



Α.Τ.Ε.Ι. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**MANAGEMENT ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΝΟΜΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ**

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΣΤΕΦΑΝΑΚΗ ΑΡΤΕΜΙΣ (Α.Μ.: 4785)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΠΛΑΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2012

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο Ο ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ	5
1.1. ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	5
1.2.ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΕΝΙΚΑ- ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ Ο ΈΛΕΓΧΟΣ	17
2.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΕΝΙΚΑ	17
2.3 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ	23
2.4 ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	24
2.5. ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΤΟ ΚΟΣΜΟ	25
2.5.1.ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΑΝΑ ΗΠΕΙΡΟ	26
2.6. ΟΙ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	29
ΣΠΟΝΔΗ	29
ETRUSCO	29
MATSUHISA ΜΥΚΟΝΟΣ	30
CALYPSO (ΚΡΗΤΗ)	30
HYTRA	30
ΠΙΛ-ΠΟΥΛ ET JEROME SERRES	31
VARDIS	31
ΒΑΡΟΥΛΚΟ	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ	33
3.1. ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ	33

3.2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ	34
3.3. ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	36
3.4. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	38
4.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	38
4.1.1 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ	40
4.1.2 ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ & ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΧΩΡΩΝ	41
4.1.3 ΥΛΙΚΑ & ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΧΩΡΩΝ	42
4.2 ΤΕΧΝΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ – ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ & ΔΙΑΡΡΥΘΜΙΣΗ ΧΩΡΩΝ	43
4.3 ΚΥΡΙΟΙ & ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΝΤΕΣ ΧΩΡΟΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	44
4.3.1 ΤΜΗΜΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ	45
4.3.2 ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	46
4.3.3 ΤΜΗΜΑΤΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο ΑΣΦΑΛΕΙΑ & ΥΓΙΕΙΝΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	51
5.1.ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΟΙΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ ISO	55
5.2.ΚΑΝΟΝΕΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ & ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	68
5.3.ΥΓΙΕΙΝΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	71
5.4.ΤΗΡΗΣΗ ΚΑΝΟΝΩΝ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	75
5.5.ΣΧΕΔΙΟ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΑΤΥΧΗΜΑΤΩΝ	76
5.6.ΣΩΣΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ.	77
5.7.ΕΛΕΥΘΕΡΕΣ ΑΓΟΡΕΣ.	77
5.8.ΣΩΣΤΗ ΤΙΜΗ.	77

5.9.ΣΩΣΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ ΚΑΙ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.	79
5.10. ΟΡΘΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΓΟΡΩΝ	81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	82
6.1. ΠΟΣΟΤΙΚΗ	84
6.2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	86
6.3. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΔΕΙΓΜΑ	90
6.4. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ / ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ	90
6.5. ΔΕΙΓΜΑ / ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ	90
6.6. ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ	91
6.7. ΗΘΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ	91
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ-ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	92
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	114
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	118
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	120

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, στη χώρα μας αλλά και στον κόσμο η ανάπτυξη της επισιτιστικής βιομηχανίας είναι αλματώδης. Η Ελλάδα πάντα υπήρξε ένας από τους χώρους που υποστήριξαν σθεναρά τον θεσμό της φιλοξενίας, σε βαθμό μάλιστα που προστατευόταν από μία ανώτερη θεότητα, τον Ξένιο Δία. Η φιλοσοφία αυτή έγινε τρόπος ζωής για τους ανθρώπους οι οποίοι συνέδεαν σε κάθε τους δραστηριότητα τη φιλοξενία και την εστίαση, δείχνοντας έτσι ένα ανώτερο επίπεδο πολιτισμού.

Τα εστιατόρια στις μέρες μας αντιμετωπίζουν τους πελάτες τους ως φιλοξενούμενους και προσπαθούν να προσφέρουν υπηρεσίες και φιλοξενία η οποία να ξεπερνά τις προσδοκίες τους. Αφιερώνουν χρόνο και χρήμα για να ικανοποιήσουν τις γαστρονομικές απαιτήσεις και επιθυμίες ακόμα και των πιο απαιτητικών πελατών και για να κάνουν βέβαια την επιχείρησή τους πιο ελκυστική για καινούργιους πελάτες. Το τμήμα του επισιτισμού θεωρείται μια κερδοφόρα επιχείρηση και για αυτόν το λόγο στη παρούσα μελέτη δίνεται μεγάλο βάρος στην οργάνωση της λειτουργίας του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο Ο ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

Το μέγεθος της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής μετράται, μεταξύ άλλων, με τον αριθμό των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούνται σε μία τουριστική περίοδο (π.χ. θερινοί μήνες), καθώς και με τη διαθέσιμη ξενοδοχειακή υποδομή, γεγονός που μαρτυρεί πως ο ξενοδοχειακός κλάδος αποτελεί το σημαντικότερο τμήμα του τουριστικού τομέα. Είναι βέβαιο ότι ένα μεγάλο μέρος της συμβολής του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας οφείλεται στην ύπαρξη των χιλιάδων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (Παπανίκος Γ(2004)).

Μάλιστα, η ποιότητα, αλλά και το μέγεθος, της τουριστικής δραστηριότητας σε μία περιοχή επηρεάζεται σημαντικά από την ποιότητα του χώρου και τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα τοπικά ξενοδοχεία, σε συνδυασμό, βέβαια, με την ευρύτερη υπάρχουσα υποδομή, όπως το δίκτυο μεταφορών / συγκοινωνιών, οι υπηρεσίες υγείας, τα κέντρα ψυχαγωγίας, η πολεοδομία, αλλά και το φυσικό περιβάλλον.

Τα ξενοδοχεία γενικότερα θεωρούνται οικονομικά οικήματα τα οποία προσφέρουν φιλοξενία αορίστου χρόνου (ύπνο με ή χωρίς φαγητό) στο κοινό επί πληρωμή. (Λαλούμης Δ. Ρούπας Β. 2000) Στη νομοθεσία ο ορισμός που έχει δοθεί καθορίζει ως ξενοδοχείο την επιχείρηση που λειτουργεί εντός ή εκτός πόλεων και παρέχει κατάλυμα με ή χωρίς επισιτισμό. Πιο συγκεκριμένα θα λέγαμε πως ξενοδοχείο αποτελεί μια επιχείρηση η οποία ενοικιάζει καταλύματα και κατά περίπτωση διαθέτει σε λειτουργία εστιατόρια, μπαρ και διάφορα επιπρόσθετα (αλλά απαραίτητα) προϊόντα τα οποία αποσκοπούν στην κάλυψη αναγκών των φιλοξενούμενων ατόμων.

1.1. ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μετά την απελευθέρωση το 1828, τα χάνια που υπήρχαν στην επαρχία και τις πόλεις ήταν μετρημένα. Το πρώτο ξενοδοχείο κατασκευάστηκε στο Ναύπλιο το 1834 με το όνομα «Ξενοδοχείον του Λονδίνου», το οποίο φιλοξένησε

τους πρώτους επίσημους ξένους του νεότερου ελληνικού κράτους και στη συνέχεια, το 1840, λειτούργησε επίσης στο Ναύπλιο το ξενοδοχείο «Αφθονία».

Το 1835 η Αθήνα έχτισε το δικό της ξενοδοχείο, με το όνομα «Νέον Ξενοδοχείον» ή «Albergo Nuovo», του Ιταλού Καζάλι. Το 1878 λειτούργησε σαν ξενοδοχείο η ιστορική «Μεγάλη Βρετανία» στη θέση που είναι σήμερα στο Σύνταγμα. Το καλό όνομα που πήρε το ξενοδοχείο το όφειλε στην πολυτέλεια και στην πρωτοπορία του, αλλά και στην εξαιρετική μαγειρική του Στάθη Λάμψα, ιδιοκτήτη του ξενοδοχείου. Το 1917 λειτούργησε το «Ατενέ Παλλάς» απέναντι από το Πολυτεχνείο, το οποίο ήταν το πρώτο κτίριο της Αθήνας που κτίστηκε με μπετόν και την ίδια εποχή στο Ν. Φάληρο λειτούργησε το ξενοδοχείο «Ακταίων», το πιο πολυτελές για την εποχή του το οποίο διέθετε 80 δωμάτια. Γνωστά ξενοδοχεία της Αθήνας ήταν επίσης το «Ξενοδοχείον της Αγγλίας», το «Grand Hotel Magestic» το «Ξενοδοχείον της Αθήνας», το «Victoria» και το «Ξενοδοχείον των Ξένων».

Ορισμένα από τα ξενοδοχεία που χτίστηκαν στην αυγή του 20^{ου} αιώνα ήταν θαυμάσια νεοκλασικά κτίρια τα οποία συγκέντρωναν την κοσμική ζωή της χώρας. Τα ξενοδοχεία αυτά είχαν διαφημίσεις και λειτουργούσαν σε καθεστώς πλήρους ανταγωνισμού. Το 1924 υπήρχαν στην Ελλάδα 1090 ξενοδοχεία με μέσο όρο 11 δωμάτια το καθένα. Αυτό συνέβαινε, διότι τα περισσότερα ξενοδοχεία είχαν τέσσερα έως πέντε δωμάτια, ενώ ήταν λίγα αυτά που είχαν πενήντα έως εκατό δωμάτια και παρείχαν ποιοτικές υπηρεσίες στους ταξιδιώτες.

Στην πορεία των χρόνων, με την εξέλιξη των μεταφορικών μέσων σε συνδυασμό με την κατάκτηση του εργατικού δικαιώματος των διακοπών, εμφανίστηκε το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού με αποτέλεσμα την διεύρυνση των τουριστικών επιχειρήσεων. Πολλά πανδοχεία και χάνια σταδιακά μετεξελίχθηκαν σε ξενοδοχεία, ενώ κτίστηκαν αρκετά καινούρια. Αν και τα ξενοδοχεία στη χώρα μας υπέστησαν σοβαρές ζημιές εξαιτίας των πολέμων, στην εποχή μας η Ελλάδα είναι μία τουριστική χώρα με αξιόλογες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που στο σύνολό τους ξεπερνούν τον αριθμό των 8500.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η κατανομή των ξενοδοχείων στην Αθήνα το 2004.

ΠΙΝΑΚΑΣ : ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ 2004							
	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ					
		Ε	Δ	Γ	Β	Α	ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ
ΑΤΤΙΚΗ (ΕΚΤΟΣ ΑΘΗΝΑΣ)	5%	4%	5%	5%	5%	5%	11%
ΑΘΗΝΑ	3%	5%	5%	3%	3%	3%	14%

Στην **Αθήνα** είναι κατανεμημένο το 3% των ελληνικών ξενοδοχείων. Η πρωτεύουσα συγκεντρώνει το 3% των ξενοδοχείων πρώτης κατηγορίας της χώρας και το 14% των ξενοδοχείων πολυτελείας. Τα ποσοστά αυτά συγκαταλέγονται ανάμεσα στα υψηλότερα της χώρας. Στη συγκεκριμένη μελέτη, το συνολικό χρέος των ξενοδοχείων της περιφέρειας δόθηκε στα 4,5 δισεκατομμύρια δραχμές (ενώ ανά ξενοδοχείο σε 16,5 εκατομμύρια). Το ποσό αυτό συγκαταλέγεται ανάμεσα στα χαμηλότερα υπόλοιπα χρέους μεταξύ των περιφερειών της χώρας. Τα ξενοδοχεία λειτουργούν σχεδόν ολόκληρο το χρόνο, εφόσον Έλληνες και αλλοδαποί επισκέπτονται την περιοχή της Πρωτεύουσας σε όλη τη διάρκεια του έτους, όχι μόνο για αναψυχή αλλά και για επαγγελματικούς σκοπούς. Παράλληλα, διαπιστώνεται ο υψηλότερος αριθμός διανυκτερεύσεων στη χώρα, καθώς αυτός υπολογίζεται σε 19017 χιλιάδες ανά ξενοδοχείο για το 1998. Από αυτές, οι 11415 πραγματοποιούνται από αλλοδαπούς και οι 7602 από Έλληνες. Με βάση έρευνα που έγινε από το Hotel Study 2004 (στοιχεία χρήσεως 2003)(ΣΕΒ-ICAP (2004). επιβεβαιώνει την πτωτική πορεία της κερδοφορίας των ελληνικών ξενοδοχείων στην Αθήνα. Βασική αιτία της πορείας αυτής είναι η πτώση του μέσου εσόδου ανά διαθέσιμο δωμάτιο κατά 5 έως 10% περίπου. Η εικόνα αυτή επιβεβαιώνεται και από την πτώση του βασικού δείκτη κερδοφορίας

GOPPAR (GOP per available room) κατά 5%. Η μελέτη αφορά στο σύνολο των ξενοδοχείων αλλά και στις επιμέρους κατηγορίες:

Στο **υπόλοιπο Αττικής** είναι κατανεμημένο το 3% των ελληνικών ξενοδοχείων. Η πρωτεύουσα συγκεντρώνει το 5% των ξενοδοχείων πρώτης κατηγορίας της χώρας και το 11% των ξενοδοχείων πολυτελείας. Τα ποσοστά αυτά συγκαταλέγονται ανάμεσα στα υψηλότερα της χώρας. Το μέσο έτος κατασκευής των ξενοδοχείων είναι το 1963 και αποτελεί το δεύτερο χαμηλότερο, μετά από εκείνο της Αθήνας. Στη συγκεκριμένη μελέτη, το συνολικό χρέος των ξενοδοχείων της περιφέρειας δόθηκε στα 5,1 δισεκατομμύρια δραχμές (ενώ ανά ξενοδοχείο σε 10,2 εκατομμύρια). Το ποσό αυτό συγκαταλέγεται ανάμεσα στα χαμηλότερα υπόλοιπα χρέους μεταξύ των περιφερειών της χώρας. Ο μέσος όρος μηνών λειτουργίας των ξενοδοχείων στην περιφέρεια είναι 10 μήνες και αποτελεί τον τρίτο υψηλότερο μεταξύ των περιφερειών της χώρας, μετά την Αθήνα και τη Θράκη. Παράλληλα, διαπιστώνεται υψηλός αριθμός διανυκτερεύσεων, καθώς αυτός υπολογίζεται σε 12962 χιλιάδες ανά ξενοδοχείο για το 1998. Από αυτές, οι 7675 πραγματοποιούνται από αλλοδαπούς και οι 5287 από Έλληνες. Τέλος, τα ξενοδοχεία της Αθήνας παρουσιάζουν το χαμηλότερο, κατά μέσο όρο, έτος κατασκευής (1962).

1.2.ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα (ξενοδοχεία) διακρίνονται σε ξενοδοχεία κλασσικού τύπου, ξενοδοχεία τύπου μοτέλ, ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων και ξενοδοχεία μικτού τύπου. Κατατάσσονται, δε, ανάλογα με τη λειτουργική τους μορφή, σε πέντε (5) το πολύ κατηγορίες αστέρων, βάσει συστήματος υποχρεωτικών προδιαγραφών και βαθμολογούμενων κριτηρίων. Προκειμένου ένα κατάλυμα να καταταγεί σε συγκεκριμένη λειτουργική μορφή και κατηγορία αστέρων θα πρέπει:

- ✓ να πληροί τις τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές της αντίστοιχης λειτουργικής μορφής και κατηγορίας αστέρων και

- ✓ να συγκεντρώνει από τα βαθμολογούμενα κριτήρια τουλάχιστον τη «βάση» της αντίστοιχης κατηγορίας αστέρων προκειμένου για τη συγκεκριμένη λειτουργική μορφή.

Σύμφωνα με πρόσφατη κοινή μελέτη(Consolidated version hotel classification survey, 2004) τα συστήματα κατάταξης ξενοδοχείων σε κατηγορίες, προέκυψαν από την ανάγκη των ταξιδιωτών για αντικειμενική και αξιόπιστη πληροφόρηση σχετικά με τις προσφερόμενες υπηρεσίες, εγκαταστάσεις και ανέσεις.

Η πιστοποίηση ενός ξενοδοχείου με έναν αριθμό αστεριών αποτελεί για τον τουρίστα διαβεβαίωση ότι το ξενοδοχείο θα του παράσχει υπηρεσίες σύμφωνες με τις προδιαγραφές της αντίστοιχης κατηγορίας. Διεθνώς πλέον, είναι διαδεδομένη η κατάταξη των ξενοδοχείων από ένα έως πέντε αστέρια. Ωστόσο διαφέρουν από χώρα σε χώρα τόσο η κατάταξη και τα κριτήρια αξιολόγησης των ξενοδοχείων όσο και ο τρόπος εφαρμογής τους.

Όσον αφορά στην κατάταξη και τα κριτήρια αξιολόγησης:

1. Στη Γαλλία το Βέλγιο και τη Δανία γίνεται από 0 έως 5 αστέρια
2. Στην Ελβετία γίνεται από 0 έως 5 αστέρια και για τις κατηγορίες των 3ων , 4ων και 5 αστέρων υπάρχει και η κατηγορία Superior
3. Στην Ισπανία για τα ξενοδοχεία 4ων αστέρων υπάρχει και η ενδιάμεση κατηγορία superior όσο για τα ξενοδοχεία 5 αστέρων, υπάρχει και η κατηγορία grand luxe.
4. Τόσο στη Γερμανία όσο και στην Ελβετία εισήχθη πρόσφατα ο χαρακτηρισμός «Superior» για τα ξενοδοχεία που υπερβαίνουν κατά πολύ τις ελάχιστες προδιαγραφές των πέντε αστέρων
5. Στην Αγγλία γίνεται από 1 έως 5 αστέρια όμως υπάρχουν «χρυσές» και «ασημένιες» διακρίσεις για ξενοδοχεία υψηλότερης απόδοσης για κάθε κατηγορία.

Μερικοί εκδότες ξενοδοχειακών οδηγιών αλλά και μεγάλοι tour operators — όπως λ.χ. η TUI — καθιέρωσαν το έκτο αστέρι ως ανώτερη κατηγορία.

Τα δύο σημαντικότερα συστήματα αξιολόγησης ξενοδοχείων των ΗΠΑ — πρόκειται για τις κατατάξεις της AAA και της Mobil — εμμένουν στην ανώτερη κατηγορία των πέντε αστέρων, εφαρμόζοντας όμως πολύ αυστηρά κριτήρια. Ενώ στην Ευρώπη κατατάσσονται πολλά ξενοδοχεία στην κατηγορία των πέντε αστέρων, στις ΗΠΑ δίδεται η ανώτερη διάκριση μόνο σε εξέχοντα ξενοδοχεία. Έτσι, τα περισσότερα ξενοδοχεία πέντε αστέρων της Ευρώπης αντιστοιχούν σε μονάδες τεσσάρων αστέρων στις ΗΠΑ. Είναι χαρακτηριστικό ότι ξενοδοχειακές μάρκες όπως Marriott, Intercontinental, Sheraton, Hyatt Regency, Hilton κοκ. θεωρούνται ως προϊόντα τεσσάρων αστέρων στις ΗΠΑ.

6. Στην Ισπανία και το Μεξικό χρησιμοποιείται ο χαρακτηρισμός «GL» (Grand Luxe). Έτσι διαφοροποιούνται τα συμβατικά ξενοδοχεία πολυτελείας («****») από τα ξενοδοχεία υπερπολυτελείας («****GL»)

Όσον αφορά στη διαδικασία εφαρμογής τους:

- ✓ Σε μερικές χώρες οι επιθεωρήσεις των ξενοδοχείων γίνονται κατόπιν ραντεβού και με σύμφωνη γνώμη του διευθυντή εκάστοτε μονάδας.
- ✓ Σε άλλες ο επιθεωρητής επισκέπτεται το ξενοδοχείο incognito, δηλ. ως «mystery guest»

Συνοπτικά λοιπόν οι διαφορές μεταξύ των επιμέρους συστημάτων έχουν σαν αποτέλεσμα μια μονάδα να αξιολογείται ως ξενοδοχείο τεσσάρων αστέρων σε μια χώρα και ως πέντε αστέρων σε μια άλλη.

Για τη διευκόλυνση των ταξιδιωτών επιχειρήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού και άλλους αντίστοιχους φορείς, η εναρμόνιση των συστημάτων «αστεροποίησης» στην Ευρώπη και διεθνώς, χωρίς όμως αποτέλεσμα λόγω αντικειμενικών αλλά και υποκειμενικών δυσκολιών με διαφωνίες των διεθνών ξενοδοχειακών ενώσεων. Οι διαφωνίες αυτές προκύπτουν λόγω των διαφορών στην κουλτούρα, τη διαφορά κλίματος αλλά και τις κατασκευαστικές προδιαγραφές των ξενοδοχειακών μονάδων σε κάθε χώρα ή περιοχή.

Σύμφωνα με μελέτη που πραγματοποιήθηκε υπό την αιγίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με τα επίσημα συστήματα κατάταξης ξενοδοχείων στις χώρες της Ευρώπης, προκύπτει ότι η κατάταξη υλοποιείται από κάποια από τις ακόλουθες κατηγορίες Φορέων:

- ✓ τον εκάστοτε δημόσιο οργανισμό τουρισμού, όπως συμβαίνει π.χ. στην περίπτωση της Γαλλίας κυρίως.
- ✓ από ξενοδοχειακές οργανώσεις ή επιμελητήρια (π.χ. Αυστρία, Ελβετία κλπ)
- ✓ από Εξειδικευμένους και διαπιστευμένους προς τούτο φορείς Ταξινόμησης κατόπιν ανάθεσης από έναν εκ των δύο ανωτέρω φορέων (π.χ. Ιρλανδία, Ουαλία, Ισπανία, Ιταλία, Γερμανία κυρίως, κλπ
- ✓ Επίσης συνηθισμένος τρόπος κατάταξης είναι ο μικτός τρόπος ταξινόμησης, με συνδυασμό Φορέων από τις 3 πιο πάνω κατηγορίες.
- ✓ Επίσης υπάρχουν αποδεκτές κατατάξεις ξενοδοχείων που χαίρουν μεγάλου κύρους στις εκάστοτε χώρες. Κυρίως πρόκειται για τις «αστεροποιήσεις» που γίνονται από εκδότες ταξιδιωτικών και ξενοδοχειακών οδηγών, από λέσχες αυτοκινητιστών καθώς και από tour operator όπως είναι διαδεδομένο στις Ηνωμένες Πολιτείες.
- ✓ Τα Ιδιωτικά πρότυπα συμμόρφωσης συναντώνται κυρίως στις μεγάλες αλυσίδες Ξενοδοχειακών συγκροτημάτων, όπου υπάρχει ειδικό σχήμα τεχνικών προδιαγραφών κατάταξης στο οποίο τα συγκροτήματα μέλη τους συμμορφώνονται, κατατάσσοντας τις παρεχόμενες υπηρεσίες στα προδιαγεγραμμένα από αυτές επίπεδα. (Ledra Mariott, Kempinsky, Hilton κλπ)

Σύμφωνα με τα παραπάνω, για να εφαρμοστούν οι προβλέψεις του Ν.3190/2003 κατά τρόπο που να ανταποκρίνεται στην σημερινή κατάσταση των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων της χώρας και σύμφωνα με τις διεθνείς τάσεις και πρακτική, απαιτείται ο επαναπροσδιορισμός των απαιτήσεων για την ταξινόμηση των καταλυμάτων σε κατηγορίες «Αστεριών

«ή «Κλειδιών» και η διαμόρφωση ενός σχετικού σχεδίου - κειμένου αναφοράς λειτουργικών προδιαγραφών και ποιοτικών κριτηρίων ταξινόμησης των τουριστικών καταλυμάτων.

Με βάση τα αναφερόμενα στα παραπάνω, σχετικά με την ισχύουσα κατάσταση στην Ελλάδα, τις διεθνείς τάσεις και πρακτικές και τις διαφαινόμενες ανάγκες εναρμόνισης του ελληνικού συστήματος κατάταξης με τα διεθνή δεδομένα, κατά το δυνατόν, το αντικείμενο του έργου, είναι το ακόλουθο:

- ✓ Αποτύπωση των χαρακτηριστικών και της παρούσας λειτουργικής κατάστασης των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων της χώρας, σε σχέση με τις διεθνείς πρακτικές και πραγματικότητα, μετά από αντιπροσωπευτική δειγματοληπτική έρευνα στο 2% των εν λόγω καταλυμάτων. Ειδικά στα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα το δείγμα θα αναφέρεται κατά 60% στα παραθεριστικά και κατά 40% στα συνεχούς λειτουργίας καταλύματα.
- ✓ Διατύπωση προτάσεων βελτίωσης του υφιστάμενου Π.Δ.43/2002 σχετικά με την κατάταξη σε κατηγορίες αστεριών των ξενοδοχείων και του ΠΔ337/2000 σχετικά με την κατάταξη σε κατηγορίες κλειδιών των ενοικιαζόμενων δωματίων και διαμερισμάτων, με βάση τα αποτελέσματα της δειγματοληπτικής αποτύπωσης και τις διεθνείς τάσεις και πρακτικές.
- ✓ Δημιουργία κειμένου αναφοράς για δημόσιο διάλογο σε εθνικό επίπεδο, που θα οδηγήσει στην δημιουργία ενός σχεδίου - κειμένου αναφοράς λειτουργικών προδιαγραφών και ποιοτικών κριτηρίων για την ταξινόμηση των κύριων και συμπληρωματικών τουριστικών καταλυμάτων της Χώρας με το σύστημα των «Αστεριών» και των «Κλειδιών».
- ✓ Διατύπωση τελικού σχεδίου κειμένου - αναφοράς λειτουργικών προδιαγραφών και ποιοτικών κριτηρίων βάσει και των αποτελεσμάτων σχετικού δημοσίου διαλόγου. Το κείμενο αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως βάση για την έκδοση εθνικού προτύπου στο μέλλον.

Κριτήρια βάσει των οποίων γίνεται η κατηγοριοποίηση. Βάση μορίων ανά κατηγορία

Τα βαθμολογούμενα κριτήρια κατάταξης ορίζονται, επίσης, ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία και συμμετέχουν στην τελική κατάταξη των ξενοδοχείων, έχουν όμως προαιρετικό χαρακτήρα.

Το προς κατάταξη ξενοδοχείο θα πρέπει από την εφαρμογή των βαθμολογούμενων κριτηρίων να συγκεντρώνει ένα ελάχιστο αριθμό μορίων, που αποτελεί τη «βάση» της κατηγορίας, στην οποία πρόκειται να καταταγεί. Η βάση ορίζεται ανά λειτουργική μορφή (χωριστά για τα ξενοδοχεία πόλης και τα παραθεριστικά όπου αυτό απαιτείται) και ανά κατηγορία. Η επιλογή των κριτηρίων, που εξασφαλίζουν την κάλυψη της βάσης, από το σύνολο των βαθμολογούμενων κριτηρίων ανήκει στον επιχειρηματία ξενοδόχο (άρθρο 4).

ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΓΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΠΟΛΗΣ	ΚΤΙΡΙΟ Χώρος στάθμευσης για το 25% των δωματίων 270	ΥΠΟΔΟΧΗ Θυρίδες φύλαξης τιμαλφών για το 100% των δωματίων 120	ΔΩΜΑΤΙΟ Εμβαδό μεγαλύτερο κατά 20% του προβλεπόμενου 360	ΛΟΥΤΡΟ Αντιολισθητική μπανιέρα 190
ΧΩΡΟΙ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΩΝ Αίθουσα συσκέψεων από 501 τ.μ. και άνω 350	ΕΣΤΙΑΣΗ Θεματικό εστιατόριο ή εστιατόριο αλλά καρτ	ΑΘΛΗΣΗ-ΑΝΑΨΥΧΗ Πισίνα κλειστή θερμαινόμενη 450	ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ Κατάστημα εφημερίδων – περιοδικών ή και τουριστικών	ΑΣΦΑΛΕΙΑ Ηλεκτρονικά κλειδιά δωματίων 120

	360		ειδών 120	
ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ <i>Μίνι λεωφορείο με οδηγό για δωρεάν μεταφορά πελατών</i> 145	ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ <i>Πιστοποίηση ενεργειακής διαχείρισης από αρμόδιο φορέα</i> 200	ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ <i>Πλήρης εκσυγχρονισμού Κτιρίου και εξοπλισμού</i> 780	ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ <i>Απόφοιτοι τουριστικών σχολών. Το 50% του προσωπικού</i> 280	

Πηγή: Δημακουλέας Π., 13 κριτήρια για τα αστέρια των ξενοδοχειακών μονάδων, ανακτημένο από:
<http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=12410&subid=2&pubid=322352>

Τρόπος κατάταξης

Η κατάταξη ξενοδοχείου σε συγκεκριμένη λειτουργική μορφή και κατηγορία - αστέρων πραγματοποιείται εφόσον: α) πληρούνται οι τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές της αντίστοιχης λειτουργικής μορφής και κατηγορίας, σύμφωνα με το παρόν διάταγμα και εφόσον β) το ξενοδοχείο συγκεντρώνει τον ελάχιστο αριθμό μορίων, που αποτελεί τη «βάση» της κατηγορίας αυτής, προκειμένου για τη συγκεκριμένη λειτουργική μορφή, από τα βαθμολογούμενα κριτήρια του παρόντος νομοθετήματος.

Σε περίπτωση, που ξενοδοχείο πληροί μεν τις τεχνικές και τις λειτουργικές προδιαγραφές της κατηγορίας, στην οποία ζητείται η κατάταξη, αλλά δεν καλύπτει τη βάση των βαθμολογούμενων κριτηρίων της κατηγορίας αυτής, τότε

κατατάσσεται στην κατηγορία, στην οποία αντιστοιχεί ο αριθμός μορίων, που συγκεντρώνει από τα βαθμολογούμενα κριτήρια (άρθρο 5).

Υποχρεωτικές τεχνικές προδιαγραφές

Οι υποχρεωτικές τεχνικές προδιαγραφές περιλαμβάνουν τις μέγιστες επιτρεπόμενες δυναμικότητες ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία, τις προδιαγραφές καταλληλότητας οικοπέδου και τις κτιριοδομικές προδιαγραφές ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία (άρθρο 2).

A Στάδιο - Έγκριση Καταλληλότητας

Για τη χορήγηση έγκρισης καταλληλότητας οικοπέδου ή γηπέδου για τη δημιουργία ξενοδοχείου, οι ενδιαφερόμενοι πρέπει να υποβάλλουν στην αρμόδια υπηρεσία του Ε.Ο.Τ., αίτηση, η οποία πρέπει να συνοδεύεται από ορισμένα δικαιολογητικά. Με τον τρόπο αυτό διαπιστώνεται αν πληρούνται ορισμένα κριτήρια που σχετίζονται με τη θέση του οικοπέδου, με την υπάρχουσα υποδομή, με τη δυνατότητα ηλεκτροδότησης, χρήσης νερού και σύνδεσης με το αποχετευτικό δίκτυο της περιοχής.

Η έγκριση καταλληλότητας ισχύει για δύο χρόνια από την έκδοσή της και δεν μεταβιβάζεται. Σε περίπτωση μεταβίβασης του οικοπέδου απαιτείται τήρηση διαδικασίας νέας έγκρισης καταλληλότητας και προσκομίζονται ορισμένα πρόσθετα δικαιολογητικά.

B' Στάδιο - Έγκριση Αρχιτεκτονικής Μελέτης Ξενοδοχείων

Μετά την έγκριση καταλληλότητας του οικοπέδου, ο ενδιαφερόμενος πρέπει να υποβάλει στον Ε.Ο.Τ. για έγκριση, αρχιτεκτονική μελέτη που να έχει συνταχτεί σύμφωνα με τις ισχύουσες τεχνικές προδιαγραφές και τους ισχύοντες στην περιοχή του οικοπέδου/γηπέδου όρους δόμησης. Ο φάκελος της μελέτης

πρέπει να περιλαμβάνει ορισμένα στοιχεία, προκειμένου να διαπιστωθεί αν πληρούνται τα προβλεπόμενα ποιοτικά κριτήρια για τα ξενοδοχεία όλων των λειτουργικών μορφών.

Η έγκριση αρχιτεκτονικής μελέτης του Ε.Ο.Τ. ισχύει για 4 χρόνια. Αν εν τω μεταξύ έχει εκδοθεί οικοδομική άδεια, η διάρκεια ισχύος της έγκρισης Ε.Ο.Τ. ακολουθεί τη διάρκεια ισχύος της οικοδομικής αδείας ((ΦΕΚ Α' 43/7.3.2002)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο ΕΠΙΣΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΕΝΙΚΑ- ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ Ο ΈΛΕΓΧΟΣ

2.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΕΝΙΚΑ

Όπως έχουμε δει ο σκοπός της επιχείρησης είναι οικονομικός, η δε τέχνη να μπορεί να επιτευχθεί λέγεται διοίκηση. Ο ρόλος της διοίκησης είναι να εξασφαλίζει την ευημερία της επιχείρησης δηλ. την μεγαλύτερη αποδοτικότητά της. Για να μπορέσει όμως να το πετύχει αυτό πρέπει πρώτα να προσδιορίσει τους ειδικούς αντικειμενικούς της σκοπούς και μετά να προσπαθήσει να τους πραγματοποιήσει μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα.

Η πρόβλεψη είναι ο ακρογωνιαίος λίθος της διοίκησης. Η διοίκηση στηρίζεται στην πρόβλεψη. Τα προγράμματα δράσης είναι η συνισταμένη της εργασίας των προβλέψεων που οφείλει να κάνει κάθε επιχείρηση.

Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις όποια μορφή και μέγεθος και αν έχουν, έχουν ανάγκη να γνωρίζουν την πορεία των εργασιών τους, τους στόχους που πρέπει να επιτευχθούν, τη διαδικασία ανάπτυξής της και τα μέσα δράσης της. Όλα αυτά περιλαμβάνονται στα προγράμματα δράσης. Αυτά έχουν διαφορετικές μορφές, έκταση και διάρκεια και ανάλογα με την περίπτωση, αποτελούνται από μια σειρά ειδικά προγράμματα από τα οποία τα κυριότερα είναι (Λαλούμης Δ.,(2002):

- Το πρόγραμμα παραγωγής που καθορίζει τις προβλέψεις της επιχείρησης σχετικά με την παραγωγή, με την μεταποίηση και την προσφορά αγαθών και υπηρεσιών.
- Το πρόγραμμα πωλήσεων που προβλέπει τις πωλήσεις μέσα στην καθορισμένη χρονική περίοδο με βάση την κατάσταση της αγοράς.
- Το πρόγραμμα εφοδιασμού που περιλαμβάνει τις προβλέψεις εφοδιασμού της επιχείρησης για τα απαραίτητα υλικά αγαθά (ποτά, υλικά για την παρασκευή γευμάτων κ.λ.π.). Πρόγραμμα χρηματοοικονομικό, που περιέχει προβλέψεις ταμιακής διαθεσιμότητας, προϋπολογισμού επενδύσεων και

διαφημίσεων κ.λ.π.

- Το χρηματοπιστωτικό πρόγραμμα. Σκοπός του είναι ο προσδιορισμός των προβλέψεων για τις ανάγκες της επισιτιστικής επιχείρησης σε κεφάλαια κίνησης. Πιθανές δαπάνες για τον ανεφοδιασμό τους, συντήρησή τους, τις ανακαινίσεις, τις αντικαταστάσεις κινητού εξοπλισμού, π.χ. το 1998 στόχος επιχείρησης είναι να αλλάξει έπιπλα και το 1999 μερική αλλαγή της κουζίνας.

Οι στόχοι χρειάζονται οικονομικό προγραμματισμό και κεφάλαια χωρίς όμως η επιχείρηση να υπερχρεωθεί.

Η ανάγκη της πρόβλεψης στις επισιτιστικές μονάδες είναι αναγκαία. Μπορούμε να τις διακρίνουμε σε βραχυπρόθεσμες, μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες. Τα ανώτερα στελέχη ασχολούνται με ετήσιες και τριετείς προβλέψεις. Τα μεσαία στελέχη με εβδομαδιαίες και μηνιαίες προβλέψεις. Τα κατώτερα στελέχη με καθημερινές προβλέψεις(Παπαδόπουλος Δ.,(2002).

Οργάνωση είναι ο καθορισμός σχέσεων μεταξύ δραστηριοτήτων που πρέπει να εκτελεστούν, προσωπικού για να τις εκτελέσει και υλικών παραγόντων που χρειάζονται. Για το συντονισμό των διαθέσιμων πόρων ο μάνατζερ της ξενοδοχειακής επιχείρησης, σχεδιάζει την τυπική δομή σχέσεων καθήκοντος και εξουσίας η οποία θα στηρίζει την αποτελεσματική και ικανοποιητική επίτευξη των στόχων.

Τα κυριότερα πράγματα για τα οποία ενδιαφέρεται η οργάνωση, είναι η διαίρεση – καταμερισμός της εργασίας, η διαμόρφωση βαθμιδών εξουσίας και η εξίσωση εξουσίας και ευθύνης. Πιο ειδικά με την οργάνωση σχηματίζεται μια σειρά λειτουργικών μονάδων ή τμημάτων που το καθένα είναι υπεύθυνο για μια ιδιαίτερη φάση μιας λειτουργίας και προσδιορίζονται σχέσεις εξουσίας μεταξύ τους (ανθρώπων και ομάδων ή τμημάτων) που περιλαμβάνουν ακόμα όρια ευθύνης και υπευθυνότητας, αγωγούς επικοινωνίας και όρια λήψης αποφάσεων. Κατά την πορεία δε ανάπτυξης ολόκληρης της δομής της ξενοδοχειακής επιχείρησης πρέπει να δίνεται προσοχή και σε τέτοια θέματα όπως είναι ο βαθμός αποκέντρωσης που πρέπει να υπάρχει, τα όρια άσκησης εποπτείας, ο έλεγχος, η μεταβίβαση εξουσίας και η αλυσίδα μεταβίβασης εντολών

(Ηγουμενάκης, Ν. (1991).

Μετά την κατάρτιση των προγραμμάτων δράσης (δηλ. την εκτέλεση εργασίας προβλέψεως) κατά τον καθορισμό της γενικής οργανωτικής διάρθρωσης της εργασίας, χρειάζεται και μια καθοδήγηση για την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης. Έτσι δίνονται ορισμένες οδηγίες και κατευθύνσεις για εκτέλεση. Αυτό λέγεται Διεύθυνση. Η διεύθυνση (Management) με την παροχή σχετικών οδηγιών και κατευθύνσεων βάζει σε κίνηση ολόκληρο το έμψυχο υλικό της δεδομένης επισιτιστικής επιχείρησης για να επιτευχθούν οι στόχοι που επιδιώκονται. Πολύ σημαντική θέση έχουν αυτοί που διευθύνουν (managers) που δίνουν τις κατευθύνσεις και τις οδηγίες για εκτέλεση.

Ο Διευθυντής πρέπει να ελέγχει εάν η εργασία που είχε προγραμματιστεί γίνεται σύμφωνα με τους στόχους που έχει βάλει η ίδια η επιχείρηση. Αν όχι πρέπει να πάρει τα κατάλληλα μέτρα για να διαρθρωθούν οι αποκλίσεις που τυχόν υπάρχουν. Οι δραστηριότητες της διεύθυνσης είναι συνεχείς και σχετιζόμενες μεταξύ τους. Η πραγματοποίηση της μιας τελειώνει με την αρχή της άλλης και κάθε βασική δραστηριότητα επιδρά και επηρεάζεται από τις άλλες. Οι βασικές αρμοδιότητες και η δράση της υπηρεσίας αυτής είναι (Μαντζάρης Γ.,(2003):

- στον προγραμματισμό, την κατάρτιση δηλαδή των προγραμμάτων δράσης που έχουμε αναφέρει
- στην οργάνωση της εργασίας που αφορά μια σπουδαία εργασία της διεύθυνσης. Αυτή συνίσταται στον εντοπισμό των αναγκών και τον καθορισμό του είδους και του αριθμού των θέσεων εργασίας, το είδος και τον αριθμό του προσωπικού που είναι αναγκαίο για να επιτευχθούν οι στόχοι, την ικανοποίηση των αναγκών, τέλος την στελέχωση των θέσεων εργασίας (επιλογή – πρόσληψη) με το κατάλληλο προσωπικό. Οι προαγωγές, η συνταξιοδότηση των υπαλλήλων, η λήψη μέτρων ασφαλείας, η ασφάλιση του προσωπικού και η μισθοδοσία του.
- Συναλλαγές. Έργο της διεύθυνσης είναι επίσης το θέμα των πωλήσεων και των εμπορικών συναλλαγών γενικότερα. Το ίδιο συμβαίνει και στον τομέα της

ξενοδοχειακής επιχείρησης, όπου φυσικά είναι και εκεί από τα πιο σημαντικά θέματα. Σημαντική διότι δεν αρκεί να παραχθεί ένα προϊόν (να ιδρυθεί ένα ξενοδοχείο) πρέπει αυτό επίσης να πουληθεί (η παροχή φιλοξενίας). Η πώληση γίνεται για να πάει το προϊόν στους καταναλωτές. Για να το έχουν στην διάθεσή τους θα πρέπει ο επιχειρηματίας να πετύχει δηλαδή να «φθάσει» το ξενοδοχείο στον καταναλωτή ή το αντίθετο. Δηλαδή η διεύθυνση έχει και άλλα καθήκοντα αυτά της διαφήμισης, των δημοσίων σχέσεων και της επιλογής των κατάλληλων μεθόδων πώλησης στο κατάλληλο κοινό – πελατεία.

Ο συντονισμός είναι εναρμόνιση όλων των μέσων που χρησιμοποιεί η επιχείρηση (ανθρώπων, κεφαλαίου, εγκαταστάσεων, υλικών, μέσων κάθε είδους) για την επιδίωξη των σκοπών της επιχείρησης. Ο συντονισμός αφορά κυρίως την ενιαία (ίδια) δράση και κατεύθυνση όλων των απασχολούμενων στην επιχείρηση ανθρώπων και ειδικότερα των στελεχών της (κυρίως αυτών που έχουν θέσεις προϊσταμένων σε ανώτερες βαθμίδες).

Με τον συντονισμό όλες οι προσπάθειες συγκλίνουν προς το κοινό σκοπό. Αποφεύγονται οι παρεκκλίσεις από αυτό και την διαφορετική πορεία των επιμέρους ατόμων. Με αυτό υλοποιείται η αρχή της ενότητας κατεύθυνσης δηλαδή η ύπαρξη μιας, μοναδικής και ενιαίας κατεύθυνσης στην πορεία των εργασιών της επιχείρησης (Φουντουλάκης Γ. (2002):

Στην εφαρμογή του συντονισμού από τον μάνατζερ στην πράξη βοηθούν και οι κάτωθι παράγοντες: όταν δίνονται ορθές κατευθύνσεις από τον μάνατζερ και επαγρυπνά για την τήρησή τους, όταν υπάρχει ένα ενιαίο γενικό πρόγραμμα δράσης, για τους σκοπούς και τους στόχους της επιχείρησης, η καλή οργάνωση των επικοινωνιών μέσα στην επιχείρηση – κάθετες και οριζόντιες σχέσεις, γίνονται ενημερωτικές πληροφοριακές συγκεντρώσεις του προσωπικού για διάφορα προβλήματα, για τους σκοπούς και τις επιδιώξεις της επιχείρησης. Ακόμη η κυκλοφορία ενός βασικού εγχειριδίου της ξενοδοχειακής επιχείρησης περιοδικών και εντύπων που δίνουν πληροφορίες κάνουν χρήσιμες αναλύσεις και δίνουν κατευθύνσεις.

Τέλος, την μεγαλύτερη σημασία έχουν οι συσκέψεις των προϊσταμένων των κάθε τμημάτων. Βοηθούν στην αλληλοενημέρωση ή στην ανταλλαγή πληροφοριών στην πρόληψη και λύση διαφορών στην αποφυγή σύγκρουσης αρμοδιοτήτων και στην προσκόλληση στο εφαρμοζόμενο πρόγραμμα δράσης εκτός από τις τακτικές συσκέψεις μια φορά την εβδομάδα μπορεί και πρέπει να γίνονται και έκτακτες με ειδικό περιεχόμενο όπως για θέματα υγείας και ασφάλειας του προσωπικού κ.λ.π (Μαντζάρης Γ.,(2003)

Ο έλεγχος. Το έργο του ελέγχου σε μια επιχείρηση πετυχαίνεται με την παρακολούθηση της κίνησης και της αποδοτικότητας των διάφορων κλάδων εκμετάλλευσης. Γίνεται με την μέτρηση των επιτεύξεων, τη σύγκριση με τα όσα είχαν προγραμματιστεί και την διάρθρωση των λαθών (αποκλίσεων ώστε να εξασφαλισθεί η υλοποίηση των επιχειρηματικών στόχων σύμφωνα με τα προγράμματα. Από τη στιγμή που τα προγράμματα τεθούν σε εφαρμογή ο έλεγχος γίνεται απαραίτητος για να μετρηθεί η πρόοδος τους και να διαπιστωθούν οι αποκλίσεις από αυτά και να γίνουν οι σχετικοί διορθωτικοί χειρισμοί (Φουντουλάκης Γ. (2002). Ο έλεγχος αποτελεί βασικά ένα σύστημα επαναπληροφόρησης (. Την έννοια και τη σημασία του ελέγχου διατύπωσε ο Fayol. Ο έλεγχος γίνεται για να επιβεβαιωθεί ότι το κάθε τι γίνεται σύμφωνα με το πρόγραμμα που δόθηκε, τις οδηγίες που εκδόθηκαν και τις αρχές που καθορίστηκαν. Ο έλεγχος έχει σαν αντικείμενο να εντοπίσει τις αδυναμίες και τα σφάλματα προς το σκοπό της διόρθωσης και να εμποδιστεί η επανάληψή τους.

2.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις όπως όλες οι επιχειρήσεις λειτουργούν σε κάποιο χώρο και χρησιμοποιούν κάποιο εξοπλισμό και αγαθά για να παράγουν τις υπηρεσίες που πωλούν. Το σύνολο των εγκαταστάσεων, εξοπλισμού και αγαθών που διαθέτει η επισιτιστική επιχείρηση λέγεται περιουσία. Η περιουσία είναι προϊόν της επένδυσης των κεφαλαίων, τα οποία μπορεί να προέρχονται από αυτοχρηματοδότηση, από δανεισμό ή από αδιανέμητα κέρδη. Κεφάλαιο, λοιπόν είναι η έκφραση της περιουσίας στο χρήμα.

Το κεφάλαιο αποτελείται από τα πάγια περιουσιακά στοιχεία και από τα κυκλοφορούντα αγαθά και λέγεται κεφάλαιο κίνησης.

Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις πληρώνουν για πολλούς και διάφορους λόγους και εισπράττουν κυρίως από τις πωλήσεις προϊόντων τους. Έτσι η οικονομική πορεία της επιχείρησης εξαρτάται από σχέση εσόδων – εξόδων. Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις πρέπει να διαχειρίζονται με προσοχή τα οικονομικά μεγέθη που τις αφορούν. Πρέπει να ελέγχουν την αποδοτικότητα των τμημάτων τους. Παρακολουθώντας τα συστηματικά στα έσοδα – έξοδα ελέγχοντας την γενική οικονομική πορεία της επιχείρησης και τους ρυθμούς μεταβολής των οικονομικών μεγεθών που την αφορούν. Η επιχειρηματική δραστηριότητα στο τουρισμό κινείται μέσα σε ορισμένα πλαίσια που τα οριοθετούν εξωτερικοί παράγοντες όπως (Μαντζάρης Γ.,(2003):

1. Η κρατική μέριμνα και επέμβαση (νόμοι, εφορία, ΙΚΑ κ.λ.π.)
2. Οι τουριστικοί πόροι που έχουν ορισμένα όρια
3. Οι διαμορφωμένες αγορές που λειτουργούν με συγκεκριμένους κανόνες (εργασίας, αναλωσίμων, επισιτιστικές αγορές κ.λ.π). Για παράδειγμα π.χ. μια καμαριέρα καθαρίζει 15 δωμάτια το πολύ, διότι έτσι συνηθίζεται.
4. Διάφορα δοκιμασμένα συστήματα (Ελβετικό)
5. Ο ανταγωνισμός κ.λ.π.

Για να υπάρξει άριστο αποτέλεσμα είναι απαραίτητη η επιχειρηματική ευφυΐα, που αναγνωρίζει τη σχέση συμφέροντος της στιγμής και του μέλλοντος τόσο έντονα που να οδηγεί σε πράξη. Για παράδειγμα η θετική αντιμετώπιση μιας μη συμφέρουσας συναλλαγής, σε περίπτωση που η εξασφάλιση της επιχειρησιακής σχέσης μπορεί να εξυπηρετήσει κάποιο σημαντικά μεγαλύτερο μελλοντικό συμφέρον. Ο επιχειρηματίας καλείται να έχει την απέραντη ευφυΐα να πράξει το καλύτερο. Δηλαδή να μπορεί να εκτιμά τη σοβαρότητα της κάθε κατάστασης και του κάθε γεγονότος. Ο επιχειρηματίας δεν πρέπει να ασχολείται με τις λεπτομέρειες διότι τότε απορροφάτε από αυτές.

Ο επιχειρηματίας πρέπει να μπορεί να βλέπει στο χρόνο και στο χώρο.

Πολλοί επιχειρηματίες σπαταλούν χρήματα σε επιχειρήσεις που πρακτικά έχουν εξαντληθεί αδιαφορώντας για σημαντικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται στο κλάδο τους. Επίσης πολλοί επιχειρηματίες δεν προβλέπουν τα γεγονότα οπότε οι επενδύσεις τους δεν αποδίδουν διότι κινούνται σε εσφαλμένα χρονικά πλαίσια. Οι μεγάλες επιχειρήσεις απασχολούν επαγγελματίες που ονομάζονται μελλοντολόγοι, οι οποίοι κάνουν αναλυτικές έρευνες στην αγορά για να εντοπίσουν τα προϊόντα που θα επιθυμούν οι καταναλωτές μετά από ορισμένα χρόνια, έτσι ώστε η συγκεκριμένη επιχείρηση να τα έχει έτοιμα προς διανομή.

Καθοριστικής σημασίας επιχειρηματικό χαρακτηριστικό είναι η τόλμη. Πολλοί άνθρωποι φιλοδοξούν να κάνουν επιχειρήσεις αλλά δεν το αποτολμούν. Η επιχειρηματική τόλμη έχει δύο αφετηρίες και μπορεί να διακριθεί σε δύο είδη (Φουντουλάκης Γ. (2002):

- Η επιχειρηματική τόλμη της άγνοιας. Στην περίπτωση αυτή ο επιχειρηματίας δεν ερευνά τις ευκαιρίες της αγοράς, αλλά όταν παρουσιαστεί η επιχειρηματική πιθανότητα αυθόρμητα αναπτύσσει επιχειρηματική δράση. Ο επιχειρηματίας αυτός δεν στηρίζεται στις πληροφορίες και στη μελέτη αλλά στην αισιοδοξία και στο ένστικτο.
- Επιχειρηματική τόλμη της γνώσης είναι η περίπτωση στην οποία ένας επιχειρηματίας ανιχνεύει την αγορά, εντοπίζει μια ευκαιρία, την εκτιμά και τελικά, εφ' όσον πείθεται για τις προοπτικές που προσφέρει τότε αναπτύσσει δράση.

2.3 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ

Εστιατόριο είναι ο χώρος όπου προσφέρεται κυρίως έτοιμο φαγητό προς άμεση κατανάλωση και κατά δεύτερο λόγο ποτά. Από τον ορισμό του εστιατορίου αποκλείουμε να ονομάσουμε εστιατόρια τις επιχειρήσεις που παράγουν φαγητά τα οποία παραδίδουν στο χώρο που επιθυμεί ο πελάτης (επιχειρήσεις catering) δηλαδή όχι σε χώρο σερβιρίσματος της επιχείρησης. Τα εστιατόρια ξενοδοχείων συνήθως τα εκμεταλλεύεται το ίδιο το ξενοδοχείο. Σε ορισμένες όμως

περιπτώσεις παρατηρείται το φαινόμενο ενοικίασης ενός ή περισσότερων εστιατορίων που λειτουργούν στο ξενοδοχείο και την εκμετάλλευσή της την έχει άλλη επιχείρηση. Πιθανόν αν και σπάνιο επίσης, είναι το φαινόμενο της συνεκμετάλλευσης των εστιατορίων ενός ξενοδοχείου από μια ξένη επιχείρηση σε συνεργασία με την επιχείρηση του ξενοδοχείου.

2.4 ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΙΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η εξάπλωση του διαδικτύου έχει επιφέρει πολλές και θετικές αλλαγές στην προμήθεια των τροφίμων. Βασικό πλεονέκτημα αποτελεί η δυνατότητα αγοράς ή υπηρεσιών 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου. Ο αγοραστής πλέον, μέσω της ευκολίας και της ταχύτητας επίσκεψης των ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι σε θέση να συγκρίνει τόσο τις προδιαγραφές όσο και τις τιμές των προϊόντων. Επίσης, ο ενδιαφερόμενος επωφελείται της γρήγορης ανεύρεσης ειδικών προϊόντων ή υπηρεσιών καθώς και των ειδικών εκπτώσεων. Τέλος, ο αγοραστής έχει τον πλήρη έλεγχο των παραγγελιών, ενώ εκμηδενίζονται τα λάθη. Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι η οικονομία έργου και χρόνου κατά την διαδικασία αγορών.

Όσον αφορά στα επαναλαμβανόμενα αναλώσιμα προϊόντα, βάσει ρεαλιστικών προβλέψεων της παραγωγής και την σταθερότητα των μενού, θεωρώ ότι είναι επιβεβλημένη η χρήση τους καθώς έτσι επιτυγχάνεται μια σειρά θετικών αποτελεσμάτων όπως είναι (Τσοσκουνόγλου Ε., ,(2008):

1. η αγορά βάσει ποιοτικών προδιαγραφών,
2. η αγορά βάσει προσυμφωνημένης τιμής αγοράς
3. η αγορά σε τακτά χρονικά διαστήματα,
4. η αγορά βάσει ποσοτικών συμβολαίων,
5. η σταθερότητα του κόστους παραγωγής πρώτων υλών και
6. η διατήρηση λογικών αποθεμάτων.

Ο τρόπος ενημέρωσής πάνω στα νέα προϊόντα της αγοράς ποικίλλει καθώς

εκμεταλλεύονται όλους τους πιθανούς τρόπους ανεύρεσης πληροφοριών όπως το διαδίκτυο, τα κλαδικά-θεματικά έντυπα και οι εκθέσεις. Με γνώμονα την συνεργασία με τον προμηθευτή που θα μπορέσει να εγγυηθεί, πάνω από όλα, την ποιότητα των προϊόντων του, τα βασικά κριτήρια για την επιλογή του συνεργάτη μας έχουν να κάνουν με το προφίλ της επιχείρησης του, την ποικιλία των προϊόντων που διαθέτει, τις τιμές των προϊόντων και τον τρόπο διακανονισμού των πληρωμών, το πελατολόγιο του, την ανταποκρισιμότητά του σε Πανελλαδικό επίπεδο και την εξυπηρέτηση μετά την πώληση. Τα τελευταία χρόνια η Ελλάδα έχει εξελιχθεί σε παγκόσμιο κόμβο Logistics, με αποτέλεσμα ένας πολύ μεγάλος αριθμός προϊόντων και υπηρεσιών υψηλών προδιαγραφών, να διατίθεται στην Ελληνική Αγορά

2.5. ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΤΟ ΚΟΣΜΟ

Το εστιατόριο είναι ένας τόπος εστίασης. Τα πρώτα εστιατόρια εμφανίστηκαν τον 11^ο αιώνα στην Κίνα, ενώ περίπου την ίδια περίοδο έκαναν την εμφάνισή τους και στον Ισλαμικό κόσμο. Στην Ευρώπη τα πρώτα εστιατόρια δημιουργήθηκαν τον 18^ο αιώνα (πανδοχεία και ταβέρνες υπήρχαν από την αρχαιότητα, απευθύνονταν όμως κυρίως σε ταξιδιώτες και όχι στους μόνιμους κατοίκους της περιοχής). Απλές μορφές εστίασης είναι το μαγειρείο και η ταβέρνα, οι οποίες με αντίθεση του εστιατόριου δεν δουλεύουν το σύστημα a la carte, δηλαδή την επιλογή των γευμάτων από την κάρτα. Η ορολογία εστιατόριο χρησιμοποιείται και σε μορφές ταχείας εστίασης.

Σήμερα η καλύτερη επισιτιστική επιχείρηση-εστιατόριο για το 2010 είναι του Noma από την Κοπεγχάγη. Στην ετήσια εκδήλωση που διοργάνωσε το s.pellegrino στο Guildhall του Λονδίνου για τη βράβευση των καλύτερων εστιατορίων του κόσμου το Noma, το εστιατόριο του τριαντατριάχρονου Rene Redzepi, κατάφερε να εκθρονίσει τα 2 εστιατόρια που μονοπωλούσαν τις 2 πρώτες θέσεις τα τελευταία χρόνια.

Πρόκειται για το αγγλικό fatduck (πλέον στη θέση #3) και το καταλανικό El

Bulli (πλέον στη θέση #2) που μονοπωλούσαν για χρόνια τις 2 πρώτες θέσεις. Η πολιτική του Noma να επικεντρώσει τη μαγειρική του στα τοπικά προϊόντα επιβραβεύτηκε και με το παραπάνω.

Παρατηρώντας τη λίστα με τα καλύτερα εστιατόρια βλέπουμε ότι(Δρακουλάκος Α.,(2010):

1. Καλύτερο εστιατόριο στη Γαλλία για το 2010 είναι πλέον ένα απλό μπιστρό το "Le Chateaubriand" που άφησε πίσω του όλα τα βαριά ονόματα της γαλλικής γαστρονομίας (Pierre Gagnaire,Joel Robuchon, Alain Ducasse)
2. Στην Αυστραλία η πρώτη θέση ανήκει πλέον στο "Quay" και όχι πια στο "Tetsuya's".
3. Οι Βάσκοι κρατάνε γερά μιας και το San Sebastian μια πόλη 200.000 κατοίκων έχει τρία εστιατόρια στη λίστα με τα 50 καλύτερα (Mugaritz, Arzak, Martin Berasategui)
4. Στην Αμερική, ο μαθητής (Grant Achatz) ξεπέρασε τον δάσκαλο (Thomas Keller), φέρνοντας το Alinea στη παγκόσμια κατάταξη και πρώτο στην Αμερική.

2.5.1.ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΑΝΑ ΗΠΕΙΡΟ

Ευρώπη και παγκοσμίως : Noma

1. Βόρεια Αμερική : Alinea
2. Νότια Αμερική : D.O.M.
3. Αφρική : La Colombe
4. Ασία : Les Creations de Narisawa
5. Αυστραλία : Quay

Η λίστα με τα 50 καλύτερα

1. Noma, Copenhagen, Denmark
2. El Bulli, Roses, Spain

3. The Fat Duck, Bray, UK
4. El Celler de Can Roca, Girona, Spain
5. Mugaritz, Errenteria Gipuzkoa, Spain
6. Osteria Francescana, Modena, Italy
7. Alinea, Chicago, USA
8. Daniel, New York, USA
9. Arzak, San Sebastian, Spain
10. Per Se, New York, USA
11. Le Chateaubriand, Paris, France
12. La Colombe, Cape Town, South Africa
13. Pierre Gagnaire, Paris, France
14. Hotel de Ville, Crissier, Switzerland
15. Le Bernardin, New York, USA
16. L'Astrance, Paris, France
17. Hof van Cleve, Kruishoutem, Belgium
18. D.O.M, Sao Paulo, Brazil
19. Oud Sluis, EA Sluis, Netherlands
20. Le Calandre, Padova, Italy
21. Steirereck, Wien, Austria
22. Vendome, Gladbach, Germany
23. Chez Dominique, Helsinki, Finland
24. Les Créations de Narisawa, Tokyo, Japan
25. Mathias Dahlgren, Stockholm, Sweden
26. Momofuku Ssam Bar, New York, USA

27. Quay, Sydney, Australia
28. Iggy's, Singapore
29. L'Atelier de Joel Robuchon, Paris, France
30. Schloss Schauenstein, Graubunden, Switzerland
31. Le Quartier Francais, Franschhoek, South Africa
32. The French Laundry, California, USA
33. Martin Berasategui, San Sebastian, Spain
34. Aqua, Wolfsburg, Germany
35. Combal Zero, Rivoli, Italy
36. Dal Pescatore, Milan, Italy
37. De Librije, Zwolle, Netherlands
38. Tetsuya's, Sydney, Australia
39. Jaan par Andre, Singapore
40. Il Canto, Siena, Italy
41. Alain Ducasse au Plaza Athenee, Paris, France
42. Oaxen Skärgårdskrog, Holo, Sweden
43. St John, London, UK
44. La Maison Troisgros, Roanne, France
45. wd~50, New York, USA
46. Biko, Mexico City, Mexico
47. Die Schwarzwaldstube, Baiersbronn im Schwarzwald, Germany
48. Nihonryori RyuGin, Tokyo, Japan
49. Hibiscus, London, UK
50. Eleven Madison Park, New York, USA

2.6. ΟΙ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΣΠΟΝΔΗ

Η συγκεκριμένη επισιτιστική επιχείρηση πέτυχε μέσα στο 2009 μεγάλο στόχο που είχε βάλει, τη βράβευση με ένα δεύτερο αστέρι Michelin.

Εκτός από την κουζίνα, η «Σπονδή» φροντίζει πολύ και τις υπόλοιπες πλευρές της. Το γεγονός ότι κέρδισε και το βραβείο wine list δίνει ακόμη ένα μέτρο της εξέλιξής της, ενώ η συγκέντρωση πολλών ικανότατων στελεχών στο service μπορεί να το κάνει αρκετά formal, του δίνει όμως αναμφισβήτητη λάμψη και ποιότητα(Σπύρου Σ.,(2008).

Το πιο δυνατό γαστρονομικό όπλο της «Σπονδής» είναι τα γλυκά της, που αποτελούν από μόνα τους λόγο επίσκεψης. Η εκπληκτική σύνθεση που έχει στο κέντρο της το φουντούκι (ζεστό σουφλέ, γλειφιτζούρι με gianduja, πράσινο μήλο αρωματισμένο με κάρδαμο), η σύνθεση του μανταρινιού και η μαλακή ganache με σαμπλέ αρωματισμένο με εσπεριδοειδή, λεπτό φύλλο φιστικιού και παγωτό αρωματισμένο με μπαχαρικό tonka. Από τα φετινά συγκριτικά πλεονεκτήματα της κουζίνας υπογραμμίζουμε το ζουμερό φιλέτο από ζαρκάδι με κρούστα από πιπέρι, τραγανή πολέντα με χουρμάδες και καραμελωμένο λεμόνι, ζελέ από κόκκινο κρασί και ιβίσκο. τα εξαιρετικά, τρυφερά γλυκάδια σε κρούστα από πράσινο μήλο, κινέζικο λάχανο «pack choi» με γλυκόριζα και όξινο ζωμό. και το πολυαρμονικό πιάτο με μπαρμπούνι και καλαμαράκια.

ETRUSCO

Σταθμός η φετινή χρονιά στην εξέλιξη του κερκυραϊκού εργαστηρίου γαστρονομίας, που βρίσκεται τώρα στην καλύτερή του στιγμή. Καινούργιος εξοπλισμός, καλό σέρβις, μα πάνω απ' όλα η εξέλιξη του ίδιου του σεφ, ο οποίος είναι αυτή τη στιγμή το πιο δημιουργικό μυαλό στην Ελλάδα γαστρονομία. Η επιβράβυσή του με τον τίτλο του καλύτερου Έλληνα σεφ για το 2008 από τους «Χρυσούς Σκούφους» σφραγίζει την ανοδική πορεία του «Etrusco». Μερικές μόνο από τις μεγάλες του δημιουργίες είναι οι ψητές σαρδέλες με κρύο «κάρβουνο» λεβάντας και «σαν ρύζι» από αποστειρωμένο θαλασσινό νερό, οι

ποιητικές «γαρίδες κάτω απ' το χιόνι», το mystery pearl box κι ο τετραγωνισμός του αβγού.

MATSUHISA MYKONOS

Ένα πολύ ενδιαφέρον εγχείρημα που οδηγήθηκε σε θεαματική επιτυχία ήταν η σύμπραξη του μεγάλου «Nobu Matsuhisa» με τους αδελφούς Ιωαννίδη του μυκονιάτικου ξενοδοχείου «Belvedere». Το «Matsuhisa Mykonos», ανακαινισμένο πλέον, είναι κομψότερο από ποτέ και μπορεί να περιληφθεί στα κορυφαία Nobu του πλανήτη.

Η κουζίνα του χαρακτηρίζεται από υποδειγματική κομψότητα, εντυπωσιακή αρμονία και τεχνική υψηλότατου επιπέδου. Απόλυτο signature dish είναι πάντα το blackcod fish with sweet miso sauce, αλλά και ο εκπληκτικός σολομός με σος μουστάρδας που προστέθηκε στο μενού πέρσι, ενώ η αέρινη rock shrimp tempura, τα έξοχα μαριναρισμένα ψαρικά και τα άψογα σουσί συμπληρώνουν τη γευστική εικόνα.

CALYPSO (ΚΡΗΤΗ)

Το εστιατόριο του «Elounda Peninsula Hotel» είναι σαφώς μία από τις πιο δυνατές επισιτιστικές επιχειρήσεις της χώρας. Η σύγχρονη δημιουργική κουζίνα της θάλασσας, όπως τη δίδαξε ο κοσμήτωρ της γαλλικής μαγειρικής των ψαριών Jacques Le Divellec, συνδυάζει τον εκλεπτυσμένο εξωτισμό με χαρακτηριστικές τοπικές νότες και εξελίσσεται χρόνο με το χρόνο από τον σεφ Jean Charles Metayer. Πιάτα όπως το έξοχο ριζότο με αστακό, σαλιγκάρια, χυμό μαϊντανού και τρούφα ή το άψογο λαβράκι με μους από εσαλότ χαρακτηρίζουν τη κουζίνα (Σπύρου Σ.,(2008)..

HYTRA

Φέτος η «Hytra» κάνει εντυπωσιακό άλμα, το πιο εντυπωσιακό για εστιατόριο των Αθηνών. Αιτία η μαθητεία του Στέφανου Κολυμάδη δίπλα στον

μεγάλο Βάσκο σεφ Martin Berasategui (3 αστέρια Michelin). Εξελιγμένη τεχνική, δημιουργικότητα και φινέτσα. Αυτό αποτυπώνεται περίτρανα στο γευσιγνωστικό μενού των 7 πιάτων. Κορυφαία ανάμεσά τους το μπαρμπούνι ψημένο με τα λέπια του μαζί με πουρέ κουνουπιδιού, μαύρα «βότσαλα» και σάλτσα αγγουριού. το στρείδι με ζελέ ρόκας και σάλτσα φινόκιο-λεμονόχορτου. το κονσομέ καλαμαριού με υγρό ραβιόλι. και οι υγρές καραμέλες γιαουρτιού με μαρμέλαδα από πορτοκάλι, φρούτα του πάθους και μάνγκο με αφρό περγαμόντου(Σπύρου Σ.,(2008).

