

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΒΑΡ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ 5 ΑΣΤΕΡΩΝ



ΜΠΑΛΑΣΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ
ΑΠΑΛΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2012

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΙΤΛΟΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

**ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΒΑΡ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ 5 ΑΣΤΕΡΩΝ**

ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΗ

ΜΠΑΛΑΣΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗ

ΑΠΑΛΛΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2012

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Εισαγωγή	7
1.1 Έννοια του bar	9
1.2 Η ιστορία του bar	9
1.3 Τα πρώτα Cocktails	11
1.4 Είδη bar	12
1.4.1 American bar	13
1.4.2 Dancing bar	13
1.4.3 Restaurant bar-Piano bar	14
1.4.4 Espresso bar-Cafe bar	14
1.4.5 Snack bar	14
1.4.6 Milk bar	15
1.5 Διαφορές των bars σε διάφορες χώρες	15
1.6 Είδη bar ξενοδοχειακών μονάδων	16
1.6.1 Κεντρικό bar (Main bar)	16
1.6.2 Restaurant bar	17
1.6.3 Pool bar	17
1.6.4 Beach bar	17
1.6.5 Dispense bar	18
1.6.6 Roof garden bar	18
1.6.7 Wine bar	19
1.6.8 Mini bar	19
2.1 Επιλογή της θέσης εγκατάστασης του bar	21
2.1.1 Είσοδος του bar	22
2.1.2 Η επίπλωση του bar	22
2.1.3 Η διακόσμηση του bar	23
2.1.4 Κλιματισμός και εξαερισμός του bar	23
2.1.5 Η μουσική του bar	23
2.2 Η διαρρύθμιση του bar	24
2.2.1 To front bar	24

2.2.2 To back bar	26
2.2.3 To office του bar	27
3.1 Ο εξοπλισμός του bar	28
3.2 Μηχανήματα και συσκευές του main bar	28
3.2.1 Ψυγείο bar	29
3.2.2 Μηχανή παρασκευής παγοκύβων	29
3.2.3 Πλυντήριο ποτηριών	29
3.2.4 Μηχανή καφέ espresso	30
3.2.5 Μηχανή γαλλικού καφέ	30
3.2.6 Κόφτης καφέ	30
3.2.7 Mixer	30
3.2.8 Blender	31
3.2.9 Αποχυμωτής	31
3.2.10 Στίφτης	31
3.2.11 Παγοθραύστης	31
3.2.12 Συσκευή draught beer	31
3.2.13 Ταμειακή μηχανή	31
3.3 Σκεύη και εργαλεία του bar	32
3.3.1 Shaker	32
3.3.2 Μεζούρα	32
3.3.3 Αυτόματος μετρητής μερίδων	33
3.3.4 Mixing glass	33
3.3.5 Strainer	33
3.3.6 Bar spoon	33
3.3.7 Καμινέτο bar	34
3.3.8 Άλλα απαραίτητα μικροσκεύη και εργαλεία του bar	34
3.4 Γυάλινα σκεύη	35

3.5 Τα ποτήρια του bar	36
3.5.1 Ποτήρια με βάση	36
3.5.2 Ποτήρια χωρίς βάση	37
3.6 Η κάβα του bar	38
3.6.1 Τα αλκοολούχα ποτά	38
3.6.1.1 Κυρίως οινοπνευματώδη ποτά	39
3.6.1.2 Κρασιά και αφρώδη κρασιά	39
3.6.1.3 Αποστάγματα κρασιού	40
3.6.1.4 Ορεκτικά και επιδόρπια ποτά	40
3.6.1.5 Cocktails	41
3.6.1.6 Μπύρες	42
3.6.2 Τα μη αλκοολούχα ποτά	42
4.1 Το προσωπικό του bar	43
4.2 Η σύνθεση του προσωπικού του bar	43
4.2.1 Head barman	44
4.2.2 Barman	44
4.2.2.1 Καθήκοντα και υποχρεώσεις του πρωινού barman	46
4.2.2.2 Καθήκοντα και υποχρεώσεις του βραδυνού barman	46
4.2.2.3 Οι προοπτικές ενός barman	46
4.2.3 Βοηθός του barman	47
4.2.4 Σερβιτόρος του bar	47
4.2.5 Βοηθός σερβιτόρου του bar	48
4.2.6 Ταμπλίστας του bar	48
4.3 Οι βασικές λειτουργίες του bar	49
4.3.1 Mise en place του bar	49
4.3.2 Η λειτουργία του bar	50
4.3.3 Το κλείσιμο του bar	50

	52
5.1 Μέθοδοι παραγωγής ποτών	52
5.2 Βασικές αρχές σερβιρίσματος ποτών από τον barman	54
5.3 Βασικές αρχές σερβιρίσματος ποτών από τον σερβιτόρο	54
5.4 Το σερβίρισμα της μπύρας	55
5.4.1 Η επιλογή του συστήματος	55
5.4.2 Χώρος αποθήκευσης βαρελιών	56
5.5 Τεχνική σερβιρίσματος των κρασιών	57
5.5.1 Το σερβίρισμα των κρασιών	57
	59
6.1 Οικονομική προσέγγιση του bar	59
6.2 Η προώθηση των πωλήσεων στο bar	59
6.2.1 Διαφήμιση	60
6.2.1.1 Διαφήμιση με τον τύπο	61
6.2.1.2 Ραδιοφωνική, τηλεοπτική και κινηματογραφική διαφήμιση	61
6.2.1.3 Ταχυδρομική διαφήμιση	61
6.3 Δημόσιες σχέσεις	61
6.4 Εσωτερική προώθηση	62
6.4.1 Τακτικές προσφορές στο bar	62
6.4.2 Το κέρασμα ως μέσο μεγιστοποίησης των πωλήσεων στο bar	63
6.4.3 Ο κατάλογος του bar	65
7.1 Προμήθειες ποτών	68
7.2 Πρόβλεψη όγκου προμηθειών	69
7.3 Παραλαβές ποτών	69
7.4 Αποθήκευση ποτών	70
8.1 Ερευνητική μελέτη	71

Επίλογος	84
Βιβλιογραφία	85

Εισαγωγή

Το main bar ενός ξενοδοχείου αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα στο επισιτιστικό τμήμα του ξενοδοχείου τόσο για τα κέρδη που αποφέρει όσο και για τις δημόσιες σχέσεις που αναπτύσσει με τους πελάτες της επιχείρησης.

Τα ξενοδοχεία σήμερα αντιμετωπίζουν τους πελάτες ως φιλοξενούμενους και προσπαθούν να προσφέρουν υπηρεσίες και φιλοξενία οι οποίες θα ξεπερνούν τις προσδοκίες τους.

Όπως και τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου έτσι και το main bar θα πρέπει να προσφέρει τις καλύτερες δυνατές υπηρεσίες και το προσωπικό που δουλεύει στο bar να είναι επαγγελματίες. Θα πρέπει να είναι έτοιμοι να εξυπηρετήσουν και τον πιο απαιτητικό πελάτη. Το main bar πρέπει να είναι ελκυστικό ώστε ο πελάτης με ευχαρίστηση να απολαμβάνει τον καφέ ή το ποτό του. Επίσης, ανάλογα με το είδος του ξενοδοχείου, θα πρέπει να είναι ελκυστικό και για τους εξωτερικούς πελάτες.

Το τμήμα του επισιτισμού, στο οποίο ανήκει το main bar, θεωρείται το πιο κερδοφόρο της επιχείρησης και για το λόγο αυτό δίνεται μεγάλο βάρος στην οργάνωση της λειτουργίας του.

Σκοπός λοιπόν της παρούσας εργασίας είναι η ανάλυση της οργάνωσης αλλά και της λειτουργίας του main bar ενός ξενοδοχείου 5 αστέρων και πιο συγκεκριμένα η διάταξη των κεφαλαίων έχει ως εξής: το πρώτο κεφάλαιο είναι μια εισαγωγή στην έννοια του bar και γίνεται μια αναδρομή στην ιστορία των bar γενικότερα. Επίσης αναλύονται τα είδη των bar γενικά αλλά και μέσα σε μια ξενοδοχειακή μονάδα. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η θέση και η δομή του μέσα στην επιχείρηση, ενώ το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται αναλυτικά στον εξοπλισμό που πρέπει να έχει το main bar, από μηχανήματα και συσκευές μέχρι μικροεργαλεία. Το τέταρτο κεφάλαιο ασχολείται με το προσωπικό, τη σύνθεση του προσωπικού, τα προσόντα που πρέπει να διαθέτει, τα καθήκοντα και τις υποχρεώσεις που έχει. Επίσης αναλύονται οι βασικές λειτουργίες του bar.

Το επόμενο κεφάλαιο καταπιάνεται με τις μεθόδους παρασκευής-προετοιμασίας των ποτών και το σερβίρισμα αυτών στους πελάτες.

Το έκτο κεφάλαιο μιλάει για την οικονομική προσέγγιση του μπαρ, με ποιους τρόπους γίνεται η προώθηση των πωλήσεων και επιτυγχάνεται το μεγαλύτερο δυνατό κέρδος.

Το έβδομο κεφάλαιο αναφέρεται στις προμήθειες των ποτών και στην αποθήκευσή τους.

Τέλος στο όγδοο κεφάλαιο ακολουθεί μια ερευνητική μελέτη πάνω στην πρόσληψη του κατάλληλου προσωπικού στο main bar αλλά και στην καλύτερη λειτουργία του.

1.1 Έννοια του bar

Bar, από πλευράς χώρου είναι ένας ειδικά διαρρυθμισμένος χώρος μέσα στον οποίο πωλούνται όλων των ειδών τα ποτά και λειτουργεί κάτω από ορισμένους υγειονομικούς κανόνες, αγορανομικές και νομοθετικές διατάξεις. Αποτελεί κλάδο άμεσης εκμετάλλευσης της διεύθυνσης Food and Beverage μιας ξενοδοχειακής μονάδας ή μπορεί να είναι ανεξάρτητη, αυτοτελής επιχείρηση. Η λέξη bar είναι αγγλική και σημαίνει ράβδο(μπάρα), μοχλό, πάγκο και επειδή υπάρχει ένας πάγκος πίσω από τον οποίο εργάζεται ο Barman ή η Barwoman, καθιερώθηκε αυτή η ονομασία. Γενικά κάθε επιχείρηση που πουλάει πίσω από ένα 'πάγκο', μπορεί να χαρακτηριστεί σαν bar. (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

1.2 Η ιστορία του bar

Το κλασικό bar ξενοδοχείου είναι αμερικάνικης προέλευσης και μοιάζει λίγο με το θεσμό του ελληνικού καφενείου.(Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

Η ιστορική προέλευση του σύγχρονου bar, όπως το ξέρουμε σήμερα, άλλα και η αρχιτεκτονική και χωροταξική του διαρρύθμιση έχουν συγκεκριμένες αφετηρίες που προσπαθούν να προσδιορίσουν οι ασχολούμενοι με το θέμα.

Τα καφέ ή καφενεία όπως σωστά λέγονταν τα επονομαζόμενα στο παρελθόν "CABARETS", υπάρχουν εδώ και αιώνες. Οι νόμοι που αναφέρονται στα αλκοολούχα ποτά (στη διάθεση και την πώληση τους) υπάρχουν από πολύ παλιά, όταν τα bars τα είχαν γυναίκες, ως επί το πλείστον. Οι λίγοι άντρες που εξασκούσαν το επάγγελμα, άνηκαν στις κατώτερες τάξεις του πληθυσμού, ενώ οι γυναίκες που εργάζονταν στα καμπαρέ αυτά δεν ήταν πάντα μιας υψηλής ηθικής. Κανείς βέβαια δεν θα μπορούσε να αρνηθεί ότι κατείχαν έναν εξέχοντα ρόλο στην ανάπτυξη αυτού του είδους των επιχειρήσεων.(Μάρας 2002)

Τα "CABARETS" της παλιάς σχολής ήταν άθλια και η πελατεία τους δακτυλοδεικτούμενη. Με την πάροδο των αιώνων όμως αυτά τα καταστήματα έγιναν τα γνωστά καφενεία και με τη σειρά τους οι πολλές κατηγορίες, τέτοιων επιχειρήσεων, όπως είναι σήμερα.(Μάρας 2002) Το bar με τα σημερινά του χαρακτηριστικά προήλθε από την Αμερική. Ξεκίνησε από τη αμερικάνικη ταβέρνα το 1779 και κατέληξε στα σημερινά σύγχρονα bar με πολυτελή εξοπλισμό, πλούσια διακόσμηση και ειδικευμένο προσωπικό.(Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

Βέβαια ανάμεσα στα bars εκείνης της εποχής και στα σημερινά αμερικάνικα bars υπάρχει μια

τεράστια διαφορά. Η αρχική τους μορφή περιελάμβανε έναν πάγκο που τον περιστοίχιζε μια μπαριέρα. Αυτή η μπαριέρα, που ήταν απλά ένα κιγκλίδωμα, χώριζε τους πελάτες από τον πάγκο έτσι ώστε να μην μπορούν να βάλουν τα ποτά τους πάνω σε αυτόν. Οι πελάτες ακουμπούσαν στην μπαριέρα και κρατούσαν τα ποτά στο χέρι. Σε αυτόν το χώρο δεν υπήρχαν ούτε τραπέζια, ούτε καρέκλες και οι πελάτες έπιναν το ποτό τους, κουβέντιαζαν ή τσακώνονταν πριν ξαναπάρουν το δρόμο τους. Συνήθως ο μαγαζάτορας εκτός από τα αλκοολούχα ποτά πουλούσε και καπνό, τρόφιμα κ.λ.π. Η μπαριέρα που προαναφέραμε χρησίμευε επίσης στο να κρατά την πελατεία μακριά από τον πάγκο με τα ποτά και τον ίδιο τον ιδιοκτήτη, παρέχοντας έτσι κάποια πρόχειρη προστασία. Αν σκεφτούμε τους σκληροτράχηλους αυτούς ανθρώπους, που στην εποχή τους σκορπούσαν τον τρόμο σε όλη την Αμερική, μπορούμε να καταλάβουμε, δίχως άλλο, αυτό το μέτρο πρόληψης. Τότε το μαχαίρι έβγαινε γρήγορα απ' την τσέπη κι έπρεπε να κρατιέσαι σε απόσταση. Ήταν εύκολο βέβαια να πηδήξει κάποιος από πάνω αλλά η κατασκευή αυτή επέτρεπε στον μπάρμαν να καλυφθεί έγκαιρα. Τέλος μια ακόμα χρησιμότητα της μπαριέρας αυτής ήταν να κρατά τους "μακρυχέρηδες" πελάτες μακριά από τα εμπορεύματα.

Το όνομα Bar προέρχεται σίγουρα απ' την μπαριέρα, που την βρίσκουμε ακόμη και σήμερα και με αρκετά αλλαγμένη μορφή. Οι διακοσμητικές κυρίως μπάρες που υπάρχουν πάνω και κάτω από τον πάγκο είναι οι διάδοχοί της. Δεν χρησιμεύουν όπως παλιά για την προστασία του μπάρμαν αλλά είναι στοιχείο της επίπλωσης. Η πάνω μπάρα εμποδίζει τον πελάτη να σκίβει πολύ πάνω από τον πάγκο και να αναποδογυρίζει τα ποτήρια ενώ η κάτω μπάρα χρησιμεύει για να βάζει ο πελάτης τα πόδια τους και να προστατεύει τον πάγκο.

Στην αρχική τους μορφή τα Bars πρόσφεραν μόνο κρασί ή μύρα, αργότερα όμως προστέθηκαν τα SNAPS-SPIRITS και τα LIQUERS, ποτά που εύκολα προκαλούν μέθη.

Με τη σημερινή τους μορφή τα Bars εμφανίστηκαν πρώτα στη Βόρειο Αμερική, γι' αυτό και η ονομασία "AMERIKAN BAR". Στη Γερμανία εκτός από τον όρο Bar που χρησιμοποιείται για κάθε είδους καφενείο ή χώρο συνάθροισης με κατανάλωση ποτών, συναντάμε και τους όρους "CLUB" και "KAFFE HAUS".

Υποθέτουν ότι κατά τη διάρκεια του 12ου αιώνα άρχιζαν να παρασκευάζουν τα BRANDY (Αποστάγματα). Αυτά τα προϊόντα, στην αρχή θεωρήθηκαν σαν πολύτιμα γιατρικά, απ' όπου και η ονομασία τους "AQUA VITAE" ή "EAU DE VIE" δηλαδή νερό της ζωής, όρος που ακόμα και σήμερα χρησιμοποιείται. Το κρασί με απόσταξη έγινε το γνωστό BRANDY και ο μηλίτης το "APPLE BRANDY". Αρκετά αργότερα άρχιζαν να αποστάζουν κρασιά από δημητριακά και άλλους καρπούς και έτσι έγινε το WHISKY και τα άλλα ποτά όπως VODKA, RUM, TEQUILA κ.λ.π. (Μάρας 2002)

1.3 Τα πρώτα Cocktails

Όταν οι άποικοι έφτασαν στην Αμερική, είχαν μαζί τους ποτά και ιδέες πολλών ειδών. Οι σχετικοί με καφενεΐα χώροι που δημιουργήθηκαν ονομάστηκαν "TAVERNS" ή "CABARETS" που προαναφέραμε και παραπάνω. Σ' αυτούς τους χώρους έπιναν ό,τι περιείχε αλκοόλ μαζί με μεζέδες της πατρίδας τους. Επειδή αυτοί οι πρώτοι άποικοι προέρχονταν από διάφορες χώρες, έγινε ένα μεγάλο μπέρδεμα τοπικών και εθνικών ποτών. Το JULEP χαρακτηριστικά πρέπει να θεωρείται σαν η πρώτη ανάμειξη που ονομάστηκε AMERICAN DRINK. Η συνταγή του βρίσκεται σε ένα βιβλίο μαγειρικής από το 1540. Τα TODDIES και τα HIGHBALLS δεν πρέπει να είναι πολύ νεότερα. Οι άλλες αναμειξίες παρουσιάστηκαν με το πέρασμα του χρόνου όπως τα FLIPS και τα COCKTAILS (σαν τρόπος ανάμειξης) και έχουν ηλικία περίπου 200 χρόνων.

Το 1862 ο πασίγνωστος Αμερικάνος παρασκευαστής αναμειξεων JERRY THOMAS εξέδωσε τον πρώτο οδηγό του barman. Ο ίδιος έκανε τουρνέ στην Ευρώπη και οργάνωσε επιδείξεις για την τέχνη της ανάμειξης. Την ίδια εποχή, ένα άλλο αστέρι φάνηκε δυναμικά σε αυτή τη δουλειά, ο HARRY JOHNSON του οποίου ο οδηγός έγινε Best Seller.

Η εποχή άνθισης των AMERICAN BARS συμπίπτει με τη δημιουργία των μεγάλων Αμερικανικών πόλεων και την ανάπτυξη του πολιτισμού και της αφθονίας. Όταν κατά το 1920 το αλκοόλ απαγορεύτηκε στις Η.Π.Α τα AMERICAN BARS λειτουργούσαν σχεδόν παράνομα και σέρβιραν ποτά σε λίγους και χαριστικά. Κατά τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο, οι Αμερικάνοι στρατιώτες που πολεμούσαν στο πλευρό των συμμάχων, στην Ευρώπη, έδειξαν μία πραγματική ευρυματικότητα στη δημιουργία των αναμειξεων και σίγουρα οι κυριότερες πόλεις της Αγγλίας, της Γαλλίας και άλλων δυτικοευρωπαϊκών χωρών, γνώρισαν καλά τα AMERICAN BARS και την πρωτόγνωρη ποικιλία των cocktails της εποχής.

