη για την επίτευξη των στόχων του τμήματος, ώστε σε περίπτωση απόκλισης να ζητηθούν ευθύνες από τους αρμόδιους. Ένα σύστημα ελέγχου δεν είναι αρκετό για να σταματήσει από μόνο του τα προβλήματα.

(Ζ.Τζωρακολευθεράκης, 1999)

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι σε ένα τμήμα τόσο κερδοφόρο, όπως αυτό του F&B, και τόσο περίπλοκο, καθώς το προϊόν αποτελείται από σύνολο ετερογενών στοιχείων, η διαδικασία του ελέγχου επιβάλλεται και παίζει το ρόλο πρωταρχικής σημασίας. Είναι ενά πολύτιμο εργαλείο το οποίο συμβάλλει στη διασφάλιση ποιότητας παροχής υπηρεσιών των επισιτιστικών τμημάτων όλων των ξεχωδοχειακών επιχειρήσεων.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις αποτελούν αναμφίβολα σημαντικό οικονομικό κλάδο της τουριστικής βιομηχανίας, τόσο στην εγχώρια όσο και στην διεθνή αγορά. Η ζήτηση είναι μεγάλη και δεν είναι μικρό το ποσοστό των ανθρώπων που επιλέγει ένα εστιατόριο, όχι μόνο για να κορέσει την πείνα του, αλλά για να κοινωνικοποιηθεί και να διασκεδάσει. Πολλοί το θεωρούν, σαν αναπόσπαστο κομμάτι του τρόπου διασκέδασής τους και την ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών τους σαν κάτι το εντελώς απαραίτητο. Επιπλέον οι επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, προσφέρουν πλέον πολυποίκιλες και άκρως εξελιγμένες επιλογές, τόσο σε επίπεδο φιλοσοφίας όσο και λοποίησης, με τη χρήση εξειδικευμένης τεχνογνωσίας, ώστε να ανταποκρίνονται στις αυξημένες απαιτήσεις της εγχώριας αγοράς και ζήτησης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ο τομέας της σίτισης να συνεχίζει ακάθεκτα την ανοδική του πορεία τα τελευταία χρόνια.

Η οικονομική εμβέλεια του κλάδου τροφοδοσίας σε επίπεδο εγχώριας αγοράς εκτιμάται σε περίπου 400 εκατομμύρια ευρώ. Οι υπηρεσίες εστίασης αποτελούν μάλιστα τα 2/3 σχεδόν της άμεσης επίδρασης στην οικονομία από την τουριστική δαπάνη. Ο αριθμός των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο συγκεκριμένο κλάδο μεγιστοποιείται, ενώ ήδη υπάρχουσες εταιρίες διευρύνουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους με βασικό κριτήριο τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας, αλλά και την πληρέστερη εξυπηρέτηση του πελάτη. Μεγάλο μέρος της ανάπτυξης οφείλεται στο γεγονός ότι οι επιχειρήσεις έχουν γίνει πιο αποδοτικές, παρακολουθούν τις εξελίξεις της αγοράς και προσαρμόζονται ανάλογα με τα πρότυπα ασφάλειας και υγιεινής, ενώ δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην βελτιστοποίηση της ικανοποίησης των πελατών.

Παρ' όλα αυτά, προκύπτουν αρκετά προβλήματα με άλλες επιχειρήσεις του παρόντος κλάδου, με θεμελιώδες το φαινόμενο των συνεχώς αυξανόμενων τιμών των πρώτων υλών που ασκούν υψηλή πίεση στα περιθώρια κερδοφορίας των εταιριών που δραστηριοποιούνται σε αυτόν. Κατά συνέπεια, αρκετές φορές προκυμάνουν να αντισταθμίσουν το υψηλότερο κόστος, οδηγούνται σε πρακτικές αθέμιτου ανταγωνισμού και σε παροχή μειωμένης ποιότητας υπηρεσιών. Το ανεπαρκές νομικό πλαίσιο και οι αναποτελεσματικοί έλεγχοι συμβάλλουν στην επιδείνωση του φαινομένου. Επομένως, κρίνεται επιτακτική η ανάγκη προσεκτικής οργάνωσης και λειτουργίας τέτοιων επιχειρήσεων για την μεθοδικότερη και ασφαλέστερη επιτυχία τους.