ΠΙΛ-ΠΟΥΛ ET JEROME SERRES

Μ' ένα αστέρι Michelin να τον στεφανώνει για δεύτερη χρονιά, ο Jérôme αποδεικνύει ότι μπορεί να ισορροπεί το ρουστίκ και το φίνο, υπογράφοντας μια εξαιρετική γαλλική κουζίνα με ιδιαίτερο στιλ. Σπεσιαλιτέ όπως το φουαγκρά σε λάχανο αρωματισμένο με πορτοκάλι μαζί με κρεμ μπριλέ φουαγκρά, η μουσελίνα από πατάτα με τρούφα, κρόκο αβγού και χυμό μανιταριών και η σφυρίδα παρφουμαρισμένη με καμένες πευκοβελόνες υλοποιούν νοστιμότητα αυτή τη λογική. Η κουζίνα αναφέρετε και σε μεσογειακά ποιήματα (μπαρμπούνια με άνθος γιασεμιού, φασολάκια και βούτυρο από φύκια), ενώ τα υπέροχα γλυκά (παγωμένο μακαρόν καφέ με μπανάνες σε malt ούισκι) αναφέρονται στη σύγχρονη ζαχαροπλαστική.

VARDIS

Στην κουζίνα του το εκσυγχρονισμένο και κλασικό μαζί γαλλικό πνεύμα είναι εδραιωμένο και γευστικότατο. Η τεχνική αρτιότητα και το διαρκές ραφινάρισμα υπογραμμίζονται από το ταλέντο του Γάλλου σεφ Alexandre Trancher. Εκτός από υπέροχα, «ήσυχα» πιάτα, όπως το καλκάνι ή το αρνάκι με λαχανικά, ο Trancher μας προκαλεί έκθαψη ξεφεύγοντας από τον ίσιο γαλλικό δρόμο με το εκρηκτικό μπαρμπούνι με δύο τσάννεί, από σπανιόλικο τσορίθο και κολοκάσι, ή τη μοσχοβολιστή τάρτα με караβίδες, πράσα, κόλιαντρο και σάλτσα κάρι-κουρκουμά(Σπύρου Σ.,(2008).

ΒΑΡΟΥΛΚΟ

Η σταθερότητα, με ανοδικές μάλιστα τάσεις, του «Βαρούλκο» είναι εντυπωσιακή και συνεχίζεται με αμείωτο ενθουσιασμό. Η 15η βράβειυσή του στους «Χρυσούς Σκούφους» και η επανάληψη του αστεριού Michelin το επιβεβαιώνουν, και ο Λαζάρου συνεχίζει να εφευρίσκει καινούργιες σπεσιαλιτέ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ

3.1. 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 ώρας 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 μεζέδων είτε με μορφή ζεστών και κρύων πιάτων. Σ' αυτά μπορεί κάποιος να γευτεί τη παραδοσιακή ελληνική κουζίνα.

Μια άλλη σημαντική κατηγορία είναι οι λεγόμενες πιτσαρίες, 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 ποιο 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 παρατηρείτε 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.

3.2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ

Η κουζίνα αποτελεί την βάση του εστιατορίου. Είναι χώρος έμπνευσης, δημιουργίας, γρήγορων αποφάσεων και επιλογών. Ως εκ τούτου, απαιτούνται εξαιρετικά ακριβείς συνθήκες για να είναι λειτουργική και αποδοτική και να κάνουν την επιχείρησή σας αναγνωρίσιμη και ξεχωριστή, ανταγωνιστική άρα και κερδοφόρα.

Η κατασκευή μίας επαγγελματικής κουζίνας χρειάζεται προσεκτικό σχεδιασμό και σωστή επιλογή μηχανημάτων ανάλογα με τις ανάγκες της επιχείρησης. *«Οι ανάγκες αυτές προσδιορίζονται σε μεγάλο βαθμό από το είδος του εστιατορίου, τη σωστή κατανομή τετραγωνικών κουζίνας και σάλας αλλά και*

τον απαραίτητο αριθμό μηχανημάτων που θα κάνουν την κουζίνα λειτουργική χωρίς να τη φορτώνουν με περιττά μηχανήματα»(Μακρुकώστα Α.,(2009),.

Οι καθυστερήσεις στο σερβίρισμα των πιάτων συμβαίνει διότι δεν υπάρχει σωστή οργάνωση μέσα στην κουζίνα. Η αναδιοργάνωση σε περίπτωση λάθους οργάνωσης μιας κουζίνας, δεν είναι εύκολη απόφαση, διότι σημαίνει απώλεια χρόνου λειτουργίας του εστιατορίου, και το βασικότερο αρκετά μεγάλη οικονομική απώλεια για να γίνει σωστή δουλειά.

Τα στάδια που πρέπει να ακολουθηθούν στο σχεδιασμό επαγγελματικής κουζίνας, είναι τα ακόλουθα(Μακρुकώστα Α.,(2009),:

1. Κτιριακή υποδομή του συγκεκριμένου χώρου.
2. Εξαερισμός: Παροχές όπως φυσικό αέριο, ηλεκτρολογική εγκατάσταση, νερό και αποχετεύσεις.
3. Τετραγωνικά σάλας, εάν σ' αυτή θα γίνονται και άλλες εκδηλώσεις, τα τετραγωνικά της κουζίνας και των βοηθητικών χώρων.
4. Μενού: Στη συνέχεια ο chef με την εταιρεία που θα αναλάβει την κατασκευή της κουζίνας (πάγκους εργασίας, λάντζες κ.ά.) θα δημιουργήσουν το σχεδιάγραμμα λειτουργίας της κουζίνας (Παραλαβή - Έλεγχος-Αποθήκευση προϊόντων / σε κανονική θερμοκρασία / ψυγείο / κατάψυξη / ζαχαροπλαστείο / λαχανικά / ζεστή κουζίνα / κρύα κουζίνα κ.ά.), θα συνεργαστεί με τους τεχνικούς για να τοποθετηθούν οι ανάλογες παροχές σε συγκεκριμένες θέσεις για τις συνδέσεις με τα μηχανήματα (φούρνοι, εστίες, φούσκες, λάντζες και άλλες μικροσυσκευές όπως μίξερ κ.λπ.).

Ο εξοπλισμός του εστιατορίου εξαρτάται από τις δυνατότητες της σάλας, τις απαιτήσεις του εστιατορίου και τις επιλογές του chef (μενού). Εάν περιλαμβάνει εκδηλώσεις / διάφορα events, σύμφωνα με τον κώδικα υγιεινής θα πρέπει να περιλαμβάνει έναν απαραίτητο εξοπλισμό, όπως π.χ. Black Steamer / μηχανή vacuum.

Ανάλογα με τις απαιτήσεις της κάρτας του chef (μενού), π.χ. gourmet /

μεσογειακή / μοριακή επηρεάζεται το στήσιμο αλλά και ο εξοπλισμός, για να μπορεί να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις του πελάτη.

Για την αγορά του εξοπλισμού θα πρέπει οι επιχειρήσεις να συμβουλευτούν τον chef της κουζίνας. Εκείνος γνωρίζει τον απαραίτητο εξοπλισμό που χρειάζεται για την εκτέλεση του μενού που έχει επιλέξει. Επιπλέον, είναι σημαντικό να τονίσουμε πως η κουζίνα δεν πρέπει να φορτώνεται με εξοπλισμό που ενδεχομένως δεν της χρειάζεται.

3.3. ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Στη παρούσα ενότητα θα μελετήσουμε είδη εξοπλισμού κουζίνας. Συγκεκριμένα βασικό εργαλείο μιας κουζίνας είναι μια σειρά μηχανημάτων, τα οποία σχετίζονται με το κομμάτι που αναφέρετε στο χώρο που δουλεύει ο σεφ. Συγκεκριμένα υπάρχουν σειρές μηχανημάτων για κουζίνες μικρού και μεσαίου μεγέθους που ο χώρος τους απαιτεί πολυχρηστικές λύσεις, όπως παμπ και μπαρ, self-service, εκθέσεις, υπερκαταστήματα, εστιατόρια εθνικών οδών, μικρά ξενοδοχεία, εστιατόρια και μικρές κεντρικές κουζίνες ιδρυμάτων και σχολείων.

Τέτοια μηχανήματα είναι σχεδιασμένα για να διευκολύνουν τις εργασίες των chef στην κουζίνα. Είναι η ιδανική λύση για εγκαταστάσεις μικρού και μεσαίου μεγέθους που διαθέτουν περιορισμένο χώρο, και οι οποίοι χρειάζονται ένα και μόνο μηχάνημα για την παρασκευή μεγάλης ποικιλίας ποιοτικών πιάτων.

Η πολλαπλή χρησιμότητα είναι το κύριο χαρακτηριστικό τους. Κάποια από τα καίρια χαρακτηριστικά τους είναι οι εστίες αερίου με «φλόγα άνθος» (αποκλειστικότητα) που διαθέτουν ένα μοναδικό σχήμα. Είναι ισχυρές και εγγυώνται υψηλή αποδοτικότητα με την προσαρμογή τους, αναλόγως τη διάμετρο του σκεύους σε χρήση και την επιμήκυνσή τους οριζόντια και κάθετα, όταν αυτή απαιτείται. Επιπλέον, η «φλόγα άνθος» επιτρέπει το τέλειο μαγείρεμα με σκεύη και ταψιά οποιουδήποτε σχήματος και μεγέθους, το βράσιμο, το ψήσιμο, ακόμη και το ψήσιμο σε σχάρα, παρέχοντας πάντα ακριβή έλεγχο της ισχύος της φλόγας.

Υπάρχουν τέσσερα διαφορετικά μοντέλα επαγωγικών εστιών, το

επαγωγικό τηγάνι wok και το μοναδικό μοντέλο με δοχεία για σάλτσες διαστάσεων gastronom. Η χρήση της επαγωγής επιτρέπει το γρήγορο και «οικολογικό» μαγείρεμα, μειώνει την εκπομπή θερμότητας και εξοικονομεί έως και 75% ενέργειας, σε σύγκριση με τις κοινές σειρές συσκευών αερίου, αφού λειτουργεί μόνο και εφόσον έχει τοποθετηθεί κάποιο σκεύος σε αυτά. Επιπλέον, είναι η πλέον ασφαλής λύση καθώς η περιοχή που δεν εφάπτεται σε κάποιο σκεύος παραμένει κρύα. Οι μεγάλες πρεσσαριστές ενιαίες επιφάνειες εργασίας χωρίς ενώσεις με στρογγυλεμένες γωνίες, η μείωση των συνδέσεων και οι στεγανοποιημένες επιφάνειες εργασίας διευκολύνουν το καθάρισμα, ενώ ταυτόχρονα η πλήρης επεξεργασία με λέιζερ εξαλείφει τα κενά ανάμεσα στις διάφορες εφαρμογές και έτσι αποτρέπει τη διείσδυση υγρών. Ακόμα βασικά εργαλεία για μια κουζίνα είναι

1. Επιτραπέζια είδη, υαλικών ειδών οικιακής χρήσης, μικρών ηλεκτρικών συσκευών, ειδών εξοπλισμού μαζικής εστίασης.
2. Αντικολλητικά σκεύη οικιακής και επαγγελματικής χρήσης.
3. Κουζίνες, πλατώ, φριτέζες, μακαρονιέρες, Bain-Marie, ανατρεπόμενα τηγάνια, βραστήρες αμέσου και εμμέσου θερμάνσεως.
4. Υγραερίου και ηλεκτρικές, επιτραπέζιες και επιδαπέδιες.

3.4. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Στην οργάνωση της επαγγελματικής κουζίνας ο πρώτος καθοριστικός παράγον, είναι τι είδος κουζίνας θέλει να φτιάξει ο επιχειρηματίας. Βασικό είναι να προσεχτεί η χωρητικότητα της σάλας και εάν στο χώρο θα γίνονται και διάφορες άλλες εκδηλώσεις.

Πολλές φορές οι επιχειρηματίες πιστεύουν πως μια μεγάλη σάλα θα φέρει περισσότερα κέρδη. Αρχίζουν να συρρικνώνουν τα τετραγωνικά που χρειάζονται για τη σωστή λειτουργία της κουζίνας, με αποτέλεσμα όταν ξεκινήσει το εστιατόριο να λειτουργεί, να φανούν και τα προβλήματα. Αυτά έχουν ως αποτέλεσμα την καθυστέρηση του χρόνου εκτέλεσης και του σέρβις της παραγγελίας του πελάτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

4.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η οργάνωση της εστιατορικής επιχείρησης έχει ως αντικείμενο την τακτοποίηση, τη συστηματοποίηση και τη διευθέτηση τμημάτων, με συγκεκριμένη διάταξη, ώστε να επιτυγχάνεται η ομαλή και αποτελεσματική λειτουργία του συστήματος.

Με την οργάνωση αποφεύγουμε την αταξία και τη σύγχυση και συμβάλουμε στην συνεργασία των επιμέρους τμημάτων του συστήματος. Η οργάνωση ενός εστιατορίου αναφέρεται: (Λαλουμής & Στεφανακίδης, 2005)

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 .

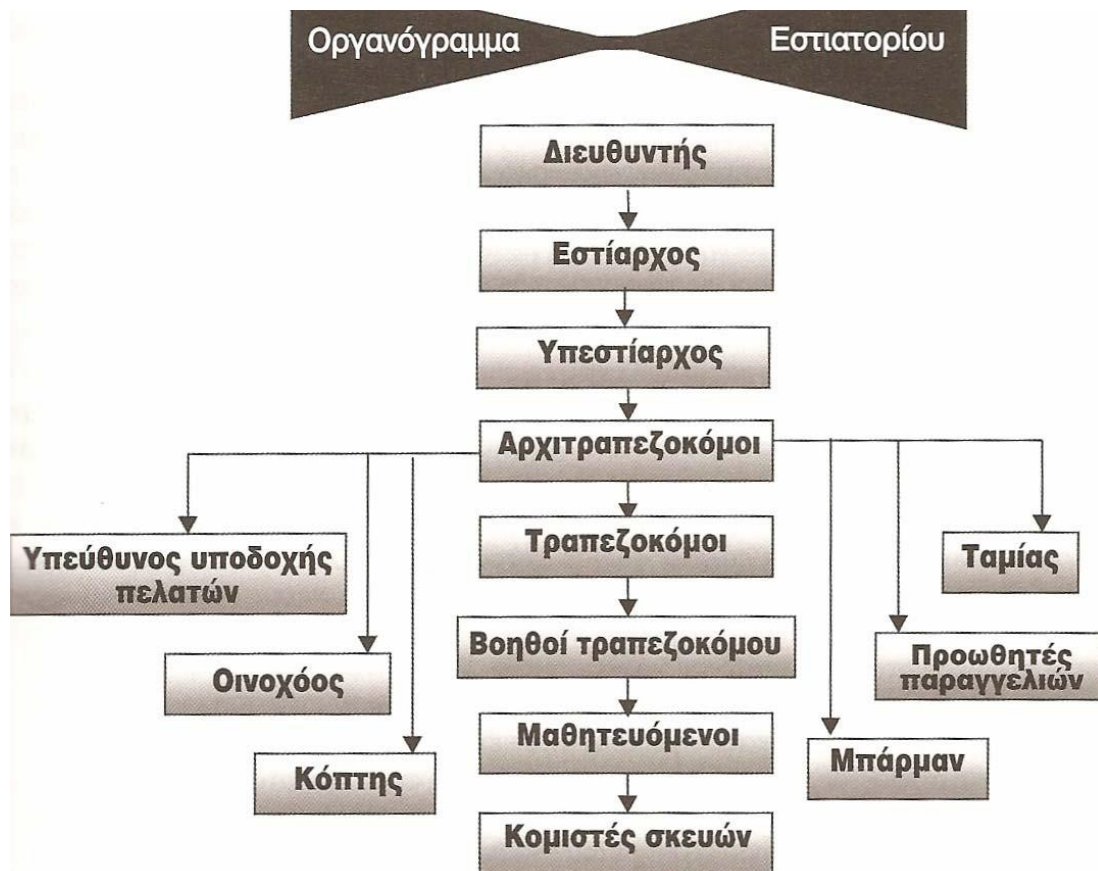
Σε ένα μικρό εστιατόριο που απασχολεί μικρό αριθμό τραπεζοκόμων, ο διευθυντής μπορεί εύκολα να τους διευθύνει. Στην περίπτωση αυτή υπάρχουν δύο βαθμίδες ιεραρχίας, δηλαδή αυτή του διευθυντή, που είναι η ανώτερη βαθμίδα ιεραρχίας, και εκείνη των τραπεζοκόμων που είναι η κατώτερη.

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.

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.

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.



4.1.1 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Ο σχεδιασμός μιας επισιτιστικής επιχείρησης δεν διαφέρει στη λογική του και πολύ από το σχεδιασμό μιας οποιασδήποτε τουριστικής επιχείρησης. Η νομοθεσία υποχρεώνει τις επιχειρήσεις να τηρούν κάποιους κανόνες και προϋποθέσεις ανάλογα με το μέγεθος, το είδος και την κατηγορία τους, ούτως ώστε να καλύπτονται οι απαιτήσεις για λειτουργικότητα, ασφάλεια, υγιεινή και ποιότητα στην προσφορά των αγαθών και υπηρεσιών (Λαλουμής & Στεφανακίδης, 2005)..

Προκειμένου κάποιος να προχωρήσει στη κατασκευή ή στην αναμόρφωση μιας υπάρχουσας κτηριακής υποδομής, πρέπει να λαμβάνει υπόψη του ορισμένες σχεδιαστικές παραμέτρους που αφορούν τη λειτουργικότητα και εργονομία του χώρου τόσο για τη διευκόλυνση του προσωπικού όσο και για τους πελάτες. Ορισμένες από αυτές είναι (Λαλουμής & Στεφανακίδης, 2005):

- Ο υπολογισμός χώρου $1,5 \text{ m}^2$ για κάθε πελάτη
- Η διαμόρφωση ειδικού χώρου για καπνιστές και μη καπνιστές πελάτες
- Η σήμανση της εξόδου κινδύνου σε ορατό σημείο
- Η άνετη είσοδος και προσπέλαση των πελατών σε όλο τον χώρο. Σε ορισμένες περιπτώσεις υπάρχει ειδική πρόβλεψη για άτομα με ειδικές ανάγκες
- Η είσοδος να ανοίγει προς τα έξω
- Ο διαχωρισμός του χώρου κατανάλωσης (τραπεζαρία) από τον χώρο του παρασκευαστηρίου (κουζίνα) και η τοποθέτηση διπλής παλινδρομικής πόρτας που εμποδίζει τον θόρυβο και τις οσμές να φθάσουν στους πελάτες
- Η ύπαρξη του μπάγκου διανομής από την κουζίνα (πάσο)

- Η πρόβλεψη εισόδου αποθήκης και παραλαβής εμπορευμάτων
- Η ύπαρξη ξεχωριστής τουαλέτας ανδρών και γυναικών με προθάλαμο
- Η επάρκεια φωτισμού και εξαερισμού στον χώρο

Σε μια ήδη κτηριακή υποδομή η αναμόρφωση εστιάζεται κυρίως σε αλλαγές αισθητικής και εξοπλισμού (τραπέζια, μηχανήματα κ.λ.π.) κι όχι τόσο σε αρχιτεκτονικές μετατροπές και επανακατασκευές. Αυτό οφείλεται αφενός στους περιορισμούς του αρχικού πολεοδομικού σχεδιασμού (τοίχοι, χωρίσματα κ.λ.π.), αφετέρου στις δυσκολίες της μετατροπής βασικών κατασκευαστικών στοιχείων, όπως οι κολώνες του κτίσματος, ο προσανατολισμός του, οι αποχετεύσεις κ.λ.π. καθώς επίσης και στο μεγάλο κοστολόγιο.

Στην περίπτωση ανέγερσης μιας νέας οικοδομής με σκοπό τη λειτουργία της ως επισιτιστικής επιχείρησης, οι κανόνες και οι προϋποθέσεις που ακολουθούνται αφορούν κατά το ένα μέρος τις προϋποθέσεις από το νόμο για την ανέγερση μιας νέας οικοδομής και κατά το άλλο τα κριτήρια που προαναφέρθηκαν για την ίδρυση και λειτουργία μιας επισιτιστικής επιχείρησης.

Σε κάθε περίπτωση, όμως, πριν από το σχεδιασμό ενός εστιατορίου πρέπει να γίνεται διεξοδική μελέτη για την οργάνωση της λειτουργίας του, δηλαδή να προσδιορίζονται ο τρόπος σερβιρίσματος, ο τύπος και ο αριθμός της αναμενόμενης πελατείας, η ποικιλία του μενού, η ποιότητα των προσφερομένων αγαθών και υπηρεσιών κ.λ.π.

4.1.2 ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ & ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΧΩΡΩΝ

Η εικόνα του εστιατορίου σχηματίζεται μέσω της διαφήμισης από τις δημόσιες σχέσεις, τη διακόσμηση, το σέρβις και τέλος τη ποιότητα του φαγητού. Ο συνδυασμός των παραπάνω παραγόντων με την προσωπική εμπειρία του ιδιοκτήτη δίνει μια ευχάριστη εντύπωση ικανοποιώντας το πελάτη προτρέποντας τον να επιστρέψει στο εστιατόριο

Τόσο η εξωτερική όσο και η εσωτερική εμφάνιση του εστιατορίου θα πρέπει να προβάλλει μια θετική εικόνα στους πελάτες. Το εσωτερικό του θα

πρέπει να δημιουργεί το συναίσθημα της «ατμόσφαιρας» το οποίο δίνει στους πελάτες μια αίσθηση ευεξίας. Ένα άλλο σημείο που συμμετέχει στη γενικότερη αισθητική εικόνα του πελάτη είναι η πρωτοτυπία. Κάθε εστιατόριο θα πρέπει να έχει μία ή και περισσότερες πρωτότυπες προτάσεις προκειμένου να προσελκύσει περισσότερους πελάτες. Αυτό συμβαίνει, διότι στους πελάτες αρέσει να γευματίζουν σε εστιατόρια τα οποία είναι όμορφα διακοσμημένα και μεταδίδουν αυτή την εμπειρία στους φίλους τους, κάνοντας έτσι μια ζωντανή και χωρίς κόστος διαφήμιση για την επιχείρηση.

4.1.3 ΥΛΙΚΑ & ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΧΩΡΩΝ

Στοιχεία είναι τα συστατικά μέρη ενός χώρου. Κάθε κτίριο κατασκευάζεται από δομικά και μη στοιχεία όπως η πέτρα, τα τούβλα, το ξύλο, το μάρμαρο, η μπογιά, ο γύψος κ.α. Ο σχεδιασμός ενός χώρου επηρεάζεται άμεσα από την επιλογή των υλικών για την κατασκευή ή επένδυση διαφόρων στοιχείων. Τα υλικά επιλέγονται και αξιολογούνται ανάλογα με τη χρήση για την οποία προορίζονται. Η επίδραση του κλίματος, η τοπική παραδοσιακή αρχιτεκτονική, η τοποθεσία, το είδος της επιχείρησης και φυσικά ο διατιθέμενος προϋπολογισμός μπορούν να επηρεάσουν αποφασιστικά. Τα κυριότερα κριτήρια αξιολόγησης των υλικών σχεδιασμού χώρων είναι:

1. Κόστος
2. Ποιότητα
3. Γνησιότητα
4. Ανθεκτικότητα
5. Αρχιτεκτονική
6. Φιλικότητα με το περιβάλλον
7. Χρηστικότητα

Τα δομικά στοιχεία χρησιμοποιούνται στη δημιουργία ατμόσφαιρας και θετικής εικόνας στο εστιατόριο σε διάφορα σημεία και στάδια κατασκευής όπως:

- Στις επενδύσεις
- Στα δάπεδα
- Στις οροφές
- Στις πόρτες και στα παράθυρα
- Στα διακοσμητικά στοιχεία

4.2 ΤΕΧΝΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ – ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ & ΔΙΑΡΡΥΘΜΙΣΗ ΧΩΡΩΝ

Το εστιατόριο αποτελεί τον χώρο όπου συνδυάζεται η προσφορά γευμάτων και η μαγειρική ικανοποίηση, ενώ παράλληλα δημιουργείται μια θετική εντύπωση και βελτιώνεται η ψυχολογική διάθεση του ατόμου. Για τον λόγο αυτόν πρέπει να λαμβάνονται υπόψη ορισμένοι τεχνικοί παράγοντες στη διαρρύθμιση των χώρων όπως: Η τοποθεσία – θέα, η πρόσοψη του εστιατορίου, η εσωτερική διαρρύθμιση.

Η θέα είναι στοιχείο που επηρεάζει σημαντικά τον σχεδιασμό και την λειτουργία ενός καταστήματος. Όταν η θέα είναι εντυπωσιακή, τότε είναι φυσικό να αποτελέσει το επίκεντρο της διεύθεσης των τραπεζιών του εστιατορίου ώστε να μπορούν να την απολαύσουν όσο το δυνατόν περισσότεροι πελάτες.

Ο σχεδιασμός της πρόσοψης αποκαλύπτει το είδος του καταστήματος, προσελκύει τους ανάλογους πελάτες και εναρμονίζεται με τον περιβάλλοντα εξωτερικό χώρο. Έμφαση δίνεται στην κομψότητα, απλότητα και στο παραδοσιακό στοιχείο, έτσι ώστε να δίνεται η εντύπωση της καλής ποιότητας. Η εσωτερική διαρρύθμιση του εστιατορίου σχετίζεται ιδιαίτερα με το σύστημα λειτουργίας της τραπεζαρίας και προσφοράς των υπηρεσιών και τη ρύθμιση του χώρου για την ομαλή κυκλοφορία πελατών και προσωπικού.

Στο σύστημα αυτοεξυπηρέτησης ο απλούστερος τρόπος είναι η διεύθεση ενός πάγκου σερβιρίσματος και των επίπλων σε τμήματα ανάλογα με την κατηγορία των εδεσμάτων (σαλάτες, κύρια πιάτα, γλυκά, φρούτα, ποτά

κ.λ.π.) ενώ στην εξυπηρέτηση με σερβίρισμα στο τραπέζι οι πελάτες ενημερώνονται καθιστοί για το μενού από τους τραπεζοκόμους, επιλέγουν και σερβίρονται σε αυτό. Σε ορισμένα μεγάλα εστιατόρια εκτός από τους κύριους χώρους του εστιατορίου και της κουζίνας υπάρχουν και άλλοι δευτερεύοντες και βοηθητικοί χώροι για την υποστήριξη των επισιτιστικών υπηρεσιών όπως το μπαρ, ο χώρος της υποδοχής κ.α (Λαλουμής & Στεφανακίδης, 2005). Η εσωτερική διαρρύθμιση του εστιατορίου περιλαμβάνει επίσης:

1. Την πρόσβαση στο εστιατόριο
2. Την κυκλοφορία στον χώρο του φαγητού
3. Την κατεύθυνση της κίνησης
4. Τη διευθέτηση των τραπέζιων και καθισμάτων

Η πρόσβαση στον χώρο του εστιατορίου μπορεί να είναι είτε μέσω ενός διαδρόμου ή μιας σκάλας είτε μέσω ενός χώρου υποδοχής είτε «άμεσα», όταν διαθέτει μικρή είσοδο. Η κυκλοφορία στον κυρίως χώρο του φαγητού πρέπει να ρυθμίζεται αφενός από το προσωπικό του και αφετέρου με τη σωστή διευθέτηση των επίπλων, ούτως ώστε η ροή του κίνησης των πελατών να διευκολύνεται και να αποφεύγονται περιττές ενοχλήσεις τους. Η διευθέτηση των τραπέζιων και καθισμάτων στον χώρο του εστιατορίου ακολουθεί τη λογική της πρακτικότητας, απλότητας και λειτουργικότητας, με τα τραπέζια τοποθετημένα σε σειρές ή ομαδοποιημένα και διαχωρισμένα από διαδρόμους, ούτως ώστε να διευκολύνεται η κίνηση των πελατών και του προσωπικού, η χρήση των τρόλεϊ, αλλά και για τον γρήγορο και εύκολο καθαρισμό.

4.3 ΚΥΡΙΟΙ & ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΝΤΕΣ ΧΩΡΟΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κύριοι χώροι μιας επισιτιστικής μονάδας θεωρούνται η τραπεζαρία, η οποία αποτελεί το τμήμα κατανάλωσης, και το μαγειρείο ή κουζίνα που είναι το βασικό τμήμα παραγωγής της επιχείρησης.

Για λόγους λειτουργικότητας οι δύο αυτοί χώροι πρέπει να βρίσκονται στον ίδιο όροφο, με ευκολία πρόσβασης ο ένας στον άλλο. Μεταξύ της τραπεζαρίας και του μαγειρείου παρεμβάλλεται το office, ένας βοηθητικός χώρος, με τον οποίο επικοινωνούν με πόρτες aller retour.

4.3.1 ΤΜΗΜΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

Ο βασικός χώρος του εστιατορίου είναι η αίθουσα όπου παρατίθενται τα γεύματα, για τον λόγο αυτόν δίνεται μεγάλη σημασία στη διαρρύθμισή της. Η τραπεζαρία είναι ο χώρος που καθορίζει τον χαρακτήρα του εστιατορίου και πρέπει να είναι άνετη, με ευχάριστη ατμόσφαιρα, κατάλληλες συνθήκες κλιματισμού, φωτισμού, επένδυσης, διακόσμησης, μουσικής και επιπλέον να επιτυγχάνεται άριστος και γρήγορος καθαρισμός.

Το μέγεθος της τραπεζαρίας εξαρτάται από τη δυναμικότητα της σε καθίσματα και το εμβαδόν του χώρου. Το καθαρό ύψος της αίθουσας πρέπει να είναι τουλάχιστον 2,5 m, ο δε μέσος απαιτούμενος χώρος ανά κάθισμα είναι 1,50 m. Σε αυτόν συμπεριλαμβάνεται ο χώρος του τραπέζιού, του καθίσματος και των βοηθητικών χώρων της τραπεζαρίας (διάδρομοι κ.λ.π.).

Ο χώρος της τραπεζαρίας μπορεί να είναι εσωτερικός, εξωτερικός (κήπος) ή συνδυασμός των ανωτέρω και καλύπτεται από τα τραπέζια και τα καθίσματα. Η απόσταση του τραπέζιού από τον τοίχο πρέπει να είναι τουλάχιστον 0,75 m, η απόσταση μεταξύ διαγώνιων τραπέζιων 1,00 m, ο χώρος μεταξύ δύο καθισμάτων 0,75 m, οι δε διάδρομοι εξυπηρέτησης τουλάχιστον 1,00 m.

Η ιδανική θερμοκρασία θεωρείται ότι είναι οι 18^ο C, η δε υγρασία να διατηρείται σε ένα ποσοστό της τάξης του 50%. Τα μεγέθη αυτά βρίσκονται σε αναλογία με τον αριθμό των ατόμων που θα φιλοξενήσει ο χώρος, καθώς και την εποχή του χρόνου.

Για την περίπτωση των εστιατορίων ενδείκνυται η εγκατάσταση κλιματισμού που μπορεί με ακρίβεια να διατηρεί το περιβάλλον του χώρου σε ιδανικές συνθήκες. Στην περίπτωση που το εστιατόριο στεγάζεται σε ξενοδοχείο, η

ιδανική λύση είναι η εγκατάσταση κεντρικού συστήματος κλιματισμού.

Όπως καθορίζουν και οι βασικοί κανόνες υγιεινής, στο εστιατόριο θα πρέπει να παρέχεται ο πλέον κατάλληλος φυσικός ή τεχνητός φωτισμός. Το φυσικό φως παρέχεται από τα παράθυρα που το εμβαδόν τους θα πρέπει να είναι το 1/7 της επιφάνειας του δαπέδου. Ο τεχνητός φωτισμός εξασφαλίζεται με τα κατάλληλα φωτιστικά, τα οποία τοποθετούνται στις σωστές αποστάσεις ανάλογα με την επιφάνεια και τον κυβισμό του χώρου και τις αρχές της αρχιτεκτονικής και της διακόσμησης.

Στην οροφή κυριαρχεί το λευκό χρώμα προκειμένου να δίνεται φωτεινότητα και γενικά αποφεύγονται τα σκούρα χρώματα. Οι τοίχοι προτιμάται να είναι λείοι και τα δάπεδα επίπεδα προκειμένου να καθαρίζονται εύκολα και να μη συγκεντρώνονται σκόνης και ρύποι γενικότερα (Λαλουμής & Στεφανακίδης, 2005).

4.3.2 ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Στον χώρο της κουζίνας πραγματοποιούνται οι εργασίες παραγωγής των προϊόντων-εδεσμάτων και τροφοδοτεί το εστιατόριο με τα φαγητά. Η δυναμικότητα της κουζίνας εξαρτάται άμεσα από τις θέσεις του εστιατορίου, τον τύπο του εστιατορίου, τις απαιτήσεις σε ποιότητα και ποσότητα των εδεσμάτων, από την αναλογία έτοιμων εδεσμάτων και εδεσμάτων που απαιτούν προετοιμασία, καθώς και από την συχνότητα εναλλαγής των πελατών.