Στις μέρες μας ακόμα αναμειγνύουμε μερικά από αυτά τα ποτά που πρωτοφτιάχτηκαν από τους πρωτοπόρους και διάσημους barmen αυτής της εποχής. Όλα αυτά τα cocktails δεν είχαν στην Ευρώπη την ίδια απήχηση όπως στο νέο κόσμο. Το πρώτο ευρωπαϊκό βιβλίο για αναμειξίες εμφοβίστηκε στη Γενεύη πριν από τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο, γραμμένο από τον C. BELTRANO, με τίτλο "Τα αμερικάνικα ποτά".

1.4 Είδη bar

Το bar είναι εξ ορισμού ο χώρος όπου μπορεί κανείς να πιεί κάθε είδους ποτό, cocktail ή όχι, αλκοολούχο ή μη και όχι μόνο. Είναι επίσης, χώρος συγκέντρωσης και ψυχαγωγίας σε διαφορετικές μρφές, ανάλογα με τη θέση αλλά και προϊόν, είναι εκείνοι που χαρακτηρίζουν τα διάφορα είδη bar. (Μάρας 2002) Ο γνήσιος τύπος bar είναι ο αμερικάνικης προέλευσης, το γνωστό American bar. Η

εξάπλωση των cocktails και η αλλαγή των συνθηκών ζωής, επέδρασαν πολύ στη δημιουργία νέων τύπων bar. Για να ανταποκριθούν στις νέες απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού, οι επιχειρηματίες αναγκάστηκαν να κάνουν προσθήκες και μεταβολές στο κλασικό American bar. Έτσι μαζί με τα αλκοολούχα ποτά που πρόσφεραν αρχικά, σήμερα προσφέρουν και άλλα είδη ποτών όπως αναψυκτικά, αφεψήματα, κρασιά και ακόμη toasts, sandwiches, γλυκά κ.α. (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997) (Μάρας 2002) Τα κυριότερα είδη bar είναι τα εξής:

- ⑩ **American bar**
- ⑩ **Dancing bar**
- ⑩ **Restaurant-Piano bar**
- ⑩ **Espresso bar-Cafe bar**
- ⑩ **Snack bar**
- ⑩ **Milk bar**

1.4.1 American bar

Το American bar κατά κανόνα διευθύνεται από έναν barman. Ο επαγγελματίας αυτός πρέπει να έχει κάποια κουλτούρα και να βοηθιέται από άλλους εργαζόμενους που απασχολούνται ως βοηθοί barmen και σερβιτόροι. Σε παρακάτω κεφάλαιο θα δούμε αναλυτικά το προσωπικό από το οποίο απαρτίζεται ένα bar καθώς και το προφίλ του ιδανικού barman. Σε ένα τέτοιο bar αυτό που δεσπόζει είναι ο πάγκος. Οι πιο πολλές καταναλώσεις γίνονται στα όρθια αν και υπάρχουν συνήθως τραπέζια στο περιβάλλοντα χώρο. Είναι ένας περιορισμένος χώρος με προσεγμένη διακόσμηση και ευχάριστη ατμόσφαιρα. Μεγάλη προσοχή δίνεται στο είδος των ποτών που υπάρχουν σε ένα τέτοιο bar. Προσφέρονται όλα τα είδη οινοπνευματωδών ποτών καθώς και cocktails. Το American bar είναι ο συνηθισμένος τύπος bar που συναντούμε στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και είναι γνωστό ως Main bar.

1.4.2 Dancing bar

Όπως φαίνεται και από την ονομασία του, πρόκειται για ένα bar με πίστα χορού. Εκεί θαμώνες είναι συνήθως νεαρά άτομα και με λιγότερα χρήματα. Επίσης η επαφή ανάμεσα στον barman και στον πελάτη είναι λιγότερο άμεση. Η οργάνωση και η λειτουργία του δεν διαφέρει από αυτή του American bar. Πρέπει να έχει την κατάλληλη διακόσμηση με ανάλογη μουσική και σωστό φωτισμό. Ακόμα πρέπει να προβλέπεται χώρος για ορχήστρα και να υπάρχει ηλεκτρολογική εγκατάσταση για

τον ήχο και τα φωτιστικά εφέ. Ο χώρος δεν θα πρέπει να είναι επιβλητικός καθώς ο πελάτης θα πρέπει να αισθάνεται άνετα, αφού ο λόγος που βρίσκεται εκεί είναι για να χορέψει και να διασκεδάσει. Για αυτό το λόγο και η μουσική δεν θα πρέπει να είναι πολύ σιγανή, ούτε πολύ βίαιη αλλά ρυθμική.

Η ορχήστρα που πιθανόν υπάρχει ή η μουσική που παίζεται πρέπει να ευχαριστεί τα διαφορετικά γούστα μουσικής, αν και πολλά dancing bars έχουν θιοθετήσει ένα συγκεκριμένο είδος μουσικής και απευθύνονται σε συγκεκριμένο κοινό.

Ένα dancing bar κατά τη γνώμη των ειδικών δεν πρέπει να φιλοξενεί πάνω από 150-200 άτομα, διαφορετικά χάνεται το χρώμα και η αίσθηση του οικείου.

1.4.3 Restaurant bar-Piano bar

Το Restaurant bar-Piano bar παρουσιάστηκε τελευταία κυρίως στις μεγάλες πόλεις. Στην πραγματικότητα πρόκειται για ένα μικρό bar ή μια γωνία bar, στον ευρύτερο χώρο του εστιατορίου. Δίπλα από τον πάγκο υπάρχει συνήθως ένα πιάνο όπου ο πιανίστας παίζει σύγχρονα ή παλαιά μουσικά κομμάτια. Αυτό το είδος bar, έχει ως πελατεία άτομα που θέλουν να πιούν, να φάνε και να συζητήσουν, κάτω από τον ήχο απαλής μουσικής.

Ο ιδιοκτήτης του bar πρέπει να φροντίζει ώστε ο καλλιτέχνης να είναι σοβαρό άτομο και υψηλής καλλιτεχνικής στάθμης. Αν ο πιανίστας πάρει το ρόλο του στα σοβαρά, τότε μαζί με τον barman θα είναι πόλος έλξης πελατείας. Μπορούμε να πούμε ότι το βάρος της ευθύνης για την αποδοτική λειτουργία του bar μετατοπίζεται ή μοιράζεται από τον barman εξίσου στο μουσικό που εκ των πραγμάτων παίζει πολύ σημαντικό ρόλο.

1.4.4 Espresso bar-Cafe bar

Το Espresso bar-Cafe bar όπως συνηθίζεται πολύ να λέγεται, είναι μια καφετέρια όπου σερβίρονται επίσης οινοπνευματώδη ποτά και cocktails. Συνηθίζονται πολύ στις μεσογειακές χώρες καθώς και στην Ελβετία. Πολλές φορές ονομάζονται Aperitif bars γιατί στη Γαλλία κυρίως σερβιρουν απεριτιφ από τα οποία, στην προκειμένη περίπτωση, θα πρέπει να έχουν τη μεγαλύτερη δυνατή ποικιλία. Αυτά τα bars έχουν οπωσδήποτε μια μεγάλη μηχανή του καφέ που βρίσκεται πάνω στον πάγκο. Η εγκατάστασή τους είναι γενικά πολύ απλή με βάση πάντα το American bar.

1.4.5 Snack bar

Το Snack bar είναι χώρος πρόχειρου φαγητού αλλά μαζί και bar αλκοολούχων ποτών και cocktails σε πολυσύχναστα μέρη όπως εμπορικοί δρόμοι κ.λ.π. Στις εγκαταστάσεις της απλής μορφής του snack bar υπάρχουν κυρίως μηχανήματα πρόχειρου φαγητού όπως toasts, hamburgers, hot dogs κ.λ.π., που είναι τα κύρια προϊόντα εκμετάλλευσης, μαζί με τους καφέδες, αλλά και ποτά ορεκτικά, μπύρες, κρασιά κ.λ.π.

1.4.6 Milk bar

Το Milk bar δεν είναι πολύ διαδεδομένο εκτός Αμερικής. Ο χώρος αυτός κυριαρχείται από λευκό χρώμα. Όπως φαίνεται και από το όνομα του σερβίριον σχεδόν αποκλειστικά ποτά με βάση το γάλα και αναμειξίσεις συνήθως χωρίς αλκοόλ. Αυτό που παίζει πρωτεύοντα ρόλο, είναι να έχει καλές ψυκτικές εγκαταστάσεις γιατί πάντα χρειάζεται επαρκή ποσότητα παγάκια, γάλα, κρέμες, αυγα κ.λ.

1.5 Διαφορές των bars σε διάφορες χώρες

Τα σύγχρονα bars δεν είναι το ίδιο πράγμα σε κάθε χώρα, αλλά επηρεάζονται και χρωματίζονται από τις ιδιαιτερότητες και τα τοπικά χαρακτηριστικά. Στην Αγγλία είναι απλά, χωρίς υπερβολές, όπου καταναλώνεται κυρίως ούισκι ή μπύρα. Η Γαλλία είναι γνωστή για τα φθηνά bars που προσφέρουν ορεκτικά ποτά (απεριτίφ), αλλά και για τα πολλά αμερικάνικου τύπου, ιδίως στην περιοχή της Ριβιέρα και στο Παρίσι. Στη Ιταλία υπάρχει ανάπτυξη των cafe bar ή όπως λέγονται εκεί espresso bar. Τα dancing bar έχουν αναπτυχθεί ιδιαίτερα στην Γερμανία. Στην Ελβετία το σωστό και ξακουστό American bar κρατά ακόμα την πρώτη θέση. Τα bars λοιπόν υπάρχουν παντού με τις ιδιαιτερότητες τους και ένα κοινό χαρακτηριστικό, έχουν όλα αλκοόλ. Οι διάφορες μορφές bars που υπάρχουν στο εξωτερικό σχετικά με τις ιδιαιτερότητες που αναφέρθηκαν παραπάνω είναι οι εξής:

- ⑩ Το Αγγλικό bar είναι μια μορφή American bar που η κατανάλωση γίνεται κυρίως στον πάγκο.
- ⑩ Το Γαλλικό bar διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό τραπεζιών στον περιβάλλοντα χώρο, λόγω της μεγάλης συρροής αυτών που θεωρούν το απεριτίφ πριν από το γεύμα ιερή στιγμή.
- ⑩ Στην Ιταλία τα bars υπάρχουν κυρίως λόγω της αγάπης των Ιταλών για τον εσπρέσσο. Εκεί είναι ο χώρος που πίνουν τον αγαπημένο τους καφέ από νωρίς το πρωί μέχρι αργά το βράδυ.
- ⑩ Στη Γερμανία το bar είναι ο διαρρυθμισμένος χώρος, όπου οι ωέοι θα χορέψουν πίνοντας το ποτό τους.

Πάντα βέβαια σε κάθε χώρα υπάρχουν πραγματικά American bars, κυρίως στα μεγάλα ξενοδοχεία. Αυτά απευθύνονται κυρίως στους αλλοδαπούς πελάτες και λιγότερο στη ντόπια πελατεία. Για να εξασφαλισθεί η ύπαρξη τέτοιων bars είναι απαραίτητες ορισμένες προϋποθέσεις, μεταξύ των οποίων η ύπαρξη διεθνούς πελατείας. Τα American bars ήταν και παραμένουν για το σοβαρό επαγγελματία, ο ιδανικός τύπος-μορφή, γιατί είναι συνδυασμένα με την ποιότητα των ποτών, των cocktails και ου service. Η ατμόσφαιρα ενός τέτοιου bar επιτρέπει την προσέγγιση της καλής πελατείας που θα ήταν δύσκολο να γίνει σε άλλες περιπτώσεις.

1.6 Είδη bar ξενοδοχειακών μονάδων

Τα είδη bar που βρίσκονται στις ξενοδοχειακές μονάδες είναι τα εξής:

- ⑩ **Κεντρικό bar (Main bar)**
- ⑩ **Restaurant bar**
- ⑩ **Pool bar**
- ⑩ **Beach bar**
- ⑩ **Dispense bar**
- ⑩ **Roof garden bar**
- ⑩ **Wine bar**
- ⑩ **Mini bar**

1.6.1 Κεντρικό bar (Main bar)

Σήμερα οι σύγχρονες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις εκτός των δωματίων και εστιατορίου διαθέτουν και διάφορα άλλα τμήματα εκμετάλλευσης καθώς και τμήματ ψυχαγωγίας, αθλητικές εγκαταστάσεις, καταστήματα κ.λ.π. Το τμήμα του bar αποτελεί ένα βασικό κλάδο εκμετάλλευσης της διεύθυνσης επισιτιστικών τμημάτων (F&B management) μιας ξενοδοχειακής μονάδας, με σημαντικό μερίδιο στο σύνολο των εσόδων της επιχείρησης και επιπλέον έχει ιδιαίτερη σημασία στις δημόσιες σχέσεις της επιχείρησης.

Το main bar εξυπηρετεί κατά κανόνα τους πελάτες του ξενοδοχείου τις απογευματινές και βραδινές ώρες. Συνήθως είναι κλασικής μορφής και είναι το κυριώτερο bar του ξενοδοχείου.



Εικόνα 1

1.6.2 Restaurant bar

Εξυπηρετεί τους πελάτες του εστιατορίου πριν και μετά το γεύμα τους. Βρίσκεται συνήθως κοντά ή μέσα στο εστιατόριο και ο κατάλογος του περιλαμβάνει ορεκτικά και επιδόρπια ποτά, cocktails κ.ά. Στο χώρο του restaurant bar σερβίρονται επίσης οι καθυστερημένοι πελάτες του εστιατορίου (late ή night arrivals).

1.6.3 Pool bar

Εξυπηρετεί τους λουόμενους της πισίνας και είναι συνήθως τύπου snack bar. Προσφέρει στους πελάτες αναψυκτικά, παγωτά και διαφόρων ειδών snacks. Το pool bar φυσικά βρίσκεται κοντά στην πισίνα του ξενοδοχειακού συγκροτήματος, με την ανάλογη διακόσμηση και επίπλωση.

1.6.4 Beach bar

Είναι παρόμοιο με το pool bar και βρίσκεται στο χώρο της παραλίας του ξενοδοχείου. Η διακόσμηση του είναι απλή και το σερβίρισμα γίνεται συνήθως σε πλαστικά ποτήρια για ευνόητους λόγους. Όταν ο χώρος της πισίνας και ο χώρος της παραλίας γειτονεύουν, ο ένας τύπος bar μπορεί να καλύψει τις ανάγκες όλων των πελατών που χρησιμοποιούν τις προαναφερόμενες εγκαταστάσεις.

1.6.5 Dispense bar

Είναι ένα είδος bar που υπάρχει μόνο στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες. Δεν έχει άμεση επαφή με τον πελάτη και έχει προορισμό την γρήγορη τροφοδότηση των χώρων κατανάλωσης ποτών του ξενοδοχείου. Εξυπηρετεί το εστιατόριο του ξενοδοχείου όταν δεν υπάρχει restaurant bar. Επίσης εξυπηρετεί τις παραγγελίες των δωματίων (room service) εφόσον τα δωμάτια δεν διαθέτουν mini bar και τέλος τα banquets, δεξιώσεις, άλλες ομαδικές εκδηλώσεις καθώς και το σαλόνι του ξενοδοχείου, ενώ τροφοδοτεί και με κρασιά το εστιατόριο του ξενοδοχείου.

1.6.6 Roof garden bar

Όπως μπορούμε να καταλάβουμε και από την ονομασία τουβρίσκεται στην ταράτσα του ξενοδοχείου η οποία θα πρέπει να έχει διαμορφωθεί κατάλληλα και το πράσινο θα πρέπει να τονίζεται στην διακόσμηση της. Σκοπός του roof garden bar είναι η προσφορά της θέας της γύρω περιοχής και μπορεί να συνδυάζεται με το pool bar εάν η πισίνα βρίσκεται στον ίδιο χώρο. Διαθέτει από πλευράς προϊόντων ότι και ένα American bar. Σε ορισμένα μεγάλα ξενοδοχεία πόλεως μάλιστα,



Εικόνα 2

το roof garden bar μπορεί να είναι και το main bar του ξενοδοχείου.

1.6.7 Wine bar

Πρωτοεμφανίστηκε στη Γαλλία το 1970 (αν και υπάρχει και η άποψη ότι ξεκίνησε από την Μεγάλη Βρετανία) και σιγά σιγά εξαπλώθηκε σε όλο τον κόσμο διεθνοποιώντας το είδος. Στα ελληνικά θα μπορούσε να αποδοθεί ως “μπαρ του κρασιού”. Στο χώρο αυτό συχναζουν οι λάτρεις του κρασιού και των “λεπτών γεύσεων”. Συνήθως η διακόσμηση τους είναι λίγο “βαριά” όπως

άλλωστε θα ταίριαζε με την ηλικία των καλών κρασιών. Σε ένα wine bar θα πρέπει να υπάρχουν οι κατάλληλες εγκαταστάσεις για την ποιοτική συντήρηση των κρασιών.

Οι τρεις κυριότερες χώρες όπου σήμερα έχουν εξελιχθεί αυτά τα bar είναι η Γαλλία, η Αγγλία και η Αμερική. Στη χώρα μας θα συναντήσουμε wine bars σε μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα και στα αστικά κέντρα.

1.6.8 Mini bar

Το mini bar σήμερα αποτελεί βασικό στοιχείο του δωματίου και επίσης κριτήριο άνεσης για όλα τα ξενοδοχεία, ανεξάρτητα από κατηγορία αν και συνηθίζεται να υπάρχει στα πιο καλά ξενοδοχεία. Το mini bar δεν είναι τίποτα άλλο από ένα μικρό ψυγείο, μέσα στο οποίο βρίσκονται μινιατούρες από διάφορα ποτά, αναψυκτικά, νερό, πάντα σε συγκεκριμένο αριθμό το καθένα ώστε να είναι εφικτός ο έλεγχος και η καταγραφή της κατανάλωσης από το προσωπικό του room service. Έχει ως αποστολή ουσιαστικά την ικανοποίηση μιας συγκεκριμένης ανάγκης του πελάτη, της δίψας ή της επιθυμίας του να πιεί ένα ποτό όσο πιο γρήγορα γίνεται και αποτελεί μια υπηρεσία η οποία συμβάλλει στην άνοδο των πωλήσεων χωρίς να παρενοχλεί το κανονικό bar που αναπτύσσεται παράλληλα και εντελώς ανεξάρτητα.

2.1 Επιλογή της θέσης εγκατάστασης του bar

Οι κατάλληλοι χώροι για την εγκατάσταση του bar εξαρτώνται από τον σκοπό τον οποίο θέλουμε να εξυπηρετήσουμε. Κοντά στο εστιατόριο ή κοντά στην είσοδο ή μέσα στο εστιατόριο για το restaurant bar, κοντά στην πισίνα για το pool bar, κοντά στην παραλία για το beach bar και στην ταράτσα για το roof garden bar.