Λόγω της ιδιαιτερότητας του επαγγέλματος, όμως, η επιτυχία των εστιατορίων εξαρτάται από την

ποιότητα των βασικών στοιχείων του προϊόντος και το βαθμό που αυτά ικανοποιούν τον πελάτη. Δηλαδή, από το κατά πόσο θα καλύψουμε τις ανάγκες και τις προσδοκίες του, και το αν θα μείνει ευχαριστημένος από τις υπηρεσίες που θα του παρείχαμε. Το γεγονός αυτό δυσκολεύει το στόχο μας, καθώς το προϊόν του F&B εξαρτάται από διάφορες λειτουργίες και επιρρεάζεται από πολλούς παράγοντες.

Κάποιες από τις βασικότερες λειτουργίες οι οποίες εξασφαλίζουν επιτυχές αποτέλεσμα σε μια επιχείρηση είναι η διοίκηση (καταμερισμός ευθυνών), το προσωπικό (εκπαίδευση, κατάρτιση ανθρώπινου παράγοντα), ο άρτιος σχεδιασμός του μενού, η προμήθεια των πρώτων υλών, η παραλαβή των προμηθειών (σύμφωνα πάντα με τις προδιαγραφές που η εταιρία έχει θέσει), η κατάλληλη αποθήκευση των προϊόντων, η προετοιμασία του φαγητού, ο τρόπος παροχής των υπηρεσιών, η υγιεινή των προϊόντων, η συντήρηση και η επιδιόρθωση του εξοπλισμού και ο οικονομικός έλεγχος της επιχείρησης. Επίσης, βασικά σημεία στην σωστή λειτουργία των εστιαστικών μονάδων, αποτελούν το πλάνο οργάνωσης, σύμφωνα με το οποίο καθορίζονται οι αρμοδιότητες και διανέμονται στο προσωπικό οι εργασίες. Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στο μεθοδευμένο σχέδιο προγραμματισμού, όταν πρόκειται η εταιρία να αγοράσει καινούριο επαγγελματικό εξοπλισμό, ώστε να τον αξιοποιήσει κατάλληλα.

Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τους κανονισμούς τους οποίους ορίζει το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο, αδήριτη κρίνεται η ανάγκη για εφαρμογή, διατήρηση και αναθεώρηση πρότυπων συστημάτων διασφάλισης ποιότητας παροχής υπηρεσιών. Θεωρείται μείζονος σημασίας, διότι συνιστά ένα έγκυρο σύστημα διαχείρισης, όχι μόνο των ποιοτικών υπηρεσιών, αλλά και της ασφάλειας και γεινής των τροφίμων, ενώ χρήζει απαίτηση των πελατών ως εγγύηση ασφάλειας των προϊόντων. Στον τομέα της επαγγελματικής κουζίνας, τα θέματα ασφάλειας των τροφίμων, παρουσιάζουν σημαντικά προβλήματα, όπως έλλειψη εκπαίδευσης ή ενημέρωσης προσωπικού, πληθώρα διεργασιών, κακή διαχείριση προμηθειών αλλά και συχνά δυσκολία δέσμευσης της διοίκησης. Τέτοιου είδους προβλήματα, αντιμετωπίζονται με την εγκατάσταση και πιστοποίηση συστήματος HACCP (Αξιολόγηση Κινδύνων και Κρίσημα Σημεία Ελέγχου ενός οργανισμού μαζικής εστίασης), ενισχύοντας δυναμικά το κύρος της εταιρίας. Ακόμα, μειώνει το κόστος παραγωγής, λόγω μείωσης των απορριπτέων προϊόντων, δίνονται ευκαιρίες για διεξόδου σε διεθνείς αγορές, παρέχονται εχέγγυα συμμόρφωσης με τη νομοθεσία στις αρμόδιες αρχές και αποδεικνύεται η ευαισθησία της επιχείρησης για την προστασία της δημόσιας υγείας και την ικανότητά της να παρέχει ποιοτικές υπηρεσίες και ασφαλή προϊόντα.

Θεμελιώδες στοιχείο για την ασφαλή λειτουργία του τμήματος, αποτελεί ο ενδεδειγμένος και αυστηρός

έλεγχος. Με την βοήθειά του, μας δίνετε η δυνατότητα να αντιλαμβανόμαστε τις αποκλίσεις από τους σκοπούς της επιχείρησης ή του τμήματος, και επιπλέον πληροφορείται η διοίκηση, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα επαναπροσδιορισμού των μεθόδων ή των στόχων, όπου χρειάζεται. Ο έλεγχος είναι σημαντικό να ασκείται σε όλη την έκταση της δομής της οργάνωσης, καθώς και να καλύπτει όλα τα πρόσωπα, όλες τις δραστηριότητες, όλους τους χώρους και τους χρόνους, και όλες τις πληροφορίες, προκειμένου να πραγματοποιηθεί με επιτυχία.