Σημαντικό ρόλο για την άρτια οργάνωση και λειτουργία του χώρου της κουζίνας παίζουν η χωροταξία της, ο εξοπλισμός και το είδος των γευμάτων που θα προσφέρει. Σε όλες τις περιπτώσεις, όμως, η οργάνωση της κουζίνας πρέπει να εξυπηρετεί τις εργασίες και τις λειτουργίες που εκτελούνται στο χώρο, δηλαδή:

1. Την προμήθεια των πρώτων υλών
2. Την αποθήκευση των πρώτων υλών

3. Την επεξεργασία-προετοιμασία των πρώτων υλών
4. Το μαγείρεμα-παρασκευή των εδεσμάτων
5. Τη μεριδοποίηση των εδεσμάτων
6. Τη διανομή των εδεσμάτων
7. Το πλύσιμό των σκευών

Η ανάγκη άμεσης επικοινωνίας της κουζίνας με την τραπεζαρία τοποθετεί αυτούς τους δύο χώρους στο ίδιο επίπεδο και σε συνέχεια τον έναν του άλλου. Η επιφάνεια που καταλαμβάνουν τα τμήματα της κουζίνας υπολογίζεται στο ένα τρίτο του χώρου της τραπεζαρίας. Οι εσωτερικοί τοίχοι της κουζίνας πρέπει να καλύπτονται σε ύψος δύο μέτρων από το πάτωμα με πλακάκια ή ανοξειδωτο φύλλο για να επιτυγχάνεται ο εύκολος και άνετος καθαρισμός.

Οι διάδρομοι εργασίας πρέπει να έχουν πλάτος τουλάχιστον 1,00 m, εάν δε μεταφέρονται και αντικείμενα ή εργάζονται δύο άτομα σε κάθε πλευρά του διαδρόμου, τουλάχιστον 1,50 m. Στις σύγχρονες κουζίνες συναντούμε και χώρους για την εξυπηρέτηση του προσωπικού, όπως τραπεζαρία, αποδυτήρια, ντους/τουαλέτες, γραφεία κ.λ.π., οι οποίοι καταλαμβάνουν περίπου το 10-15% της επιφάνειας της κουζίνας.

4.3.3 ΤΜΗΜΑΤΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

Ο χώρος της υποδοχής είναι χώρος εισόδου, συνάντησης, συγκέντρωσης και αναμονής. Τοποθετείται στην είσοδο του εστιατορίου σε εμφανή θέση και γειτονικά του διαδρόμου κυκλοφορίας των πελατών, όπου μπορεί να πλαισιώνεται και από ένα άνετο σαλόνι ή/και ένα μπαρ με καθίσματα από τη μία ή και από τις δύο πλευρές του

Ο χώρος χρησιμοποιείται από τους πελάτες που θέλουν να πιούν ένα ορεκτικό ποτό (απεριτίφ), περιμένοντας την παρέα τους ή για να ελευθερωθεί κάποιο τραπέζι, και από πελάτες που απλώς θέλουν να διασκεδάσουν στο μπαρ του εστιατορίου.

Με τον όρο «office» αποκαλείται ο προθάλαμος του εστιατορίου από την πλευρά της κουζίνας που εμποδίζει το θόρυβο και τις οσμές της κουζίνας να περάσουν στο χώρο της τραπεζαρίας. Στον χώρο αυτό εκτελούνται εργασίες που δεν πρέπει να γίνονται παρουσία του πελάτη και κινείται το προσωπικό του εστιατορίου πριν εισέλθει στην τραπεζαρία, κάνοντας χρήση των σκευοθηκών, των θερμοτραπεζών ή άλλων βοηθητικών μέσων που βρίσκονται σε αυτόν τον χώρο. Στο office βρίσκεται το passo, μέσω του οποίου επικοινωνεί με την κουζίνα, την κάβα, τη λάντζα του εστιατορίου, τον buffet ή το ζαχαροπλαστείο.

Στον χώρο του office μπορεί να βρίσκεται και το tableau, στο οποίο ο tablist, ταμίας ή checker πραγματοποιεί τις ταμειακές διαδικασίες. Το tableau τοποθετείται σε αυτό το σημείο, διότι το συναντά ο τραπεζοκόμος στην πορεία του προς την τραπεζαρία. Η σύγχρονη αντίληψη, όμως, τοποθετεί το tableau μέσα στον χώρο του εστιατορίου, διότι με αυτόν τον τρόπο ο tablist έχει οπτική επαφή με τον χώρο της τραπεζαρίας, τους πελάτες και τους τραπεζοκόμους και μπορεί να ελέγξει αν τα είδη που διατίθενται αντιστοιχούν με την παραγγελία του πελάτη και το τραπέζι.

Η λάντζα του εστιατορίου θεωρείται βοηθητικός χώρος της τραπεζαρίας, αλλά λόγω της φύσης της εργασίας και των εγκαταστάσεων χωροταξικά συμπεριλαμβάνεται στον ευρύτερο χώρο της κουζίνας. Ο χώρος είναι ανάλογος με τη δύναμη της τραπεζαρίας (π.χ. 3 τ.μ. χώρου για τραπεζαρία 50-100 καθισμάτων) και επεκτείνεται για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις (άνω των 200 καθισμάτων), οι οποίες υποχρεούνται στην εγκατάσταση συστήματος πλύσης σκευών, δηλαδή λεκάνες, ηλεκτρικό πλυντήριο πιάτων, νεροχύτης κ.α.

Η λάντζα είναι ο πρώτος βοηθητικός χώρος που συναντά το προσωπικό της τραπεζαρίας εισερχόμενο στον χώρο του office, για την άμεση εναποθέτηση των προς πλύση σκευών.

Η κάβα ημέρας είναι ο χώρος του εστιατορίου στον οποίο αποθηκεύονται προσωρινά τα κρασιά, οι μπίρες, τα αναψυκτικά και τα άλλα ποτά που καλύπτουν τις ημερήσιες ανάγκες του εστιατορίου. Οργανικά και λειτουργικά η κάβα ανήκει στην τραπεζαρία και υπεύθυνος για την διαχείριση των προϊόντων

της είναι ένας ειδικευμένος υπάλληλος.

Ο χώρος της κάβας είναι εξοπλισμένος με ράφια, ψυγεία, καταψύκτες και επικοινωνεί μέσω του passo με το προσωπικό, έτσι ώστε να εξυπηρετήσει τη ζήτηση σε ποτά την τελευταία στιγμή, πριν από την έξοδο προς την τραπεζαρία.

Στις αποθήκες περιλαμβάνεται η αποθήκη της τραπεζαρίας που βρίσκεται συνήθως εντός του χώρου του office. Στην αποθήκη ημέρας αποθηκεύονται χρήσιμα είδη για την εκτέλεση της καθημερινής εργασίας, όπως λινά, όργανα, σκεύη και άλλα αναλώσιμα, έτσι ώστε να μη χρειάζεται κάποιος να προστρέχει στις μεγάλες κεντρικές αποθήκες. Η επιφάνεια τους αναλογεί στο μέγεθος της επιχείρησης και κυμαίνεται συνήθως από 5 έως 10 τ.μ.

Το βεστιάριο είναι ο χώρος όπου αφήνουν οι πελάτες τα πανωφόρια τους ή άλλα προσωπικά αντικείμενα κατά την είσοδό τους στο εστιατόριο. Βρίσκεται πάντα πριν από την κεντρική είσοδο του εστιατορίου και στελεχώνεται με εξειδικευμένο υπάλληλο.

Το εστιατόριο προσωπικό είναι ο χώρος όπου γευματίζει το προσωπικό της επιχείρησης σε προκαθορισμένη ώρα και με προκαθορισμένο μενού. Τα αποδυτήρια είναι ο χώρος όπου το προσωπικό της επιχείρησης προετοιμάζεται ενδυματολογικά (στολή) πριν και μετά την εργασία του. πελάτες.

Οι τουαλέτες είναι απαραίτητες για την εξυπηρέτηση των πελατών και επηρεάζουν σημαντικά τη γνώμη τους για την επιχείρηση. Πρέπει να υπάρχει διάκριση του χώρου για άνδρες και γυναίκες, ενώ ο αριθμός τους είναι πάντα ανάλογος με τον τύπο και τη δυναμικότητα της επιχείρησης. Το ταμείο είναι ο χώρος που βρίσκεται συνήθως ανάμεσα στην τραπεζαρία και το μαγειρείο και αφενός ελέγχει τη διακίνηση των διάφορων εδεσμάτων, ποτών κ.λ.π. από το προσωπικό του εστιατορίου και αφετέρου γίνεται η έκδοση των λογαριασμών του εστιατορίου.

Τέλος τα γραφεία είναι ο χώρος στον οποίο ασκείται το έργο της οργάνωσης, της διοίκησης και της διαχείρισης της επιχείρησης. Στον χώρο αυτόν υπάρχει το γραφείο της διεύθυνσης, στο οποίο γίνεται προγραμματισμός και

έλεγχος των δραστηριοτήτων της επιχείρησης, το γραφείο του εστίαρχου, στο οποίο προγραμματίζονται οι καθημερινές εργασίες του προσωπικού, τα ωράρια, τα ρεπό, η σύνθεση του μενού κ.λ.π. και βρίσκεται συνήθως στην είσοδο του εστιατορίου ώστε να μπορεί ο εστίαρχος να δέχεται εξωτερικούς συνεργάτες και πελάτες, καθώς και το γραφείο του αρχιμαγείρου, στο οποίο οργανώνονται οι καθημερινές εργασίες της κουζίνας και βρίσκεται συνήθως στο κέντρο της κουζίνας ή κοντά στην είσοδο του προσωπικού και των υλικών ανάληψης (τρόφιμα).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο ΑΣΦΑΛΕΙΑ & ΥΓΙΕΙΝΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ

Η ανάπτυξη του συστήματος HACCP, άρχισε να υλοποιείται στα τέλη της δεκαετίας του 60, από τη NASA. Για το σκοπό λοιπόν αυτό η εταιρία Pillsbury και τα ερευνητικά εργαστήρια του αμερικάνικου στρατού προέβησαν στην ανάπτυξη και εφαρμογή διαδικασιών που αποσκοπούσαν στην παραγωγή ασφαλών τροφίμων. Οι διαδικασίες αυτές βασίζονταν στην αναγνώριση των κινδύνων, που μπορεί να υπάρχουν στις πρώτες και βοηθητικές ύλες ή να δημιουργούνται κατά τα διάφορα στάδια της παραγωγής και διακίνησης των τροφίμων. Στη συνέχεια έγιναν προσπάθειες να εντοπιστούν τα σημεία της παραγωγικής διαδικασίας, στα οποία οι κίνδυνοι αυτοί θα μπορούσαν να ελεγχθούν και να εξαλειφθούν. Τα σημεία αυτά ονομάσθηκαν Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου (ΚΣΕ) (Αμβροσιάδης, 2005)

Οι ενέργειες αυτές αποτέλεσαν την πρώτη προσέγγιση για την δημιουργία και εφαρμογή του συστήματος HACCP. Στη συνέχεια αυτό εξελίχθηκε σταδιακά για να φθάσει στην σημερινή του μορφή. Η εξέλιξη αυτή υπήρξε ραγδαία και βέβαια ξεκίνησε από τις Η.Π.Α. Την δεκαετία του '80 η παραγωγή ασφαλών τροφίμων απασχόλησε και τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (WHO 1980), την Αμερικάνικη Ακαδημία επιστημών (NAS 1980) και το Αμερικανικό Κογκρέσο (1980).

Το 1986 η Διεθνής επιτροπή για τον καθορισμό μικροβιολογικών σταθεροτύπων των τροφίμων (ICMSF) εκδίδει για πρώτη φορά βιβλίο για το HACCP και την εφαρμογή του. Το 1989 εκδίδεται οδηγός (NACMCF) που παρουσιάζει τις επτά αρχές του συστήματος HACCP, αναφέρει τους κυριότερους κινδύνους στα τρόφιμα και εμπεριέχει σειρά ορισμών. Σε μία αναθεωρημένη έκδοση του οδηγού που παρουσιάζεται αργότερα (1992), γίνεται μια αναλυτικότερη περιγραφή των επτά αρχών του HACCP και επιπρόσθετα συμπεριλαμβάνεται σ' αυτή και μια σειρά ερωτήσεων, υπό μορφή διαγράμματος αποφάσεων, με στόχο την διευκόλυνση και τον αντικειμενικό προσδιορισμό των κρίσιμων σημείων ελέγχου (ΚΣΕ). Σε επίπεδο

Ευρωπαϊκής Ένωσης εκδόθηκε η οδηγία 93/43 με την οποία η εφαρμογή του συστήματος γίνεται υποχρεωτική στη βιομηχανία τροφίμων με ημερομηνία έναρξης την 14.1.1999. Της οδηγίας 93/43 είχαν προηγηθεί κάθετες Οδηγίες , που βασίζονταν στις αρχές του HACCP και αφορούσαν το κρέας (92/5), το γάλα (92/46), τα ιχθυρά (91/473) και τα προϊόντα με βάση το αυγό (89/473). Σήμερα η Οδηγία 93/43 έχει αντικατασταθεί από τον Κανονισμό 852/2004 στον οποίο αναφέρεται σαφώς η υποχρέωση εφαρμογής του HACCP. Σε αντίθεση με τα προϋπάρχοντα κατασταλτικά συστήματα ελέγχου της ασφάλειας των τροφίμων, που βασιζόταν στον έλεγχο του ετοιμού προϊόντος, το σύστημα αυτό είναι καθαρά προληπτικό και στηρίζεται:

Στον εντοπισμό και την αναγνώριση όλων των κινδύνων που είναι δυνατόν να εμπεριέχονται σε ένα τρόφιμο και θα μπορούσαν να προκαλέσουν βλάβη στην υγεία του καταναλωτή.

1. Στην ανάλυση και εκτίμηση της σοβαρότητας των κινδύνων αυτών και της πιθανότητας εμφάνισης τους στο συγκεκριμένο τρόφιμο.
2. Στον έλεγχο των κινδύνων αυτών, που θα βασισθεί στον προσδιορισμό των Κρισίμων Σημείων Ελέγχου και στη συνέχεια στην καταστροφή ή μείωση του κινδύνου στα σημεία αυτά.

Ο βασικότερος λόγος είναι η διασφάλιση της υγείας του καταναλωτή. Εκτός όμως από τη διαχείριση της ασφάλειας του τροφίμου, συμβάλλει και στη βελτίωση του «ονόματος» της εταιρίας και τη μακροπρόθεσμη αύξηση των κερδών της. Το σύστημα HACCP είναι ένα προληπτικό σύστημα, που μειώνει σημαντικά τους ελέγχους των τελικών προϊόντων.

Οι τελευταίοι έχουν το μειονέκτημα ότι είναι καταστροφικοί και περιορίζονται σε ένα ορισμένο αριθμό δειγμάτων. Έτσι αφ' ενός μεν το προϊόν που ελέγχεται δεν μπορεί να δοθεί στην κατανάλωση και αφ'εταίρου ο κίνδυνος που εμπεριέχεται μέσα στο τρόφιμο, ανάλογα με το είδος του και τον τρόπο διασποράς του, πολλές φορές δεν εντοπίζεται. Κίνδυνοι που διασπείρονται ομοιόμορφα μέσα στο τρόφιμο και εμφανίζονται με μεγάλη συχνότητα, εντοπίζονται ευκολότερα από τους κινδύνους των οποίων η διασπορά είναι

ανομοιογενής και η συχνότητα εμφάνισης των μικρή. Γίνεται λοιπόν εύκολα αντιληπτό ότι με τους τελικούς ελέγχους δύσκολα μπορεί κανείς να εγγυηθεί την απόλυτη ασφάλεια των τροφίμων. Μοναδική λύση επομένως για το πρόβλημα αυτό είναι η εφαρμογή συστημάτων που θα εντοπίζουν τα κρίσιμα σημεία της παραγωγικής διαδικασίας στα οποία οι κίνδυνοι θα ελέγχονται και θα καταστρέφονται. (Αμβροσιάδης,2005)

Άλλοι λόγοι που επιβάλλουν την εφαρμογή των συστημάτων αυτών είναι οι διάφορες εξωτερικές πιέσεις και η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της εταιρίας. Οι εξωτερικές πιέσεις προέρχονται κυρίως από τις κρατικές αρχές. Στην Ευρώπη ένας από τους πλέον ισχυρούς Κανονισμούς είναι ο 852/2004 της ΕΕ, ο οποίος επιβάλλει την υποχρεωτική εφαρμογή του συστήματος HACCP σε όλες τις βιομηχανίες τροφίμων. Εταιρίες τροφίμων που εφαρμόζουν τα διεθνή συστήματα διασφάλισης ποιότητας, όπως το ISO 9000, είναι υποχρεωτικό να συμπεριλαμβάνουν στο σύστημα αυτό και το HACCP. Εξωτερικές πιέσεις τέλος μπορεί να προέρχονται και από τους πελάτες της εταιρίας, οι οποίοι σαν απαραίτητο όρο της συνεργασίας τους θέτουν την εφαρμογή και λειτουργία ενός συστήματος διασφάλισης ποιότητας.

Το σύστημα αυτό όταν εφαρμόζεται για πρώτη φορά σε μια μονάδα παραγωγής τροφίμων είναι σίγουρο ότι αρχικά θα δημιουργήσει αρκετά προβλήματα. Τα πρώτα από αυτά σχετίζονται με το προσωπικό το οποίο επιφορτίζεται με πρόσθετες εργασίες, τις οποίες πολλές φορές δεν κατανοεί απόλυτα. Οι πρώτες του αντιδράσεις επομένως είναι αρνητικές, δυσφορεί με τις καινούργιες «λεπτομέρειες» και πολλές φορές δεν έχει και τις απαιτούμενες γνώσεις για να φέρει σε πέρας τα νέα του καθήκοντα. Αυτόματα λοιπόν αναδεικνύεται η ανάγκη της εκπαίδευσης του προσωπικού πάνω στο νέο αυτό σύστημα(Λάλας Σ, 2000).

Άλλο ένα σοβαρό πρόβλημα δημιουργείται όταν δεν γίνεται η πλήρης ανάπτυξη και κυρίως η πλήρης εφαρμογή του. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει ένα ημιτελές σύστημα που δεν προσφέρει καμιά απολύτως υπηρεσία. Η μη σωστή και πλήρης εφαρμογή του συστήματος έχει πολλές αιτίες. Οι

σημαντικότερες από αυτές είναι η μη σωστή επιλογή και ειδίκευση της ομάδας που θα το αναπτύξει, με αποτέλεσμα πολλοί κίνδυνοι να μην αναγνωρισθούν και αρκετά Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου να παραληφθούν. Είναι δυνατόν επίσης τα διαγράμματα ροής που θα δημιουργήσουν να μην ανταποκρίνονται στην πραγματική διαδικασία παραγωγής. Άλλη σοβαρή αιτία είναι η αδυναμία αγοράς του απαραίτητου εξοπλισμού μετρήσεων και δοκιμών, με αποτέλεσμα να μην καταγράφονται τα απαραίτητα, για τη λειτουργία του συστήματος, στοιχεία. Το πρόβλημα αυτό είναι ένα από τα πλέον συνήθη, γιατί η αγορά νέου εξοπλισμού μετρήσεων, όπως πχ. Συστήματα παρακολούθησης θερμοκρασιών, εξοπλισμός για τη διενέργεια γρήγορων μικροβιολογικών εξετάσεων, συσκευές ανίχνευσης μετάλλων ή ξένων σωμάτων κá., συνδέεται με υψηλό κόστος. Προβλήματα επίσης δημιουργούνται όταν το σύστημα HACCP θα πρέπει να ενσωματωθεί και να λειτουργήσει με ήδη υπάρχοντα συστήματα διασφάλισης ποιότητας, όπως είναι για παράδειγμα το ISO 9000. Στις περιπτώσεις αυτές πρωταρχικό ρόλο έχει πάντα η ασφάλεια του τροφίμου που παράγεται. Τα ευρήματα επομένως που προκύπτουν από την μελέτη, ανάπτυξη, εφαρμογή και λειτουργία u964 του συστήματος HACCP, έχουν πάντα προτεραιότητα και σε καμιά περίπτωση δεν θα αλλάξουν επειδή διαφέρουν για παράδειγμα από κάποια ήδη υπάρχοντα Κρίσιμα Όρια. Άλλο πρόβλημα είναι τα διάφορα έντυπα παρακολούθησης της παραγωγικής διαδικασίας. Η ύπαρξη πολλών εντύπων με τα οποία ελέγχεται η εφαρμογή του συστήματος, προκαλεί μεγάλη σπατάλη ανθρωπίνων πόρων και υλικών και τεράστιο πρόβλημα γραφειοκρατίας. Θα πρέπει επομένως τα έντυπα ελέγχου του HACCP να είναι απλά, λειτουργικά και όσο το δυνατόν λιγότερα.

Όταν από την εταιρία ληφθεί η οριστική απόφαση για την εφαρμογή του συστήματος HACCP, θα πρέπει, για την αποτελεσματικότερη διεκπεραίωση της εργασίας αυτής, να γίνει ένας πολύ προσεκτικός σχεδιασμός. Αφού αρχικά βρεθούν τα άτομα που θα αναλάβουν το έργο και εξασφαλισθούν οι απαραίτητοι πόροι, μελετάται η υπάρχουσα κατάσταση που αφορά τον έλεγχο και τη διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων, προσδιορίζονται τα κενά και αποφασίζετε στη συνέχεια η δομή του συστήματος. Η ολοκλήρωση του πραγματοποιείται σε τέσσερα στάδια, όπως αυτά φαίνονται στον παρακάτω

πίνακα.(CMA, Γερμανικό αγροτικός οργανισμός μάρκετινγκ).

Πίνακας 2. Στάδια για τη μελέτη, ανάπτυξη και εγκατάσταση του συστήματος HACCP

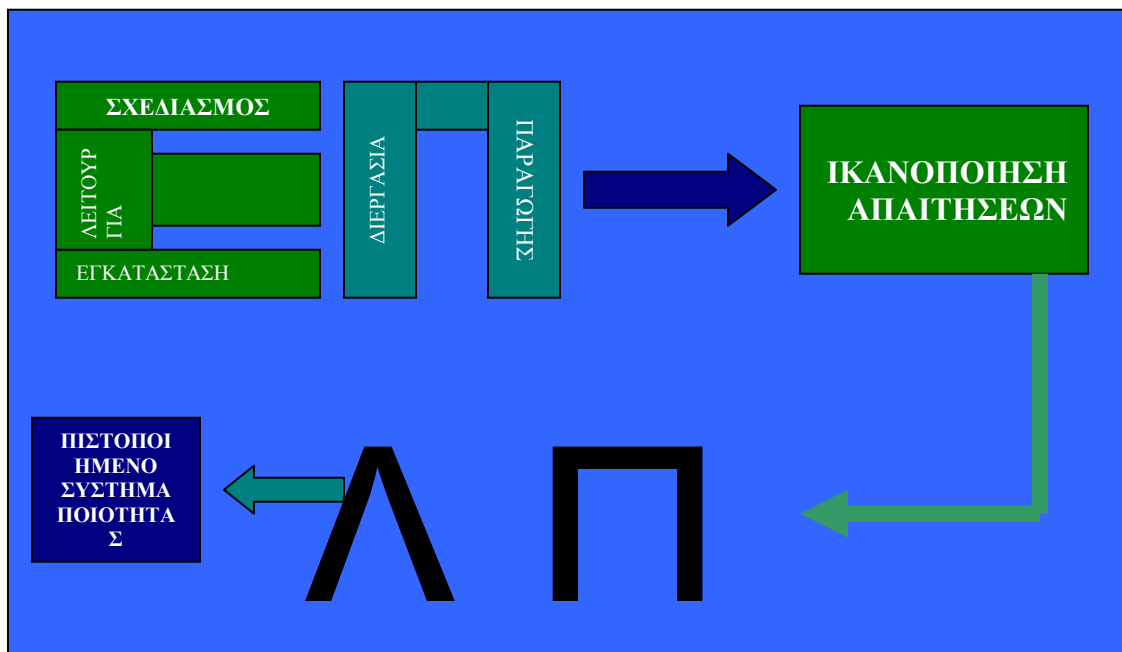
ΣΤΑΔΙΑ ΓΙΑ ΜΕΛΕΤΗ
Στάδιο 1ο
Μελέτη του HACCP
Στάδιο 2ο
Ανάπτυξη του σχεδίου HACCP
Στάδιο 3ο
Εφαρμογή και λειτουργία του συστήματος HACCP
Στάδιο 4ο
Έλεγχος και αναθεώρηση του συστήματος HACCP

5.1.ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΟΙΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ ISO

Η επιβίωση ενός οργανισμού στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο και ανταγωνιστικό περιβάλλον, αλλά και η πιθανή επιτυχία του ανεξάρτητα από τις συνεχείς πιέσεις που δέχεται από τις έξωθεν δυνάμεις π.χ οικονομικές πιέσεις, τεχνολογικές εξελίξεις, πολιτικές ανακατατάξεις, κοινωνικές μεταβολές κ.λ.π βασίζεται πια σε μεγάλο βαθμό στη ποιότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσφέρει. Σύμφωνα με το δικτυακό τόπο ([http:// www.members.rediff.com](http://www.members.rediff.com)) όπως αυτός δίνεται από τον Αρβανητογιάννη Σ.Ι (2002:σελ 103), η ποιότητα ορίζεται ως «το σύνολο των ιδιαιτεροτήτων και των χαρακτηριστικών του προϊόντος ή της υπηρεσίας που στηρίζεται στην ικανότητα του να ικανοποιεί

δηλωμένες ή επιβαλλόμενες ανάγκες».

Η ποιότητα ορίζεται μέσω δυο διαφορετικών διεργασιών: Του ελέγχου Ποιότητας και της Διασφάλισης Ποιότητας. Ο Έλεγχος ποιότητας αποτελεί μέρος της διοίκησης Ποιότητας, στοχεύει στην εκπλήρωση στην εκπλήρωση των απαιτήσεων της ποιότητας και ασκείται σ' όλα τα επίπεδα στα οποία εστιάζει η Διασφάλιση Ποιότητας δίνοντας συγκεκριμένες ενδείξεις ότι οι απαιτήσεις ποιότητας πρόκειται ν' εκπληρωθούν (ΒΛΕΠΕ ΣΧΗΜΑ 2.1)



Ιστορικά προσεγγίζοντας τα πρότυπα Ποιότητας θα χρειαστεί να πάμε αρκετά χρόνια πίσω, μια και το πρώτο πρότυπο αναπτύχθηκε μετά το τέλος του Πρώτου Παγκόσμιου Πολέμου το 1920 στο Ηνωμένο Βασίλειο. Το συγκεκριμένο πρότυπο Ποιότητας ονομαζόταν πρότυπο πυρομαχικών και το ανέπτυξαν οι Βρετανοί με σκοπό να έχουν υψηλής ποιότητας οπλικά συστήματα τα οποία θα δημιουργούσαν προβλήματα στον εχθρό χωρίς να βάζουν σε κίνδυνο τους στρατιώτες τους Βρετανικού στρατού. Η επόμενη κίνηση σε σχέση με τα πρότυπα ποιότητας έγινε πολλά χρόνια μετά και συγκεκριμένα το 1950 όπου ο Αμερικάνος ναύαρχος Rickover ανέπτυξε μια λίστα με 18 αιτίες στις οποίες οφειλόταν τα περισσότερα ελαττώματα στη κατασκευή των υποβρυχίων, στοχεύοντας μ' αυτό τον τρόπο να μην επαναληφθούν. Η NASA χρησιμοποίησε

αργότερα την εφαρμογή της συγκεκριμένη φιλοσοφίας διασφάλισης ποιότητας στα διαστημικά προγράμματα (Tricker 2001b)

Το 1946 στη Γενεύη της Ελβετίας ιδρύθηκε ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (ISO, International Standards Organization). Βασικός σκοπός του οργανισμού αυτού ήταν η δημιουργία κοινών διεθνών προτύπων για την παραγωγή και το εμπόριο (Αγγελίδης Κ.Δ 2001: σελ 19). Κατανοώντας ο συγκεκριμένος οργανισμός τη σημασία των αρχών της ποιότητας ανέθεσε σε μια ειδική Τεχνική Επιτροπή (ISO/TC 176) τη δημιουργία ειδικών προτύπων που θα υποστήριζαν, τη προσπάθεια διαφόρων επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνταν σε διάφορους κλάδους να υιοθετήσουν και να εφαρμόσουν συγκεκριμένα πρότυπα ποιότητας (International Standards Organization:ISO9000 Series Publication- όπως παραπέμπει Δερβισιώτης 2001:481) (old J, 1999:247-253)

Η Επιτροπή στηριζόμενη και σε μια μετέπειτα κίνηση του Ινστιτούτου Βρετανικών Προτύπων (BSI) το 1972, (το οποίο δημοσίευσε έναν οδηγό για τη Διασφάλιση Ποιότητας, ο οποίος αργότερα το 1979 εξελίχτηκε σ' ένα νέο πρότυπο γνωστό ως BS5750, ώστε να χρησιμοποιείται για εσωτερικούς και εξωτερικούς ελέγχους αλλά και στη διασφάλιση ποιότητας) (Αρβανητογιάννη Σ.Ι ,2002:σελ 103), δημιούργησε τα πρότυπα σειράς ISO9000, τα οποία αποτελούν οδηγό των επιχειρήσεων όλων των τύπων και μεγεθών για την εφαρμογή και πιστοποίηση των συστημάτων διασφάλισης ποιότητας των λειτουργικών δραστηριοτήτων τους(Αγγελίδης Κ.Δ 2001: σελ 19).

Σύμφωνα με τον Αρβατογιάννη, Σ.Ι (2002:σελ 104), ο ISO (Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης- International Standards Organization) είναι μια διεθνής ομοσπονδία των εθνικών οργανισμών προτύπων που αντιπροσωπεύει περισσότερες από 160 χώρες. Η μετατροπή και αναστροφή του όρου IOS, που ήταν αρχικά, σε ISO (που θυμίζει την ελληνική προσφώνηση ίσος) έγινε διότι η προηγούμενη ονομασία θύμιζε περισσότερο χάος.

Η συγκεκριμένη οργάνωση προωθεί την ανάπτυξη της τυποποίησης και των σχετιζόμενων δραστηριοτήτων και ενισχύει την ανταλλαγή προϊόντων και

υπηρεσιών σε διεθνές επίπεδο, ενισχύοντας συγχρόνως τις επιστημονικές, τεχνολογικές και οικονομικές συνεργασίες (Pheng S.L et al, 2002:404). Ο ISO αποτελείται από περισσότερες από 170 τεχνικές επιτροπές, 650 υποεπιτροπές, περίπου 2000 ομάδες εργασίας και 20-ερευνητικές-ομάδες μελέτης, ο ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1 δείχνει τη μετάβαση του ISO μέχρι και το ISO 9000:2000(Αρβανητογιάννη Σ.Ι ,2002:σελ 104-105).