Ιδιαίτερης σημασίας είναι η επιλογή της θέσης του main bar στο ξενοδοχείο με το οποίο θα ασχληθούμε αποκλειστικά από εδώ και πέρα. Το main bar πρέπει να είναι οπωσδήποτε εγκατεστημένο μέσα στο ξενοδοχείο ή στο κυρίως κτίριο της ξενοδοχειακής μονάδας και μάλιστα σε πολύ κεντρικό σημείο έτσι ώστε να μπορεί ο πελάτης να το προσέξει εύκολα. Για αυτό το λόγο συνήθως βρίσκεται κοντά στην ρεσεψιόν, τοποθετημένο σε ψηλότερο επίπεδο έτσι ώστε να φαίνεται διακριτικά και να μην εμποδίζει την εύρυθμη λειτουργία της. (Χυτήρης 1991)

Υπάρχουν πολλές παράμετροι που εξετάζονται από το αρχικό στάδιο του οικονομοτεχνικού σχεδιασμού, με σκοπό να καθοριστεί το μέγεθος, η κατηγορία και ο τύπος ώστε να δοθεί η τελική ταυτότητα του υπο κατασκευή bar. Οι κυριότερες παράμετροι είναι:

□ Προσανατολισμός: Το bar πρέπει να βρίσκεται σε τέτοιο σημείο, ώστε να είναι ευδιάκριτο και προσπελάσιμο από όλους τους πελάτες. Διαφορετικά, τοποθετούνται πινακίδες στην υποδοχή που δείχνουν το σημείο στο οποίο βρίσκεται.

□ Θέα: Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την εγκατάσταση του bar είναι η θέα του. Ο πελάτης, πίνοντας το ποτό του, νοιώθει πιο ευχάριστα έχοντας μια όμορφη θέα. Για αυτό και όπως αναφέραμε πιο πάνω, ορισμένες φορές το main bar δεν βρίσκεται κοντά στην ρεσεψιόν αλλά σε άλλο σημείο του ξενοδοχείου προκειμένου να προσφερει τη θέα στον πελάτη (π.χ στην ταράτσα του ξενοδοχείου).

□ Τεχνικές εγκαταστάσεις: Είναι απαραίτητο στο σημείο που θα εγκατασταθεί το bar να υπάρχουν οι δυνατότητες για τεχνικές εγκαταστάσεις ύδρευσης, ηλεκτρισμού και αποχέτευσης που θα χρησιμεύσουν στην σωστή λειτουργία του χώρου.

□ Η δυναμικότητα της ξενοδοχειακής επιχείρησης: Είναι σημαντική παράμετρος διότι από αυτήν εξαρτάται το μέγεθος και η δυνατότητα παραγωγής. Πρέπει να σημειώσουμε εδώ ότι η παράμετρος αυτή αποσυνδέεται στις ξενοδοχειακές μονάδες που απευθύνονται σε εξω-ξενοδοχειακούς πελάτες.

□ Η δυναμικότητα και το είδος των άλλων επισιτιστικών λειτουργιών της μονάδας και ειδικότερα η ύπαρξη άλλων bar.(πόσα, που, τι μορφής, τι δυναμικότητας).

□ Το είδος της πελατείας της ξενοδοχειακής επιχείρησης: Εδώ εξετάζεται αν οι πελάτες θα είναι μεμονωμένοι ή πρακτορειακοί. Εξετάζεται επίσης η εθνικότητα, η ηλικία τους και η

αγοραστική τους δύναμη.

- Το είδος και ο αριθμός της πελατείας του bar.
- Η εξυπηρέτηση συνεδρίων, εκθέσεων και άλλων εκδηλώσεων.

Μετά την επιλογή του τύπου και του μεγέθους του main bar, πρέπει να εξεταστούν και οι ειδικές παράμετροι που στόχο έχουν τη δημιουργία ευχάριστης και άνετης ατμόσφαιρας, στοιχεία που θα προσελκύσουν τον πελάτη.(Μάρας 1997), (Katsigris&Thomas 2007),

2.1.1 Είσοδος του bar

Θα πρέπει να είναι εντυπωσιακή, καλόγουστη, επιβλητική και ορατή από τους χώρους διέλευσης των πελατών του ξενοδοχείου.

2.1.2 Η επίπλωση του bar

Τα έπιπλα του bar(τραπέζια, καθίσματα, σκαμπώ) πρέπει να συνδυάζουν κομψότητα, άνεση, καλό γούστο, να είναι υψηλής ποιοτικής κατασκευής και να ταιριάζουν με την γενική διακόσμηση του



Εικόνα 3

χώρου. Θα πρέπει επίσης να είναι ανθεκτικά στην καθημερινή χρήση.

2.1.3 Η διακόσμηση του bar

Η διακόσμηση του bar θα πρέπει να έχει ευχάριστα χρώματα, απαλό φωτισμό, πίνακες καθώς και πολλά φυτά. Θα πρέπει να είναι καλόγουστη και να συνδυάζεται με τον τύπο και την κατηγορία του

bar. Το δάπεδο θα πρέπει να είναι επενδεδυμένο με μοκέτες, που να ταιριάζουν με τα χρώματα των τοίχων και των επίπλων. Οι μοκέτες χρησιμεύουν ώστε ο χώρος να γίνεται πιο ζεστός αλλά και να αποφεύγονται οι θόρυβοι από τα βήματα των πελατών και του προσωπικού.

2.1.4 Κλιματισμός και εξαερισμός του bar

Είναι ένα πολύ σημαντικό στοιχείο για το bar. Επιβάλλεται σωστή η εγκατάσταση του κλιματισμού για αποτελεσματική θέρμανση τους χειμερινούς μήνες και δροσιά τους θερινούς. Επίσης ο σωστός εξαερισμός είναι απαραίτητος για καθαρή ατμόσφαιρα ώστε οι πελάτες να μπορούν να απολαύσουν ευχάριστα το ποτό τους.

2.1.5 Η μουσική του bar

Η μουσική παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στη δημιουργία ευχαριστης ατμόσφαιρας στο bar. Βέβαια θα πρέπει να είναι απαλή και διακριτική, ώστε να είναι δυνατή η συζήτηση μεταξύ των πελατών. Για αυτό το λόγο απαιτείται μελετημένη στερεοφωνική εγκατάσταση. Για πολλούς βάρβαια, ίσως το πιάνο να αποτελεί ιδανική λύση για το bar.

2.2 Η διαρρύθμιση του bar

Εκτός της μελέτης για τον καθορισμό του μεγέθους, της κατηγορίας, του τύπου, της θέσης και της διάταξης του bar, θα πρέπει να μελετηθεί το βασικό τμήμα, που αποτελείται από το front bar και το back bar δηλαδή τον πάγκο σερβιρίσματος και το χώρο πίσω του, μέσα στον οποίο εργάζεται ο barman.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τον σχεδιασμό και το μήκος του πάγκου σερβιρίσματος είναι:

- Η δυναμικότητα του bar.
- Η κυκλοφοριακή ροή των πελατών κατά την είσοδο-έξοδο τους στο bar.
- Οι απαιτήσεις της κυκλοφοριακής αιχμής.
- Ο αριθμός των πελατών που αρέσκονται να χρησιμοποιούν τη μπάρα και η άνετη εξυπηρέτησή τους.
- Ο αριθμός των εργαζομένων στο bar.
- Η αποτελεσματική λειτουργία του bar.
- Η αποτελεσματική επίβλεψη, έλεγχος και ασφάλεια του bar.
- Η δημιουργία πρόσθετων εισόδων-εξόδων σε χώρους που προσδιορίζονται για passant πελάτες.

- Η άνετη κυκλοφορία προσωπικού και εμπορευμάτων.
- Η εγκατάσταση του εξοπλισμού του bar.
- Το γρήγορο και άνετο service των πελατών του bar και το αν εξυπηρετεί άλλους χώρους όπως σαλόνια κ.ά.

2.2.1 To front bar

Το front bar αποτελείται από τον πάγκο σερβιρίσματος του bar και από τον πάγκο εργασίας του bar.

Ο πάγκος σερβιρίσματος του bar είναι η κύρια τεχνική εγκατάσταση του bar και είναι αυτό που φαίνεται πάνω απ'όλα. Είναι το σημείο στο οποίο οι πελάτες σερβίρονται ποτό τους. Το ύψος του πάγκου είναι συνήθως 1,10 με 1,20 μ., το πλάτος του είναι 0,40-0,60 μ. Ενώ το μήκος του πάγκου εξαρτάται από το μέγεθος και τη δυναμικότητα του bar. Στο κάτω μέρος του πάγκου υπάρχουν κιγκλιδώματα από ξύλο ή σίδηρο για να ξεκουράζονται τα πόδια των πελατών.

Τα σκαμπώ πρέπει να είναι σταθερά, άνετα και καλής ποιότητας. Το ύψος των σκαμπώ κυμαίνεται στα 0,80-0,85 μ.. Στα περισσότερα bar υπάρχουν σκαμπώ περιστρεφόμενα γύρω από έναν κάθετο άξονα.

Το υλικό κατασκευής του πάγκου είναι συνήθως από ξύλο, μάρμαρο ή γρανίτη. Στην επιφάνεια του δεν πρέπει να υπάρχει τζάμι γιατί είναι επικίνδυνο να σπάσει από την πτώση μιας φιάλης. Πρέπει να είναι λείος και ευκολοκαθάριστος. Η διακόσμηση του με ανάγλυφες παραστάσεις ή σκαλίσματα είναι περιττή διότι έτσι δημιουργούνται εστίες μικροβίων.

Πάνω στον πάγκο δεν πρέπει να βρίσκεται τίποτα άλλο παρά μόνο σταχτοδοχεία και menages(καλαμάκια, αναδευτήρες, διακοσμητικά, tabasco, αλάτι, πιπέρι, κανέλλα κ.λ.π.) που είναι απαραίτητα για την παρασκευή των ποτών. Πρέπει επίσης να είναι πάντα καθαρός.

Ακόμα σημαντικό ρόλο στην αισθητική του πάγκου παίζει ο φωτισμός, ο οποίος πρέπει να είναι απαλός και διακριτικός. Συνήθως υπάρχουν μικρά φωτιστικά που βρίσκονται στην οροφή του πάγκου ανάλογα με την διακόσμηση του bar.

Ο πάγκος εργασίας είναι το δεύτερο μέρος από το οποίο αποτελείται το front bar. Βρίσκεται ακριβώς πίσω από τον πάγκο σερβιρίσματος και σε χαμηλότερο επίπεδο έτσι ώστε να μην είναι μέσα στην οπτική γωνία του πελάτη. Αυτό βοηθάει και τον barman να αισθάνεται ότι η εργασία του δεν είναι σε κοινή θέα. Το μήκος του συνήθως είναι όσο το μήκος του πάγκου σερβιρίσματος. Πρέπει να βρίσκεται 0,30-0,40 μ. κάτω από τον πάγκο και το πλάτος του να είναι 0,50-0,80 μ.. Συνήθως ο πάγκος εργασίας είναι το ανοξείδωτο πάνω μέρος του των ψυγείων και των άλλων μηχανημάτων(βρίσκονται κάτω από τον πάγκο εργασίας) που υπάρχουν για τις ανάγκες λειτουργίας του bar όπως καταψύκτες, μηχανή παραγωγής παγοκύβων, πλυντήριο κ.λ.π.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στο διάστημα μεταξύ του πάγκου εργασίας και της βιτρίνας του bar. Το διάστημα αυτό πρέπει να είναι τόσο, ώστε ο barman να κινείται με άνεση κατά μήκος του bar, να ανοίγει με ευκολία τις πόρτες των ψυγείων και να μπορεί απλώνοντας το χέρι του να φτάνει τα ποτά της βιτρίνας. Η απόσταση αυτή κυμαίνεται μεταξύ 1-1,20 μ..

Δεξιά από το κέντρο εργασίας του barman και πάντοτε πάνω στον πάγκο εργασίας, υπάρχουν ειδικές υποδοχές για τα βασικά ποτά του bar και χώρος για τα απαραίτητα σκεύη και υλικά. Αριστερα, υπάρχει η λάντζα, η οποία είναι απαραίτητη για τη σωστή λειτουργία του bar. Πρέπει επίσης να υπάρχει πρόβλεψη για το κρέμασμα των πετσετών του barman, τοποθέτηση πάγου και δοχείου απορριμάτων.

2.2.2 To back bar

Το back bar αποτελείται από την βιτρίνα του bar ή αλλιώς εκθετήριο του bar και από τις προθήκες και τα ντουλάπια που υπάρχουν κάτω από την βιτρίνα. Η βιτρίνα του bar τοποθετείται πίσω από τον πάγκο εργασίας και αποτελεί σημαντικό διακοσμητικό στοιχείο του bar. Στη βιτρίνα τοποθετούνται τα αλκοολούχα ποτά σε σωστή διάταξη και κανονική απόσταση μεταξύ τους, ώστε να μπορεί ο barman να τα παίρνει εύκολα. Οι φιάλες θα πρέπει να τοποθετούνται πιο πολύ πρακτικά και όχι τόσο αισθητικά. Έξω και πιο εύκαιρα πρέπει να τοποθετούνται αυτές που είναι ευρύας κατανάλωσης. Η θέση των φιαλών στη βιτρίνα πρέπει να είναι σταθερή, έτσι ώστε να μπορεί ο barman να τις βρίσκει με ευκολία χωρίς να χρειάζεται να γυρίζει συνεχώς την πλάτη του στον πελάτη. Οι ετικέτες των φιαλών πρέπει να είναι στραμμένες προς τους πελάτες ώστε να τους δίνεται η ευκαιρία να βλέπουν τι ποτά διαθέτει το bar. Κάτω από τη βιτρίνα υπάρχουν ράφια για τα ποτήρια του bar, που τοποθετούνται επίσης σε σταθερή θέση κατά είδος. Τα υπόλοιπα ποτήρια είναι ταξινομημένα σε ντουλάπια που βρίσκονται κάτω από την βιτρίνα. Το καθάρισμα του ντουλαπιού και των φιαλών πρέπει να γίνεται καθημερινά.

Όπως αναφέραμε και παραπάνω κάτω από την βιτρίνα των ποτών, βρίσκονται προθήκες και ντουλάπια που χρησιμεύουν για διάφορους λόγους. Πέρα από τα ποτήρια που αποθηκεύονται εκεί(όπως αναφέραμε και παραπάνω), τοποθετούνται και διάφορα μηχανήματα και συσκευές όπως τοστιέρες, blender, mixer κ.λ.π.

Τα ποτήρια θα πρέπει να είναι καθαρά, γυαλισμένα και στεγνά. Στις επιφάνειες των προθηκών τοποθετούνται λινές πετσέτες, για να μην έρχονται σε επαφή τα χείλη των ποτηριών με το ξύλο ή οποιοδήποτε άλλο υλικό χρησιμοποιείται για την κατασκευή τους. Η τοποθέτηση των γυάλινων σκευών πρέπει να είναι ανάποδα. Στο κάτω μέρος των προθηκών αυτών συνήθως υπάρχουν μικρά ντουλάπια, τα οποία χρησιμεύουν στην αποθήκευση ποτών, χυμών, αναψυκτικών, υλικών καθαρισμού κ.λ.π.

2.2.3 Το office του bar

Το office του bar βρίσκεται ακριβώς δίπλα από τον χώρο εργασίας του barman και χρησιμοποιείται σαν αποθήκη αναψυκτικών, άδειων φιαλών, άδειων σταχτοδοχείων και άλλων αντικειμένων που δεν πρέπει να τα βλέπει ο πελάτης. Ακόμη στο office τοποθετούνται πολλές φορές η μηχανη παρασκευής παγοκύβων, το πλυντήριο ποτηριών, το μοτέρ του ψυγείου και γενικά όλα τα μηχανήματα που κάνουν θόρυβο.

3.1 Ο εξοπλισμός του bar

Ο εξοπλισμός του bar αποτελείται από μηχανήματα και συσκευές, σκεύη και εργαλεία και γυαλίνα σκεύη.

Η επιλογή του εξοπλισμού εξαρτάται από τον προορισμό του bar, τη δυναμικότητα του, το κόστος και την αναγκαιότητα του είδους. Εδώ θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ο εξοπλισμός του bar αποτελεί στοιχείο της τεχνικής ποιότητας της επιχείρησης. Επομένως η επιλογή του εξοπλισμού θα πρέπει να γίνεται με κριτήρια την κατηγορία, το είδος και τη λειτουργικότητα του bar, καθώς και την ικανοποίηση των απαιτήσεων της πελατείας που στοχεύει η επιχείρηση. Παρακάτω θα αναλύσουμε τον εξοπλισμό που θα πρέπει να έχει ένα main bar.

3.2 Μηχανήματα και συσκευές του main bar

Τα μηχανήματα και οι συσκευές που υπάρχουν σε ένα main bar είναι:

- ⊙ Ψυγείο bar
- ⊙ Μηχανή παρασκευής παγοκύβων
- ⊙ Πλυντήριο ποτηριών
- ⊙ Μηχανή καφέ espresso
- ⊙ Μηχανή γαλλικού καφέ
- ⊙ Κόφτη καφέ
- ⊙ Mixer
- ⊙ Blender
- ⊙ Αποχυμωτής
- ⊙ Στίφτης
- ⊙ Παγοθραύστης
- ⊙ Συσκευή draught beer
- ⊙ Ταμειακή μηχανή

3.2.1 Ψυγείο bar

Τοποθετείται κάτω από τον πάγκο εργασίας και θεωρείται ο σπουδαιότερος μηχανικός εξοπλισμός του bar. Μέσα στο ψυγείο φυλάσσονται και συντηρούνται όλα τα απαραίτητα υλικά που χρησιμοποιεί ο barman όπως φρούτα, γάλα, κρέμα γάλακτος, χυμοί, αναψυκτικά, μπίρες κ.λ.π.

3.2.2 Μηχανή παρασκευής παγοκύβων

Τοποθετείται συνήθως στο χώρο του μαγειρείου για να εξυπηρετεί και άλλα τμήματα του ξενοδοχείου. Όταν οι ανάγκες ή η απόσταση του bar το επιβάλλουν μπορεί να υπάρξει χωριστή μηχανή και τοποθετείται στο office του bar. Θα πρέπει όμως να επισημάνουμε ότι είναι προτιμότερο να υπάρχουν περισσότερες από μια μηχανές παρασκευής παγοκύβων, η επιλογή των οποίων βασίζεται στη ποσότητα παραγωγής της μηχανής ανά 24ωρο σε σχέση με τις ανάγκες του bar. Η λύση αυτή παρουσιάζει τα εξής πλεονεκτήματα:

- Κερδίζουμε χώρο στο ψυγείο του bar αφού δεν χρειάζεται να συντηρούμε τα παγάκια.
- Έχουμε σκληρό πάγο σε επάρκεια, ιδιαίτερα τις ώρες αιχμής.
- Αποφεύγουμε την έλλειψη πάγου σε περίπτωση βλάβης της κεντρικής μηχανής.
- Κερδίζουμε χρόνο αφού δεν χρειάζεται η μεταφορά παγοκύβων.

Ο πάγος είναι ένα είδος απολύτως αναγκαίο για το bar, για το σερβίρισμα ποτών και cocktails αφού ο barman πρέπει να έχει στη διάθεση του διάφορα είδη αναλόγως του ποτού. Έτσι χρειάζεται παγοκύβους για ποτά on the rocks, αναψυκτικά και cocktails και θρυμματισμένο πάγο για ορισμένα cocktails και για το πάγωμα ποτηριών.

3.2.3 Πλυντήριο ποτηριών

Τοποθετείται συνήθως στη λάντζα του bar ή στο office του bar. Σε πολλά bar μπορεί επίσης να υπάρχει συσκευή πλύσεως ποτηριών, με 1 ή 2 αντεστραμμένες βούρτσες μέσα ειδικό καδο, η οποία τοποθετείται στη λάντζα του bar.

Η απόστολη των ακαθάρτων ποτηριών από το bar στο τμήμα πλύσεως σκευών του μαγειρείου δεν συνίσταται λόγω της μεγάλης απόστασης που χωρίζει τα δύο τμήματα. Αυτός είναι ο λόγος που τα περισσότερα bar διαθέτουν πλυντήριο ποτηριών.