Τέλος, ένα ξενοδοχείο θα πρέπει να επιλέγει με μεγάλη προσοχή τους εργαζόμενούς του, και να κάνει σε αυτούς τους στόχους τους οποίους θέτει η εταιρία και την πολιτική που ακολουθείται. Όταν το έργο που απαιτείται να προσφέρει κάθε θέση εργασίας αποδίδεται άριστα, τότε το συνολικό ξενοδοχειακό προϊόν, δεν μπορεί παρά να είναι ποιοτικό και ανταγωνιστικό.

Συμπεραίνουμε, λοιπόν, πως όσο άρτια κι αν λειτουργεί μια επισιτιστική επιχείρηση, απαιτείται η διασφάλιση των πιστοποιήσεων και των διεθνών προτύπων υγιεινής και ασφάλειας. Το σύστημα HACCP παρέχει μια γερή επιστημονική βάση, η οποία αποδεικνύει ότι έχουν ληφθεί όλα τα απαραίτητα μέτρα για να μην φτάσει ο κίνδυνος στον καταναλωτή και γενικότερα να εξυπηρετηθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Έτσι ενισχύεται η πίστη ότι προϊόντα είναι ασφαλή και οι προσφερόμενες υπηρεσίες ποιοτικότερες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ♣ Καραγιάννης Σ.(1992) *"Οργάνωση και λειτουργία του ξενοδοχείου"*
- ♣ Λαλούμης Δ. & Ρούπας Β.(1996) *"Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων"*
- ♣ Λαλούμης Δ.(2002) *"Management"*
- ♣ Λαλούμης & Στεφανακίδης (2005) *"Οργάνωση και λειτουργία Επισιτιστικών Τμημάτων"*
Τόμος δεύτερος
- ♣ Μάρας Α. (1997) *"Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων"*
- ♣ Μάρας Α. (1999) *"Μπαρ - Ποτά - Οινολογία"*
- ♣ Μακρυγιωργάκης Μ. (2001) *"Η ανθρώπινη πλευρά του μάναντζμεντ"*
- ♣ Πετρόφ Γ.- Τζωρτζάκης Κ.- Τζωρτζάκη Α. (2002) *"Marketing Management"*
- ♣ Πρινιανάκη Ε.- Τζωρακολευθεράκης Ζ. (1997) *"Διεύθυνση και τεχνική Μπαρ"*
- ♣ Τζωρακολευθεράκης Ζ. (1999) *"Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων"*
- ♣ Σαλεσιώτης Μ. (1999) *"Σύνθεση Εδεσματολογίας"*
- ♣ Υπουργείο Ανάπτυξης ΕΦΕΤ *"Οδηγός Υγιεινής" για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις* Αθήνα 2001
- ♣ Χολέβας Γ. (1995) *"Οργάνωση και Διοίκηση (Management)"*

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ♣ Cornell University (1975) "*The essential of good table service*"
- ♣ Dr. J. Edosomwan (1993) "*Customer & Market-driven quality management*"
- ♣ Edvardsson B. (1998) "*Pursuing service excellence: practices & insight*"
- ♣ Garvin (1998) "Managing quality: The strategic & cooperative edge"
- ♣ Zeithalm V. A. , Bitner M. J. (2000) "Services Marketing"
- ♣ John W. Stokes (1972) "Conceptual Approaches on quality and theory of tourism services"
- ♣ Kinton & Ceseran (1984) "The theory of catering: Edward Arnold Publ"
- ♣ Kotler Philip (1991) "Marketing, management"
- ♣ Lee, D. R. (1987) "Factors of restaurant success"
- ♣ Bernard Davis- Sally Stones, (1992) "Food & beverage management"

ΔΙΑΔΙΚΤΙΑΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ✧ <http://www.osys.gr/customers.html>
- ✧ www.philipcrosby.com
- ✧ <http://www.traveldailynews.gr>
- ✧ <http://www.acsmi.gr>
- ✧ http://www.e-telescope.gr/gr/cat07/art07_010615.htm
- ✧ <http://nefeli.lib.teicrete.gr>
- ✧ <http://faethon.gr>
- ✧ www.dining.uconn.edu
- ✧ www.ell.wikipedia.org
- ✧ www.isoqar.gr
- ✧ www.iso.org
- ✧ www.elot.gr