ΧΡΟΝΙΑ	ΙΔΡΥΜΑ/ ΦΟΡΕΑΣ	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ/ ΠΡΟΤΥΠΟ
1920	Υπουργείο Εθνικής Αμύνης του ΗΒ	Def Stan 13/131
1950	Πολεμικό Ναυτικό των ΗΠΑ	Πρόγραμμα Υποβρυχίων Πυρηνικών
1958	NASA	Πρόγραμμα Ρέητζερ
1964	NASA	Πρόγραμμα Διαστημοπλοίων
1972	BSI	BS4891:1972 Οδηγός Διασφάλισης Ποιότητας
1979	BSI	BS 5750 Πρότυπο για Συστήματα Διοίκησης Ποιότητας
1981	DTI	FOCUS Περιοχές όπου η τυποποίηση απαιτείται (LANS)
1987	ISO	ISO9000
1987	EN29000	Αντίστοιχο του ISO9000
1994	ISO	Αναθεωρημένη έκδοση του ISO9000:1987 (μικρές αλλαγές)

2000	ISO	Ολική αναθεώρηση του ISO9000:1994 (προσανατολισμός στον πελάτη)
------	-----	---

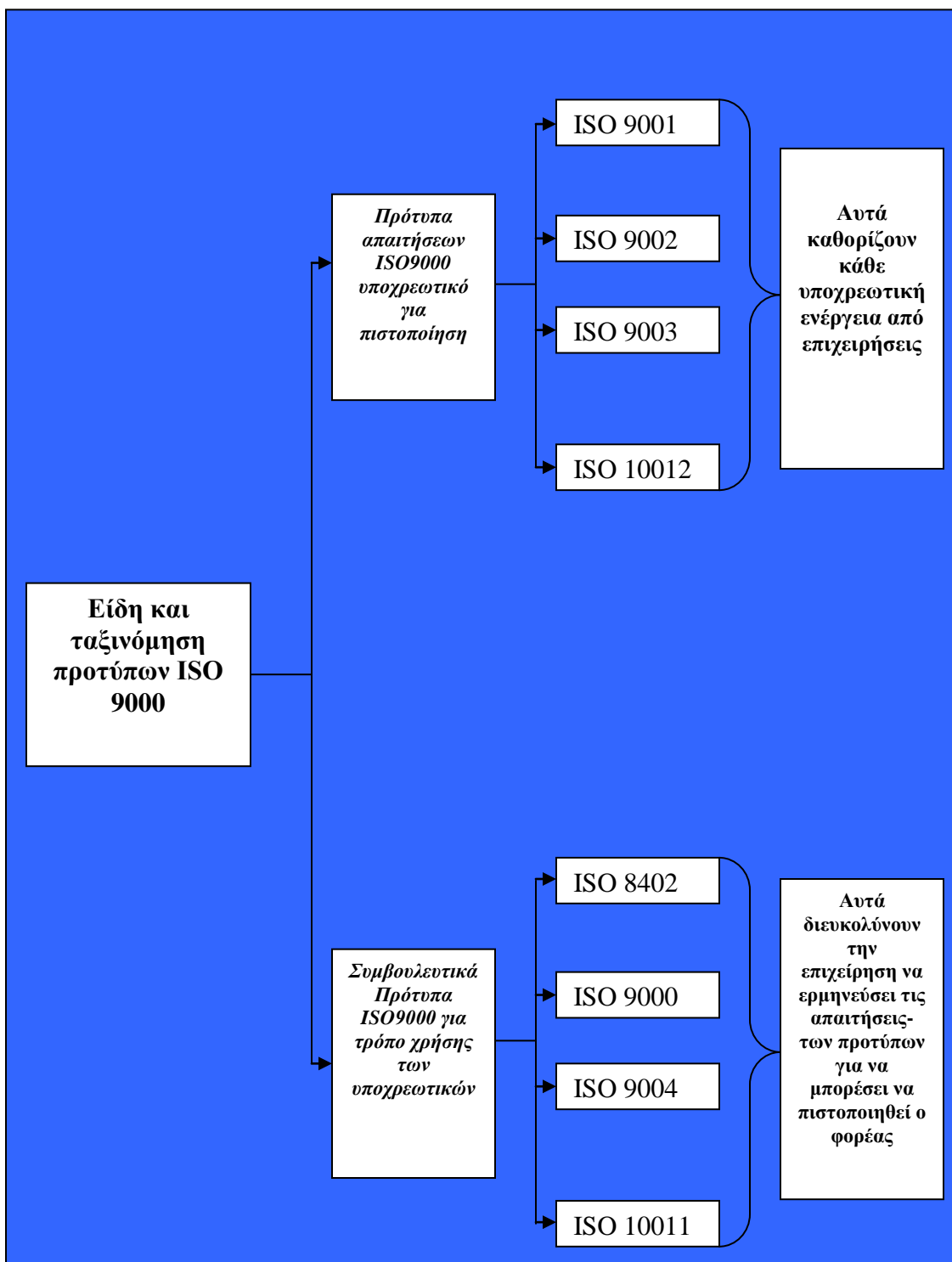
Σύμφωνα με τον Αγγελίδης Κ.Δ (2001: σελ 20), η οικογένεια προτύπων ISO9000 περιλαμβάνει τα ακόλουθα πρότυπα (ΒΛΕΠΕ ΠΙΝΑΚΑ 2.2- Rabbitt, J.T and Bergh, P.A 1993: 166):

Ορολογία	
ISO 8402: Ποιότητα: Λεξικό (ορολογία)	
Διαχείριση Ποιότητας και πρότυπα διασφάλισης ποιότητας	
ISO 9000-1	Μέρος 1: Οδηγίες για επιλογή και χρήση (Μοντέλων Διασφάλισης Ποιότητας)
ISO 9000-2	Μέρος 2: Γενικές Οδηγίες για την εφαρμογή των ISO9001, ISO 9002 και ISO 9003
ISO 9000-3	Μέρος 3: Οδηγίες για την εφαρμογή του ISO 9001 στην ανάπτυξη, προμήθεια και συντήρηση Λογισμικού.
ISO 9000-4	Μέρος 4: Οδηγός στη Διαχείριση Προγράμματος Αξιοπιστίας
Συστήματα Διασφάλισης ποιότητας	
ISO 9001:	Μοντέλο για Διασφάλιση

<p>ISO 9002:</p> <p>ISO 9003:</p>	<p>Ποιότητας και σχεδιασμού, στην ανάπτυξη, στην παραγωγή, στην εγκατάσταση και στις συνακόλουθες υπηρεσίες.</p> <p>Μοντέλο για Διασφάλιση Ποιότητας στην Παραγωγή, στην Εγκατάσταση και στις συνακόλουθες υπηρεσίες.</p> <p>Μοντέλο για Διασφάλιση Ποιότητας στην τελική Επιθεώρηση και δοκιμή.</p>
<p>Διαχείριση ποιότητας και στοιχεία συστήματος διασφάλισης ποιότητας</p>	
<p>ISO 9004-1:</p> <p>ISO 9004-2:</p> <p>ISO 9004-3:</p> <p>ISO 9004-4:</p>	<p>Μέρος 1: Οδηγίες.</p> <p>Μέρος 2: Οδηγίες για υπηρεσίες.</p> <p>Μέρος 3: Οδηγίες για υλικά που υφίστανται διεργασία.</p> <p>Μέρος 4: Οδηγίες για βελτίωση ποιότητας.</p>
<p>Οδηγίες για ανεξάρτητη εξέταση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας</p>	
<p>ISO 10011-1:</p> <p>ISO 10011-2:</p>	<p>Μέρος 1 : Ανεξάρτητη Εξέταση.</p> <p>Μέρος 2: Κριτήρια προσόντων για ανεξάρτητους εξεταστές συστημάτων Διασφάλισης Ποιότητας.</p>

ISO 10011-3:	Μέρος3 : Διαχείριση προγραμμάτων ανεξάρτητων εξετάσεων.
Απαιτήσεις διασφάλισης ποιότητας για εξοπλισμό μετρήσεων	
ISO 10012-1:	Μέρος 1: Διαχείριση εξοπλισμού μετρήσεων
Ανάπτυξη εγχειριδίου ποιότητας	
ISO 10013:	Οδηγίες για ανάπτυξη εγχειριδίου ποιότητας

Συνεχίζοντας και με βάση το ΣΧΗΜΑ 2.2 θα ταξινομήσουμε τα στοιχεία τα οποία προαναφέραμε στο ΠΙΝΑΚΑ 2.2. Συγκεκριμένα(Δερβισιώτης2001:483):



Τα πρότυπα στη σειρά ISO9000 (ή EN29000) διαμορφώθηκαν με σκοπό να είναι σχετικά και χρήσιμα σ' όλες τις κατηγορίες επιχειρήσεων (Rabbitt, J.T and Bergh, P.A 1993:166). Αυτό σημαίνει ότι μπορούν να χρησιμοποιηθούν από

βιομηχανίες για χημικά ή ηλεκτρονικά προϊόντα για χάλυβα ή για είδη χαρτιού κ.λ.π. Συγχρόνως χρησιμοποιείται και σ' εταιρίες παροχής υπηρεσιών, όπως ασφαλιστικές, ιατρικής περίθαλψη κ.λ.π (Αυγερινός, Ι 1995:45).

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφική προσέγγιση του προτύπου ISO:9000, οι θεωρητικοί κατέληξαν ότι το συγκεκριμένο αναφέρετε σε έξι διαφορετικές κατηγορίες (T. van der Wiele, J. van Iwaarden, R. Williams and B. Dale,2004: 2-4) - (Δίπλα σε κάθε κατηγορία αναφέρουμε και θεωρητικούς που τη μελέτησαν όπως αυτοί δίνονται από το άρθρο):

1. Η σχέση μεταξύ του ISO 9000 και του TQM – Το ISO 9000 υποστηρίζει στην ανάπτυξη της ολικής ποιότητας. (Σ' αυτήν τη κατηγορία σύμφωνα με το άρθρο αναφέρθηκαν οι Askey and Dale, 1994; Bradley, 1994; Stephens, 1994; Meegan and Taylor, 1997; Van der Wiele et al., 1997; Brown et al., 1998; Kanji, 1998; Quazi and Padibjo, 1998; Macadam and McKeown, 1999; Lee, 1995; Jones et al., 1997; Singels et al., 2001; Yahya and Goth, 2001; Williams, 1997; Koch an, 1993; Brecka, 1994).
2. Τα πλεονεκτήματα του ISO 9000 , βοηθούν στη μείωση του κόστους. (Singels et al., 2001; Llopis and Tarí, 2003).
3. Το ISO 9000 βοηθά στη βελτίωση και την ανάπτυξη ενός οργανισμού (Heras et al, 2002; Buzzer and Wireman, 1981; Craig and Douglas, 1982; Phillips et al., 1983; Jacobson nd Aaker, 1987; Capon et al., 1990; Rust et al., 1994; Maani et al., 1994; Flynn et al., 1995 and 1997; Forker et al., 1996; Caruana and Pitt, 1997; Adam et al., 1997; Ebrahimpour et al., 1997; Mann and Kehoe, 1994; Buttle, 1997; Quazi and Padibjo, 1998; Lloyd's Register of Quality Assurance, 1993; Institute of Quality Assurance, 1993; Brecka, 1994; Terziovski et al., 1997; Corrigan, 1994; Handoff, 1993; Johannes, 1995; Stephens, 1994).
4. Οι χρήσεις του ISO 9000 αναφέρονται σε διαφορετικούς τύπους οργανισμών και έχουν εφαρμογή σε κάθε κατάσταση η οποία σχετίζεται με τη ποιότητα (Brown et al, 1998; Heras et al, 2002).

5. Η μακροχρόνια χρήση και εφαρμογή του ISO 9000 – βοηθά σε μελλοντική ανάπτυξη του οργανισμού (Gotzamani and Tsiotras, 2001; Terziovski et al., 2003).
6. Τα κίνητρα στην εφαρμογή του ISO 9000 – παρουσιάζονται στην αλυσίδα αξίας της οποιασδήποτε επιχείρησης (Gotzamani and Tsiotras, 2001).

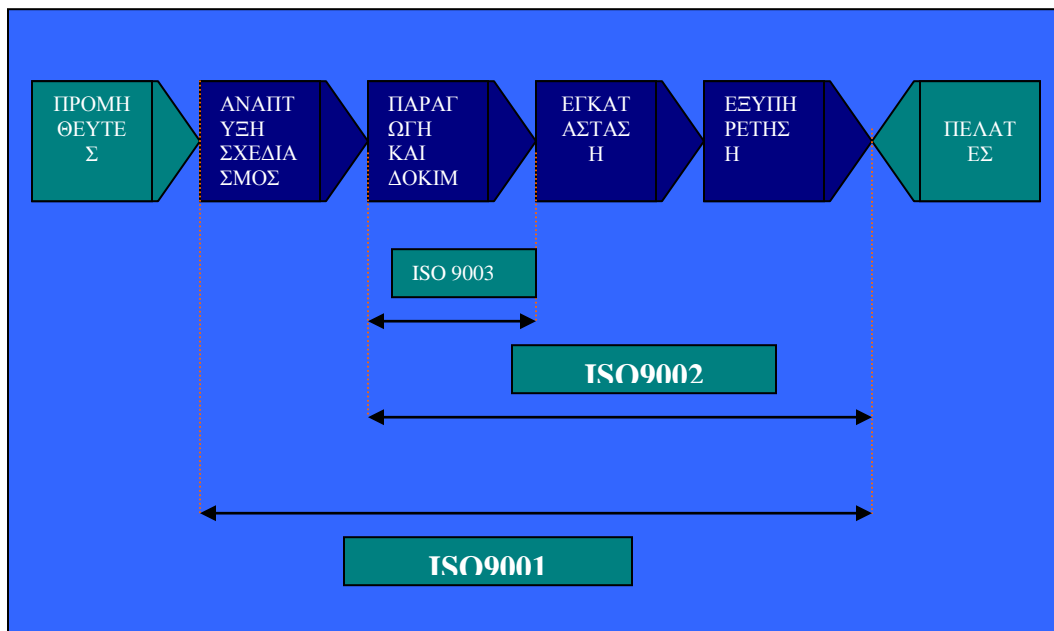
Στη σειρά προτύπων ISO9000, έχουμε δύο βασικές κατηγορίες προτύπων. Στη πρώτη εντοπίζονται, τα πρότυπα απαιτήσεων για πιστοποίηση, τα ISO9000, ISO9002, ISO9003 και ISO10012. Μια επιχείρηση θα πρέπει υποχρεωτικά να επιλέξει ένα από αυτά για να πιστοποιηθεί από κάποιον αρμόδιο φορέα. Στη δεύτερη κατηγορία έχουμε μια σειρά από άλλα, καθοδηγητικά πρότυπα, τα ISO8402, ISO9000, ISO9004 και ISO10011. Αυτά έχουν συμβουλευτικό για την επιχείρηση χαρακτήρα και αφορούν τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση θ' ερμηνεύσει τις απαιτήσεις του επιλεγμένου υποχρεωτικού προτύπου που θα χρησιμοποιήσει για πιστοποίηση (Wilkinson G and Dale.G.B, 2002:284-297)

Τα τρία μοντέλα Διασφάλισης Ποιότητας ISO9000, ISO9002, ISO9003, έχουν μια άμεση σχέση μεταξύ τους. Συγκεκριμένα κατά τη μετάβαση από το ISO9003 στο ISO9002 αυξάνεται ο βαθμός συμμόρφωσης, λόγω των επιπλέον διεργασιών της προμήθειας και της εγκατάστασης, όπως συμβαίνει και κατά την μετάβαση από το ISO9002 στο ISO9001, λόγω των επιπλέον διεργασιών του σχεδιασμού και της ανάπτυξης, καθώς και των συνακολούθων υπηρεσιών. Η γενική περιγραφή των βασικών προτύπων έχει ως εξής(Δερβισιώτης2001:484):

1. ISO 9001: Το ISO 9001 εφαρμόζεται για τη προσαρμογή σε συγκεκριμένες τεχνικές απαιτήσεις στα στάδια ανάπτυξης και σχεδίασης ενός προϊόντος, στην παραγωγή και στην εγκατάσταση του αλλά και στον τρόπο εξυπηρέτησης. Τέλος σχετίζεται και με τη διαδικασία της πώλησης ενός προϊόντος.
2. ISO 9002: Το ISO 9002 χρησιμοποιείται όταν απαιτείται συμμόρφωση του προμηθευτή με τις τεχνικές προδιαγραφές μόνο στα στάδια παραγωγής και εγκατάστασης. Στην αναθεωρημένη μορφή του, περιλαμβάνει

επισκευές ή την εξυπηρέτηση που σχετίζεται με προϊόντα μετά τη πώληση τους, όπως το ISO9001.

3. Το ISO 9003: Το ISO 9003 χρησιμοποιείται μόνο για τη ταύτιση με τη φάση των τελικών δοκιμών και της επιθεώρησης ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Εξελισσόμενο έχει διευρύνει τις δράσεις του περιλαμβάνοντας και επιθεωρήσεις συμβάσεων, ελέγχους των προϊόντων προς παράδοση σε πελάτες, παραγωγικές δραστηριότητες και εσωτερικούς ελέγχους ποιότητας. Ενθαρρύνεται, επίσης η αυξημένη συμμετοχή του μάνατζερ. Η σύγκριση των παραπάνω πιο εξειδικευμένων προτύπων της σειράς ISO9000 δίνεται μέσα από το ΣΧΗΜΑ 2.3 (Δερβισιώτης2001:484)



Προκειμένου μια επιχείρηση να μπορέσει να πιστοποιηθεί με βάση τα πρότυπα του ISO-9000, θα πρέπει να ικανοποιήσει ένα σύνολο απαιτήσεων που αφορούν το σχεδιασμό για τις απαραίτητες διαδικασίες. Οι απαιτήσεις αυτές παρουσιάζονται στο ΠΙΝΑΚΑ 2.3

Οι απαιτήσεις για το γενικό πρότυπο ISO-9001:1994

1. Οι αρμοδιότητες και ευθύνες της διοίκησης
2. Χαρακτηριστικά του συστήματος ποιότητας και του αντίστοιχου εγχειριδίου που προσδιορίζει τον τρόπο λειτουργίας του.
3. Διαδικασία αξιολόγησης συμβολαίων με τρίτους, για το σαφή ορισμό των απαιτήσεων και της ικανότητας για συμμόρφωση.
4. Έλεγχος σχεδίασης προϊόντος με διαδικασίες που διασφαλίζουν την ικανότητα συμμόρφωσης στις προδιαγραφές κ.α
5. Έλεγχος στοιχείων τεκμηρίωσης και δοκιμών.
6. Διαδικασία προμηθειών
7. Έλεγχος προϊόντων-εισροών από προμηθευτές.
8. Κωδικοποίηση και ικανότητα παρακολούθησης προϊόντων.
9. Έλεγχος παραγωγικής διαδικασίας.
10. Επιθεώρηση τελικού προϊόντος και δοκιμές.
11. Έλεγχος εξοπλισμού για μετρήσεις, δοκιμές και αναγκαίους ελέγχους.
12. Διαδικασίες επιθεώρησης και διαγνωστικών δοκιμών κατάστασης.
13. Έλεγχος προϊόντων που δεν συμμορφώνονται στις προδιαγραφές.
14. Διαδικασίες για δράσεις διορθωτικού και προληπτικού ελέγχου.
15. Διαδικασίες εσωτερικής διακίνησης, συσκευασίας, διατήρησης και διάθεση/ διανομή προϊόντος

16. Διαδικασία για τήρηση αρχείων ποιότητας.

17. Διαδικασίες εσωτερικών ελέγχων ποιότητας.

18. Πρόγραμμα εκπαίδευσης όλων των εργαζόμενων και υπευθύνων για θέματα ποιότητας

19. Διαδικασίες για εξυπηρέτηση πελατών.

20. Επιλογή και χρήση κατάλληλων στατιστικών μεθόδων για ποιότητα.

Ανάλογα με το είδος και τη πιστοποίηση που επιθυμεί μια επιχείρηση, σε αντιστοιχία με τις δραστηριότητες της, απαιτούνται διαφορετικές δράσεις, με βάση τις οποίες θα γίνει η αναγκαία αξιολόγηση. Για τα διαφορετικά πρότυπα, οι ενδεδειγμένες για κάθε πρότυπο δράσεις συνοψίζονται στο ΠΙΝΑΚΑ 2.4.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΩΝ ISO 9001, 9002 ΚΑΙ 9003

<u>ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ</u>	<u>ISO-9001</u>	<u>ISO-9002</u>	<u>ISO-9003</u>
Αρμοδιότητες και ευθύνες διοίκησης	X	X	X
Χαρακτηριστικά του συστήματος ποιότητας και του αντίστοιχου εγχειριδίου που προσδιορίζει τον τρόπο λειτουργίας του	X	X	X
Διαδικασία αξιολόγησης συμβολαίων με τρίτους	X	X	-
Έλεγχος σχεδιασμού	X	-	X
Έλεγχος σχεδίασης προϊόντος	X	X	X
Έλεγχος στοιχείων τεκμηρίωσης και δοκιμών	X	X	X

Διαδικασία Προμηθειών	X	X	X
Έλεγχος προϊόντων εισροών από προμηθευτές	X	X	X
Κωδικοποίηση παρακολούθηση	X	X	X
Έλεγχος παραγωγικής διαδικασίας	X	X	X
Εξοπλισμός επιθεώρησης, μέτρησης και δοκιμής	X	X	X
Έλεγχος εξοπλισμού	X	X	X
Ενέργεια επανόρθωσης	X	X	X
Χειρισμός, αποθήκευση, πακετοποίηση και παράδοση	X	X	X
Αρχεία ποιότητας	X	X	X
Εσωτερικός έλεγχος ποιότητας	X	X	X
Εκπαίδευση	X	X	X
Υπηρεσίες	X	X	X
Στατιστικές τεχνικές	X	X	-
Χρήση στατιστικών εργαλείων	X	X	X

5.2. ΚΑΝΟΝΕΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ & ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Ως μέσω ατομικής προστασίας ορίζεται οποιοσδήποτε εξοπλισμός, τον οποίο φορά ή κρατά ο εργαζόμενος για να προστατεύεται από έναν ή περισσότερους κινδύνους. Τα ΜΑΠ πρέπει ν' ανταποκρίνονται στις επιπτώσεις του κάθε κινδύνου, να μπορούν να μειώνουν την επικινδυνότητα. Τα ΜΑΠ πρέπει

να επιλέγονται με βάση τις συνθήκες εργασίας. Σημαντικός παράγον σε σχέση με τη παραγωγή αποτελεσματικών και ποιοτικών ΜΑΠ, είναι η τάση του κατασκευαστή να ακολουθεί και να καλύπτει τις τεχνικές προδιαγραφές της Ε.Ε.(Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού.,(2010),

Σύμφωνα με την οδηγία του Συμβουλίου 89/686/ΕΟΚ της 21 Δεκεμβρίου του 1989 οι κατηγορίες που σχετίζονται με τα μέτρα ατομικής προστασίας του εργαζόμενου είναι οι ακόλουθες:

Η I Κατηγορία αναφέρετε αποκλειστικά στα μέτρα ατομικής προστασίας που προστατεύουν το χρήστη από τα ακόλουθα(EuropeAid.,(1990),:

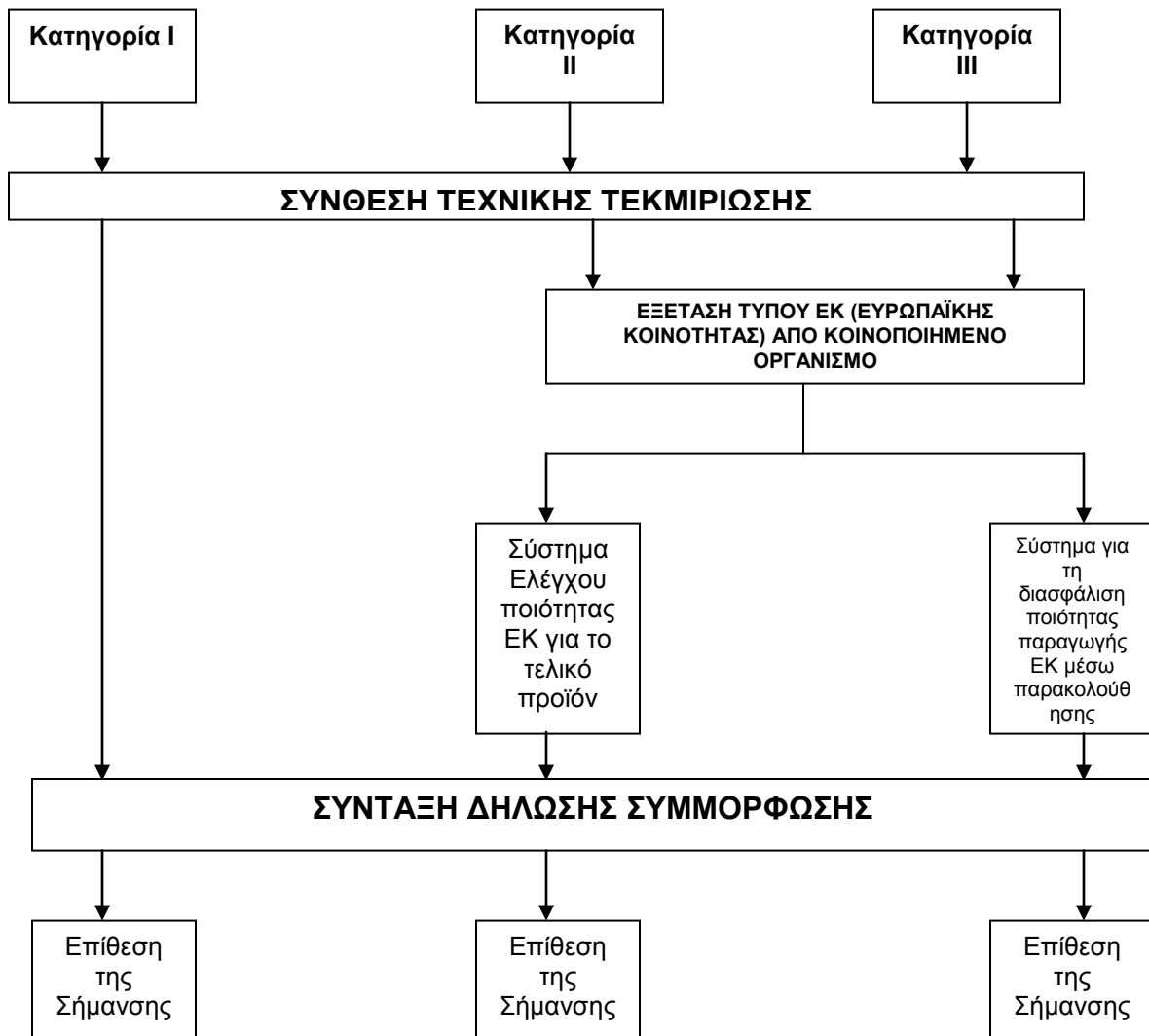
1. Λίγο Βλαβερά προϊόντα καθαρισμού με εύκολα αντιστρεπτές συνέπειες.
2. Κίνδυνοι οι οποίοι προέρχονται από τη χρήση αντικειμένων που εκπέμπουν θερμότητα η οποία ξεπερνά τους 50° C και τα οποία δεν προκαλούν επικίνδυνες προσκρούσεις.
3. Μη εξαιρετικές και ακραίες ατμοσφαιρικές συνθήκες.
4. Μικρές προσκρούσεις οι οποίες δεν επηρεάζουν ζωτικά σημεία του σώματος και δε μπορούν να προκαλέσουν βλάβες.

Η III Κατηγορία περιλαμβάνει τα ακόλουθα(EuropeAid.,(1990),:

1. Τα μέσα τα οποία χρησιμοποιούνται για να προστατεύσουν τους αναπνευστικές οδούς.
2. Τα μέσα προφύλαξης των αναπνευστικών οδών που απομονώνουν απολύτως από περιβάλλον.
3. Τα μέσα προστασίας που εξασφαλίζουν χρονικών περιορισμένη προστασία από τις χημικές ουσίες του περιβάλλοντος και τις ιονίζουσες ακτινοβολίες.
4. Τα μέσα επέμβασης σε χώρους με υψηλή θερμοκρασία όπου τα αποτελέσματα είναι συγκρίσιμα από το περιβάλλον στο οποίο η θερμοκρασία του αέρα είναι ίση προς 100° C ή τους υπερβαίνει ανεξάρτητα από τη παρουσία υπέρυθρης ακτινοβολίας φλογών.

5. Τα μέσα επέμβασης σε ψυχρούς χώρους.
6. Τα ΜΑΠ που προορίζονται να προστατεύουν κατά των πτώσεων από ύψος.
7. Τα ΜΑΠ που προορίζονται να προστατεύουν από τον ηλεκτρισμό.

Η ΙΙ Κατηγορία συμπεριλαμβάνει όλα τα ΜΑΠ, αυτό δε καθιστά αναγκαία τη παράθεση σχετικού καταλόγου. Στο ακόλουθο σχήμα παραθέτουμε τη σχέση των άνωθεν κατηγοριών με τις αρχές που ορίστηκαν από την παρούσα Ευρωπαϊκή οδηγία. Αναλυτικά:



χήμα 3.1: Καθορισμός Κατηγοριών ΜΑΠ.

Πηγή: EuropeAid.,(1990), Οδηγός για την εφαρμογή της Οδηγίας 89/686/ΕΟΚ σχετικά με τα ΜΑΠ, Ανάκτησης τις 2-6-2010 από http://www.europa.eu.int/comm./enterprises/mechan_equipment/ppe/categorizationguide.htm

Πριν ένα μοντέλο ατομικής προστασίας διατεθεί στην αγορά, ο κατασκευαστής θα πρέπει να ταυτιστεί με τις Ευρωπαϊκές οδηγίες. Η ταύτιση αυτή είναι προϊόν της ακολουθίας των οδηγιών της II και III κατηγορίας. Ο κατασκευαστής οφείλει να συμπληρώσει έναν τεχνικό φάκελο, τον οποίο και θα καταθέσει. Ο τεχνικός αυτός φάκελος θα πρέπει να περιλαμβάνει(EuropeAid.,(1990):

1. Τα γενικά σχέδια λειτουργιών των ΜΑΠ, συναρτήσει των ευρύτερων υπολογισμών του αλλά και των δοκιμών στους οποίους έχει υποβάλει τα προϊόντα του.
2. Πλήρη κατάλογο των απαιτήσεων ασφαλείας και υγείας.
3. Ελέγχους σχετικούς με τη ταύτιση των δοκιμών που θα κάνει στα προϊόντα του σε σχέση με τις Ευρωπαϊκές οδηγίες.
4. Αντίγραφο των τεχνικών πληροφοριών το οποίο θα μοιραστεί σε κάθε ενδιαφερόμενο.

5.3.ΥΓΙΕΙΝΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η υγιεινή των τροφίμων αναφέρετε στα μέτρα και τους όρους που είναι αναγκαία για τον έλεγχο των κινδύνων και για την εξασφάλιση της καταλληλότητας των τροφίμων για ανθρώπινη κατανάλωση.

Η βεβαιότητα ότι τα τρόφιμα δεν θα προκαλέσουν δυσμενείς επιπτώσεις στην υγεία του τελικού καταναλωτή, όταν παρασκευάζονται και καταναλώνονται.

Όλοι οι υπεύθυνοι επιχειρήσεων τροφίμων εξασφαλίζουν ότι όλα τα στάδια για τα οποία είναι υπεύθυνοι, από την πρωτογενή παραγωγή έως και την προσφορά προς πώληση ή διάθεση τροφίμων στον τελικό καταναλωτή,

εκτελούνται με υγιεινό τρόπο, σύμφωνα με τον παρόντα κανονισμό.

Οι υπεύθυνοι επιχειρήσεων τροφίμων στο επίπεδο της πρωτογενούς παραγωγής και ορισμένες συναφείς δραστηριότητες οφείλουν να συμμορφώνονται προς τις γενικές διατάξεις υγιεινής του μέρους Α του παραρτήματος Ι. Οι παρεκκλίσεις δύνανται να εγκριθούν σε ότι αφορά τις μικρές εκμεταλλεύσεις, εφόσον αυτό δεν θίγει τους στόχους του κανονισμού.

Οι σχετικές συναφείς δραστηριότητες είναι:

- η μεταφορά, ο χειρισμός και η αποθήκευση πρωτογενών προϊόντων στον τόπο παραγωγής όταν η φύση τους δεν έχει τροποποιηθεί σημαντικά·
- η μεταφορά, από τον τόπο παραγωγής προς ένα κατάστημα, προϊόντων αλιείας και άγριων ζώων κυνηγίου, όταν η φύση τους δεν έχει σημαντικά τροποποιηθεί.

Εξάλλου, οι υπεύθυνοι επιχειρήσεων τροφίμων που ασκούν άλλες δραστηριότητες εκτός της πρωτογενούς παραγωγής οφείλουν να συμμορφώνονται προς τις γενικές διατάξεις υγιεινής του παραρτήματος ΙΙ. Το παράρτημα αυτό περιέχει αναλυτικές διατάξεις σχετικά με:

- τις συνθήκες μεταφοράς·
- τους εξοπλισμούς·
- τα απορρίμματα τροφών·
- την παροχή νερού·
- την προσωπική υγιεινή των προσώπων που έρχονται σε επαφή με τρόφιμα·
- τα ίδια τα τρόφιμα·
- την πρώτη και τη δεύτερη συσκευασία·
- τη θερμική επεξεργασία, που επιτρέπει τη μεταποίηση ορισμένων τροφίμων·
- την κατάρτιση των επαγγελματιών του κλάδου.

Τα κράτη μέλη μπορούν να προσαρμόζουν τις απαιτήσεις του παραρτήματος ΙΙ με σκοπό να καλύψουν τις ανάγκες επιχειρήσεων τροφίμων, οι

οποίες βρίσκονται σε περιοχές που πλήττονται από ειδικές γεωγραφικές δυσχέρειες ή αντιμετωπίζουν δυσκολίες εφοδιασμού και οι οποίες εξυπηρετούν την τοπική αγορά, ή με σκοπό να ληφθούν υπόψη παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής και το μέγεθος των εκμεταλλεύσεων. Η επίτευξη των στόχων της υγιεινής των τροφίμων δεν πρέπει να τίθεται σε κίνδυνο.

Εξάλλου όλοι οι επιχειρηματίες του επισιτιστικού τομέα οφείλουν να τηρούν τις διατάξεις του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 853/2004 ως προς τους ειδικούς κανόνες που ισχύουν για τα τρόφιμα.

Οι υπεύθυνοι εστιατορίων εκτός του επιπέδου της πρωτογενούς παραγωγής οφείλουν να εφαρμόζουν τις αρχές του Συστήματος Ανάλυσης Κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (HACCP) που θεσπίστηκε από τον Codex Alimentarius (συλλογή διεθνών κανόνων για τα τρόφιμα που καταρτίστηκε στο πλαίσιο των εργασιών του Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών).

Οι εν λόγω αρχές προβλέπουν έναν αριθμό απαιτήσεων που θα πρέπει να τηρούνται καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου παραγωγής, της μεταποίησης και της διανομής ώστε να γίνεται δυνατός, χάρη στην ανάλυση των κινδύνων, ο προσδιορισμός των κρίσιμων σημείων που πρέπει απαραίτητως να ελέγχονται ώστε να διασφαλίζεται η ασφάλεια των τροφίμων:

- εντοπισμός κάθε τυχόν κινδύνου, ο οποίος πρέπει να προληφθεί, να εξαλειφθεί ή να μειωθεί σε αποδεκτά επίπεδα·
- εντοπισμός των κρίσιμων σημείων ελέγχου στο στάδιο ή στα στάδια, στα οποία ο έλεγχος είναι ουσιαστικής σημασίας·
- καθορισμός κρίσιμων ορίων, πέρα από τα οποία απαιτείται παρέμβαση·
- καθορισμός και εφαρμογή αποτελεσματικών διαδικασιών παρακολούθησης στα κρίσιμα σημεία ελέγχου·
- καθορισμός διορθωτικών μέτρων, όταν η παρακολούθηση υποδεικνύει ότι ένα κρίσιμο σημείο ελέγχου βρίσκεται εκτός ελέγχου·
- θέσπιση διαδικασιών αυτοελέγχου για τον έλεγχο της αποτελεσματικότητας

των λαμβανόμενων μέτρων·

- κατάρτιση μητρώων προοριζόμενων για την απόδειξη της ουσιαστικής εφαρμογής των μέτρων αυτών και τη διευκόλυνση των επισήμων ελέγχων από την αρμόδια αρχή.