3.2.4 Μηχανή καφέ espresso

Είναι απολύτως απαραίτητη στο main bar καθώς σε αυτό το χώρο εκτός από οινοπνευματώδη ποτά σερβίρονται και καφέδες.

Συνήθως η μηχανή του espresso τοποθετείται σε μια άκρη του πάγκου σερβιρίσματος ή στον πάγκο εργασίας και δίνει τη δυνατότητα παρασκευής όλων των ειδών του καφέ(εκτός του γαλλικού), τσάι και διαφόρων ειδών σοκολάτες. Πολλές φορές στην μηχανή του espresso παρασκευάζεται και ο ελληνικός καφές με τη βοήθεια του ατμού, πράγμα που είναι λάθος αφού με αυτό τον τρόπο χάνεται η ποιότητα στον ελληνικό καφέ.

3.2.5 Μηχανή γαλλικού καφέ

Όπως αναφέραμε και παραπάνω με τη μηχανή του espresso δεν μπορούμε να παρασκευάσουμε γαλλικό καφέ. Γι' αυτό το λόγο είναι απαραίτητο στο bar να υπάρχει και μια μηχανή για την παρασκευή γαλλικού καφέ.

3.2.6 Κόφτης καφέ

Είναι μια μηχανή που αλέθει τον καφέ και τον μετατρέπει από κόκκους σε σκόνη προκειμένου να ο barman να παρασκευάσει τους καφέδες. Με τον κόφτη ο καφές διατηρείται φρέσκος και με αυτόν τον τρόπο υπάρχει καλύτερη ποιότητα καφέ.

3.2.7 Mixer

Είναι απαραίτητο μηχανήμα στο bar για την παρασκευή καφέ(φραπέ), κρέμας γάλακτος, milk shake και ορισμένων cocktails. Τοποθετείται πάντα στον πάγκο εργασίας του bar.

3.2.8 Blender

Τοποθετείται στον πάγκο εργασίας και χρησιμοποιείται για την παρασκευή ορισμένων cocktails και φρέσκων χυμών φρούτων (σε περίπτωση που δεν υπάρχει αποχυμωτής).

3.2.9 Αποχυμωτής

Τοποθετείται στον πάγκο εργασίας του barman και χρησιμοποιείται για την παρασκευή φυσικών χυμών φρούτων.

3.2.10 Στίφτης

Τοποθετείται στον πάγκο εργασίας και τον χρησιμοποιούμε για να στίβουμε διάφορα φρούτα. Ο χυμός φρούτων και ιδιαίτερα ο χυμός λεμονιού και πορτοκαλιού αποτελούν βασικό συστατικό πολλών cocktails.

3.2.11 Παγοθραύστης

Όταν η μηχανή παρασκευής παγοκύβων που έχει το bar δεν παράγει θρυμματισμένο πάγο, τότε είναι απαραίτητος ο παγοθραύστης ο οποίος τοποθετείται στον πάγκο εργασίας του barman.

3.2.12 Συσκευή draught beer

Τοποθετείται κάτω από τον πάγκο εργασίας του barman και χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα της μύρας που σερβίρεται σε ποτήρι.

3.2.13 Ταμειακή μηχανή

Μηχανοκίνητη ταμειακή μηχανή bar ή ηλεκτρονική, με δυνατότητες αναλόγως του τύπου της, όπως αθροιστές τμημάτων, σερβιτόρων, επεξήγηση πλήκτρων, εσωτερική ταινία κ.α. Θεωρείται απαραίτητος εξοπλισμός για την έκδοση των λογαριασμών και τον έλεγχο του bar.

3.3 Σκεύη και εργαλεία του bar

Τα σκεύη και τα εργαλεία του main bar είναι (Costas Katsigris, Cris Thomas 2007):

- Shaker
- Μεζούρα
- Αυτόματος μετρητής μερίδων
- Mixing glass
- Strainer
- Bar spoon
- Καμινέτο bar

3.3.1 Shaker

Είναι το κυρίως εργαλείο του barman γιατί με το shaker παρασκευάζει τα περισσότερα cocktails. Το επαγγελματικό shaker είναι μεταλλικό, από ανοξείδωτο υλικό και αποτελείται από τρία μέρη, τη βάση, το σουρωτήρι και το σκέπασμα.

Υπάρχουν shakers σε διάφορα μεγέθη. Πουλούνται επίσης shaker δύο τεμαχίων με γυάλινη βάση και επάργυρο καπάκι. Αν έχει γυάλινη βάση μπορεί να χρησιμοποιηθεί και σαν mixing glass.

3.3.2 Μεζούρα

Είναι ένας μεταλλικός μετρητής ποτών και αποτελείται από 2 μικρά ποτηράκια ενωμένα στη βάση. Το πρώτο και μεγαλύτερο είναι περιεκτικότητας 40ml και το δεύτερο, το pony, 28,5ml. Η λέξη μεζούρα χρησιμοποιείται επίσης με την έννοια της μερίδας αλκοολούχου ποτού.

Σε μια μεγάλη μερίδα επαγγελματιών επικρατεί η αντίληψη ότι η χρήση της μεζούρας σημαίνει έλλειψη πείρας και επαγγελματισμού. Αυτό είναι ένα μεγάλο λάθος από το οποίο απορρέουν προβλήματα που σχετίζονται με τον αριθμό ειδικευμένων και ανειδίκευτων ατόμων στον τουριστικό τομέα.

3.3.3 Αυτόματος μετρητής μερίδων

Αποτελείται από μια βαλβίδα, πάνω στην οποία εφαρμόζεται το στόμιο ενός αντεστραμμένου μπουκαλιού αλκοολούχου ποτού. Πιέζοντας τη βαλβίδα σερβίρεται στο ποτήρι μια μερίδα ποτό. Συνήθως τοποθετείται στην βιτρίνα του bar και εξυπηρετεί το εύκολο και γρήγορο σερβίρισμα αλκοολούχων ποτών.

Βέβαια δεν χρησιμοποιούν όλα τα bar αυτόματους μετρητές μερίδων, καθώς στα περισσότερα bar ο barman βάζει μόνος του τα ποτά απ'το μπουκάλι.

3.3.4 Mixing glass

Το mixing glass είναι ένα μεγάλο, ειδικό ποτήρι, μέσα στο οποίο παρασκευάζονται ακετά cocktail. Είναι τα cocktails που δεν χρειάζονται χτύπημα στο shaker αλλά και δεν ενείκνυται να παρασκευαστούν κατευθείαν μέσα στο ποτήρι σερβιρίσματος. Οι συνταγές cocktails που απαιτούν την χρήση του mixing glass είναι συνήθως σύνθετες αναμειξείς αλκοολούχων ποτών.

3.3.5 Strainer

Το strainer είναι ένα ειδικό σουρωτήρι, το οποίο χρησιμοποιείται κατά το σερβίρισμα από το mixing glass στο κατάλληλο ποτήρι, και εφαρμόζει γύρω από το χείλος του mixing glass για να συγκρατεί τους παγοκύβους, τους οποίους χρησιμοποιούμε για να παγώσουμε το cocktail, ή ακόμα και άλλα υλικά που δεν πρέπει να πέσουν στο ποτήρι σερβιρίσματος.

3.3.6 Bar spoon

Είναι ένα κουτάλι με μακριά λαβή και χρησιμοποιείται για το ανακάτωμα των cocktails που παρασκευάζονται στο mixing glass ή μέσα στο ποτήρι σερβιρίσματος. Χρησιμεύει επίσης για το

τελείωμα ορισμένων cocktails που παρασκευάζονται στο shaker και απογεμίζονται με αναψυκτικό.

3.3.7 Καμινέτο bar

Ειδική συσκευή του bar για την παρασκευή Irish coffee. Είναι από μέταλλο, χαλκό ή ανοξείδωτο υλικό και το ανάβουμε με στερεό οινόπνευμα.

3.3.8 Άλλα απαραίτητα μικροσσκευή και εργαλεία του bar

- Ανοικτήρι φιαλών
- Ανοικτήρια φιαλών μύρας και αναψυκτικών
- Ανοικτήρι κονσερβών
- Δοχεία πάγου
- Λαβίδες και σέσουλα πάγου
- Μαχαίρια κοπής φρούτων
- Ξύλο κοπής φρούτων
- Κανάτες σε διάφορα μεγέθη για νερό και χυμούς
- Σαμπανιέρες απλές και με βάση
- Ειδικό τρίφτη για μοσχοκάρυδο
- Μύλο πιπεριού
- Αλατιέρες και πιπεριέρες
- Πλαστικά πώματα φιαλών
- Καλαμάκια για long και short drinks
- Αναδευτήρες ποτών σε διάφορα μεγέθη
- Οδοντογλυφίδες
- Σταχτοδοχεία
- Ζαχαριέρες διαφόρων μεγεθών και λαβίδες ζάχαρης
- Τσαγιέρες, καφετιέρες, γαλατιέρες διαφόρων μεγεθών
- Μπρίκια ελληνικού καφέ
- Κουταλάκια γλυκού, παγωτού κ.λ.π
- Φλυτζάνια τσαγιού, espresso, ελληνικού καφέ κ.λ.π
- Δίσκοι σερβιρίσματος
- Λινές πετσέτες
- Γουδοχέρι

3.4 Γυάλινα σκεύη

Το bar δεν πρέπει μόνο να είναι εξοπλισμένο με μηχανήματα, σκεύη και εργαλεία αλλά θα πρέπει να έχει και άλλο εξοπλισμό όπως είναι μια πλήρης σειρά ποτηριών, που είναι απαραίτητα για το σωστό σερβίρισμα των διαφόρων ποτών και cocktails που προσφέρει το bar. Η σωστή επιλογή των ποτηριών έχει πολύ μεγάλη σημασία, καθώς θεωρούνται τα βασικότερα σκεύη του bar, αφού έχει πολύ μεγάλη σημασία, τόσο στην σωστή παρουσίαση και σερβίρισμα του ποτού, όσο και στην ψυχολογική ικανοποίηση του πελάτη. Παραδείγματος χάριν, ένα ποτήρι με μεγάλη περιεκτικότητα δεν αξιολογεί την ποσότητα του ποτού και έχει αρνητική επίδραση στον πελάτη. Αντιθέτως, ένα ποτήρι με σωστή όψη, ποιότητα και σωστό μέγεθος και σχήμα, αναδεικνύει την ποσότητα του ποτού και επηρεάζει θετικά τον πελάτη. (Μάρας 1997), (Πρινιανάκη- Τζωρακολευθεράκη 1997)

Βασικοί παράγοντες για την ορθολογική επιλογή των ποτηριών του bar είναι:

- Κάθε ποτήρι αντιστοιχεί σε συγκεκριμένη κατηγορία ποτών
- Τα κολονάτα ποτήρια με βάση, χρησιμοποιούνται κυρίως για κρύα ποτά που σερβίρονται χωρίς πάγο, έτσι ώστε η θερμοκρασία του χεριού να μην τα ζεσταίνει.
- Τα περισσότερα ποτά, απαιτούν διεθνώς καθορισμένα ποτήρια και η οποιαδήποτε απόκλιση στη χρήση του καθορισμένου ποτηριού έχει αρνητικές επιπτώσεις. Για παράδειγμα, δεν ήταν σωστό να σερβιριστεί ένα κονιάκ σε ποτήρι old fashioned.
- Τα ποτήρια τύπου "σωλήνα", τα highballs, τα tumblers και τα Tom Collins χρησιμοποιούνται για το σερβίρισμα των long drinks, χυμών, κ.λ.π.
- Η χρήση πολλών τύπων ομοειδών ποτηριών προκαλεί σύγχυση στο σερβίρισμα. Ο barman πρέπει να αποφασίσει τι ποτήρι θα χρησιμοποιήσει για κάθε κατηγορία ποτών και στη συνέχεια να ενημερώσει τον έλεγχο και τους βοηθούς του.
- Όταν για επιλογή ποτηριών beach bar ή swimming pool, πρέπει να αποφεύγονται τα εύθραυστα και λεπτά ποτήρια.
- Τα ποτήρια θα πρέπει κατά κανόνα να είναι ανθεκτικά στο θερμικό σοκ (ζεστο-κρύο).

Γενικότερα όσο λιγότερα είδη ποτηριών διαθέτει ένα bar, τόσο πιο εύκολη είναι η διαδικασία του σερβιρίσματος. Αυτό ισχύει στην ομαδοποίηση ομοειδών ποτηριών και σε καμία περίπτωση στην κατάργηση κλασικών τύπων.

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

- i. Από την κατηγορία του bar
- ii. Από τη δυναμικότητα του bar
- iii. Από την ποικιλία των προσφερόμενων ποτών, σύμφωνα με τον κατάλογο του bar.
- iv. Από τον barman.

3.5 Τα ποτήρια του bar

Υπάρχουν πολλά είδη ποτηριών που μπορεί να υπάρχουν σε ένα bar. Παρακάτω αναφέρονται αναλυτικά.

3.5.1 Ποτήρια με βάση

Τα ποτήρια με βάση είναι τα εξής:

- ☉ Ποτήρι sour – Sour glass: Τα χείλη του κλείνουν ελαφρά προς τα μέσα και το χρησιμοποιούμε για το σερβίρισμα των cocktails τύπου sour. Η περιεκτικότητά του είναι 110-130 ml.
- ☉ Ποτήρι cocktail – Cocktail glass: Το κλασικό ποτήρι του cocktail είναι περιεκτικότητας 55-80 ml. Υπάρχουν και μεγαλύτερα, με διπλή περιεκτικότητα. Σερβίρουμε όλα τα short-drink cocktails εκτός από αυτά που απαιτούν ειδικό τύπο ποτηριού.
- ☉ Ποτήρι σέρρυ – Sherry glass: Η περιεκτικότητά του κυμαίνεται μεταξύ 100-110 ml. Σε αυτό σερβίρονται μόνο τα κρασιά τύπου sherry όπως Σάμος, Μαυροδάφνη και άλλα γλυκά επιδόρπια κρασιά.
- ☉ Ποτήρι μπράντυ – Brandy Balloon glass: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα του brandy, cognac και armagnac. Τα χείλη του κλείνουν ελαφρά προς τα μέσα, για να μη φεύγει το άρωμα του ποτού. Υπάρχουν και μικρότεροι τύποι ποτηριών brandy και λέγονται snifter.
- ☉ Ποτήρι σαμπάνιας – Champagne glass: Υπάρχουν διάφοροι τύποι ποτηριών σαμπάνιας. Η περιεκτικότητά τους κυμαίνεται από 170 μέχρι 260 ml. Χαρακτηριστικοί τύποι ποτηριών σαμπάνιας είναι η "φλογέρα σαμπάνιας" (flute de champagne) και ο "δίσμος σαμπάνιας".
- ☉ Ποτήρι κόρντιαλ – Cordial glass: Είναι ποτήρι μικρής περιεκτικότητας περίπου 30 ml. Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα των liqueurs.
- ☉ Ποτήρι rousse-cafe: Ειδικό ποτήρι για το σερβίρισμα των cocktails της οικογένειας rousse-cafe.
- ☉ Ποτήρι Highball με βάση: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα των ομώνυμων cocktails, long drinks, αναψυκτικά κ.λ.π. Είναι περιεκτικότητας 250-310 ml.
- ☉ Ποτήρι σνάπς – Schnaps glass: Είναι ένα ειδικό ποτηράκι με βάση, πολλές φορές και χωρίς, που χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα ποτών που πίνονται "μια και κάτω" όπως vodka, tequila κ.α. Είναι περιεκτικότητας 40 ml.
- ☉ Ποτήρι Irish coffee: Ειδικό ποτήρι για την παρασκευή και το σερβίρισμα του Irish coffee. Είναι ανθεκτικό στο θερμικό "σοκ".

- ☉ Ποτήρι Cocktail Martini: Χρησιμοποιείται ειδικά για το σερβίρισμα των cocktails της κατηγορίας martini.
- ☉ Ποτήρι μύρας – Pilsner beer glass: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα της μύρας. Η περιεκτικότητα του είναι 290-355 ml. Για το σερβίρισμα της μύρας χρησιμοποιούμε επίσης ποτήρια τύπου κούπας.
- ☉ Ποτήρι νερού – Goblet glass: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα νερού, χυμών και αναψυκτικών σε ξενοδοχεία ανώτερης τάξης, όπως και για το σερβίρισμα αρκετών cocktails με θρυμματισμένο πάγο. Είναι περιεκτικότητας 225-335ml.
- ☉ Ποτήρι άσπρου κρασιού – Sautern glass: Το ποτήρι Sautern πήρε την ονομασία του από τα ομώνυμα λευκά κρασια της Γαλλίας. Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα των κρασιών Sautern και όλων των λευκών κρασιών. Η περιεκτικότητα του είναι 130-310 ml.
- ☉ Ποτήρι κόκκινου κρασιού – Claret glass: Πήρε την ονομασία του από τα κόκκινα Γαλλικά Claret. Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα των κόκκινων κρασιών και είναι περιεκτικότητας 250-370 ml.

3.5.2 Ποτήρια χωρίς βάση

Τα ποτήρια χωρίς βάση είναι τα εξής:

- ☉ Ποτήρι ουίσκυ – Whisky glass: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα του ουίσκυ και των ποτών με πάγο. Είναι γνωστό επίσης σαν ποτήρι old-fashioned επειδή σε αυτό σερβίρονται τα ομώνυμα cocktails.
- ☉ Ποτήρι Highball: Είναι ποτήρι τύπου "σωλήνα" και χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα των ομώνυμων cocktails και των long drinks γενικά. Είναι περιεκτικότητας 250-310 ml.
- ☉ Ποτήρι Tom Collins: Είναι ποτήρι τύπου "σωλήνα" και χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα ομώνυμων cocktails της κατηγορίας Collins και για αναψυκτικά. Είναι περιεκτικότητας 320 ml.
- ☉ Ποτήρι αναψυκτικών – Ποτήρι Cooler: Ειδικό ποτήρι για το σερβίρισμα αναψυκτικών και coolers.
- ☉ Ποτήρι μύρας – Beer glass: Ειδικό ποτήρι για το σερβίρισμα της μύρας. Η περιεκτικότητα του είναι 250-45- ml.
- ☉ Punch cups: Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα των punches και ορισμένων cocktails, της κατηγορίας των hot-drinks. Απαραίτητο θεωρείται επίσης το punch-bowl.
- ☉ Ποτήρι τσαγιού – Tea cup: Ειδικό ποτήρι για το σερβίρισμα του τσαγιού και ορισμένων hot-drinks.
- ☉ Φλυτζάνια και κούπες του καφέ: Χρησιμοποιούνται για το σερβίρισμα των διαφόρων ειδών καφέ που προσφέρει το bar.

3.6 Η κάβα του bar

Η κάβα του bar αποτελείται από τα αλκοολούχα και τα μη αλκοολούχα ποτά.

3.6.1 Τα αλκοολούχα ποτά

Αλκοολούχα ποτά ονομάζονται τα πόσιμα υγρά που περιέχουν από 0,5%-75% αλκοόλ και προέρχονται από απόσταξη,ζύμωση ή είναι τεχνικά αρωματισμένα. Ανεξάρτητα από τον τρόπο παραγωγής τους, τα αλκοολούχα ποτά αποτελούν το βασικό προϊόν εκμετάλλευσης σε ένα bar. Η περιεκτικότητα ενός ποτού σε αλκοόλ γράφεται στην ετικέτα της φιάλης με την κλίμακα Gay Lussac ή τα συστήματα proof Αγγλίας και Αμερικής.

Τα οινοπνευματώδη ποτά χωρίζονται στις παρακάτω κατηγορίες:

1. Κυρίως οινοπνευματώδη ποτά
2. Κρασιά και αφρώδη κρασιά
3. Αποστάγματα κρασιού
4. Ορεκτικά και επιδόρπια ποτά
5. Cocktails
6. Μπύρες

3.6.1.1 Κυρίως οινοπνευματώδη ποτά

Τα κυρίως οινοπνευματώδη ποτά είναι τα εξής:

1. Whiskey: Η ονομασία προέρχεται από την σκωτσέζικη λέξη uisge beatha που σημαίνει το νερό της ζωής. Πατρίδα του είναι η Σκωτία αλλά σήμερα παρασκευάζεται και στην Ιρλανδία, Η.Π.Α, Καναδά.
2. Gin: Παρασκευάστηκε για πρώτη φορά στην Ολλανδία, στα μέσα του 16ου αιώνα από φοιτητές ιατρικής του πανεπιστημίου Λέιντεν, καθώς πειραματιζόντουσαν για την ανακάλυψη νέων φαρμάκων. Η κατανάλωση του gin άωθισε αργότερα κυρίως στην Αγγλία και έγινε το αλκοολούχο ποτό των Άγγλων.
3. Rum: Το ποτό αυτό παρασκευάζεται από ζαχαροκάλαμο, το οποίο εισάχθηκε στις δυτικές Ινδίες από τον Χριστόφορο Κολόμβο και η καλλιέργεια του διαδόθηκε μέχρι την Καραϊβική. Η προέλευση της λέξης Rum δεν έχει εξακριβωθεί καθώς υπάρχουν διάφορες απόψεις. Το Rum παράγεται σε δύο τύπους, όσον αφορά το χρώμα του, το άσπρο και το σκούρο.
4. Vodka: Είναι ποτό Ρωσοπολωνικής προέλευσης και η ιστορία του αρχίζει τον 12ο αιώνα.

Τότε με τη λέξη Vodka χαρακτηρίζαν κάθε αλκοολούχο ποτό άσχετα από που προερχόταν η απόσταξη του. Η λέξη vodka σημαίνει "λίγο νερό".

3.6.1.2 Κρασιά και αφρώδη κρασιά

1. Κόκκινα κρασιά: Για την παραγωγή του κόκκινου κρασιού χρησιμοποιούνται κόκκινα σταφύλια και ο μούστος μεταφέρεται στις δεξαμενές για ζύμωση μαζί με τους φλοιούς.
2. Λευκά κρασιά: Για την παραγωγή λευκών κρασιών ακολουθείται η διαδικασία της λευκής οινοποίησης. Ο μούστος ξεχωρίζεται από την αρχή από τους φλοιούς και μεταφέρεται στις δεξαμενές ή σε βαρέλια για την ζύμωση.
3. Ροζέ κρασιά: Στην παραγωγή των ροζέ κρασιών ο μούστος και οι φλοιοί παραμένουν μαζί για μικρό χρονικό διάστημα, στη ζύμωση, για να πάρει το ροζέ χρώμα και μετά αποχωρίζονται.
4. Γλυκά κρασιά: Για την παρασκευή γλυκών κρασιών χρησιμοποιούνται δύο μέθοδοι. Η πρώτη γίνεται με τη διακοπή της ζύμωσης πριν όλο το σάκχαρο του μούστου μετατραπεί σε αλκοόλη και η δεύτερη με την προσθήκη αλκοόλης σε μούστο, χωρίς να υποστεί καθόλου ζύμωση.
5. Αφρώδη κρασιά: Για την παρασκευή αφρώδους οίνου χρησιμοποιούνται δύο μέθοδοι. Η κλασική μέθοδος και η μέθοδος Charmat. Η κλασική μέθοδος είναι η πιο παλιά και με τη μέθοδο αυτή η ζύμωση και η ωρίμανση γίνεται μέσα στο μπουκάλι.

Στο main bar βέβαια, υπάρχει περιορισμένη κάβα κρασιών, η οποία συνήθως περιορίζεται σε 6 λευκά, 4 κόκκινα και 2 ροζέ.

3.6.1.3 Αποστάγματα κρασιού

Brandy: Είναι γενικός όρος και χρησιμοποιείται για τα προϊόντα απόσταξης κρασιού και φρούτων. Έχει την προσωνομία του βασιλιά των ποτών και πρόκειται για χαρακτηρισμό που θα διατηρηθεί για πάντα, για την ανώτερη ποιοτική του στάθμη που δεν επιδέχεται καμία σύγκριση με οποιοδήποτε άλλο είδος ποτού. Ο όρος brandy σημαίνει "καμμένο κρασί", δηλαδή αποσταγμένο.

Το cognac και το armagnac είναι τα δύο πιο γνωστά brandy. Το cognac είναι η κατοχυρωμένη ονομασία του brandy που παράγεται στην νοτιοδυτική Γαλλία και το armagnac είναι απόσταγμα κρασιού σταφυλιών από τη γαλλική περιοχή gers των Πυρηναιών.

3.6.1.4 Ορεκτικά και επιδόρπια ποτά

Τα ορεκτικά και επιδόρπια ποτά είναι τα εξής:

1. Brandy φρούτων – Eaux de vie Calvados: Είναι brandy από μήλα και ονομάζεται

Calvados και παράγεται στις περιοχές της Βρετανίας, Νορμανδίας και Μαίην της Γαλλίας.

2. Vermouth: Είναι αρωματισμένο κρασί και η ονομασία του προέρχεται από τη γερμανική λέξη "wermut" που σημαίνει ασψίνθιο.

3. Bitter: Είναι ποτά με βάση το κρασί και παρασκευάζονται με παρόμοιο τρόπο με τα vermouths. Σερβίρονται σαν ορεκτικά αλλά και σαν επιδόρπια ποτά και έχουν πικρή γεύση.

3.6.1.5 Cocktails

Cocktails είναι βασικά αλκοολούχα ποτά που προέρχονται από την ανάμειξη ενός ή περισσοτέρων αλκοολούχων ποτών με χυμούς, ζάχαρη, αρωματικές ουσίες σε μια ορισμένη αναλογία. Σερβίρονται συνήθως σαν ορεκτικά ποτά, αλλά και σαν δροσιστικά.

Η σύνθεση των cocktails αποτελείται συνήθως από τρία μέρη:

1. Τη βάση: Αποτελεί το 50% της ανάμειξης και είναι το κύριο αλκοολούχο ποτό που δίνει το βασικό χαρακτηριστικό του cocktail. Η βάση αποτελείται από ένα μόνο ποτό, αν και πολλές φορές μπορεί να αποτελείται και από παραπάνω ποτά, που όλα μαζί χαρακτηρίζουν το cocktail.

2. Τον αρωματικό παράγοντα: Είναι το συστατικό που αναμειγμένο με το κύριο αλκοολούχο ποτό δημιουργεί το "χαρακτήρα" του cocktail. Οι παράγοντες αυτοί μπορεί να είναι αρωματικά κρασιά (τύπου vermouyth ή bitter), bitters σε σταγόνες (angostura bitters), χυμοί φρούτων με ζάχαρη ή χωρίς, άλλοι παράγοντες όπως ζάχαρη, αυγά, κρέμα και γάλα, διάφορα liqueurs και σιρόπια.

3. Η γλυκύτητα του cocktail: Ο χαρακτηρισμός dry, extra dry, medium ή sweet εξαρτάται από την αλκοολική δύναμη των βασικών ποτών του cocktail, την περιεκτικότητά τους σε ζάχαρη και από την χρήση ή όχι γλυκών συστατικών στην παρασκευή του ποτού. Τα ξηρά (dry) cocktails σερβίρονται κυρίως σαν ορεκτικά και τα γλυκά (sweet) περισσότερο σαν επιδόρπια. Γενικότερα η επιτυχία ενός cocktail εξαρτάται από την αρμονία των συστατικών, το χρώμα και την παρουσίαση του.

Τα cocktails μπορούν να παρασκευαστούν με τέσσερις τρόπους:

- i. Στο shaker
- ii. Στο mixing glass
- iii. Στο ποτήρι όπου πίνεται το cocktail
- iv. Στο mixer ή blender

Τους τρόπους αυτούς τους καθορίζει η πυκνότητα των στοιχείων που συνθέτουν το ποτό. Υπάρχουν τρεις κατηγορίες (long drinks, demi long drinks, short drinks), όπου περιέχονται εκτός από τα cocktails και απλές αναμειξεις ποτών, οι οποίες με τη σειρά τους περιλαμβάνουν ομάδες ανάμεικτων ποτών που έχουν κοινό χαρακτηριστικό τον τρόπο που παρασκευάζονται, το ποτήρι

που σερβίρονται και τη γαρνιτούρα τους, αλλά διαφέρουν ως προς την αλκοολούχο βάση τους.

3.6.1.6 Μύρες

Η μύρα είναι ένα αλκοολούχο ποτό που προέρχεται από την ζύμωση σιτηρών. Τα βασικά συστατικά της είναι το κριθάρι, ο λυκίσκος και η μαγιά. Η μύρα διακρίνεται σε ξανθιά ή σκούρα ανάλογα με το χρώμα και ελαφριά ή βαριά ανάλογα με την περιεκτικότητα της σε αλκοόλ. Οι τύποι μύρας χωρίζονται σε Ales (bitter, brown, mild, stout, κ.α.) και Lagers (bock, dortmunder, pilsner κ.α.).

3.6.2 Τα μη αλκοολούχα ποτά

Τα ποτά που δεν περιέχουν αλκοόλ λέγονται μη αλκοολούχα ποτά. Τα μη αλκοολούχα ποτά είναι τα αναψυκτικά, οι χυμοί, τα σιρόπια, τα ανθρακούχα αναψυκτικά, τα μεταλλικά νερά και τα αφεψήματα.

4.1 Το προσωπικό του bar

Το επίπεδο προσφοράς υπηρεσιών, που επιτυγχάνει κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση, εξαρτάται κατα βάση από το επίπεδο του προσωπικού που διαθέτει. Στο bar μιας ξενοδοχειακής μονάδας, ο βασικός συντελεστής της επιτυχημένης ή μη λειτουργίας του είναι ο barman και το υπόλοιπο προσωπικό του, υπό την εποπτεία του F n' B manager. (Πρινιανάκη – Τζωρακολευθεράκη 1997).

Η επιλογή του προσωπικού του bar δεν είναι εύκολη δουλειά για τον εργοδότη. Αυτό που θα πρέπει να τον ενδιαφέρει δεν είναι μόνο οι επαγγελματικές και ειδικές ικανότητες του, αλλά και τα ανθρώπινα προτερήματα του. Δεν μπορεί κάποιος να απασχοληθεί στο επάγγελμα του barman αν δεν έχει τις απαραίτητες γνώσεις πάνω σε αυτό. Επίσης ο χαρακτήρας του υπαλλήλου παίζει πάντα πολύ σημαντικό ρόλο. (Μάρας 1997).

Το προσωπικό του bar πρέπει να συνδυάζει την ευχάριστη προσωπικότητα με την ευγένεια, την επιθυμία, τη διακριτικότητα, την καλή μνήμη και την έντονη κοινωνικότητα. (Λαλούμης 2002).

Παρακάτω βέβαια θα αναφερθούμε αναλυτικότερα στον χαρακτήρα, τα προσόντα και γενικότερα στο ιδανικό προφίλ ενός επαγγελματία barman καθώς και στην διαδικασία επιλογής του κατάλληλου προσωπικού.

4.2 Η σύνθεση του προσωπικού του bar

Το προσωπικό του main bar στα ξενοδοχεία αποτελείται από τα παρακάτω άτομα:

1. Head barman
2. Barman
3. Βοηθός του barman
4. Σερβιτόρος
5. Βοηθός σερβιτόρου

4.2.1 Head barman

Είναι ο προϊστάμενος του τμήματος του bar. Οργανώνει τις βάρδιες εργασίας του προσωπικού, οργανώνει το προσφερόμενο προϊόν του bar, λύνει τα τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύψουν και είναι γενικότερα ο υπεύθυνος για την άριστη λειτουργία του τμήματος.

4.2.2 Barman

Ο barman σερβίρει τα σκαμπό, όλους τους πελάτες της μπάρας και τους σερβιτόρους, δηλαδή

τους πάντες. Ο τρόπος εργασίας του barman θα πρέπει να είναι επιδέξιος μέχρι του βαθμού που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί αξιοθαύμαστος.

Θα πρέπει να έχει καλή υγεία καθώς η δουλειά του εκτός από τεχνική είναι και κουραστική και προϋποθέτει γερά πόδια και σωματική αντοχή. Ανάμεσα στα φυσικά προσόντα πρέπει να είναι η ευχάριστη παρουσία του χωρίς κανένα χτυπητό φυσικό ελάττωμα. Ένα πρόσχαρο παρουσιαστικό είναι σίγουρο ότι θα προδιαθέτει καλύτερα τον πελάτη. Χέρια με δαχτυλίδια και άλλα εξεζητημένα αντικείμενα είναι το ίδιο απωθητικά με ένα άσχημο εν γένει παρουσιαστικό του barman. Το αντίθετο ακριβώς, δηλαδή ένα υγιές και φροντισμένο παρουσιαστικό, με χαρούμενο γελαστό πρόσωπο δημιουργούν μια ευχάριστη ατμόσφαιρα. (Μάρας 1997)

Πρέπει να διαθέτει ειδικές γνώσεις, να μιλά ξένες γλώσσες και να διαθέτει άριστες τεχνικές ικανότητες, ταχύτητα, δεινή επιδεξιότητα με τα σκεύη και τα αναλώσιμα του bar και βέβαια να γνωρίζει άριστα την παρασκευή όλων των cocktails που προσφέρει το bar. (Λαλούμης 2002)

Τα προσόντα του barman αποκτούνται με κατάλληλη τεχνικό – επαγγελματική εκπαίδευση και με την πείρα που αποκτά σιγά σιγά ο barman από τη βαθμίδα του μαθητευόμενου.

Παρ' ότι σε πολλά τμήματα του ξενοδοχείου η στάση του προσωπικού σε σχέση με τους πελάτες πρέπει να είναι τυπική, στη περίπτωση του barman επιβάλλεται να δημιουργεί κλίμα οικειότητας με τους πελάτες. (Πρινιανάκη – Τζωρακολευθεράκη 1997)

Οι πελάτες επιθυμούν και κολακεύονται από τη σχέση που έχουν με τον barman. Έτσι ένας barman πέρα από τις γνώσεις που πρέπει να έχει για τα ποτά, την ταχύτητα και επιδεξιότητα με τα σκεύη και τα αναλώσιμα του bar, πέρα από τις ξένες γλώσσες και τα διοικητικά προσόντα, θα πρέπει να διαθέτει και την ικανότητα της επικοινωνίας. Επίσης θα πρέπει να τον χαρακτηρίζει η εχεμύθεια, η διακριτικότητα και η διπλωματία. (Ρούπας, Λαλούμης 1998)

Ο barman είναι απαραίτητο να έχει ταλέντο στην δημιουργία ζεστής ατμόσφαιρας, η οποία είναι αποκλειστικά δικό του δημιούργημα στο χώρο του bar. Είναι ο εμπνευστής ενδιαφέρουσων συζητήσεων σε πολλά θέματα, σημείο το οποίο δείχνει άνεση στις ξένες γλώσσες και επιπλέον μια γενικότερη μόρφωση και ενημέρωση σε όλα τρέχοντα ενδιαφέροντα και ζωτικά θέματα όπως πολιτικά, κοινωνικά, αθλητικά, οικονομικά, πολιτιστικά, κ.λ.π. Επίσης θα πρέπει να είναι γνώστης ιστορίας, γεωγραφίας καθώς και να γνωρίζει καλά την περιοχή στην οποία βρίσκεται το ξενοδοχείο προκειμένου αν χρειαστεί να δώσει χρήσιμες πληροφορίες στους πελάτες για το που βρίσκονται αξιοσημείωτα μνημεία ή μέρη που αξίζει να επισκευθούν. (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

Ακόμα πολλές φορές χρειάζεται να παίζει το ρόλο του ψυχολόγου, γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να ελέγχει πλήρως το συναισθηματικό του κόσμο, να αντιλαμβάνεται τα συναισθήματα της πελατείας του και να την επηρεάζει. (Λαλούμης 2002)

Ο barman θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι ουσιαστικά ο οικοδεσπότης του bar και το γεγονός αυτό αυξάνει ακόμα περισσότερο τις υποχρεώσεις του απέναντι στους πελάτες. Πρέπει λοιπόν να

έχει επίγνωση του ρόλου του γιατί αν ο ίδιος δεν νοιώθει άνετα στο χώρο του, κατά συνέπεια δεν μπορεί να δημιουργεί την κατάλληλη ατμόσφαιρα ώστε οι πελάτες να νοιώθουν άνετα. Κάπου εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι μια τυπική συμπεριφορά θα κάνει την ατμόσφαιρα παγερή και απωθητική για τους πελάτες. Είναι βασικό λοιπόν ο barman να εργάζεται με άνεση, να αγαπά τη δουλειά του, χωρίς ποτέ να δείχνει ότι κάνει αγγαρεία, να φέρεται φιλικά στους πελάτες και να μεταχειρίζεται ειδικά τους μεθυσμένους. Ο επαγγελματίας barman θα πρέπει επίσης να εξασκεί τη μνήμη του, για να θυμάται πρόσωπα και τις προτιμήσεις των πελατών. Έτσι κολακεύονται και ικανοποιούνται ακόμα και οι πιο δύστροποι πελάτες. Τέλος θα πρέπει να είναι διπλωμάτης και να ακούει με προσοχή τα παράπονα των πελατών και σε περίπτωση που αυτά αφορούν άλλα τμήματα, να ενημερώνει τους υπεύθυνους συνεργάτες του. (Πρινιανάκη – Τζωρακολευθεράκη 1997)

4.2.2.1 Καθήκοντα και υποχρεώσεις του πρωινού barman

Ο πρωινός barman πρέπει να πηγαίνει στον χώρο της εργασίας του, με τη στολή εργασίας, λίγη ώρα πριν ανοίξει το bar προκειμένου να ασχοληθεί με τις προκαταρκτικές εργασίες που χρειάζονται. Εργασίες όπως ο καθαρισμός της μπάρας, των ραφιών, των φιαλών, κ.λ.π. Επίσης άλλες εργασίες που πρέπει να κάνει ο πρωινός barman είναι το άνοιγμα των ψυγείων, ο έλεγχος των ελλείψεων και η αντικατάσταση τους από την αποθήκη, βάσει της αιτήσεως προμηθειών την οποία συμπληρώνει. Ακόμα ετοιμάζει γαρνιτούρες για τα cocktails, γεμίζει τα ψυγεία του με αναψυκτικά, χυμούς και μύρες. Τέλος ελέγχει όλα τα μηχανήματα του bar για να δει αν λειτουργούν σωστά. Αν όχι απευθύνεται στην τεχνική υπηρεσία ή στον συντηρητή των μηχανημάτων του bar για την αποκατάσταση της βλάβης. (Βαστάρδης 1993)

4.2.2.2 Καθήκοντα και υποχρεώσεις του βραδυνού barman

Ο βραδυνός barman πρέπει να μαζεύει όλα τα ποτήρια, φλυτζάνια, σταχτοδοχεία και άλλα αντικείμενα τα οποία θα πρέπει να καθαριστούν και να τοποθετηθούν στη θέση τους. Επίσης αδειάζει τους νεροχύτες και καθαρίζει το πάσο εργασίας και το χώρο καθαρισμού των σκευών. Ακόμα απομακρύνει τις άδειες φιάλες και τα σκουπίδια, βάζει στο ψυγείο φρούτα χυμούς και κάθε τι που χρειάζεται να μπει στο ψυγείο. Τέλος γεμίζει τα ψυγεία με μύρες και αναψυκτικά για να είναι παγωμένα την άλλη μέρα, κλειδώνει τα ψυγεία και τα ντουλάπια και κλείνει το ταμείο. (Βαστάρδης 1993)

4.2.2.3 Οι προοπτικές ενός barman

Ένας barman ο οποίος είναι σωστός επαγγελματίας τόσο για τον εαυτό του όσο και για την επιχείρηση, μπορεί να έχει μεγάλο όφελος. Το επάγγελμα του barman προσφέρει πολλές ευκαιρίες. Το bar πάντα είχε και θα έχει θαυμαστές και μια καλή και αξιόλογη πελατεία, αρκεί να υπάρχει ένας αξιόλογος, έξυπνος και αξιαγάπητος barman. Όλοι πάντα ψάχνουν για ανθρώπους ικανούς, γιατί όχι λοιπόν και στο bar όπου ο πελάτης ενδιαφέρεται για μια σχέση πιο ζεστή ανάμεσα σε αυτόν και στο barman. Είναι το περιβάλλον που προδιαθέτει γι' αυτό και μην ξεχνάμε άλλωστε ότι στο bar ο πελάτης ψυχαγωγείται και έχει διάθεση για κουβέντα και γνωριμίες, που τις κάνει με τη συμμετοχή του barman, πάντα όμως με διακριτικότητα και σοβαρότητα.