Τα κράτη μέλη ενθαρρύνουν τους υπευθύνους επιχειρήσεων τροφίμων να καταρτίζουν οδηγούς ορθής πρακτικής, οι οποίοι περιλαμβάνουν οδηγίες για τη συμμόρφωση προς τους γενικούς κανόνες υγιεινής και προς τις αρχές του HACCP. Τα κράτη μέλη αξιολογούν τους εθνικούς οδηγούς για να εξασφαλίσουν ότι το περιεχόμενο των οδηγιών αυτών είναι εφαρμόσιμο, ότι έχουν καταρτισθεί λαμβάνοντας υπόψη τον συνιστώμενο διεθνή κώδικα πρακτικής - γενικές αρχές υγιεινής των τροφίμων του Codex Alimentarius, και ότι έχει ζητηθεί η γνώμη όλων των ενδιαφερομένων που επηρεάζονται ουσιαστικά. Τα κράτη μέλη διαβιβάζουν στην Επιτροπή μόνο τους εθνικούς οδηγούς που έχουν διαπιστώσει ότι συμμορφώνονται με τα παραπάνω, και η Επιτροπή τηρεί μητρώο των οδηγιών αυτών.

Εάν ένα κράτος μέλος ή η Επιτροπή θεωρούν ότι υπάρχει ανάγκη ενιαίων κοινοτικών οδηγιών, η Επιτροπή εξετάζει την ανάγκη έκδοσης των εν λόγω οδηγιών. Οι μόνιμες επιτροπές που επικουρούν την Επιτροπή εξασφαλίζουν ότι το περιεχόμενο των οδηγιών αυτών είναι εφαρμόσιμο, ότι έχουν καταρτισθεί λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές αρχές υγιεινής των τροφίμων του Codex Alimentarius και τους εθνικούς οδηγούς, και ότι έχει ζητηθεί η γνώμη όλων όσων τα συμφέροντα επηρεάζονται ουσιαστικά από τους οδηγούς αυτούς.

Οι υπεύθυνοι επιχειρήσεων τροφίμων μπορούν να ανατρέχουν είτε στους εθνικούς είτε στους κοινοτικούς οδηγούς. Οι υπεύθυνοι επιχειρήσεων τροφίμων πρέπει να συνεργάζονται με τις αρμόδιες αρχές και ειδικά να φροντίζουν ώστε όλες οι εγκαταστάσεις που τελούν υπό τον έλεγχό τους καταχωρίζονται από την αρμόδια αρχή και να τηρούν αυτή την τελευταία ενήμερη ως προς τις αλλαγές κατάστασης (παραδείγματος χάρη, το κλείσιμο της επιχείρησης).

Όταν η εθνική ή κοινοτική νομοθεσία το απαιτεί, οι επιχειρήσεις τροφίμων πρέπει να εγκρίνονται από την αρμόδια αρχή και δεν επιτρέπεται η λειτουργία

τους χωρίς την έγκριση αυτή.

Σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 178/2002, οι υπεύθυνοι του τομέα τροφίμων εφαρμόζουν συστήματα και διαδικασίες που επιτρέπουν την ιχνηλασιμότητα των συστατικών και των τροφίμων και, αν χρειάζεται, των ζώων που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή των τροφίμων.

Επίσης, όταν υπεύθυνος επιχείρησης τροφίμων διαπιστώσει ότι ορισμένα τρόφιμα παρουσιάζουν σοβαρό κίνδυνο για την υγεία, οφείλει να αποσύρει αμέσως τα συγκεκριμένα τρόφιμα από την αγορά και να ενημερώνει την αρμόδια αρχή καθώς και τους χρήστες.

5.4.ΤΗΡΗΣΗ ΚΑΝΟΝΩΝ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Από το 1920 ξεκίνησε στο Ελληνικό κράτος η δημιουργία νομοθετημάτων που καλύπτουν τομείς της ασφάλειας και υγιεινής των εργαζομένων. Από τότε μέχρι σήμερα έχει δημιουργηθεί μια μεγάλη σειρά νομοθετημάτων για γενικούς ή ειδικούς κανόνες ασφάλειας. Για παράδειγμα το Π.Δ. 95/78 που δημοσιεύθηκε στο Φ.Ε.Κ. (Φύλλο Εφημερίδας της Κυβερνήσεως) 47/Α/31-3-78, «περί μέτρων υγιεινής και ασφάλειας των απασχολουμένων εις εργασίας συγκολλήσεων».

Οι φορείς του Ελληνικού κράτους που είναι υπεύθυνοι στον τομέα της υγιεινής και ασφάλειας των εργαζομένων, είναι το Υπουργείο Εργασίας και το Υπουργείο Βιομηχανίας. Το Υπουργείο Εργασίας ελέγχει, μαζί με τα κατά τόπους γραφεία Επιθεώρησης Εργασίας, την τήρηση και εφαρμογή των κανονισμών που ισχύουν, ενώ το Υπουργείο Βιομηχανίας ελέγχει τις βιομηχανικές και παραγωγικές εγκαταστάσεις και έμμεσα συμβάλλει στην ασφάλεια. Τέλος, το Ι.Κ.Α. (Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων) φροντίζει για την περίθαλψη των εργαζομένων από εργασιακά ατυχήματα, ελέγχοντας τις σχετικές διαδικασίες. Σε κάθε περίπτωση εργασιακού ατυχήματος ο εργοδότης είναι υποχρεωμένος να ενημερώσει σχετικά την Επιθεώρηση Εργασίας. Για τον έλεγχο πιθανών αστικών ευθυνών, ο εργοδότης είναι υποχρεωμένος να ενημερώσει και την τοπική Αστυνομία (Σ.Δοντάς, Ξ.Κομηνός)

Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα, στη λογική της σύγκλισης όλων των διαφορετικών πολιτικών των κρατών-μελών (πολιτική για την οικονομία κ.λπ.), αναζητεί συνεχώς, με σχετικές αποφάσεις, τη σύγκλιση και στον τομέα της Υγιεινής και ασφάλειας. Από το 1974 μέχρι σήμερα έχουν ληφθεί αρκετές σχετικές αποφάσεις. Η δυσκολία που υπάρχει στην εξασφάλιση της ενιαίας πολιτικής ασφάλειας έγκειται στη διαφορετικότητα της νοοτροπίας και της πρακτικής των πολιτών των κρατών – μελών. Το γεγονός αυτό έχει οδηγήσει στη μεμονωμένη και αποσπασματική αντιμετώπιση του προβλήματος της υγιεινής και ασφάλειας από κάθε κράτος – μέλος ξεχωριστά, με προφανή αποτελέσματα, ιδιαίτερα για τις περιπτώσεις των πολυεθνικών εταιριών, που διατηρούν παραγωγικές μονάδες σε διάφορες χώρες. Τα τελευταία χρόνια επιχειρείται μία καλύτερη προσέγγιση όλων των κρατών – μελών, τα αποτελέσματα της οποίας αναμένεται να φανούν στο εγγύς μέλλον.

Αναγκαίος και βασικός κανόνας είναι η σχολαστική καθαριότητα στο χώρο, στα υλικά, στις μηχανές, στα χέρια και γενικότερα στα ρούχα και στο σώμα. Η νομοθεσία για τα προϊόντα διατροφής αποτελεί τη νομική βάση για την παρασκευή, τη διάθεση και την κατανάλωσή τους με στόχο την προστασία της δημόσιας υγείας. Με αυτόν τον τρόπο:

1. Πραγματοποιούνται έλεγχοι για τις ενδείξεις που αφορούν τη σύνθεση, την ποιότητα, την ποσότητα και τη διάρκεια του προϊόντος.
2. Υπόκεινται σε αυστηρό έλεγχο οι διαδικασίες παραγωγής, συντήρησης, μεταφοράς και διάθεσης τροφίμων.
3. Υπάρχει ένα ειδικό εγχειρίδιο του ΕΦΕΤ που αναφέρει λεπτομερώς τους σχετικούς νόμους και διατάγματα. Οι εργαζόμενοι στο χώρο της κουζίνας θα πρέπει να έχουν παρακολουθήσει σεμινάρια με θέματα την υγιεινή και την ασφάλεια των τροφίμων (HACCP).

5.5.ΣΧΕΔΙΟ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΑΤΥΧΗΜΑΤΩΝ

Υπάρχουν προδιαγραφές βάσει των οποίων δίνεται η άδεια λειτουργίας

του εστιατορίου από φορείς όπως ΔΕΗ, Πυροσβεστική και Υγειονομική Υπηρεσία. Δυστυχώς δεν είναι γνωστοί οι κίνδυνοι που προκαλούν τα πιο συχνά ατυχήματα. Είναι κανόνας η έκφραση «Το να προλαμβάνεις αξίζει περισσότερο από το να θεραπεύεις». Αυτή η εντολή θα πρέπει να ισχύει για κάθε κουζίνα. Για αυτό θα πρέπει να έχει εγκαταστήσει πρόγραμμα πρόληψης ατυχημάτων, λαμβάνοντας υπόψη τους ειδικούς κινδύνους του συγκεκριμένου χώρου: την εκπαίδευση των εργαζομένων στη λειτουργία των μηχανημάτων και εξοπλισμού της κουζίνας, βάσει των τεχνικών χαρακτηριστικών τα οποία αναφέρονται από τον κατασκευαστή. Έτσι διασφαλίζεται η ασφάλεια των εργαζομένων, μειώνεται ο αριθμός των ατυχημάτων και όλες εκείνες οι δυσάρεστες καταστάσεις που αυτά συνεπάγονται (αντικαταστάσεις, ασφάλειες, δικαστικά έξοδα κ.λπ.). Ας μην ξεχνάμε και το σημαντικότερο, πως διακινδυνεύει και η φήμη του εστιατορίου.

5.6.ΣΩΣΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ.

Είναι σαφείς οι περιγραφές της ποιότητας, του μεγέθους, του βάρους, της ποσότητας, και άλλων παραγόντων που συνθέτουν το προϊόν που είναι αναγκαίο για τη συγκεκριμένη χρήση που προορίζεται. Τα στοιχεία αυτά, πρέπει να οδηγούν τους αρμόδιους για την αγορά και την παραλαβή του προϊόντος χωρίς παρεκκλίσεις.

5.7.ΕΛΕΥΘΕΡΕΣ ΑΓΟΡΕΣ.

Οι πρότυπες προδιαγραφές αγορών αποτελούν αποφασιστικό παράγοντα δημιουργίας και διατήρησης στα επιθυμητά επίπεδα του πρότυπου κόστους. Για παράδειγμα, είναι φυσικό να αρνηθεί ο αρμόδιος υπάλληλος την προσφορά κοτόπουλου α' ποιότητας και βάρους 1800 gr το κάθε ένα με την τιμή των 2,50 € ανά κιλό και να προτιμήσει κοτόπουλο της ίδιας ποιότητας και βάρους 1400 gr το κάθε ένα με την τιμή των 2,80 € ανά κιλό. Είναι αυτονόητο ότι η πολιτική της επιχείρησης έχει δημιουργήσει πρότυπες συνταγές και μεγέθη μερίδων που διαμορφώνουν στη συνέχεια το πρότυπο κόστος μερίδας.

5.8.ΣΩΣΤΗ ΤΙΜΗ.

Η υπηρεσία των εσωτερικών ελέγχων σε καλά οργανωμένο εστιατόριο, θεωρείται, και σωστά κατά την άποψη ειδικών του κλάδου, ότι αποτελεί την

ασφαλιστική δικλείδα της επιχείρησης για την καλή της οικονομικής της διαχείριση. Με πιο απλά λόγια αποτρέπει την ακούσια ή όχι, διαρροή ή φθορά των αναλωσίμων, που επιβαρύνουν φυσικά το κόστος, καθώς επίσης και τη ακούσια ή όχι απώλεια εσόδων από τις πωλήσεις αγαθών ή υπηρεσιών. Με βάση αυτήν τη φιλοσοφία μπορούμε να συγκεκριμενοποιήσουμε ότι ένα σύστημα εσωτερικών ελέγχων, έχει ως αντικείμενο: 1) την παρακολούθηση των αναλώσιμων υλικών (τροφίμων, ποτών, ειδών καθαρισμού, καυσίμων κ.λ.π.), από την αγορά και την εισαγωγή τους στη μονάδα μέχρι την κατανάλωσή τους. 2) την εξακρίβωση των πραγματοποιούμενων από τους κλάδους – τμήματα εκμετάλλευσης, εσόδων από την πώληση αγαθών και παροχή υπηρεσιών. 3) την έρευνα και ανάλυση του κόστους των αναλίσκόμενων υλικών σε όλους τους τομείς.

Παράλληλα ο έλεγχος επεκτείνεται σε όλα τα υπόλοιπα στοιχεία του ενεργητικού που αναλώθηκαν όπως: στο προσωπικό και το κόστος των υπηρεσιών, καθώς και σε όλες τις δαπάνες – έξοδα που συμπληρώνουν το λειτουργικό κόστος όπως ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ, καύσιμες ύλες κ.λ.π.

Για να μπορεί, λοιπόν, μια επισιτιστική επιχείρηση να αποκαλείται επιτυχημένη θα πρέπει, εκτός από πλευράς εστιατορικής τέχνης, να υπάρχουν και ικανοποιητικά οικονομικά αποτελέσματα σύμφωνα με τους στόχους που έχει θέσει η επιχείρηση όσον αφορά στα έσοδα, στο κόστος και στην σχέση μεταξύ τους. Οι άξονες ελέγχου για τα παραπάνω είναι το προσωπικό, τα έντυπα, η ροή, το κόστος υλικών και η τιμολόγησή τους.

Ξεκινώντας από το προσωπικό, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η παροχή υπηρεσιών είναι συχνά πιο ακριβή από το ίδιο το προϊόν και για αυτό τον λόγο είναι αναγκαίο να οριστούν από την αρχή τα ποιοτικά πρότυπα των προϊόντων της επιχείρησης, έτσι ώστε να διασφαλιστεί ένα θετικό αποτέλεσμα σε αυτόν τον τομέα. Αμέσως μετά πρέπει να ελεγχτεί η απόδοση των πόστων εργασίας ώστε να δημιουργηθούν τα ανάλογα πρότυπα απόδοσης και κατ' επέκταση κόστους εργασίας. Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών εξαρτάται άμεσα από τον

αριθμό των προγραμματισμένων ωρών εργασίας ανά σερβιτόρο και τον αριθμό των πελατών συνολικά και ανά ώρα εργασίας.

5.9.ΣΩΣΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ ΚΑΙ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.

Τα κέντρα αποφάσεων σ' ένα εστιατόριο κατά τη διαδικασία επιλογής προμηθευτή αναφέρονται στα ακόλουθα άτομα(Αυλωνίτης (1992),:

- ⇒ Η Διεύθυνση είναι αυτή που παίρνει τις τελικές αποφάσεις.
- ⇒ Ο Υπεύθυνος αγορών είναι αυτός που μοιράζει τη πληροφόρηση μέσα στην επιχείρηση.
- ⇒ Οι μάγειρες επηρεάζουν (Influencers) τους λήπτες αποφάσεων.
- ⇒ Η Γραμματεία παίζει σημαντικό ρόλο στη σύνδεση της επιχείρησης με τους Influencers. Συγκεκριμένα:

ΚΕΝΤΡΟ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ Η ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.			
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ Κ.Α.Α	ΑΤΟΜΑ Κ.Α.Α.	ΠΟΥ ΑΠΑΡΤΙΖΟΥΝ ΤΟ ΣΕ ΠΟΙΟ ΣΤΑΔΙΟ/Α ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ	
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ	Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	ΘΑ ΚΡΙΝΕΙ ΤΙΣ ΠΑΡΟΧΕΣ ΠΟΥ ΔΙΝΕΙ Ο ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΤΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΠΟΥ ΘΑ ΑΠΟΚΤΗΣΕΙ ΤΟ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΗ Μ' ΑΥΤΟΝ	ΤΙΣ ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ Ο ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΑΓΟΡΩΝ	Ο ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΑΓΟΡΩΝ	ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ	ΑΞΙΟΛΟΓΕΙ ΤΙΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ

ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΑΠΟΦΑΣΗ.

Συνδυάζοντας το πλάνο ενημέρωσης το οποίο αναφέραμε παραπάνω με τα κέντρα αποφάσεων καταλήγουμε στις παρακάτω επικοινωνιακές προσεγγίσεις κατά άτομο:

ΚΕΝΤΡΟ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.

**ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ
Κ.Α.Α**

**ΆΤΟΜΑ
Κ.Α.Α.**

ΠΟΥ ΑΠΑΡΤΙΖΟΥΝ ΤΟ

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ
ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ**

**ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ**

**ΘΑ ΚΡΙΝΕΙ ΤΙΣ ΠΑΡΟΧΕΣ ΠΟΥ
ΔΙΝΟΝΤΑΙ ΚΑΙ ΤΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΠΟΥ
ΘΑ ΑΠΟΚΤΗΣΕΙ ΤΟ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ**

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

**ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΑΓΟΡΩΝ**

ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

**ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΚΛΑΔΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
SITE**

**ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ

**ΦΗΜΗ
ΕΚΘΕΣΕΙΣ.
ΣΥΝΕΔΡΙΑ.**

5.10. ΟΡΘΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΓΟΡΩΝ

Ο έλεγχος των δελτίων παραγγελίας των σερβιτόρων γίνεται ως εξής: ο σερβιτόρος προκειμένου να παραλάβει φαγητά από τον χώρο της κουζίνας, πρέπει πάντα να συμπληρώνει το ανάλογο δελτίο σε δύο ή τρία αντίτυπα. Το ένα από αυτά το δίνει στον αρχιμάγειρα, το άλλο στον επόπτη πωλήσεων (tablist / checker) ενώ το τρίτο το κρατάει ο ίδιος. Με το σύνολο αυτών των εντύπων στο τέλος της βραδιάς κάνει τον έλεγχο της αριθμητικής τους σειράς για τυχόν διαφυγή ή απώλεια.

Τέλος, όσον αφορά τη ροή και το κόστος των υλικών, ο έλεγχος της παραγωγής προϊόντων πώλησης, και συγκεκριμένα φαγητών και ποτών, στα ανάλογα επισιτιστικά τμήματα του ή της αυτόνομης επισιτιστικής επιχείρησης, παρουσιάζει αντικειμενικές δυσκολίες. Οι δυσκολίες αυτές είναι κυρίως τεχνικής φύσεως και σχετίζονται με τον τρόπο παρασκευής των προϊόντων αλλά και με τις διαδικασίες που προλαμβάνουν τις φθορές και τις απώλειες στο στάδιο της παραγωγής. Οι άξονες στους οποίους στηρίζεται ο έλεγχος της παραγωγής σε πρώτη φάση είναι:

1. Ο προγραμματισμός της παραγωγής
2. Ο καθορισμός αναγκών σε πρώτες ύλες
3. Ο ποσοτικός προσδιορισμός της παραγωγής
4. Ο έλεγχος διάθεσης από τα σημεία διανομής
5. Ο έλεγχος του κόστους παραγωγής και διάθεσης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η Μεθοδολογία της έρευνας αναλύεται μέσα από τρεις βασικές μεθόδους που χρησιμοποιούνται σε μία μελέτη: το θετικισμό, τη φαινομενολογία και την ενεργητική μελέτη. Υπάρχουν ποικίλα μέσα μεθοδολογίας έρευνας. Εδώ θα επικεντρωθούμε στα τρία πιο βασικά, το θετικισμό, τη φαινομενολογία και την ενεργητική μελέτη.

Ο θετικισμός και η φαινομενολογία είναι φιλοσοφικές έννοιες των κοινωνικών επιστημών. Κάθε φιλοσοφική έννοια έχει τις δικές της αρχές και αξίες και στηρίζεται σε διαφορετικές ερευνητικές απόψεις. Φυσικά κάθε ερευνητής ακολουθεί κάποιες από τις φιλοσοφικές αυτές έννοιες. Συχνότερα οι ερευνητές στηρίζονται στην αντίστροφη φιλοσοφία κατά τη διάρκεια της μελέτης τους δηλαδή αντιστρέφουν τα γεγονότα προκειμένου να δούνε τι θα γινόταν στην πραγματικότητα αν τα γεγονότα θα συνέβαιναν διαφορετικά. Ο θετικισμός σαν φιλοσοφία παρουσιάζει πως πραγματικά είναι τα γεγονότα και πώς θα έπρεπε να τα μελετήσουμε στηριζόμενοι σε λογικά επιχειρήματα προκειμένου να φτάσουμε στο επιθυμητό αποτέλεσμα .

Κάποια από τα βασικά συμπεράσματα στα οποία καταλήγουμε χρησιμοποιώντας αυτή τη μέθοδο είναι: 1) Ότι ο ερευνητής πρέπει να λειτουργεί ανεξάρτητα και ανεπηρέαστα προκειμένου να καταλήξει σε σωστά συμπεράσματα. 2) Ο ερευνητής πρέπει να στηρίζεται μόνο σε στοιχεία τα οποία απορρέουν από την ερευνά του και όχι από τα προσωπικά του πιστεύω και τις αξίες που τον χαρακτηρίζουν. 3) Ο ερευνητής πρέπει να δίνει σημασία μόνο στα γεγονότα. Συγχρόνως πρέπει να γνωρίζει τις γνώμες άλλων ερευνητών να έχει γνώση της βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας του θέματος που αναλύει άλλα και της νομοθεσίας που το διέπει αν υπάρχει. Ο ερευνητής εφόσον έχει γνώση όλων των παραπάνω πρέπει να έχει την αφαιρετική ικανότητα να κρατάει από όλα τα στοιχεία που γνωρίζει μόνο αυτά που πραγματικά των ενδιαφέρουν. 4) Ο ερευνητής πρέπει να υποστηρίξει το θέμα του χρησιμοποιώντας λειτουργικά μέσα όπως ερωτηματολόγια έχοντας ένα μεγάλο δείγμα προκειμένου να

προχωρήσει σε στατιστική ανάλυση.

Αντίθετα με τον θετικισμό η φαινομενολογική έρευνα παρουσιάζει τον κόσμο να στηρίζεται μόνο σε κοινωνικά θεμέλια και όχι σε αντικειμενικά . Γι αυτό το λόγο ο ερευνητής δεν χρειάζεται να στηριχτεί σε ανάλυση συμπεριφορών και γεγονότων αλλά σε φαινομενικά κριτήρια όπως η εμπειρία . Ο ερευνητής μπορεί να μελετάει τους γύρω του ακόμα και τον ίδιο του τον εαυτό, όποτε όμως τον “συμφέρει” μπορεί να αφαιρέσει τον εαυτό του από αυτή τη μελέτη.

Από την άλλη στην φαινομενολογική μέθοδο ο ερευνητής πέρα από την επιφάνεια των γεγονότων πρέπει να ερευνήσει και τους δευτερεύοντες παράγοντες στους οποίους στηρίζονται αυτά τα γεγονότα. Πρέπει να ελέγχει το κάθε στοιχείο σαν μια ολοκληρωμένη εικόνα , και να παράγει τις δικές του ιδέες και αντιλήψεις . Σε γενικές γραμμές η φαινομενολογική έρευνα βασίζεται σε γνώμες και αντιλήψεις άλλων πάνω στις οποίες πρέπει να στηρίζεται ο ερευνητής για να διαμορφώσει τις δικές του ιδέες και απόψεις για το θέμα.

Η τρίτη ερευνητική μέθοδος είναι η δραστική έρευνα. Αυτή η μέθοδος δανείζεται πολλά από τις προηγούμενες. Η βασική παράμετρος αυτής της μεθόδου είναι η βάση για την αλλαγή . Η αλλαγή είναι ο βασικός στόχος μιας έρευνας. Το κλασικό μοντέλο της δραστικής μελέτης στηρίζεται σε πέντε βασικές παραμέτρους: σκοπός και επιλογή, μελέτη, αλλαγή βασισμένη σε στοιχεία - πληροφορίες αλλά και την αίσθηση του ερευνητή, προσωπική άποψη στην έρευνα, γνώσεις.

Σκοπός και επιλογή: Σημαίνει ότι η δραστική έρευνα δεν δέχεται την επιστήμη απόλυτα ανεξάρτητη από τις αξίες και τονίζει τη σημασία της πιθανότητας σε σχέση με την πρόβλεψη. Οι άνθρωποι πρέπει να έχουν ξεκάθαρες αξίες προκειμένου να έχουν ποιο ξεκάθαρες βλέψεις αλλά και να μπορούν να τις επιτύχουν.

Μελέτη: Η δραστική έρευνα είναι ένας συνδυασμός επίλυσης ρεαλιστικών και πρακτικών προβλημάτων . Οπότε η έρευνα βοηθάει στην επίλυση προβληματικών καταστάσεων, χρησιμοποιώντας υπαρκτές θεωρίες και όχι κατασκευασμένες. Η μελέτη επικεντρώνεται στο πρόβλημα αλλά και στην

επίλυση του.

Αλλαγή βασισμένη σε στοιχεία - πληροφορίες αλλά και την αίσθηση του ερευνητή: Αυτή η παράμετρος βοηθάει στην περίπτωση που η αλλαγή είναι ο απόλυτος στόχος του ερευνητή . Ο ερευνητής κάνει συστηματική συλλογή στοιχείων μέχρι να επιτύχει το στόχο του.

Προσωπική άποψη στην έρευνα: Η προσωπική άποψη στην έρευνα παίζει ρόλο προκειμένου να βάλει ο ερευνητής την δική του σφραγίδα στην έρευνα.

Γνώσεις: Ο ερευνητής προτού αρχίσει την ερευνά του πρέπει να αυξήσει τις γνώσεις του προκειμένου να επιτύχει τον στόχο του δηλαδή να επιλύσει τα προβλήματα του οργανισμού που αναλύει.

Ο μελετητής πρέπει να επικεντρωθεί στην δραστική έρευνα συμπεριλαμβάνοντας και άλλους ανθρώπους σε αυτήν και στη διαδικασία αλλαγής να συμπεριλάβει όλα τα τμήματα του οργανισμού. Πρέπει να λάβει υπόψη του τους ανθρώπινους παράγοντες που επηρεάζουν την κατάσταση χρησιμοποιώντας τεστ, συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια.

6.1. ΠΟΣΟΤΙΚΗ

Η ποσοτική έρευνα είναι αυτή που χρησιμοποιούνται στατιστικά μοντέλα για να αναλυθούν τα αποτελέσματα της. Η ποσοτική έρευνα γίνεται κυρίως με το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο είναι ένα ειδικό έντυπο που περιλαμβάνει συνήθως τυποποιημένες ερωτήσεις για τη συλλογή συγκεκριμένων στοιχείων. Αποτελεί την πιο δημοφιλή μέθοδο συλλογής πρωτόγεννων στοιχείων. Βέβαια , η χρήση του ερωτηματολογίου είναι συνυφασμένη με τη διενέργεια δημοσκοπήσεων. Εν τούτοις, ερωτηματολόγια χρησιμοποιούνται και σε πειραματικές μελέτες, αλλά και έρευνες. Η σύνταξη του ερωτηματολογίου είναι ένας από του σημαντικότερους παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα των στοιχείων που θα συλλέγουν. Υπάρχει συγκεκριμένη διαδικασία που περιγράφεται παρακάτω για να πάρει το ερωτηματολόγιο την τελική του μορφή. Αυτή έχει 7 σταδία τα οποία είναι (Mc Daniel, C & Gates,R (1995)

1. Προκαταρκτικές αποφάσεις. Ο ερευνητής πρέπει να καθορίσει

- Τι είδους πληροφορίες είναι αναγκαίο να συλλέγουν
 - Από ποιους θα συλλέγουν
 - Με ποια μέθοδο θα συλλέγουν οι πληροφορίες
2. Αποφάσεις για το περιεχόμενο των ερωτήσεων. Αυτές αφορούν περισσότερο στις πληροφορίες που θα συλλέγουν, παρά στη μορφή και στο ύφος της κάθε ερώτησης χωριστά. Σε αυτό εδώ το στάδιο πρέπει να εξετάσουμε αν μια ερώτηση είναι αναγκαία και μετά αν η ερώτηση είναι ικανοποιητική – επαρκής, ώστε να μας δώσει τις απαιτούμενες πληροφορίες
 3. Αποφάσεις για την διατύπωση των ερωτήσεων. Το στάδιο αυτό αφορά στη φρασεολογία και το λεξιλόγιο που θα χρησιμοποιηθούν για να διατυπωθεί η κάθε ερώτηση.
 4. Αποφάσεις για το τύπο των ερωτήσεων. Στο στάδιο αυτό ο ερευνητής πρέπει να αποφασίσει για το τύπο των ερωτήσεων. Υπάρχουν τρεις τύποι ερωτήσεων.
 - Ανοιχτές, είναι αυτές που δίνουν την δυνατότητα και την ελευθέρια στον ερωτώμενο να απαντήσει στην ερώτηση όπως αυτός νομίζει, χρησιμοποιώντας τις δικές του λέξεις
 - Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, αυτές παρέχουν την δυνατότητα στον ερωτώμενο να επιλέξει μεταξύ πολλών προεπιλογών απαντήσεων. Σε ορισμένες περιπτώσεις η απάντηση θα είναι μόνο μια, ενώ σε άλλες, μπορεί να δοθούν περισσότερες από μια απαντήσεις.
 - Οι διχοτομικές ερωτήσεις επιτρέπουν στον ερωτώμενο να επιλέξει μόνο μια από τις δυο δυνατές απαντήσεις.
 5. Αποφάσεις για τη σειρά των ερωτήσεων. Οι ερωτήσεις πρέπει να έχουν μια λογική

σειρά. συνήθως αρχίζουν με κάποιες ερωτήσεις γενικού περιεχομένου και για

να γνωρίζει ο ερευνητής κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά και στην συνεχεία πάει στις γενικές ερωτήσεις και από εκεί σε κάποιες ποιο ειδικές.

6. Αποφάσεις για τη διάταξη και εμφάνιση του ερωτηματολογίου. Ένα ερωτηματολόγιο πρέπει να έχει μια επαγγελματική εμφάνιση, έτσι ο ερευνητής πρέπει

να προσέξει την στοίχιση των ερωτήσεων τις γραμματοσειρές κ.τ.λ.

7.Αποφάσεις για το προέλεγχο και την αναθεώρηση του ερωτηματολογίου. σκοπός

είναι να γίνει ένας προέλεγχος έτσι ώστε να διορθωθούν τυχόν λάθη ή ατέλειες. συνήθως δίνεται ένα μικρό δείγμα στην αγορά ώστε να δουν τις αντιδράσεις του κοινού πριν αρχίσει η ερευνά.

6.2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η ποιοτική έρευνα αποτελείται από την σε βάθος συνέντευξη, την ομάδα εστίασης ενδιαφέροντος, τις συγκεκριμενισμένες τεχνικές και την παρατήρηση. Η χρήση αυτών παρουσιάζει αλματώδη αύξηση την τελευταία δεκαετία, τόσο στις ΗΠΑ, όσο και στην Ευρώπη.

1. ΣΕ ΒΑΘΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

Σύμφωνα με την μέθοδο αυτή, ο ερευνητής πραγματοποιεί μια «πρόσωπο με πρόσωπο» συνέντευξη με τον ερωτούμενο, η οποία συνήθως διαρκεί 30-45 λεπτά. Ο ερευνητής δεν έχει μια σειρά προκαθορισμένων ερωτήσεων που πρέπει να απαντήσει ο ερωτώμενος, όπως συμβαίνει με τη χρήση του ερωτηματολογίου. Αντίθετα έχει την ευχέρεια να δημιουργήσει ερωτήσεις, να ζητήσει διευκρινίσεις για συγκεκριμένες απαντήσεις και γενικώς να προσπαθήσει να συλλέξει τις καλύτερες, κατά το δυνατόν πληροφορίες. Η σε βάθος συνέντευξη θεωρείται ως η καταλληλότερη τεχνική για τη συλλογή πληροφοριών στις εξής περιπτώσεις(Tull, D. & Hawkins, D. (1987):

- Όταν απαιτείται απόλυτη και πλήρης διευκρίνιση για τις συμπεριφορές,

επιθυμίες, τάσεις, γνώμες διαθέσεις και ανάγκες των καταναλωτών.

- Όταν το προς μελέτη θέμα θεωρείται προσωπικό και «απόρρητο»
- Όταν το προς ερευνά θέμα θεωρείται ευαίσθητο και συναισθηματικό
- Όταν η φύση του θέματος μπορεί να αναγκάσει τους ερωτούμενους να συμφωνήσουν με τη γνώμη των μελών μια ομάδας και να δώσουν κοινωνικά αποδεκτές απαντήσεις
- Όταν απαιτείται λεπτομερείς κατανόηση πολύπλοκο αποφάσεων ή και συμπεριφορών.
- Όταν οι συνεντεύξεις γίνονται με επαγγελματίες για τη φύση της δουλειά τους.

Το μεγάλο πλεονέκτημα είναι η πληθώρας των πληροφοριών που μπορεί να συλλέξει κανείς. Από την άλλη, απαιτούνται ερευνητές που να διαθέτουν τα απαραίτητα προσόντα, αλλά και κάποιες ειδικές δεξιότητες.

2. ΟΜΑΔΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ (FOCUS GROUP)

Στην μέθοδο αυτή ένας μικρός αριθμός ατόμων συνήθως 8 – 12, συγκεντρώνονται σε κάποιο χώρο, για να μιλήσουν για το θέμα, που ενδιαφέρει τον ερευνητή. Ο χώρος αυτός είναι ειδικά διαμορφωμένος με την ύπαρξη μονόδρομου καθρέπτη, για να είναι δυνατή η παρακολούθηση της συζήτησης από τον ερευνητή, καθώς και όλων των απαραίτητων οπτικοακουστικών μέσων. Η συζήτηση κατευθύνεται από τον συντονιστή και διαρκεί συνήθως από μια έως τρεις ώρες. Η τεχνική μπορεί να αποδειχθεί χρήσιμη για τις παρακάτω περιπτώσεις

- Για τη γέννηση ιδεών σχετικών με την ανάπτυξη νέων προϊόντων
- Για την αξιολόγηση νέων προϊόντων
- Για την ανάπτυξη της επικοινωνιακής και διαφημιστής στρατηγικής ενός προϊόντος

- Για το σχεδιασμό ερωτηματολογίου
- Για τη δημιουργία υποθέσεων που μπορούν να ελέγχουν στατιστικά μεταγενέστερα.

Η σύνθεση των συμμετεχόντων γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε να αντανakλά τα χαρακτηριστικά της αγοράς στόχο για τη οποία ενδιαφέρεται ο ερευνητής. Οι συμμετέχοντες συνήθως επιλέγονται με τέτοιο τρόπο ώστε η ομάδα που θα προκύψει να είναι σχετικά ομοιογενής για να περιορίζονται όσο το δυνατόν οι αντεγκλήσεις και οι συγκρούσεις. Ο ρόλος του συντονιστή είναι πολύ κρίσιμος για τη συνολική διαδικασία. Σε γενικές γραμμές, ο συντονιστής, πρέπει να προσπαθεί να κινηθεί σε τρία επίπεδα.

1. Να δημιουργήσει την κατάλληλη άνετη ατμόσφαιρα μεταξύ των συμμετεχόντων, να καθιερώσει τους στόχους της ομάδας και να θεσμοθετήσει τους κανόνες συμπεριφοράς.
2. Να προκαλέσει έντονες συζητήσεις μεταξύ των συμμετεχόντων σε θέματα 'κλειδιά'
3. Να συνοψίσει τις απαντήσεις των συμμετεχόντων και να καθορίσει την έκταση της συμφωνίας τους με τις απαντήσεις αυτές.

3. ΣΥΓΚΕΚΑΛΥΜΜΕΝΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ

Οι συγκεκριμένες τεχνικές έχουν τη βάση τους στη θεωρία ότι η περιγραφή αντικειμένων απαιτεί ερμηνεία και η ερμηνεία που δίνεται από τον ερωτώμενο εκφράζει τη στάση του, τις αξίες του και τα πιστεύω του. όσο πιο αφηρημένο είναι το αντικείμενο που πρέπει να περιγράψει τόσο πιο αναγκασμένος είναι να αποκαλύψει τον εσωτερικό του κόσμο ώστε να κάνει την περιγραφή. Οι τεχνικές όπως οι εξής Dibb, Simkin, (Pride and Ferrell, 1994):

- Συσχετισμός λέξεων. Στη μέθοδο αυτή ο ερευνητής παρουσιάζει μια κατάσταση με διάφορες λέξεις και ζητάει από τον ερωτώμενο να πει την

πρώτη λέξη που έρχεται στο μυαλό του. Η κατάσταση των λέξεων περιλαμβάνει λέξεις που είναι ουδέτερες, ώστε να μην αποκαλυφθεί ο σκοπός της μελέτης.

- Συμπλήρωση φράσης. Στην τεχνική αυτή, ο ερωτώμενος καλείται να συμπληρώσει μια ημιτελή φράση με τις πρώτες σκέψεις που έρχονται στο μυαλό του. Οι απαντήσεις αυτές καταγράφονται «λέξη προς λέξη» και στη συνέχεια αναλύονται.
- Συμπλήρωση ιστορίας. Σύμφωνα με τη μέθοδο αυτή δίνεται στον ερωτώμενο μιας ημιτελής ιστορίας, την οποία καλείται να συμπληρώσει
- Συμπλήρωση εικόνας. Στη μέθοδο αυτή δίνεται στον ερωτώμενο μια εικόνα που παρουσιάζει ένα ή περισσότερα άτομα σε κάποια κατάσταση. Ένα ή περισσότερα από αυτά τα άτομα φαίνεται να έχει – έχουν εκφέρει μια γνώμη ή να έχει – έχουν πει κάτι., ενώ τα άλλα άτομα φαίνονται να είναι έτοιμα να απαντήσουν ή να σκέφτονται κάτι.. Ο ερωτώμενος πρέπει να συμπληρώσει αυτές τις απαντήσεις ή σκέψεις. Όπως και στις προηγούμενες τεχνικές, ο ερωτώμενος δίνει απαντήσεις που αντανακλούν το υποσυνείδητο του.
- Έλεγχος θεματικής αντίληψης. Στην τεχνική αυτή δίνεται στον ερωτώμενο μια εικόνα ή σειρά εικόνων που πρέπει να μελετήσει για ένα σύντομο χρονικό διάστημα. Στη συνέχεια καλείται να γράψει μια ιστορία στην οποία να περιγράψει τι νομίζει ότι συμβαίνει ή ότι θα συμβεί στην εικόνα. Ο τρόπος με τον οποίο άπαντα οδηγεί στην ερμηνεία του, καθώς και στη στάση του, για το αντικείμενο της μελέτης.

4. ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ

Αυτή η μέθοδος είναι η παρατήρηση και καταγραφή της συμπεριφοράς δίχως λεκτική επικοινωνία. Οι πληροφορίες που μπορούν να συγκεντρωθούν είναι απεριόριστες. Πρέπει να σχεδιάζεται και να εκτελείται συστηματικά και προγραμματισμένα. Υπάρχουν τρεις λόγοι που κάνουν την παρατήρηση την

επιθυμητή μέθοδο συλλογής στοιχείων.

1. Οι καταναλωτές πολλές φορές δεν μπορούν να θυμηθούν συμπεριφορές ή λόγους συμπεριφορών
2. Σε αρκετές περιπτώσεις, όπως για παράδειγμα στην κατανάλωση «αρνητικών» προϊόντων, οι καταναλωτές δεν επιθυμούν να δώσουν απαντήσεις ή έχουν την τάση να αποκρύπτουν τον συνολικό όγκο κατανάλωσης των προϊόντων αυτών.

6.3. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΔΕΙΓΜΑ

Το δείγμα ορίζεται από τους Mc Daniel, C & Gates, R στο βιβλίο τους «Marketing Research Essentials», ως το αριθμητικό δεδομένο, βάση του οποίου ο ερευνητής επιλέγει με τυχαίο ή όχι τρόπο το μέγεθος των ερωτώμενων το οποίο πρόκειται να έχει η έρευνα την οποία θα διεξάγει. Ουσιαστικά το δείγμα βοηθά την ερευνήτρια να βάλει σε συγκεκριμένες ασφαλιστικές δικλίδες την έρευνα της, να έχει μια σαφή εικόνα της γνώμης της ομάδας που επέλεξε να ερευνήσει και σε γενικές γραμμές να μπορεί να αποδείξει αριθμητικά ότι όντως οι ερωτώμενοι είναι ικανοποιητικού αριθμού οπότε και οι απαντήσεις όντως επιβεβαίωσαν και τα ερευνητικά μας ερωτήματα

6.4. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ / ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ

Στόχος της επικείμενης έρευνας είναι να διαπιστωθεί το πώς λειτουργεί η οργάνωση των επισιτιστικών επιχειρήσεων στα ξενοδοχεία και σε τι επίπεδο βρίσκεται η ποιότητα παροχής υπηρεσιών και η ποιότητα προϊόντων , διασφαλίζοντας την υγεία των πελατών και παράλληλα την ικανοποίησή τους.(Παρασκευόπουλου Ι.(1993).

6.5. ΔΕΙΓΜΑ / ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

Σαν δείγμα επιλέξαμε το σύνολο του προσωπικού 3 ξενοδοχείων , τριών ,

τεσσάρων και πέντε αστέρων, το οποίο αντιστοιχεί περίπου σε 60 άτομα τα οποία προέρχονται από διάφορες βαθμίδες της εταιρίας. Η εστίαση μόνο σε διοικητικά ή μόνο σε χαμηλόβαθμα στελέχη είναι λανθασμένη, αφού η κάθε πλευρά μπορεί να εξέφραζε μια δική της άποψη, χωρίς να λάβει υπόψιν της και την άλλη γνώμη μέσα στην επιχείρηση.

6.6. ANAMENOMENOI PERIORIZISMOI

Ένας περιορισμός ήταν η πίεση του χρόνου για την επιτυχή διεξαγωγή της έρευνας στο προκαθορισμένο χρονικό πλαίσιο. Ένας ακόμη περιορισμός ήταν οι ενδεχόμενες αναστολές των συμμετεχόντων ως προς την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων. Λύση σε αυτό έχει δοθεί με βάση τον δεοντολογικό κώδικα τον οποίο εφαρμόζει η έρευνα (Fondaneche D., (2000)

6.7. ΗΘΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

Οι ηθικοί περιορισμοί της παρούσας έρευνας αναφέρονται στις ηθικές αναστολές μερικών εκ των ερωτώμενων να δώσουν κάποια αρνητική πληροφόρηση σε σχέση με την επιχείρηση. Αυτό πιθανόν να αύξησε τις αναληθείς απαντήσεις και να διέφθειρε την εγκυρότητα των τελικών αποτελεσμάτων. Για τον λόγο αυτό, κατά τη διανομή των ερωτηματολογίων διασαφημίστηκε στους ερωτώμενους ότι θα τηρηθούν οι αρχές της εμπιστευτικότητας και την ανωνυμίας, εφόσον τα προσωπικά τους στοιχεία θα παραμείνουν απόρρητα. Επίσης θα καταστεί σαφές, ότι η παρούσα έρευνα, θα δημοσιευθεί, χωρίς όμως να χρησιμοποιηθεί το όνομα των συγκεκριμένων ξενοδοχείων. Ακόμη οι συμμετέχοντες θα δώσουν την συναίνεσή τους για να πάρουν μέρος στην έρευνα και ανά πάσα στιγμή θα μπορούν να αποχωρήσουν

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ-ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

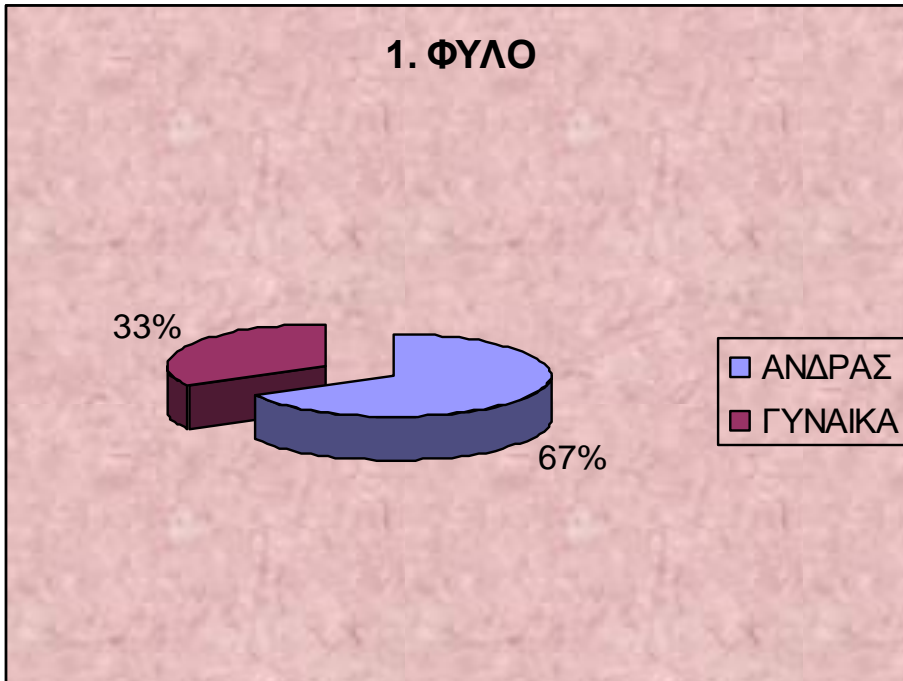
Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε από τη Στεφανάκη Άρτεμις, προκειμένου να μελετηθεί το μάρκετινγκ στις ξενοδοχειακές-τουριστικές επιχειρήσεις. Οι ειλικρινείς σας απαντήσεις, θα βοηθήσουν στη σχετική έρευνα που γίνεται, στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας για το τμήμα Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων του ΑΤΕΙ Κρήτης. Σας διαβεβαιώνω ότι το παρόν ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο. Σας ευχαριστώ πολύ που ανταποκριθήκατε στην πρόσκλησή μου για να απαντήσετε στις παρακάτω ερωτήσεις.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. ΦΥΛΛΟ

Άνδρας

Γυναίκα



Στο παραπάνω γράφημα, παρουσιάζονται τα σχετικά αποτελέσματα τα οποία δείχνουν ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα, είναι άνδρες και γυναίκες με τους άνδρες να υπερτερούν με ποσοστό της τάξης του 67% έναντι των γυναικών με ποσοστό της τάξης του 33%. Οι άνδρες είναι λίγο περισσότεροι.

2. ΗΛΙΚΙΑ

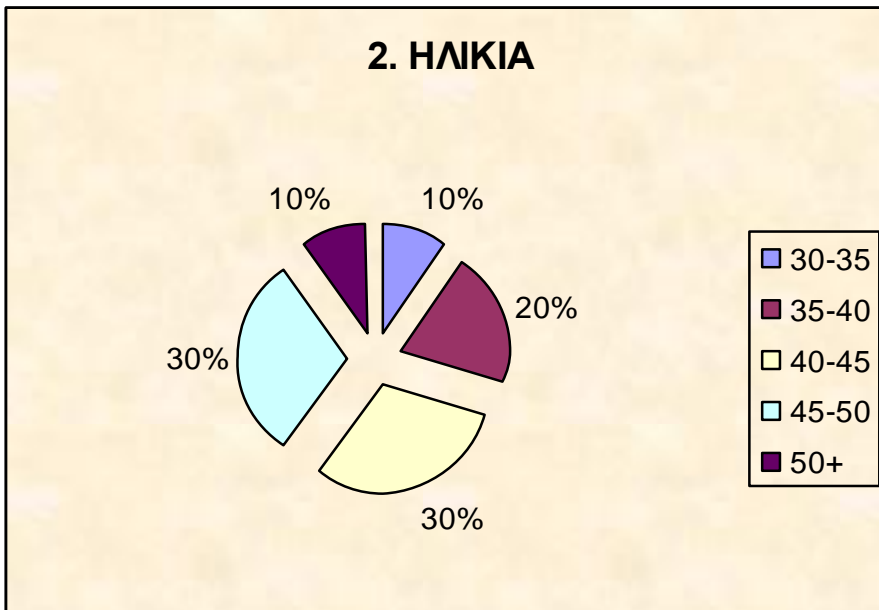
30-35

35-40

40-45

45-50

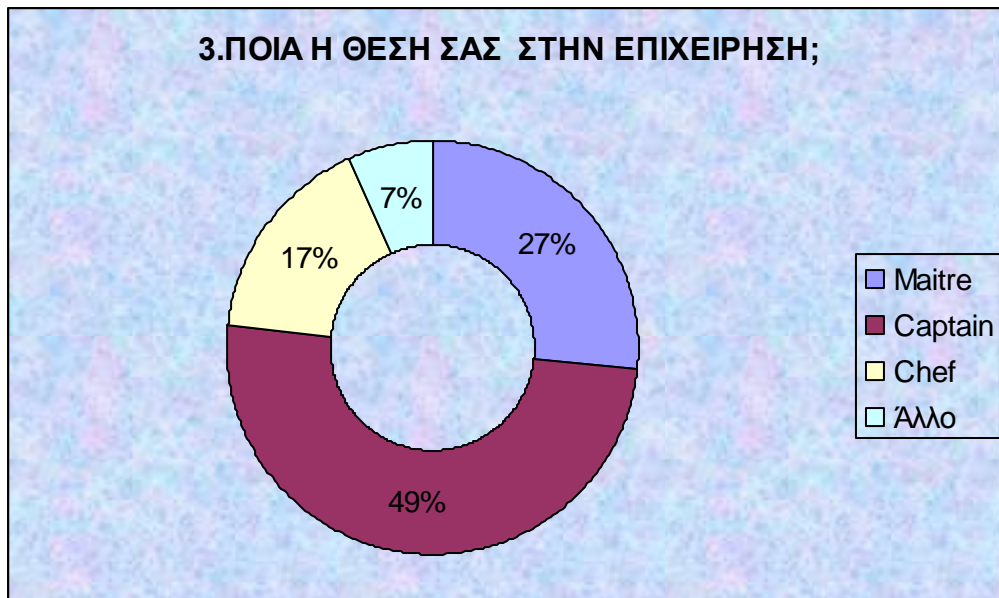
50+



Όσον αφορά την ηλικία των ερωτηθέντων, παρατηρούμε, όπως φαίνεται και παραπάνω χαρακτηριστικά, ότι ένα ποσοστό της τάξης του 10% ανήκει στην ηλικία μεταξύ 30 και 35 ετών, ένα ποσοστό της τάξης του 20% ανήκει στη χρονολογική ηλικία των 35 με 40 ετών, στη συνέχεια βλέπουμε ότι ένα 30% είναι μεταξύ 40 και 45 ετών, ένα επίσης 30% είναι μεταξύ 45 και 50 ετών, ενώ τέλος, το υπόλοιπο 10% ανήκει στην ηλικία των 50 ετών και άνω. Οι περισσότερες δοσμένες απαντήσεις, μοιράστηκαν ανάμεσα σε αυτούς που είναι μεταξύ 40 και 45, με εκείνους που είναι μεταξύ 45 και 50 ετών.

3.ΠΟΙΑ Η ΘΕΣΗ ΣΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ;

maitre
Captain
Chef
Άλλο



Το 27% είναι maitre, το 49% captain το 17% chef και το 7% κάτι άλλο

4.ΠΟΣΑ ΧΡΟΝΙΑ ΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ;

5

10

15



Το επόμενο ερώτημα προς τους ερωτώμενους είχε να κάνει με τα χρόνια απασχόλησής τους στο ξενοδοχείο.

Ειδικότερα τους ζητήσαμε να μας αναφέρουν πόσα χρόνια εργάζονται στις συγκεκριμένες εταιρίες. Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζονται διαγραμματικά οι απαντήσεις που δόθηκαν, από τις οποίες μπορούμε να δούμε ότι το 60% απασχολείται στην εταιρία περίπου 5 χρόνια, ενώ το 20% εργάζεται στην εταιρία 10 και 15 χρόνια αντίστοιχα.

5. ΠΟΣΑ ΧΡΟΝΙΑ ΕΧΕΤΕ ΠΡΟΥΨΗΡΕΣΙΑ;

1-5 έτη

5-10 έτη

10-20 έτη

20+ έτη



Το 27% έχει προϋπηρεσία 1 έως 5 έτη, το 33% από 5 έως 10 έτη , το 33% από 10 έως 20 έτη και το 7% από 20 έτη και πάνω.

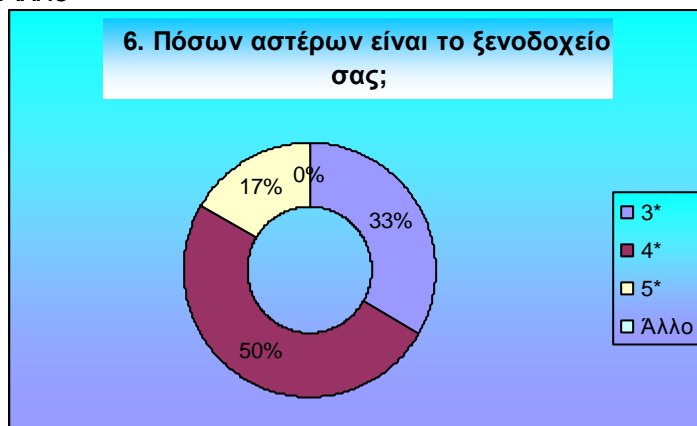
6. Πόσων αστέρων είναι το ξενοδοχείο σας;

3*

4*

5*

Άλλο



Το 33% είπε ότι το ξενοδοχείο του είναι 3*, το 50% είπε 4* και το 17% 5*.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. ΠΟΣΑ ΔΩΜΑΤΙΑ ΚΑΛΥΠΤΕΙ ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΣΑΣ;

Έως 50

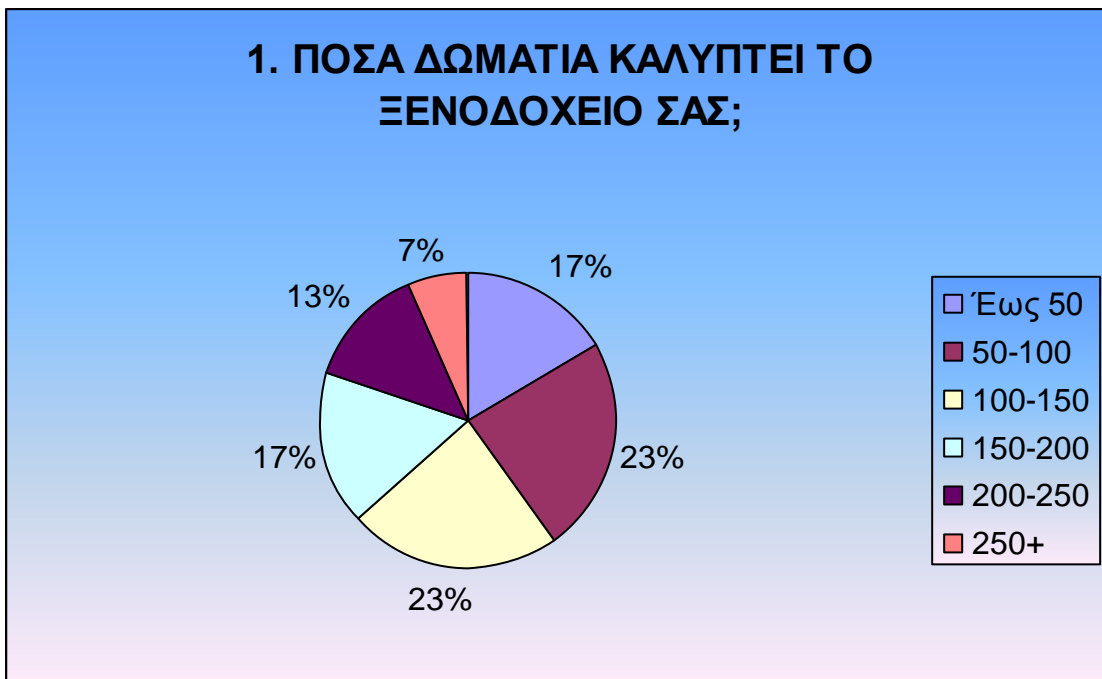
50-100

100-150

150-200

200-250

250+



Το 17% είπε ότι το ξενοδοχείο τους καλύπτει μέχρι και 50 δωμάτια, το 23% από 50 μέχρι 100, το 17% από 150 μέχρι 200, το 13% από 200 μέχρι 250 και το 7% από 250 δωμάτια και πάνω.

2. ΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Ναι

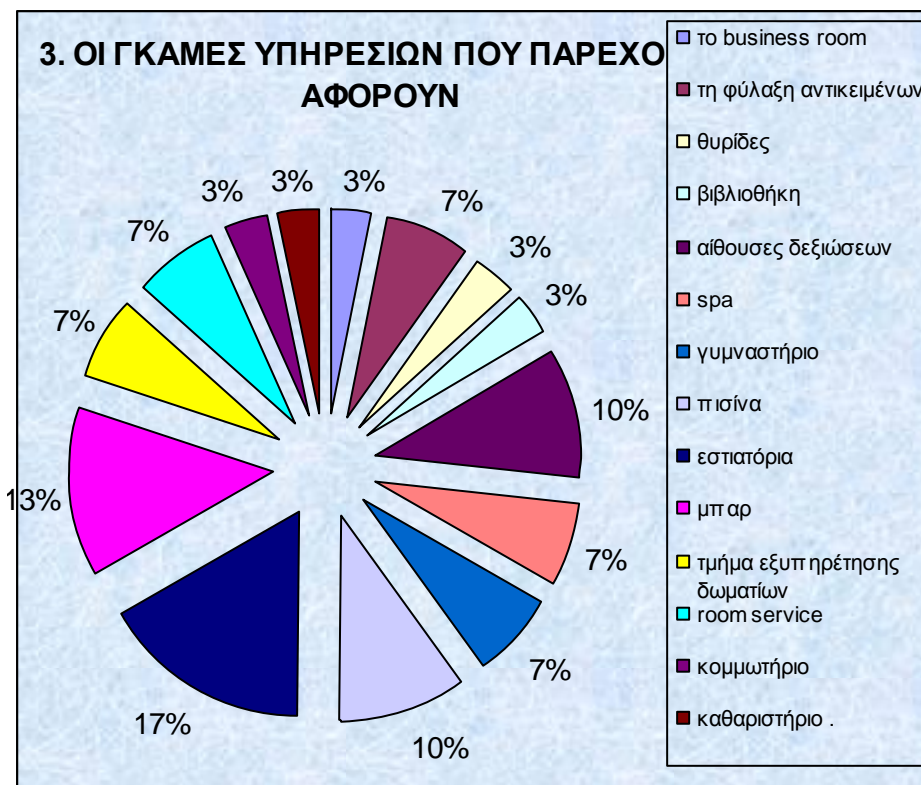
Όχι



Σε σχετικό ερώτημα με το αν ακολουθείται σύστημα διασφάλιση ποιότητας , το 66% με τις περισσότερες απαντήσεις απάντησε θετικά, ενώ αρνητικά απάντησε το 34%.

3. ΟΙ ΓΚΑΜΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΝΤΑΙ ΑΦΟΡΟΥΝ

το business room ,τη φύλαξη αντικειμένων,θυρίδες,βιβλιοθήκη,αίθουσες δεξιώσεων, spa, γυμναστήριο, πισίνα, εστιατόρια, μπαρ, τμήμα εξυπηρέτησης δωματίων, room service , κομμωτήριο , καθαριστήριο .



Το 3% δήλωσε ότι στις παρεχόμενες υπηρεσίες είναι το 7% το business room , το 3% τη φύλαξη αντικειμένων, το 3% θυρίδες, το 3% βιβλιοθήκη, το 10% αίθουσες δεξιώσεων, το 7% spa, το 7% γυμναστήριο, το 10% πισίνα, το 17% εστιατόρια, το 13% μπαρ, το 7% τμήμα εξυπηρέτησης δωματίων, το 7% room service , το 3% κομμωτήριο και το 3% καθαριστήριο .

4. Η ΓΝΩΜΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ, ΠΑΙΖΕΙ ΤΟ ΠΡΩΤΑΡΧΙΚΟ ΡΟΛΟ ΣΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ

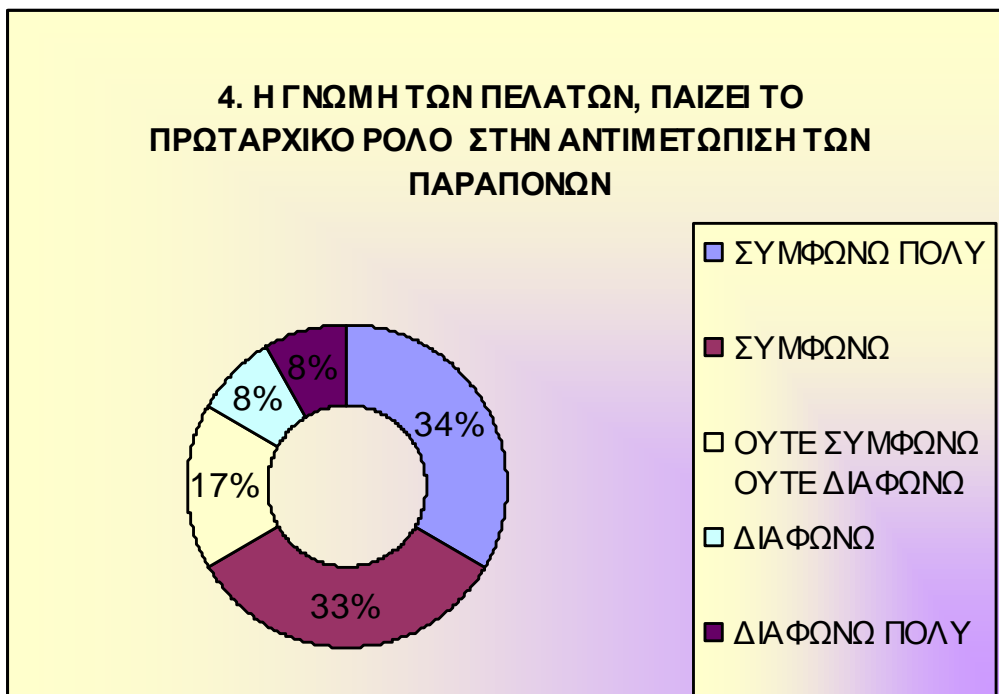
Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ



Το 34% ποσοστό το οποίο καλύπτει και την πλειοψηφία, δήλωσε ότι συμφωνεί πολύ, το 33% απάντησε πως επίσης συμφωνεί, το 17% κράτησε ουδέτερη θέση μη συμφωνώντας αλλά ούτε και διαφωνώντας, το 8% είπε ότι διαφωνεί με κάτι τέτοιο και τέλος το υπόλοιπο 8% διαφώνησε πολύ με το ερώτημα.

5. ΤΙ ΡΟΛΟ ΠΑΙΖΕΙ Η ΓΝΩΜΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ;

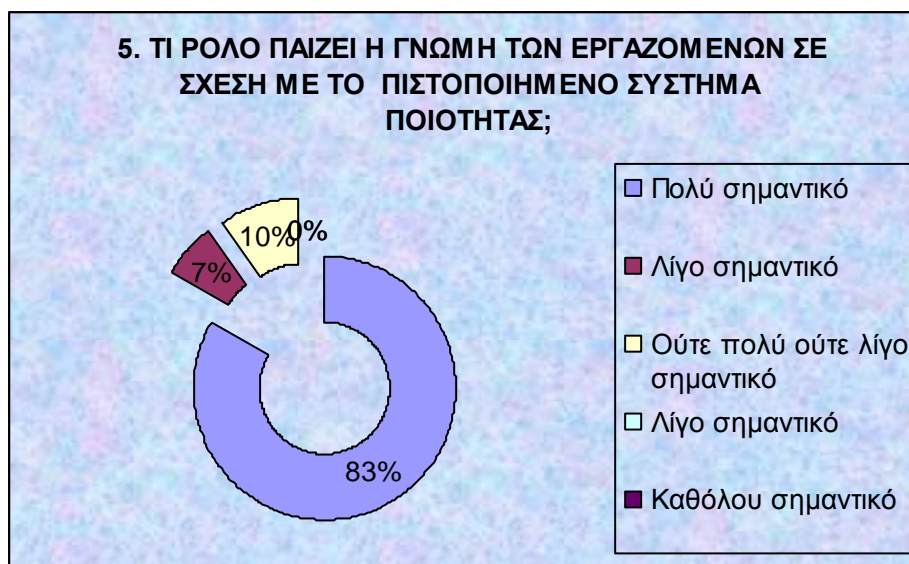
Πολύ σημαντικό

Λίγο σημαντικό

Ούτε πολύ ούτε λίγο σημαντικό

Λίγο σημαντικό

Καθόλου σημαντικό



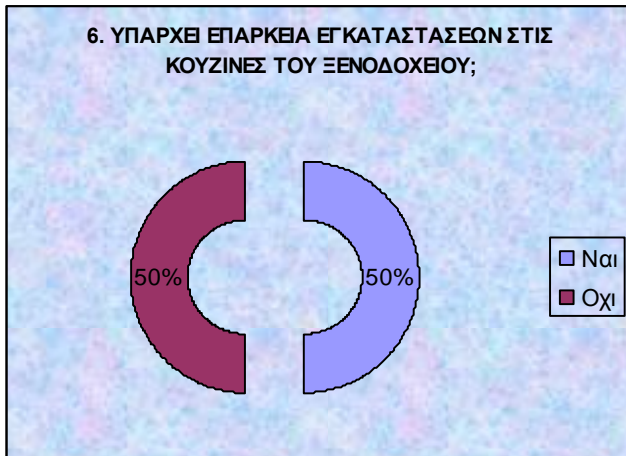
Το 83% είπε ότι είναι πολύ σημαντική η γνώμη των εργαζομένων σε σχέση με το πιστοποιημένο σύστημα ποιότητα.

Το 7% είπε ότι είναι λίγο σημαντικό και το 10% ούτε πολύ ούτε λίγο σημαντικό.

6. ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΚΟΥΖΙΝΕΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ;

Ναι

Όχι

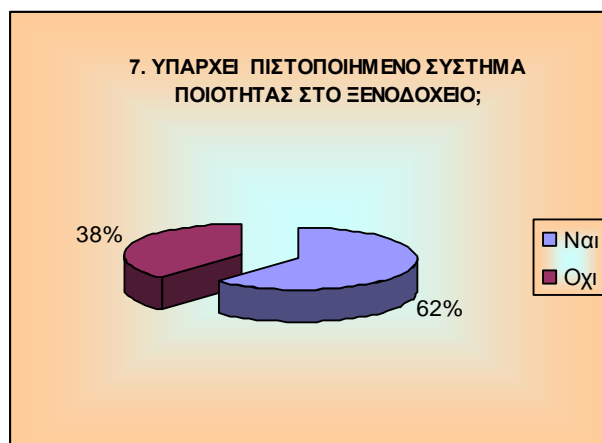


Σχετικά με το αν υπάρχει επάρκεια εγκαταστάσεων στις κουζίνες του ξενοδοχείου, οι απαντήσεις είναι ισάξια μοιρασμένες, με την κάθε πλευρά να έχει από 50%.

7. ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ;

Ναι

Όχι

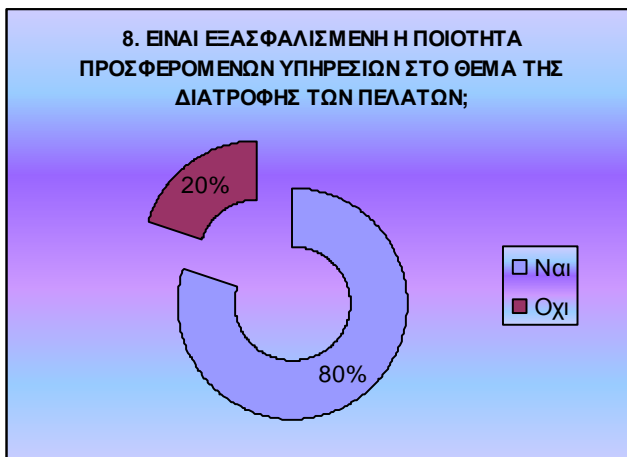


Εδώ οι ερωτηθέντες καλέστηκαν να απαντήσουν υπάρχει πιστοποιημένο σύστημα ποιότητας στο ξενοδοχείο. Οι περισσότεροι με ποσοστό 62% απάντησαν θετικά, ενώ το 38% αρνητικά.

8. ΕΙΝΑΙ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΜΕΝΗ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ;

Ναι

Όχι

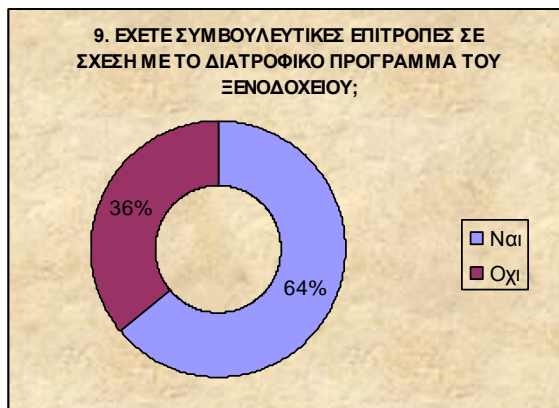


Όσον αφορά αν είναι εξασφαλισμένη η ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών στο θέμα της διατροφής των πελατών, η πλειοψηφία με ποσοστό της τάξης του 80% απάντησε θετικά, ενώ μόλις το 20% αρνητικά.

9. ΕΧΕΤΕ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ;

Ναι

Όχι



Σε σχετικό ερώτημα για το αν υπάρχουν συμβουλευτικές επιτροπές σε σχέση με το διατροφικό πρόγραμμα του ξενοδοχείου το 64% με τις περισσότερες απαντήσεις απάντησε θετικά, ενώ το 36% αρνητικά.

10. Η ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΕ ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ



Όπως φαίνεται από το σχετικό γράφημα με τα καταρτιζόμενα αποτελέσματα, σχετικά με το αν η επεξεργασία τροφίμων πρέπει να γίνεται σε σταθερές διαδικασίες παρατηρούμε ότι ένα ποσοστό της τάξης του 50% , ποσοστό το οποίο έχει και τις πιο πολλές απαντήσεις, δήλωσε ότι συμφωνεί πολύ με κάτι τέτοιο, ένα 25% απάντησε ότι επίσης συμφωνεί, ένα 17% στη συνέχεια ούτε συμφώνησε ούτε διαφώνησε, ένα 5% διαφώνησε με το ερώτημα και τέλος ένα μόλις 3% διαφώνησε πολύ.

11. ΤΟ ΜΕΝΟΥ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΕΤΑΙ ΣΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ.

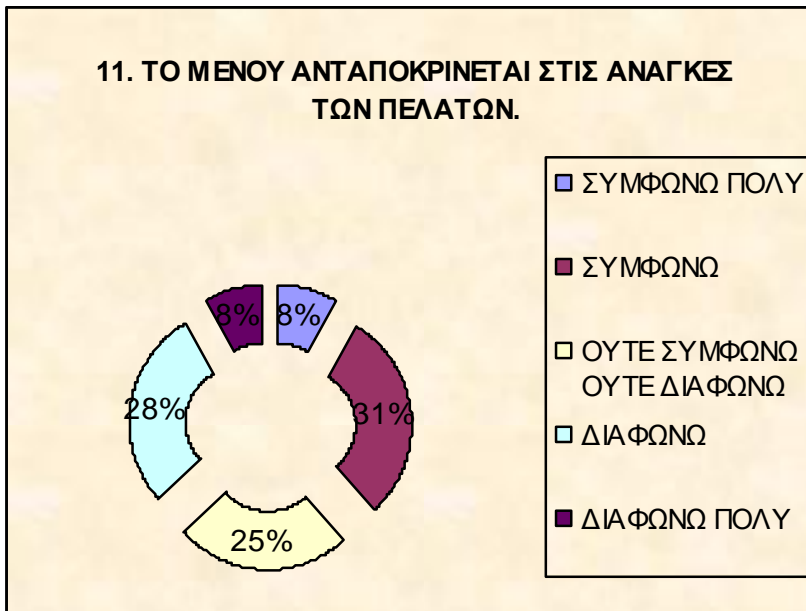
Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ



Στο παρών ερώτημα, σχετικά με το αν το μενού ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών, ότι ένα ποσοστό της τάξης του 8% δήλωσε πως συμφωνεί πολύ, ένα ποσοστό της τάξης του 31% το οποίο έχει και τις περισσότερες δοσμένες απαντήσεις, δήλωσε ότι επίσης συμφωνεί, στη συνέχεια βλέπουμε ένα ποσοστό του 25% να μη συμφωνεί ούτε και να διαφωνεί, έπειτα ένα ποσοστό της τάξης του 28% διαφωνεί και τέλος, ένα 8% διαφωνεί πολύ με το ερώτημα.

12. ΥΠΑΡΧΕΙ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ



Όσον αφορά αν υπάρχει διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων σε σχέση με τους πελάτες, παρατηρούμε από το παραπάνω γράφημα ότι ένα ποσοστό της τάξης του 5% συμφωνεί πολύ, ένα ποσοστό της τάξης του 34% επίσης συμφωνεί, ένα 25% δεν πήρε συγκεκριμένη θέση, ένα 28% διαφωνεί με αυτό και τέλος, μόλις το 8% διαφωνεί πολύ. Η πλειοψηφία των απαντήσεων στο ερώτημα αυτό, ανήκει στο 34% το οποίο και είναι σύμφωνο με το ότι βοηθάει να αυξάνονται οι πωλήσεις.

13. ΥΦΙΣΤΑΤΑΙ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙΝΟΥΡΙΩΝ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ;

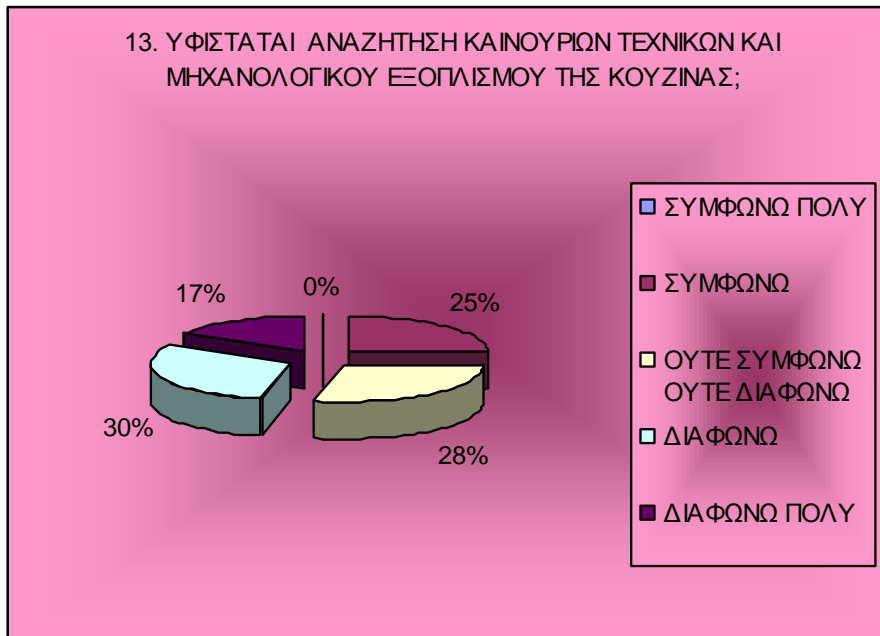
Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ



Σε σχέση με το αν υφίσταται αναζήτηση καινούριων τεχνικών και μηχανολογικού εξοπλισμού της κουζίνας, παρατηρούμε από τα αποτελέσματα των δοσμένων απαντήσεων και σε σχέση με το παραπάνω αναλυτικό γράφημα, ότι κανείς δεν δήλωσε ότι συμφωνεί πολύ με αυτό, ενώ το 25% δήλωσε ότι απλά συμφωνεί. Στη συνέχεια ένα ποσοστό της τάξης του 28% δεν πήρε συγκεκριμένη θέση μη συμφωνώντας ούτε διαφωνώντας, το 30% διαφωνεί, ενώ τέλος το υπόλοιπο 17% διαφωνεί πολύ.

14. ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

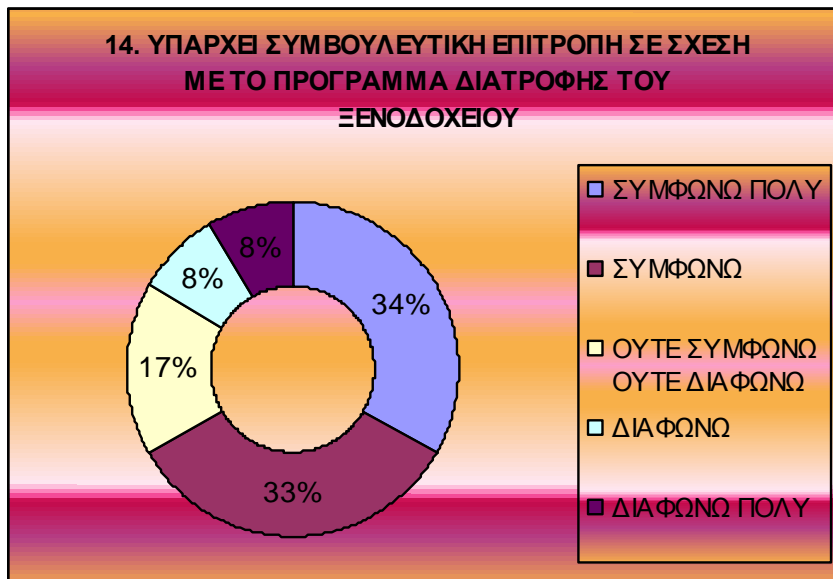
Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ



Το 34% ποσοστό το οποίο καλύπτει και την πλειοψηφία, δήλωσε ότι συμφωνεί πολύ, το 33% απάντησε πως επίσης συμφωνεί, το 17% κράτησε ουδέτερη θέση μη συμφωνώντας αλλά ούτε και διαφωνώντας, το 8% είπε ότι διαφωνεί με κάτι τέτοιο και τέλος το υπόλοιπο 8% διαφώνησε πολύ με το ερώτημα.

15. ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΕΧΕΙ ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΑΛΛΕΡΓΙΚΟΥΣ, ΔΙΑΒΗΤΙΚΟΥΣ ΚΤΛ.

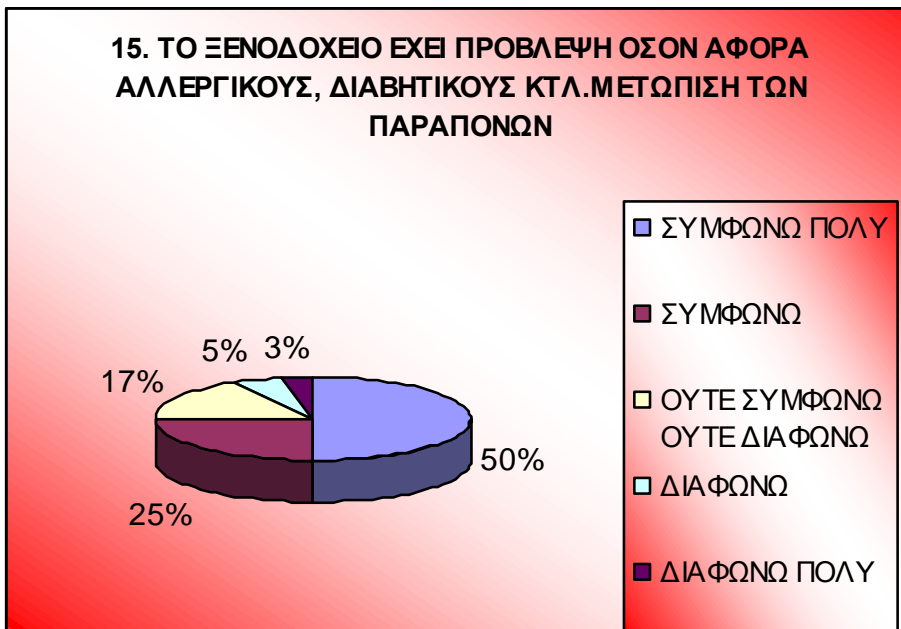
Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ



Όπως φαίνεται και από το σχετικό γράφημα με τα καταρτιζόμενα αποτελέσματα, παρατηρούμε ότι ένα ποσοστό της τάξης του 50% , ποσοστό το οποίο έχει και τις πιο πολλές απαντήσεις, δήλωσε ότι συμφωνεί πολύ με κάτι τέτοιο, ένα 25% απάντησε ότι επίσης συμφωνεί, ένα 17% στη συνέχεια ούτε συμφώνησε ούτε διαφώνησε, ένα 5% διαφώνησε με το ερώτημα και τέλος ένα μόλις 3% διαφώνησε πολύ.

16. ΤΟ ΚΑΘΕ ΠΙΑΤΟ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΕΙ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΤΟΥ ΚΑΘΕ ΠΕΛΑΤΗ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ



Παρατηρούμε ότι ένα ποσοστό της τάξης του 15% δήλωσε ότι συμφωνεί πολύ με αυτό, ένα ποσοστό της τάξης του 47% το οποίο είναι και το μεγαλύτερο ποσοστό από τα υπόλοιπα απάντησε ότι επίσης συμφωνεί με το ερώτημα, ένα 38% είπε ότι δεν συμφωνεί αλλά και δεν διαφωνεί κρατώντας ουδετερότητα, ενώ κανείς δεν είπε ότι διαφωνεί πολύ.

17. ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΕΧΕΤΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΕΝΑΝΤΙ ΑΛΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΣΑΣ;

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ



Παρατηρούμε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, ότι ένα 36% είναι πολύ σύμφωνο με αυτό, ένα ποσοστό της τάξης του 27% είναι επίσης σύμφωνο με το ερώτημα, στη συνέχεια το 8% δεν πήρε συγκεκριμένη θέση μη συμφωνώντας ή διαφωνώντας, ένα ποσοστό της τάξης του 12% δήλωσε ότι διαφωνεί και τέλος, το υπόλοιπο 17% είπε ότι διαφωνεί πολύ.

18. ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΑΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΠΕΡΕΤΑΙΡΩ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ;

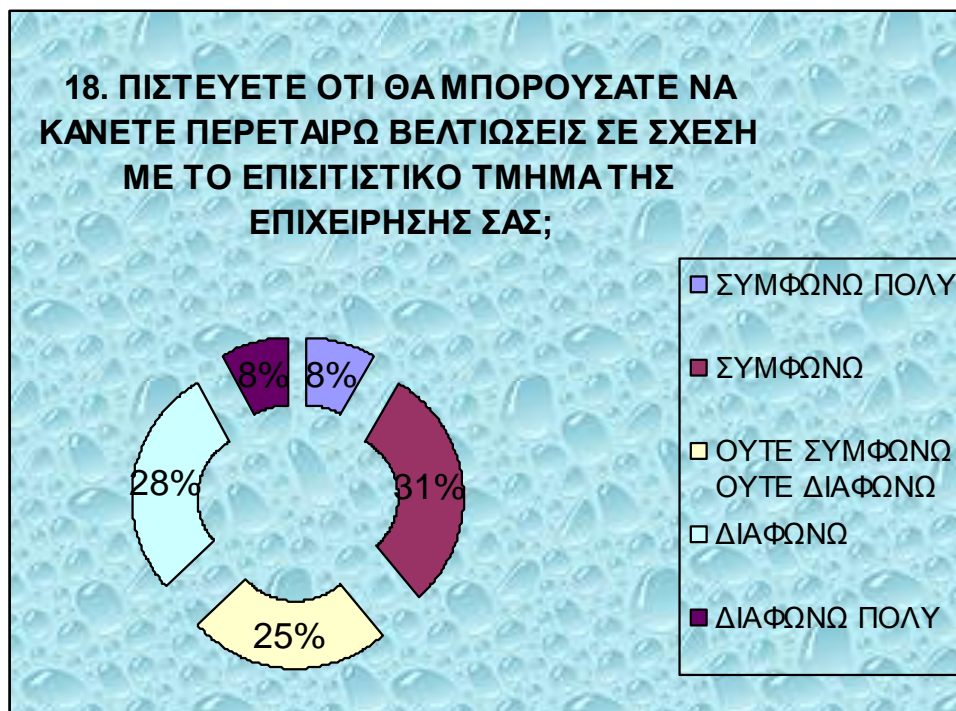
Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ



Παρατηρούμε από το παραπάνω σχετικό σχεδιάγραμμα, ότι ένα ποσοστό της τάξης του 8% δήλωσε πως συμφωνεί πολύ, ένα ποσοστό της τάξης του 31% το οποίο έχει και τις περισσότερες δοσμένες απαντήσεις, δήλωσε ότι επίσης συμφωνεί, στη συνέχεια βλέπουμε ένα ποσοστό του 25% να μη συμφωνεί ούτε και να διαφωνεί, έπειτα ένα ποσοστό της τάξης του 28% διαφωνεί και τέλος, ένα 8% διαφωνεί πολύ με το ερώτημα.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στη παρούσα έρευνα πήραν μέρος άνδρες και γυναίκες με τους άνδρες να υπερτερούν σε αριθμό και με ηλικίες κυρίως μεταξύ 40 και 50 ετών. Οι συμμετέχοντες είναι υπάλληλοι σε ξενοδοχεία σε θέση maitre οι περισσότεροι , chef και κάποιοι υπάλληλοι, με αρκετά χρόνια εργασίας στη συγκεκριμένη επιχείρηση αλλά και αρκετά χρόνια προϋπηρεσίας.

Κατόπιν της διεξοδικής μελέτης που έγινε πάνω στις απαντήσεις των ερωτηθέντων και βασιζόμενοι κυρίως στα μεγαλύτερα ποσοστά των απαντήσεών τους, καταλήξαμε στα παρακάτω συμπεράσματα.

Όπως διαπιστώθηκε στην έρευνα που κάναμε, σε ποσοστό 50% των 4* ξενοδοχείων, ακολουθείται σύστημα διασφάλισης ποιότητας

Επίσης οι γκάμες υπηρεσιών αφορούν σε ποσοστό 17% εστιατόρια, το 13% μπαρ, το 10% πισίνα και αίθουσες δεξιώσεων, το 7% business room , γυμναστήριο , τμήμα εξυπηρέτησης δωματίων και room service αλλά και spa και το 3% φύλαξη αντικειμένων, θυρίδες, βιβλιοθήκη ,κομμωτήριο , καθαριστήριο

Στο 83% όπως διαπιστώσαμε παίζει πρωταρχικό ρόλο για το προσωπικό το πιστοποιημένο σύστημα ποιότητας.

Το 50% υποστήριξε ότι υπάρχει επάρκεια εγκαταστάσεων στις κουζίνες του ξενοδοχείου, ενώ ένα 50% έδωσε αρνητική απάντηση πράγμα που δηλώνει μια σημαντική έλλειψη.

Επικράτησε η άποψη ότι υπάρχει πιστοποιημένο σύστημα ποιότητας στο ξενοδοχείο με εξασφαλισμένη τη ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών στο θέμα της διατροφής των πελατών σε ποσοστό 62%.

Επίσης διαπιστώσαμε ότι συνηθίζεται να υπάρχουν συμβουλευτικές επιτροπές και η επεξεργασία τροφίμων γίνεται σε σταθερές διαδικασίες. προκειμένου να είναι άψογο το διατροφικό πρόγραμμα του ξενοδοχείου , σε ποσοστό 64%.

Υποστηρίχθηκε από τις απαντήσεις ότι το μενού ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των πελατών σε κάποιο βαθμό σχετικά άνω του μετρίου, σύμφωνα με το 31% των απαντήσεων.

θα μπορούσε όμως σύμφωνα με αυτά τα δεδομένα να είναι ακόμα καλύτερο, πράγμα στο οποίο θα βοηθήσουν πολύ οι συμβουλευτικές επιτροπές που ήδη χρησιμοποιούνται.

Όπως διαπιστώθηκε στη συνέχεια, σύμφωνα με το 34% υπάρχει διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων σε σχέση με τους πελάτες, γεγονός που βοηθάει να αυξάνονται οι πωλήσεις.

Σύμφωνα με το 25% δεν υφίσταται αναζήτηση καινούριων τεχνικών και μηχανολογικού εξοπλισμού της κουζίνας,

Είδαμε ότι το 50% υποστήριξε ότι υπάρχει πρόβλεψη για άτομα αλλεργικά, διαβητικά ή παράπονα που προκύπτουν σε σχέση με το φαγητό ή την εξυπηρέτηση, πράγμα που βοηθάει στην ικανοποίηση των πελατών και συνεπώς στην αύξηση της πελατείας.

Το 47% ισχυρίστηκε ότι σε σχέση με το επισιτιστικό τμήμα, το κάθε πιάτο μπορεί να προσαρμοστεί ανάλογα με την επιθυμία του κάθε πελάτη, δίνοντας στην επιχείρηση ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι άλλων επιχειρήσεων του κλάδου.

Διαπιστώσαμε επιπλέον ότι το ποσοστό της τάξης του 36% θεωρεί ότι έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι άλλων επιχειρήσεων του κλάδου.

Τέλος, επικράτησε η άποψη όπως δήλωσε το 31% ότι θα μπορούσαν φυσικά να γίνουν περαιτέρω βελτιώσεις στο επισιτιστικό τμήμα, πράγμα που δείχνει ότι μέσα από τη συνεχή αναζήτηση νέων ιδεών μια επιχείρηση προοδεύει και εξελίσσεται, αυξάνοντας τον ανταγωνισμό της.

Η στρατηγική των εξεταζόμενων ξενοδοχείων βασίζεται στη ποιότητα του επισιτιστικού τμήματος το οποίο τμήμα οφείλει να έχει καλά εκπαιδευμένους υπαλλήλους, ευχάριστους με διάθεση για δουλειά προσφέροντας

αποτελεσματικά όλες τις υπηρεσίες, βοηθώντας το ξενοδοχείο έτσι ώστε να ικανοποιεί τους πελάτες του.

Για το λόγο αυτό η οργάνωση του πρέπει να είναι άριστη και προσεγμένη. Το τμήμα του επισιτισμού συμβάλλει επίσης στην οικονομική οργάνωση του ξενοδοχείου διότι αν αφήσει θετικές εντυπώσεις τότε ο τουρίστας θα επιλέξει ξανά το ίδιο ξενοδοχείο

Δεδομένου ότι το επισιτιστικό τμήμα αποτελεί ένα πολύ βασικό τμήμα του ξενοδοχείου απαιτείται και η συνεχής εκπαίδευση του προσωπικού του συγκεκριμένου τμήματος. Η αξιολόγηση όλων των εργαζομένων αποτελεί ένα μέσο που βοηθάει στην ανάπτυξη των εργαζομένων αλλά και στην ανάπτυξη του ίδιου του ξενοδοχείου.

Το επισιτιστικό τμήμα οφείλει να συνεργάζεται και με τα υπόλοιπα τμήματα του ξενοδοχείου , ειδικά με αυτά που έχει πιο άμεση σχέση. Εξάλλου οι υπηρεσίες ενός ξενοδοχείου, αποτελούν κοινό στόχο, ο οποίος επιτυγχάνεται με την καλή συνεργασία όλων των τμημάτων, ώστε να γίνει καλύτερο και το προϊόν που προσφέρεται να είναι ποιοτικό και αναβαθμισμένο.

Καταλήγοντας και με βάση την ανάλυση της έρευνας, θα μπορούσαμε να καταλήξουμε στις ακόλουθες **προτάσεις**.

Σκόπιμο είναι να πραγματοποιούν οι υπάλληλοι του τμήματος συναντήσεις ανά τακτά χρονικά διαστήματα με τους managers τους προϊσταμένους αλλά και τους εργαζόμενους αλλά και καθημερινές συναντήσεις με τους managers και τους προϊσταμένους των τμημάτων, προκειμένου να λύνονται τα προβλήματα που τυχόν προκύπτουν, ή τυχόν απορίες ώστε η δουλειά να μην κωλυσιεργεί.

Τέλος καλό θα είναι να κάνουν τα ξενοδοχεία ειδικές προσφορές, όταν υπάρχουν πελάτες, που έχουν παραπνευθεί.

Σημαντικό ρόλο παίζει επίσης, ο συντονισμός του προσωπικού του επισιτιστικού τμήματος με τη στρατηγική των πωλήσεων για μία συγκεκριμένη περίοδο σε ότι

τους αναλογεί. Η ενημέρωσή τους σε θέματα απόδοσης σε τακτά χρονικά διαστήματα είναι επιτακτική, ώστε να έχουν εικόνα της απόδοσης της εργασίας τους και να υποκινούνται από αυτά.

Η δημιουργία ενός καταλόγου που θα περιέχει τις πιθανές βελτιώσεις αποτελεί ένα βοηθητικό άξονα για να έχουμε μία σειρά από επιλογές βελτίωσης. Η επιλογή της καταλληλότερης βελτιωτικής λύσης σε συνάρτηση με το είδος του προβλήματος, το επιχειρησιακό περιβάλλον και το χρονοδιάγραμμα επίλυσης, είναι οι παράγοντες που θα οδηγήσουν στην καταλληλότερη λύση.

Οι προτάσεις βελτίωσης μπορεί να αναφέρονται στη διακοπή συνεργασίας με το υπάρχον προσωπικό και τη πρόσληψη νέου καταρτισμένου προσωπικού, αλλά και στη δημιουργία και υλοποίηση εκπαιδευτικού προγράμματος στην τηλεφωνική επικοινωνία.

Με τη διασφάλιση του ομαδικού πνεύματος και του καταμερισμού της εργασίας, αναπτύσσεται μία ομοιογενής ομάδα με κοινή αποστολή και στόχους. Τονώνεται το ηθικό της και τα μέλη της αισθάνονται συμμετοχοί μίας προσπάθειας που συντελεί στην ποιοτική αναβάθμιση των υπηρεσιών της μονάδας, έχοντας πρωταρχικό ρόλο και υπεύθυνη θέση για την επίτευξη του στόχου

Ολοκληρώνοντας θα πρέπει να πούμε ότι λαμβάνοντας υπόψιν τη πτώση του ελληνικού τουρισμού, θεωρούμε ότι η εφαρμογή ενός συστήματος ποιότητας σε τμήματα λιγότερα στρατηγικά, όπως αυτά της επισίτισης τα οποία όμως παίζουν σημαίνοντα ρόλο σ' ένα ξενοδοχείο θα αποφέρει σίγουρα την ανάκαμψη αλλά και με μια ευρύτερη έννοια την απόσταση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε σχέση με των εγχώριο αλλά και με το παγκόσμιο ανταγωνισμό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ✚ Consolidated version hotel classification survey, 2004: The Joint WTO&IH&RA study on hotel classification) του Παγκοσμίου Οργανισμού Τουρισμού και του IHRA (International Hotel and Restaurant Association
- ✚ Dibb, Simkin, Pride and Ferrell, 1994 “Marketing, concepts and strategies” Houghton Mifflin
- ✚ Fondaneche D., (2000), Guide for Statistical Analysis, England, Prentice Hall Publishing, pp.24-28
- ✚ Mc Daniel, C & Gates, R (1995) “Marketing Research Essentials”, West Publishing Company
- ✚ Tull, D. & Hawkins, D. (1987) “Marketing research: Measurements and Method”, 4th Edition, McMillan Publishing
- ✚ Δρακουλάκος Α., (2010), Τα καλύτερα εστιατόρια στο κόσμο, Ανάκτηση στις 5-5-2010 από <http://beta.news247.gr/kosmos/article91038.ece>
- ✚ Ηγουμενάκης, Ν. (1991). Τουριστική Οικονομία, τόμος Α'. INTERBOOKS: Αθήνα
- ✚ Λαλούμης Δ. Ρούπας Β. «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» Σταμούλης, Αθήνα 2000.
- ✚ Μαντζάρης Γ., (2003), Σύγχρονη Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων, Αθήνα: Β.Γκιούρδας Εκδοτική
- ✚ Μελέτης Γκιόκας «Η Ξενοδοχία Παρ' Έλλησιν του Ν. Λέκκα» Αθήνα 1999.
- ✚ Παπαδόπουλος Δ., (2002), Εισαγωγή στην Οικονομική και Διοικητική των Επιχειρήσεων, σελ.237
- ✚ Παπανίκος Γ (2004), Τουριστική ανάπτυξη, ΕΟΤ
- ✚ Παρασκευόπουλου Ι. (1993), Μεθοδολογία Επιστημονικής Έρευνας, Τόμος 1, Αθήνα.
- ✚ ΣΕΒ-ICAP (2004). Η Ελληνική Βιομηχανία. Εκτιμήσεις για το 2005.
- ✚ Σπύρου Σ., (2008), Οι Χρυσοί Σκούφοι, Ανάκτηση στις 2-5-2010 από <http://www.athinorama.gr/restaurants/skoufoi2008/bestresto.htm>

- ✚ Τσοσκουνόγλου Ε., ,(2008), Νέες Τεχνολογίες , Ανάκτηση στις 5-5-20101 από http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=1167&permanent_id=43
- ✚ Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών, Γενική Γραμματεία Επενδύσεων και Ανάπτυξης, Προεδρικό Διάταγμα 43/2002 «Κατάταξη των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστέρων και τεχνικές προδιαγραφές αυτών» (ΦΕΚ Α' 43/7.3.2002), ανακτημένο από: <http://nomothesia.ependyseis.gr/eu-law/downloadsDetails.do?action=itemDetails&itemId=904>
- ✚ Φουντουλάκης Γ. (2002): «Διοίκηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων», Αθήνα, Έλλην

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1.ΦΥΛΛΟ

Ανδρας

Γυναίκα

2.ΗΛΙΚΙΑ

30-35

35-40

40-45

45-50

50+

3.ΠΟΙΑ Η ΘΕΣΗ ΣΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ;

maitre

Captain

Chef

Άλλο

4.ΠΟΣΑ ΧΡΟΝΙΑ ΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ;

5

10

15

5. ΠΟΣΑ ΧΡΟΝΙΑ ΕΧΕΤΕ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ;

1-5 έτη

5-10 έτη

10-20 έτη

20+ έτη

6. Πόσων αστέρων είναι το ξενοδοχείο σας;

3*

4*

5*

Άλλο

ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. ΠΟΣΑ ΔΩΜΑΤΙΑ ΚΑΛΥΠΤΕΙ ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΣΑΣ;

Έως 50

50-100

100-150

150-200

200-250

250+

2. ΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Ναι

Όχι

3. ΟΙ ΓΚΑΜΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΝΤΑΙ ΑΦΟΡΟΥΝ

το business room ,τη φύλαξη αντικειμένων, θυρίδες, βιβλιοθήκη, αίθουσες

δεξιώσεων, spa, γυμναστήριο, πισίνα, εστιατόρια, μπαρ, τμήμα εξυπηρέτησης δωματίων, room service , κομμωτήριο , καθαριστήριο .

4. Η ΓΝΩΜΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ, ΠΑΙΖΕΙ ΤΟ ΠΡΩΤΑΡΧΙΚΟ ΡΟΛΟ ΣΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ

5. ΤΙ ΡΟΛΟ ΠΑΙΖΕΙ Η ΓΝΩΜΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ;

Πολύ σημαντικό

Λίγο σημαντικό

Ούτε πολύ ούτε λίγο σημαντικό

Λίγο σημαντικό

Καθόλου σημαντικό

6. ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΚΟΥΖΙΝΕΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ;

Ναι

Όχι

7. ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ;

Ναι

Όχι

8. ΕΙΝΑΙ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΜΕΝΗ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ;

Ναι

Όχι

9. ΕΧΕΤΕ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ;

Ναι

Όχι

10. Η ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΕ ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ

11. ΤΟ ΜΕΝΟΥ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΕΤΑΙ ΣΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ.

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ

12. ΥΠΑΡΧΕΙ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ

ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ

13. ΥΦΙΣΤΑΤΑΙ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙΝΟΥΡΙΩΝ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ;

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ

14. ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ

15. ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΕΧΕΙ ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΑΛΛΕΡΓΙΚΟΥΣ, ΔΙΑΒΗΤΙΚΟΥΣ ΚΤΛ.

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ

16. ΤΟ ΚΑΘΕ ΠΙΑΤΟ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΕΙ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΤΟΥ ΚΑΘΕ ΠΕΛΑΤΗ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ

17. ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΕΧΕΤΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΕΝΑΝΤΙ ΑΛΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΣΑΣ;

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ

18. ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΑΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΠΕΡΕΤΑΙΡΩ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ;

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ πολύ