4.2.3 Βοηθός του barman

Ο βοηθός του barman πρέπει να έχει τα ίδια προσόντα με τον barman. Βοηθάει τον barman με κάθε τρόπο. Κυρίως φροντίζει για την προετοιμασία του bar, βοηθάει τον barman κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του bar, σερβίροντας ανανψυκτικά και χειρίζοντας την αντλία της μύρας. Επίσης εξασφαλίζουν την επάρκεια των αναλώσιμων και των καθαρών σκευών. Κινούνται διακριτικά γύρω από τον barman ώστε να μην του λείψει τίποτα. Ακόμα βοηθάει τον barman στο κλείσιμο του bar και τέλος τον αντικαθιστά τον barman κατά την απουσία του.

4.2.4 Σερβιτόρος του bar

Ο σερβιτόρος του bar σερβίρει αποκλειστικά τους πελάτες που κάθονται στα τραπέζια στο χώρο σερβιρίσματος του bar και ποτέ αυτούς που χρησιμοποιούν τα σκαμπώ του bar. Κατ' αρχάς παίρνει παραγγελία από τον πελάτη, η οποία θα πρέπει να είναι σφής και ακριβής προκειμένου να μην δημιουργηθεί κάποια παρεξήγηση.

Ο σερβιτόρος πρέπει να έχει αυξημένες γνώσεις όσον αφορά το αντικείμενο λειτουργίας του bar, δηλαδή, αναμείξεις, ποτά και τρόπους σερβιρίσματος στο τραπέζι.

Αμέσως μετά την εκτάλεση της παραγγελίας από τον barman, ακολουθεί το σερβίρισμα κατά το οποίο ο σερβιτόρος πρέπει να γνωρίζει ότι θα πρέπει να χρησιμοποιεί πάντοτε δίσκο, ποτέ δεν πρέπει να πιάνει τα ποτήρια από το χείλος αλλά από τη μέση ή το κάτω μέρος. Θα πρέπει να χρησιμοποιεί sous – verre για την τοποθέτηση του τραπεζιού πάνω στο τραπέζι. Τέλος πηγαίνει το λογαριασμό στον πελάτη, εισπράττει τα χρήματα και τα απόδίδει στο ταμείο.

Θα πρέπει να ανφερθεί ότι στα πλαίσια μιας μεθοδευμένης συνεργασίας με τον barman, παίζει πολλές φορές και το ρόλο του βοηθού του, στην περίπτωση που δεν υπάρχει βοηθός bar, στην εκτέλεση μεγάλης παραγγελίας, αναλαμβάνοντας την ευθύνη της συγκέντρωσης των αναψυκτικών,

ποτηριών ή άλλων στοιχείων που συνθέτουν την παραγγελία.

4.2.5 Βοηθός σερβιτόρου του bar

Ο βοηθός του σερβιτόρου βοηθάει τον σερβιτόρο σε ότι ζητήσει, καθαρίζει τα τραπέζια που αδειάζουν και πηγαίνουν νερά στους πελάτες.

4.2.6 Ταμπλίστας του bar

Ο ταμπλίστας είναι ο ταμίας του bar ή αλλιώς και τσεκαδόρος. Για πολλούς δεν είναι απαραίτητο μέλος του bar και για αυτό το λόγο δεν υπάρχει σε πολλά main bar ξενοδοχείων.

Ανήκει οργανικά στο τμήμα των "Εσωτερικών ελέγχων" του ξενοδοχείου ή αλλιώς Food and Beverage Controls.

Ο ταμπλίστας του bar εκδίδει τους λογαριασμούς των πελατών, με βάση το δελτίο παραγγελίας, αφού προηγουμένως ελέγξει τα εξερχόμενα και σερβιριζόμενα ποτά, σύμφωνα πάντοτε με το δελτίο παραγγελίας. Μετά το κλείσιμο του bar, συντάσσει τη διαχωριστική κατάσταση του bar, κλείνει ταμείο και παραδίδει τις εισπράξεις στον αρμόδιο υπάλληλο του front office.

Ένας λογαριασμός του bar μπορεί να πληρωθεί μετρητοίς ή να παραμείνει χρεωστικός, οπότε θα δοθεί στο τμήμα της main – courante για να χρεωθεί στο λογαριασμό του πελάτη.

Ο ταμπλίστας κατά τη διάρκεια της εργασίας του, φροντίζει επίσης για τη σωστή έκδοση λογαριασμών, αποστέλλει χωρίς καθυστέρηση τους χρεωστικούς λογαριασμούς στη main – courante, αφού πρώτα ελέγξει ότι έχει υπογράψει ο πελάτης τον λογαριασμό και έχει συμπληρώσει ο σερβιτόρος ή ο barman ευκρινώς τον αριθμό δωματίου του πελάτη. Για τη σύνταξη της διαχωριστικής κατάστασης, αναγράφει το ποσό των χρεωστικών λογαριασμών στη στήλη “χρεωστικά” και όταν ο πελάτης πληρώνει τον λογαριασμό του, στη στήλη “μετρητοίς” της διαχωριστικής κατάστασης. Μετά το κλείσιμο του bar, ελέγχει αν τα σύνολα από τις στήλες “μετρητοίς” και “χρεωστικά” της διαχωριστικής κατάστασης συμφωνούν με τα αντίστοιχα σύνολα της ταμειακής μηχανής.

Κατά την παράδοση του ταμείου του bar στον αρμόδιο υπάλληλο, εκτός από την εισπραξη της ημέρας παραδίνει, έναντι υπογραφής τη διαχωριστική κατάσταση του bar, τους υπόλοιπους χρεωστικούς λογαριασμούς και το απόκομμα της μηχανής με το σύνολο των εισπράξεων και χρεωστικών.

4.3 Οι βασικές λειτουργίες του bar

Οι βασικές λειτουργίες του bar χωρίζονται χρονικά σε τρία στάδια.

Το πρώτο στάδιο είναι η προετοιμασία του bar όπου γίνονται όλες οι απαραίτητες ετοιμασίες προκειμένου να ανοίξει και να λειτουργήσει το bar. Το πρώτο στάδιο ονομάζεται *Mise en place*.

Το δεύτερο στάδιο είναι η κανονική λειτουργία του bar.

Το τρίτο και τελευταίο στάδιο είναι οι διαδικασίες κλεισίματος του bar και οι βασικές ενέργειες για την λειτουργία του την επόμενη ημέρα.

4.3.1 *Mise en place* του bar

Η *mise en place* του bar, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, πραγματοποιείται το χρονικό διάστημα πριν ανοίξει το bar και είναι μια σειρά εργασιών που γίνονται πριν αρχίσει η λειτουργία του bar και είναι τόσο σημαντικές που αν δεν γίνουν, σχεδόν δεν είναι δυνατή η λειτουργία του.

Η *mise en place* του bar περιλαμβάνει τον άψογο καθαρισμό του χώρου, των επίπλων και του εξοπλισμού. Επίσης την προμήθεια των ποτών, αναψυκτικών, χυμών, φρούτων και άλλων ειδών ώστε να συμπληρωθούν τα κενά του αποθέματος του bar, εξαιτίας της κατανάλωσης της προηγούμενης μέρας. Οι προμήθειες πρέπει να τοποθετούνται στη θέση τους, τα ποτά στη βιτρίνα ή τη ντουλάπα των ποτών, τα αναψυκτικά στο ψυγείο ή το office και τα υπόλοιπα είδη στο ψυγείο ή σε κατάλληλα δοχεία ή ανάλογα με τη χρήση τους τοποθετούνται πάνω στον πάγκο εργασίας ή σε άλλο μέρος του bar. Η προμήθεια σωστών υλικών τόσο από άποψη ποιότητας, όσο και από άποψη ποσότητας έχει μεγάλη σημασία για τη σωστή λειτουργία του bar.

Ακολουθεί ο καθαρισμός του πάγκου σερβιρίσματος και του εσωτερικού του bar. Καθαρίζονται οι διάφορες συσκευές και σκεύη όπως drink mixer, shaker, mixing glass, ξύλα κοπής, ποτήρια κ.α. και ελέγχεται η λειτουργία των μηχανημάτων και των συσκευών. Στη συνέχεια, τοποθετούνται όλα τα καθαρά σκεύη, εργαλεία εξαρτήματα συσκευών στη μόνιμη θέση τους.

Ακόμα ετοιμάζονται τα δελτία παραγγελίας και οι διαχωριστικές καταστάσεις του bar.

Τέλος ελέγχεται η επάρκεια του πάγου, χύμα μπύρας, τοποθετούνται οι καταλόγοι του bar στα τραπέζια και γίνεται μια τελευταία επιθεώρηση της *mise en place*. (Πριτανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997) (Μάρας 1997)

4.3.2 Η λειτουργία του bar

Αμέσως μετά την ολοκλήρωση της *mise en place*, ελέγχεται ο φωτισμός του χώρου του bar, θέτουμε σε λειτουργία την εγκατάσταση μουσικής και ρυθμίζουμε τον ήχο της. Το προσωπικό βρίσκεται στη θέση του και αρχίζει η λειτουργία του bar με την άφιξη του πρώτου πελάτη. Επιβάλλεται ευγενικός χαιρετισμός με την είσοδο του πελάτη και η λήψη της παραγγελίας θα

πρέπει να γίνεται χωρίς αδικαιολόγητες καθυστερήσεις ή διακρίσεις σε βάρος ορισμένων πελατών. Κατά τη διάρκεια λειτουργίας του bar φροντίζουμε να διατηρούνται οι χώροι καθαροί και ιδιαίτερα τα σταχτοδοχεία, τα τραπέζια και ο πάγκος σερβιρίσματος. (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997), (Μάρας 1997)

4.3.3 Το κλείσιμο του bar

Η διαδικασία για το κλείσιμο του bar αρχίζει όταν φύγει και ο τελευταίος πελάτης ή αφού έλθει η υποχρεωτική ώρα κλεισίματος του bar. Στο στάδιο αυτό πραγματοποιούνται οι παρακάτω εργασίες:

- ⑨ Κλείσιμο της μουσικής και φύλαξη των ποτών στα ντουλάπια και των τροφίμων στα ψυγεία τα οποία κλειδώνονται.
- ⑨ Καθαρισμός των σταχτοδοχείων , του πάγκου εργασίας, του πάγκου σερβιρίσματος, των συσκευών, καθώς και το πλύσιμο των βρώμικων ποτηριών και μικροσυσκευών.
- ⑨ Τοποθέτηση των άδειων φιαλών στο office και συμπλήρωση του ψυγείου με αναψυκτικά, νερά και μπίρες από το stock της αποθήκης.
- ⑨ Γίνεται έλεγχος για τυχόν ελλείψεις σε ποτά, αναψυκτικά και άλλα βοηθηματικά εμπορεύματα και διενεργεί τη σχετική παραγγελία.
- ⑨ Γίνεται το κλείσιμο της ταμειακής μηχανής και το μέτρημα των χρημάτων, τα οποία μεταφέρονται στο κεντρικό ταμείο.
- ⑨ Τέλος κλείνουν τα φώτα και κλειδώνονται οι πόρτες του bar. (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997),(Μάρας 1997)

5.1 Μέθοδοι παραγωγής ποτών

Ο βαθμός προετοιμασίας που απαιτούν τα ποτά πριν σερβιριστούν στους πελάτες ποικίλλει, αν και γενικά μπορούμε να πούμε ότι τα μη αλκοολούχα υπάγονται στην κατηγορία των ακατέργαστων και ημιακατέργαστων προϊόντων, ενώ τα αλκοολούχα είναι κατα κανόνα πλήρως προετοιμασμένα.

Τα ακατέργαστα ποτά, είναι τα ποτά τα οποία απαιτούν υψηλό βαθμό προετοιμασίας, σε σύγκριση με άλλες κατηγορίες, πριν σερβιριστούν στον πελάτη. Τέτοια ποτά είναι το τσάι, η σοκολάτα, ο καφές, κ.α.

Τα ημικατεργασμένα ποτά, είναι αυτά που δεν χρειάζονται να παρασκευαστούν από ακατέργαστη κατάσταση, αλλά ούτε και είναι έτοιμα να σερβιριστούν. Παραδείγματος χάρη, τέτοια ποτά είναι οι χυμοί, τα cocktails, τα milkshakes κ.α.

Τέλος τα εντελώς προετοιμασμένα ποτά, είναι οι εμφιαλωμένοι χυμοί, τα αναψυκτικά, οι μπύρες, τα κρασιά, τα αλκοολούχα ποτά, κ.α. (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

5.2 Βασικές αρχές σερβιρίσματος ποτών από τον barman

Σε γενικές γραμμές η εξυπηρέτηση στο bar δεν διαφέρει, σε σχέση με το αποτέλεσμα, τόσο πολύ από την εξυπηρέτηση των πελατών στα καλά εστιατόρια. Υπάρχει όμως μια πολύ σημαντική διαφορά, η οποία είναι η εξειδίκευση του barman ως προς το σερβίρισμα των ποτών, δίνοντας έμφαση στο γεγονός ότι οι πελάτες που κάθονται στο bar, παρακολουθούν συνήθως, κάθε κίνηση του. (Μάρας 1997)

Πιο συγκεκριμένα ο barman θα πρέπει να γνωρίζει και να εφαρμόζει τις παρακάτω βασικές αρχές που διέπουν την ορθολογική εκτέλεση της εργασίας του, τόσο από πλευράς επιχείρησης (αποδοτικότητα, υψηλό επίπεδο προσφοράς υπηρεσιών), όσο και από πλευράς πελάτη (γρήγορη και σωστή εκτέλεση παραγγελίας, ευπαρουσίαστο ποτό). (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

Οι βασικές αρχές σερβιρίσματος είναι οι εξής:

□ Παρασκευάζει τα cocktails που περιλαμβάνει ο τιμοκατάλογος του bar, για τα οποία υπάρχουν πρότυπες συνταγές, ώστε να διευκολύνεται ο έλεγχος του τμήματος. Σε περίπτωση που έχει ξεχάσει τη συνταγή ενός cocktail αντεδεικνύεται να χρησιμοποιήσει οδηγό παρασκευής cocktail μπροστά στο πελάτη. Αντιθέτως, θα πρέπει να προσπαθήσει με διακριτικό τρόπο να διαβάσει τη συνταγή από τον οδηγό τον οποίο πρέπει να έχει τοποθετήσει σε σημείο που δεν είναι ορατό από τον πελάτη.

□ Όταν έχει παρασκευάσει περισσότερα από ένα cocktail στο shaker ή το mixing glass και στη συνέχεια πρέπει να τα σερβίρει στα ποτήρια, προκειμένου να επιτύχει, να έχουν όλα τα

ποτήρια την ίδια ποσότητα, ακολουθεί την εξής απλή διαδικασία: Ρίχνει πρώτα από λίγο σε κάθε ποτήρι και μετά περνά διαδοχικά δύο και τρεις φορές από όλα τα ποτήρια, ώστε τελικά να έχουν όλα την ίδια ποσότητα.

□ Όταν ο πελάτης κάθεται στο bar και παραγγέλνει ποτό , ο barman πρέπει πρώτα να τοποθετήσει το sous – verre πάνω στον πάγκο και μετά να παρασκευάσει το cocktail ή να σερβίρει το ποτό.

□ Οι κινήσεις του θα πρέπει να είναι μετρημένες , έτσι ώστε να κερδίζει χρόνο και να δημιουργεί κλίμα εμπιστοσύνης στον πελάτη, μια και τον παρακολουθούν την ώρα που ετοιμάζει το ποτό.

□ Τα ποτά πρέπει πάντα να συνοδεύονται από σαντριές (ξηρούς καρπούς, τσιπς, κ.λπ.).

□ Μετα την χρησιμοποίηση της , η φιάλη θα πρέπει να τοποθετείται στη θέση της.

□ Ο πάγκος εργασίας θα πρέπει να είναι πάντα καθαρός.

□ Τα άδεια ποτήρια πρέπει να απομακρύνονται από τον πάγκο σερβιρίσματος καθώς και τα βρώμικα τασάκια.

□ Τακτοποιεί το shaker, mixing glass, barspoon και ότι άλλο σκεύος χρησιμοποιεί στη παρασκευή ποτών, προκειμένου να είναι όλα έτοιμα για την επόμενη παραγγελία.

□ Δεν πρέπει να σερβίρει ποτέ έναν πελάτη από μια σχεδόν άδεια φιάλη. Ο πελάτης κολακεύεται όταν του ανοίξει μια καινούρια, Το υπόλοιπο της προηγούμενης φιάλης θα χρησιμοποιηθεί σε κάποιο cocktail ή θα σερβίρει ένα ποτό για κάποιον πελάτη που κάθεται σε τραπέζι.

□ Όταν ο πελάτης ζητήσει ένα ποτό μιας συγκεκριμένης μάρκας, η οποία όμως δεν υπάρχει στο bar , τότε θα πρέπει να προταθεί μια άλλη μάρκα της ίδιας η ανώτερης ποιότητας μα ποτέ κατώτερης.

□ Η παραγγελία πρέπει να εκτελείται γρήγορα, ώστε να μην λιώνει ο πάγος και αδυνατίζει το ποτό.

□ Ο πάγος πρέπει να τοποθετείται στο ποτήρι μετά το ποτό με λαβίδα, ειδικά εάν ο πελάτης παρακολουθεί τις κινήσεις του barman.

□ Η χρήση της μεζούρας είναι στην κρίση του barman, αν και θα ήταν καλύτερο να την χρησιμοποιεί, ειδικά στην παρασκευή των cocktails.

□ Απαγορεύεται η επαφή του χεριού κοντά στα σημεία του ποτηριού που θα έχουν επαφή με τα χείλη του πελάτη. Τα κολονάτα ποτήρια πρέπει να κρατιούνται πάντα από το πόδι τους.

□ Τα liqueurs σερβίρονται σε ποτήρι cordial χωρίς πάγο. Πολλά από αυτά, ιδίως τα λεπτά, όπως π.χ G. Marnier σερβίρονται σε ποτήρια cognac δηλαδή τα μικρά balloon ή sniffer.

□ Τα αποστάγματα γενικά, όπως whiskey, gin, rum, tequila κ.λ.π., σερβίρονται σε ποτήρια old fashioned, αλλά και ποτήρι τύπου σωλήνα εφόσον αναμειγνύονται με κάποιο αναψυκτικό ή χυμό.

Η επιλογή του ποτηριού για τα cocktail πρέπει να γίνεται πολύ αυστηρά και αυτό γιατί ένα καλό cocktail είναι κρίμα να υποβαθμίζεται λόγω ενός ακατάλληλου ποτηριού. (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997) (Μάρας 1997).

5.3 Βασικές αρχές σερβίρισματος ποτών από τον σερβιτόρο

Ο σερβιτόρος του bar παίρνει παραγγελίες και σερβίρει αποκλειστικά τους πελάτες που κάθονται στα τραπέζια και ποτέ αυτούς που κάθονται στα σκαμπώ του bar. Καθαρίζει τα τραπέζια, φροντίζει ο χώρος της σάλας να είναι πάντα καθαρός και τακτοποιημένος. (Νίκος Α. Βαστάρδης 1993)

Αμέσως μετά την εκτέλεση της παραγγελίας από τον barman, ακολουθεί το σερβίρισμα, κατά το οποίο ο σερβιτόρος πρέπει να γνωρίζει:

- Πρέπει να δίνει προσοχή στην παραγγελία του πελάτη και στις ιδιαίτερες προτιμήσεις του.
- Να χρησιμοποιεί πάντα δίσκο για το σερβίρισμα των ποτών, βάζοντας τα ποτά με τη σειρά κατά την οποία θα τα σερβίρει, καθώς και για το μάζεμα των άδειων ποτηριών από τα τραπέζια.
- Να χρησιμοποιεί πάντα sous – verre για την τοποθέτηση του ποτηριού πάνω στο τραπέζι.
- Να πιάνει πάντα τα ποτήρια από τη μέση ή το κάτω μέρος και ποτέ από το χείλος.
- Το σερβίρισμα γίνεται πάντα από τη δεξιά πλευρά του πελάτη και ξεκινώντας πάντα από τις κυρίες.
- Πρέπει να τοποθετεί το λογαριασμό του πελάτη δεξιά του μέσα σε πιατάκι και να απομακρύνεται κατά την ώρα που ο πελάτης ελέγχει το λογαριασμό ή μετρά τα χρήματα του. (Βαστάρδης 1993), (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997), (Μάρας 1997)

5.4 Το σερβίρισμα της μπύρας

Η μπύρα μπορεί να σερβιριστεί με δύο τρόπους.

Ο πρώτος τρόπος είναι με τη φιάλη ή με το κουτί της . Γίνεται επιλογή του ποτηριού τύπου "σωλήνα" ή "Pilsner" και αφού ρωτήσουμε τον πελάτη σχετικά με τον αφρό γεμίζουμε έως ένα λογικό σημείο στο ποτήρι.

Ο δεύτερος τρόπος είναι από το βαρέλι με το σύστημα draught. Αυτός είναι ο παραδοσιακός τρόπος σερβίρισματος, για τον οποίο θα αναφερθούμε και αναλυτικότερα παρακάτω, διότι η μπύρα και το σερβίρισμα της είναι ένα πολύ βασικό στοιχείο που χαρακτηρίζει το bar. (Μάρας 1997)

5.4.1 Η επιλογή του συστήματος

Μέσα από τα ποιοτικά χαρακτηριστικά που έχει ένα προϊόν , κερδίζεται η εμπιστοσύνη του

πελάτη σε αυτό, περισσότερο από κάποιο άλλο. Βέβαια η επιλογή ενός συστήματος για διάθεση χύμα μύρας που πρόκειται να εγκατασταθεί σε ένα bar, δεν θα είναι πλήρης εάν εκτός από τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του δεν ληφθούν υπόψιν και οι πραγματικές ανάγκες αυτού που πρόκειται να το χρησιμοποιήσει.

Η εγκατάσταση ενός τέτοιου συστήματος γενικά είναι μια επένδυση και πρέπει να ανταμείβεται από την αύξηση της πώλησης του προϊόντος. Για αυτό το λόγο, όπως άλλωστε ισχύει και για όλες τις επενδύσεις πρέπει πάντοτε να προηγείται μια προσεγμένη ανάλυση των αναγκών και των συνθηκών του bar που πρόκειται να γίνει η εγκατάσταση.

Γενικά η δυνατότητα ενός συστήματος αποφασίζεται ανάλογα με την ποσότητα μύρας που σερβίρει το bar στη διάρκεια της ημέρας. Η ποσότητα όμως αυτή δεν είναι ο μόνος παράγοντας γιατί η κατάσταση αλλάζει όταν αυτή δεν έχει διατεθεί κατά τη διάρκεια της ημέρας αλλά παρουσιάζει "αιχμές" για κάποιες ώρες.

Το σύστημα πάνω απ'όλα πρέπει να είναι επιλεγμένο στη βάση των ωρών της "αιχμής", διαφορετικά υπάρχει κίνδυνος ειδικά τη στιγμή της μεγάλης κίνησης η οποία είναι και η πιο εϋνοική για το bar, το προϊόν να μην έχει την απαιτούμενη θερμοκρασία με αποτέλεσμα την πτώση της ποιότητας του.

Μια άλλη πλευρά που δεν πρέπει επίσης να υποβαθμιστεί είναι εκείνη της θέσης που στην οποία θα γίνει η εγκατάσταση του συστήματος. Θα πρέπει να τοποθετηθεί σε ένα σημείο, όπου θα είναι λειτουργικό γαι το bar και δεν θα δυσκολεύει τον barman στη δουλειά του, αλλά και να ταιριάζει στο bar.

Σήμερα χρησιμοποιείται κυρίως το σύστημα δαπέδου, όπου το βαρέλι βρίσκεται κάτω από το πάγκο, το οποίο ανταποκρίνεται σε μεγάλες δυνατότητες απόδοσης. Αυτό το σύστημα έχει το πλεονέκτημα ότι το μόνο που φαίνεται από όλο το σύστημα είναι η κολώνα με τη βρύση πάνω στον πάγκο, καταλαμβάνοντας έτσι ελάχιστο χώρο.

Υπάρχει βέβαια και το επιτραπέζιο σύστημα, το οποίο όμως δεν χρησιμοποιείται συχνά, καθώς δεν είναι λειτουργικό και δεν ανταποκρίνεται σε υψηλές δυνατότητες απόδοσης. (Μάρας 1997)

5.4.2 Χώρος αποθήκευσης βαρελιών

Το βαρέλι που περιέχει το προϊόν πρέπει να είναι τοποθετημένο σε ένα χώρο που θα έχει πολύ καλά καθορισμένα χαρακτηριστικά. Εκτός από τις απαραίτητες συνθήκες υγιεινής θα πρέπει επίσης να αερίζεται καλά, να είναι στεγνός και να κρατά μία θερμοκρασία μεταξύ 18 με 20 βαθμούς κελσίου, όσο το δυνατόν πιο σταθερή.

Επίσης δεν θα πρέπει το βαρέλι να τοποθετείται κοντά σε άλλα προϊόντα με δυνατή οσμή γιατί έτσι υπάρχει ο κίνδυνος η οσμή να απορροφηθεί από τους σωλήνες και να μεταφερθεί στους

σωλήνες με αποτέλεσμα να υπάρξουν δυσάρεστες συνέπειες. (Μάρας 1997)

5.5 Τεχνική σερβιρίσματος των κρασιών

Το σερβίρισμα των κρασιών αποτελεί σημαντικό μέρος της τεχνικής σερβιρίσματος σε ένα bar.

Το κρασί στο χώρο του bar σερβίρεται κυρίως σε φιάλες, αλλά πολλές φορές και σε ποτήρι. Τα ανοιχτά κρασιά σερβίρονται από ειδικές καράφες που μεταφέρονται στο τραπέζι του πελάτη και κατόπιν στο ποτήρι. Πρέπει να σημειωθεί, ότι δεν συμπληρώνεται το ποτήρι πάνω από τα $\frac{3}{4}$ του περιεχομένου του. (Μάρας 1997)

5.5.1 Το σερβίρισμα των κρασιών

Φέρνει τη φιάλη barman στη μπάρα ή ο σερβιτόρος στο τραπέζι που κάθεται ο πελάτης και του την παρουσιάζει με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί εύκολα την ετικέτα προκειμένου να βεβαιωθεί ότι πρόκειται για τον τύπο και το είδος του κρασιού που έχει παραγγείλει. (Μάρας 1997)

Όταν πρόκειται για παλιό κόκκινο κρασί, η παρουσίαση του γίνεται σε ειδικό καλάθακι μέσα στο οποίο τοποθετείται η φιάλη με μεγάληπροφύλαξη και λεπτότητα. (Πρινιανάκη-Γζωρακολευθεράκη 1997)

Έπειτα ακολουθεί το άνοιγμα της φιάλης, το οποίο γίνεται με τη βοήθεια ενός tire – bouchon, το οποίο τοποθετείται με τέτοιο τρόπο ώστε να βρει ακριβώς τη μέση του φελού και να βγει γυρίζοντας. (Μάρας 1997)

Στη συνέχεια ακολουθεί το σερβίρισμα του κρασιού όπου, σε περίπτωση που ο πελάτης κάθεται σε τραπέζι, ο σερβιτόρος τον σερβίρει από δεξιά. Βάζει στο ποτήρι μια μικρή ποσότητα και περιμένει την τελική επιδοκιμασία. Μετά αρχίζει το σερβίρισμα από τις κυρίες και τελευταία σερβίρει τον πελάτη που παρήγγειλε το κρασί.

Η παραπάνω διαδικασία αφορά τα λευκά παγωμένα κρασιά, τα ροζέ, τα νέα κόκκινα και τα γλυκά κρασιά. Όταν τα λευκά κρασιά σερβίρονται με σαμπανιέρα, έρχονται κανονικά μέσα σε σαμπανιέρα με πάγο, σκεπασμένα με μια πετσέτα. Κατά το σερβίρισμα ο σερβιτόρος σκουπίζει τη φιάλη και ακολουθεί η επίδειξη, το άνοιγμα και σερβίρισμα του κρασιού, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω και μετά τοποθετείται η φιάλη μέσα στη σαμπανιέρα. Η σαμπανιέρα τοποθετείται πάντα στα δεξιά του πελάτη που την παράγγειλε. Πρέπει να σημειωθεί ότι στο σερβίρισμα των λευκών κρασιών, ο σερβιτόρος πρέπει να κρατά τη φιάλη σε απόσταση λίγων εκατοστών από το ποτήρι και το γεμίζει μέχρι τα $\frac{3}{4}$. Στα κόκκινα κρασιά πρέπει να κρατάει τη φιάλη πολύ κοντά στο ποτήρι, (χωρίς να το ακουμπάει) και γεμίζει μέχρι το $\frac{1}{2}$ του ποτηριού.

6.1 Οικονομική προσέγγιση του bar

Τα bars των ξενοδοχείων, όπως και τα περισσότερα bars, λειτουργούν με σκοπό το κέρδος και τη βελτίωση τους ώστε μέσα σε μια ανταγωνιστική αγορά να παραμένουν βιώσιμα και αποτελεσματικά.

Ειδικότερα τα bars κάνουν προσπάθεια για να αυξήσουν την πελατεία τους, να βελτιώσουν το προϊόν τους, να βελτιώσουν τη φήμη τους και τέλος να βελτιώσουν τα έσοδα τους.

Η πελατεία των bars των ξενοδοχείων είναι οι ίδιοι οι πελάτες του ξενοδοχείου, αλλά και οι περαστικοί. Τα περισσότερα ξενοδοχεία είναι ευχαριστημένα αν απλά κρατήσουν στα bars τους πελάτες τους. Ελάχιστα ξενοδοχεία έχουν τη δυνατότητα να οργανώσουν τα προϊόντα τους έτσι ώστε να δέχονται πελάτες από την εκτός ξενοδοχείου αγορά. Δύο είναι οι κυριότεροι λόγοι:

1) Η απόσταση του ξενοδοχείου από πυκνοκατοικημένες περιοχές που μπορούν να προσφέρουν πελατεία στα bars του ξενοδοχείου.

2) Η χωροταξική διάρθρωση του ξενοδοχείου. Τα bars, για να δεχθούν εξωτερικούς πελάτες, πρέπει να είναι απομονωμένα από τα δωμάτια του ξενοδοχείου έτσι ώστε:

⊕ Να μην ενοχλούνται οι ένοικοι από θορύβους όπως γέλια και φωνές.

⊕ Οι εξωτερικοί πελάτες να μην μπορούν να φθάσουν στα δωμάτια και να ενοχλήσουν τους ενοίκους.

Το προϊόν των bars είναι ένα ιδιόμορφο προϊόν, που τα κυρίαρχα συστατικά του είναι το υλικό προϊόν και η επικοινωνία, δηλαδή ποτά οινοπνευματώδη και μη, αφεψήματα, ο χώρος εγκατάστασης, η διακόσμηση, η διαρύθμιση, η μουσική, οι ανθρώπινες σχέσεις κ.λ.π. (Ρούπας, Λαλούμης 1998)

6.2 Η προώθηση των πωλήσεων στο bar

Το bar του ξενοδοχείου ανήκει στη διεύθυνση επισιτιστικών τμημάτων της ξενοδοχειακής επιχείρησης και η δραστηριότητα του ευθυγραμμίζεται με την όλη δραστηριότητα του τμήματος και κατ' επέκταση με αυτή της ξενοδοχειακής μονάδας. Συνεπώς, οι τεχνικές και τα μέσα προώθησης των πωλήσεων στο bar, είναι συνέχεια της γενικότερης πολιτικής που ακολουθεί η επιχείρηση. Ανεξάρτητα όμως από αυτό, το bar έχει να αντιμετωπίσει ιδιόμορφα προώθησης των πωλήσεων. Τα προβλήματα αυτά έχουν σχέση με το είδος, την ποιότητα, την ποικιλία και την εμφάνιση του προσφερόμενου προϊόντος του bar, το είδος και τον αριθμό της πελατείας του bar, την τιμή του προϊόντος κ.α. Το προσφερόμενο προϊόν του bar μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης, παρουσιάζει ορισμένες ιδιαιτερότητες, σε σχέση με τις ανεξάρτητες επιχειρήσεις bar. Παραδείγματος χάριν, η ικανοποίηση των πελατών και των δύο κατηγοριών που αναφέρθηκαν

παραπάνω, απαιτεί μεγαλύτερη προσπάθεια από την διεύθυνση των επισιτιστικών τμημάτων. Η σωστή επιλογή της θέσης του bar μέσα στο ξενοδοχείο, οι καλές δημόσιες σχέσεις της επιχείρησης και του barman, το υψηλό επίπεδο προσφοράς υπηρεσιών, η δημιουργία κατάλληλης ατμόσφαιρας στο bar, η άψογη συμπεριφορά του προσωπικού, οι τεχνικές του μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί η επιχείρηση και η πολιτική που ακολουθεί, αποτελούν τους βασικούς παράγοντες πάνω στους οποίους βασίζεται η προώθηση των πωλήσεων στο bar. (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

Τα bar των ξενοδοχείων ανταγωνίζονται τα bar της τοπικής αγοράς. Οι πελατειακές ομάδες που διεκδικούν, είναι οι πελάτες του ίδιου ξενοδοχείου αλλά και εξωτερική πελατεία άλλων ξενοδοχείων ή άλλων bar της ευρύτερης περιοχής. (Λαλούμης 2002)

Οι διαφημιστικές ενέργειες μπορεί να περιλαμβάνουν ανακοινώσεις στους χώρους του ξενοδοχείου, στον τοπικό τύπο ή το ραδιόφωνο, κάρτες, προσπέκτους κ.λ.π. Οι ενέργειες δημοσίων σχέσεων εστιάζουν σε διοργανώσεις parties, ελληνικών βραδιών και άλλων εκδηλώσεων. Αναλυτικότερα όμως θα αναφερθούμε στη διαφήμιση και στις δημόσιες σχέσεις παρακάτω. (Λαλούμης 2002)

6.2.1 Διαφήμιση

Κύρια δραστηριότητα του τμήματος μάρκετινγκ μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης είναι, όπως αναφέρεται και παραπάνω, ο τομέας της διαφήμισης. Η βασική επιδίωξη μιας διαφημιστικής εκστρατείας είναι ασφαλώς η αύξηση της πελατείας και κατά συνέπεια των πωλήσεων. Απαραίτητη βέβαια προϋπόθεση, είναι η σωστή έρευνα της αγοράς και η εφαρμογή και άλλων δραστηριοτήτων του σύγχρονου μάρκετινγκ.

Η διαφήμιση, όταν πρόκειται για το bar του ξενοδοχείου, συνήθως δεν αφορά μόνο αυτό αλλά και άλλα τμήματα του ξενοδοχείου. (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

6.2.1.1 Διαφήμιση με τον τύπο

Είναι ίσως το σημαντικότερο μέσο της διαφήμισης, όταν γίνει σωστή επιλογή της κατηγορίας του τύπου και σωστός σχεδιασμός και τοποθέτηση της διαφήμισης. Η διαφήμιση αυτή μπορεί να γίνει μέσω εφημερίδων και περιοδικών. (Μάρας 1997)

6.2.1.2 Ραδιοφωνική, τηλεοπτική και κινηματογραφική διαφήμιση

Η τηλεοπτική και κινηματογραφική διαφήμιση δεν χρησιμοποιούνται συχνά από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Αντίθετα διαφημίζονται αρκετά συχνά μέσω ραδιοφώνου, ιδιαίτερα

για διάφορα parties ή events, που τυχόν διοργανώνουν.

6.2.1.3 Ταχυδρομική διαφήμιση

Αυτού του είδους η διαφήμιση γίνεται μέσω ταχυδρομείου ή μέσω διανομής με το χέρι, διαφόρων ειδών έντυπου υλικού (προσκλήσεις, επιστολές , prospectus κ.λπ.).

Επίσης άλλου είδους διαφήμιση είναι οι αφίσες, τα αυτοκόλλητα και τα φειγ βολάν.(Μάρας 1997)

6.3 Δημόσιες σχέσεις

Το τμήμα των δημοσίων σχέσεων του ξενοδοχείου μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στην προώθηση των πωλήσεων του bar. Συνεργάζεται με το τμήμα του μάρκετινγκ, τον Food and Beverage manager, και συμβάλλει στις καλές σχέσεις με τον τύπο, στις καλές σχέσεις με το προσωπικό, στην καλή φήμη, στην εικόνα και στο κύρος του bar. (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

6.4 Εσωτερική προώθηση

Βασικό ρόλο στην προώθηση των πωλήσεων του bar, πέρα από τη σωστή διαφήμιση και τις καλές δημόσιες σχέσεις, παίζει η εσωτερική προώθηση των πωλήσεων ή point-of-sale promotion. Η επιλογή της κατάλληλης θέσης του bar μέσα στο ξενοδοχείο, όπως και η σωστή επιλογή υψηλού επιπέδου προσωπικού, με ιδιαίτερη βαρύτητα στον barman, εξασφαλίζουν δύο κύριους συντελεστές της εσωτερικής προώθησης.

Υπεύθυνος για την εσωτερική προώθηση των πωλήσεων είναι η διεύθυνση επισιτιστικών τμημάτων, σε συνεργασία με άλλα τμήματα της ξενοδοχειακής επιχείρησης όπως το front office, animation και τις δημόσιες σχέσεις.

Επίσης στην προώθηση των πωλήσεων βοηθάνε σημαντικά διάφορες ανακοινώσεις του bar στα ασανσέρ, υποδοχή και σε διάφορα άλλα πολυσύχναστα σημεία του ξενοδοχείου σχετικά με το ωράριο λειτουργίας του bar. Ανακοινώσεις για διάφορες εκδηλώσεις ή προσφορές του bar στους πίνακες ανακοινώσεων της υποδοχής ή σε ειδικά floor stands στο lobby του ξενοδοχείου. Ακόμα βοηθάει η προφορική ενημέρωση των πελατών από το προσωπικό άμεσης εξυπηρέτησης(υποδοχής, εστιατορίου κ.α.), η τοποθέτηση tent cards στα τραπέζια του εστιατορίου, των σαλονιών και αλλού, με ανακοινώσεις ειδικών γεγονότων, special ποτών ή εκδηλώσεων στο bar.

6.4.1 Τακτικές προσφορές στο bar

Ένα από τα μέσα προώθησης των πωλήσεων είναι και οι τακτικές προσφορές ή ειδικές βραδιές οι οποίες είναι:

- "Happy hour": Σε ώρες χαμηλής κίνησης του bar, δίνεται προσφορά στους πελάτες με τη μορφή έκπτωσης επί των τιμών του καταλόγου ή δύο ποτά στην τιμή του ενός.
- "Special show": Βραδιές κατά τις οποίες υπάρχει στο χώρο του bar κάτι ξεχωριστό, όπως κάποιο πρόγραμμα με ζωντανή μουσική ή κάποιο θέαμα.
- Προσφορές "υψηλής κατανάλωσης": όταν ένας πελάτης καταναλώνει ποτά πάνω από μια προκαθορισμένη αξία του προσφέρεται ένα ποτό δωρεάν.
- "Ποτό ημέρας": Συνήθως το ποτό ημέρας, τοποθετείται σε περίοπτη θέση του πάγκου σερβιρίσματος, συνοδευόμενο με τα υλικά και τα σκεύη παρασκευής του και τονίζεται με κατάλληλο φωτισμό. Επίσης συνήθως προσφέρεται σε ειδική τιμή. (Μάρας 1997)

6.4.2 Το κέρασμα ως μέσο μεγιστοποίησης των πωλήσεων στο bar

Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις εντός και εκτός ξενοδοχειακών μονάδων, συνεπώς και το main bar ενός ξενοδοχείου που είναι το αντικείμενο το οποίο αναλύουμε, δραστηριοποιούνται σήμερα σε μία κοινή αγορά διεκδικώντας το μερίδιό τους. Τα "όπλα" και οι τεχνικές που αναπτύσσονται από το συνεχή ανταγωνισμό, καταλήγουν, όπως έχουν αναφερθεί και παραπάνω, λίγο πολύ σε κάποιους κοινούς παρονομαστές:

- ⊙ Ποιότητα
- ⊙ Στρατηγικές πώλησης
- ⊙ Οικονομική πολιτική
- ⊙ Διαφοροποίηση προϊόντων
- ⊙ Μάρκετινγκ μέσω καταλόγων ή σημείων πώλησης εντός της επιχείρησης
- ⊙ Εξυπηρέτηση πελατών

Οι περισσότερες επιχειρήσεις σήμερα, κάποια στιγμή με τον ένα ή με τον άλλο τρόπο αποφασίζουν να προσφέρουν κάτι στους πελάτες τους. Φυσικά κάποιες επιχειρήσεις δεν ακολουθούν αυτή τη πολιτική του κεράσματος, κάτι το οποίο είναι αποδεκτό από τους καταναλωτές του χωρίς να επηρεάζει τη λειτουργία τους ή τα κέρδη τους.

Στο bar παραδείγματος χάριν, προσφέρουν ένα ποτό, ένα σφηνάκι ή μια έκπτωση επί του συνολικού λογαριασμού στο τέλος της κατανάλωσης.

Οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες συμπεριλαμβάνουν στον προϋπολογισμό τους ποσοστά επί των πωλήσεων ή γνωρίζουν στους υπεύθυνους των τμημάτων, και κατά συνέπεια και στον

υπεύθυνο του main bar, τις πολιτικές που μπορούν να ακολουθήσουν όταν κρίνουν ότι είναι η στιγμή να προσφέρουν ένα προϊόν ή μια κατανάλωση στον πελάτη τους. Υπάρχουν επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν πάντα ένα διαθέσιμο ποσο για την ικανοποίηση πελατών που δεν έχουν εξυπηρετηθεί σωστά με σκοπό την όσο το δυνατόν γρηγορότερη απόσβεση των αρνητικών εντυπώσεων του πελάτη.

Η απόφαση και ο σχεδιασμός για την πολιτική του κεράσματος του πελάτη είναι το στοιχείο κλειδί στην διαδικασία. Ιδιαίτερη βαρύτητα πρέπει να δοθεί σε αυτό το στάδιο διότι θα μπορέσει να γίνει ξεκάθαρο στους υπεύθυνους του bar ποιός είναι ο σκοπός και ποιό το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα. Λόγω της διαφορετικής λογικής βάσης της οποίας προσεγγίζει η κάθε επιχείρηση τη διαδικασία του κεράσματος μπορεί να έχει σημαντικές διαφορές, αλλά πάντα ένα τελικό αποτέλεσμα, την μεγιστοποίηση των κερδών.

Υπό το πρίσμα της οικονομικής προσέγγισης ο σκοπός του κεράσματος είναι διπλός. Από τη μια η επιχείρηση προσδοκά το άμεσο οικονομικό όφελος και το ίδιο επιθυμεί να νοιώσει ότι εισπράττει και ο πελάτης της.

Προσφέροντας ένα ποτό, ίδιο με αυτό που καταναλώνει ο πελάτης, στοχεύεται η βελτίωση της διάθεσης του και της παρέας του προσδοκώντας το όφελος που θα εισπράξει ο πελάτης να μετατραπεί σε επιπλέον κατανάλωση, επί πληρωμη, από μέρους του.

Ίσως η πιο συνηθισμένη προσέγγιση και μάλιστα χωρίς την απαίτηση ιδιαίτερου μια και υπαγορεύεται από την κοινή λογική, είναι το κέρασμα προκειμένου να καλυφθεί κάποιο λάθος ή μια κακή εξυπηρέτηση. Στις περιπτώσεις που ο πελάτης εισπράττει κακό σέρβις ή δυσαρεστείται από την κατανάλωση κάποιου προϊόντος συνυθίζεται η προσφορά συμπληρωματικών προϊόντων ή σε σπάνιες περιπτώσεις το κέρασμα της συνολικής κατανάλωσης.

Το αξιοσημείωτο με τις προσφορές που ακολουθούν την κατανάλωση είναι ότι όταν αυτές στηρίζονται σε σωστό σχεδιασμό και εντάσσονται στην οικονομική και αναπτυξιακή πολιτική της επιχείρησης επιτυγχάνουν ένα διπλό σκοπό. Να ικανοποιούν τόσο τις ανάγκες της επιχείρησης όσο και του πελάτη προσφέροντας μάλιστα στον τεύταίο και κίνητρο να επαναλάβει την επίσκεψη καθώς και την κατανάλωση του.

Υπάρχουν βέβαια και κίνδυνοι από τυχόν ανυπαρξία σχεδιασμού πολιτικής στο κέρασμα. Το κέρασμα είναι μια πολιτική με δυνατότητες και προοπτικές, είναι όμως και μια εν δυνάμει προβληματική διαδικασία αν αφεθεί στην προσωπική κρίση και αξιολόγηση των υπαλλήλων. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω μέσα από τη διαδικασία της προσφοράς πρέπει να ικανοποιούνται συγκεκριμένοι σκοποί και να επιδιώκεται το βασικό αποτέλεσμα που είμαι η αύξηση των πωλήσεων άρα και του κέρδους.

Σε περίπτωση όμως που δεν υπάρχει ο σωστός σχεδιασμός μπορεί να συμβούν τα εξής:

- ⊙ Να δυσαρεστηθούν οι πελάτες που δεν γίνονται αποδέκτες κεράσματος ενώ η διπλανή

παρέα ή πελάτης γίνεται εμφανώς αποδέκτης υπερβολικών κερασμάτων. Ιδιαίτερα αν οι πελάτες που δεν απολαμβάνουν τις προσφορές καταναλώνουν ανάλογες ποσότητες.

☉ Καταναλωθούν μεγάλες ποσότητες ποτών με αποτέλεσμα να αυξηθούν μεν οι πωλήσεις αλλά να μειωθεί η κερδοφορία εξ'αιτίας της αύξησης του κοστολογίου.

☉ Να παρεξηγήσει ο πελάτης την στάση της επιχείρησης και να αρχίσει να απαιτεί την προσφορά. Ιδιαίτερα αυτό μπορεί να συμβεί αν κάποιος εργαζόμενος παίρνει πρωτοβουλίες και προσφέρει κατα τη κρίση του κέρασματα.

☉ Να προσφερθεί λάθος συνδυασμός ποτών. Ενώ δηλαδή ο πελάτης καταναλώνει παραδείγματος χάριν ουίσκι. Ο barman του προσφέρει ένα σφηνάκι τεκίλα ή κάποια ανάμειξη με βότκα, με αποτέλεσμα το αίσθημα αδιαθεσίας του πελάτη. Η συνέπεια σε τέτοιες περιπτώσεις μπορεί να είναι ακόμα χειρότερο διότι ο πελάτης μπορεί να σχηματίσει την εντύπωση ότι έγινε αποδέκτης κακής ποιότητας ποτού και να μην ξαναεπισκεφθεί το bar του ξενοδοχείου.

Το κέρασμα είναι ένα απλό αλλά επικίνδυνο αν δεν γίνει ορθολογικά, εργαλείο για την αύξηση των κερδών του bar. Απαιτείται σωστός σχεδιασμός και ανάθεση αρμοδιοτήτων. (www.drinking.gr)

6.4.3 Ο κατάλογος του bar

Ο στοιχειώδης σκοπός του main bar του ξενοδοχείου είναι η πώληση του προϊόντος, δηλαδή του ποτού. Η πιο συνηθισμένη και μεγαλύτερη βοήθεια, είναι οκατάλογος των ποτών. Από τη στιγμή κατά την οποία ο πελάτης έρθει σε επαφή με το bar, ένα από τα βασικά βοηθήματα για την πραγματοποίηση μιας πώλησης είναι ο κατάλογος του bar. Ο κατάλογος του bar πρέπει να είναι επέκταση μιας πολιτικής τριών διευθύνσεων της ξενοδοχειακής επιχείρησης:

1. Μάρκετινγκ
2. Οικονομική
3. Επισιτισμού

Η πολιτική της διεύθυνσης μάρκετινγκ αντανακλά στην περίπτωση του καταλόγου με τέτοια πράγματα, όπως είναι οι απαιτήσεις του τομέα της αγοράς που στοχεύει η επιχείρηση και η ικανοποίηση των αναγκών της.

Η οικονομική πολιτική αντανακλά στον κατάλογο, με τον καθορισμό των τιμών πώλησης των προσφερόμενων προϊόντων

Η πολιτική της διεύθυνσης επισιτισμού, με το μέγεθος και τον τύπο του καταλόγου και απο το είδος, την ποικιλία και την ποιότητα των προσφερόμενων ποτών. Ο κύριος σκοπός του καταλόγου είναι να ενημερώνει με σαφήνεια τον πελάτη για το είδος και την ποικιλία του προϊόντος που διαθέτει το bar και να τον ενθαρρύνει στο στάδιο της παραγγελίας. Σαν εργαλείο προώθησης των πωλήσεων συχνά μπορεί με τη χρήση καλά σχεδιασμένων διαφημιστικών τεχνικών, να κατευθύνει

τον πελάτη στην επιλογή του. Επίσης με τη σωστή χρήση της γλώσσας και με την ορθολογική καταχώρηση των προσφερόμενων προϊόντων, αποτελεί ένα χρήσιμο και αξιόπιστο μέσον πωλήσεων. Ένας σωστός κατάλογος επιδειχεται συνειδητά, για να βοηθήσει τον πελάτη κερδίζοντας την εμπιστοσύνη του και κάνοντας τον να νοιώθει άνετα. (Πρινανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

Είναι λάθος να νομίζει κάποιος, ότι ο κατάλογος πρέπει να περιλαμβάνει μόνο ασυνήθιστα, πολύπλοκα, φανταχτερά και εντυπωσιακά ποτά. (Μάρας)

Τα βασικά στοιχεία που πρέπει να έχει ένας κατάλογος και που όταν ληφθούν υπόψη εξασφαλίζουν την αποτελεσματικότητά του, σαν μέσου προώθησης των πωλήσεων είναι τα εξής:

□ Ο κατάλογος πρέπει να είναι ελκυστικός. Η πρώτη εντύπωση θα πρέπει να είναι ενδιαφέρουσα και προκλητική, ώστε να θέλει ο πελάτης πραγματικά να τον διαβάσει.

□ Να εναρμονίζεται με το περιβάλλον του bar και να έχει λογικό μέγεθος. Η εμφάνιση του πρέπει να δίνει με το ντεκόρ και τα χρώματα του χώρου.

□ Πρέπει να είναι καθαρός.

□ Να περιλαμβάνει ακριβή λίστα των προϊόντων χωρίς ο αριθμός τους να είναι υπερβολικός, ώστε να προκαλεί σύγχυση και να διασπά την προσοχή.

□ Το χαρτί ή το χαρτόνι να είναι καλής ποιότητας.

□ Πρέπει να διαβάζεται εύκολα. Τα τυπογραφικά στοιχεία δεν πρέπει να είναι μικρά, για να είναι ευανάγνωστα. Η χρήση επίσης διαφορετικών μεγεθών τυπογραφικών στοιχείων θεωρείται απαραίτητη βοήθεια στο εύκολο και γρήγορο διάβασμα του καταλόγου.

□ Πρέπει να αντανακλα τις τρέχουσες απαιτήσεις. Κατά τη σύνταξη του πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη τις σύγχρονες τάσεις, τις συνήθειες και τις απαιτήσεις της πελατείας.

□ Οι τιμές πρέπει να είναι λογικές και ανάλογες με την πελατεία του bar. Επίσης, πρέπει να είναι γραμμένες με ακρίβεια και χωρίς διορθώσεις, διότι αυτό δημιουργεί δυσπιστία στον πελάτη.

□ Η γλώσσα που χρησιμοποιείται για τη σύνταξη του καταλόγου του bar είναι η Ελληνική, υποχρεωτική από την Αγορανομία και προαιρετική, αλλά επιβάλλεται από την πράξη, η σύνταξη σε ξένες γλώσσες ανάλογα με την πελατεία.

□ Οι λερωμένοι, έστω και λίγο, κατάλογοι, καθώς και οι τσαλακωμένοι ή και φθαρμένοι, πρέπει να αντικαθιστούνται αμέσως.

□ Ακόμη δεν είναι ασυνήθιστο ότι πολλά cocktails όταν σερβίρονται στον πελάτη, δεν ταιριάζουν με την ονομασία που έχουν στον κατάλογο, είτε επειδή ο barman δεν ενδιαφέρεται για τη ακρίβεια, είτε επειδή επικρατεί η αντίληψη ότι ο πελάτης έχει άγνοια. Σε κάθε περίπτωση, ο πελάτης που είναι γνώστης πολύ πιθανόν να μην ξαναεπισκεφθεί το bar. (Μάρας 1997)
(Πρινανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997)

Πολλοί barmen νομίζουν ότι ο κατάλογος είναι κάτι περιττό και δεν του δίνουν την δέουσα

σημασία. Αυτό είναι μεγάλο λάθος, τουλάχιστον με τη σύγχρονη νοοτροπία. Ο πελάτης θέλει να τα βλέπει όλα γραμμένα και αν είναι δυνατό με μια φωτογραφία δίπλα, διότι έτσι πείθεται πιο εύκολα να δοκιμάσει κάτι καινούργιο.

Τέλος για την σύνταξη του καταλόγου του bar τηρούνται επίσης ορισμένοι κανόνες όσον αφορά την σειρά καταχώρησης των ποτών, σύμφωνα με τους γενικούς κανόνες σερβιρίσματος. Η σειρά καταχώρησης των ποτών στον κατάλογο είναι η εξής(Μάρας 1997), (Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη 1997):

1. Ορεκτικά (aperitifs)
2. Cocktails
3. Long drinks
4. Οινοπνευματώδη (spirits)
5. Liqueurs
6. Επιδόρπια κρασιά (dessert wines)
7. Μπύρες
8. Επιδόρπια κρασιά
9. Αναψυκτικά (soft drinks)
10. Αφρώδη κρασιά
11. Αφεψήματα

7.1 Προμήθειες ποτών

Οι αγορές των αλκοολούχων και μη αλκοολούχων ποτών, έχουν σκοπό την αγορά υψηλής ποιότητας προϊόντων, που βασίζεται σε καθορισμένες προδιαγραφές στις χαμηλότερες δυνατές τιμές. Οι αγορές ποτών πρέπει να γίνονται από τον υπεύθυνο αγορών σε συνεργασία με ειδικούς, όπως ο F & B manager, ο οινοχόος και ο barman. Καθώς τα ποτά συχνά συνεισφέρουν στα έσοδα της επιχείρησης, περισσότερο από τα τρόφιμα και καθώς απαιτούν αρκετά λιγότερο προσωπικό στη διαδικασία παραγωγής τους, είναι βασικό να δίδεται μεγάλη προσοχή στον τομέα των προμηθειών σε όλα τα στάδια (έρευνα αγοράς, επιλογή, προμήθεια, παραλαβή, αποθήκευση και τελική χρήση των προϊόντων σύμφωνα με την πολιτική της επισιτιστικής επιχείρησης). Τα παρακάτω σημεία είναι γενικά αξιοσημείωτα για τις αγορές ποτών:

- α. Υπάρχουν λιγότερες και συχνά περιορισμένες πηγές προμήθειας σε σχέση με τα τρόφιμα.
- β. Οι παράγοντες της ποιοτικής αξιολόγησης των ποτών είναι δύσκολη και απαιτεί ειδικές γνώσεις για την αναγνώριση τους (ιδιαίτερα στα κρασιά).
- γ. Οι τιμές των αλκοολούχων ποτών δεν έχουν διακυμάνσεις στην έκταση που έχουν τα τρόφιμα.
- δ. Η αξία των ποτών είναι γενικά πολύ υψηλή.
- ε. Υπάρχουν συνήθως καθορισμένα πρότυπα ποιότητας για τα περισσότερα προϊόντα. Ειδικά τα πρότυπα ποιότητας των αλκοολούχων ποτών είναι σταθερά και δεν αλλάζουν, πολλές φορές, επίσειρά ετών.

Οι βασικές προϋποθέσεις για την σωστή εκτέλεση των διαδικασιών των αγορών είναι:

- Ύπαρξη ικανού υπευθύνου αγορών
- Ύπαρξη πρότυπων προδιαγραφών ποιότητας.
- Ύπαρξη αποτελεσματικών μεθόδων και διαδικασιών αγορών.

7.2 Πρόβλεψη όγκου προμηθειών

Για την πρόβλεψη των ποσοτήτων που πρέπει να αγοραστούν και τον καθορισμό του ύψους του σταθερού αποθέματος (par stock) του μπαρ, λαμβάνονται υπόψη οι παρακάτω βασικοί παράγοντες:

- Η εμπειρία του παρελθόντος (μέσος όρος κατανάλωσης/πελάτη, ανάλυση των ιστορικών πωλήσεων κ.λ.π.).
- Η πρόβλεψη του όγκου των πωλήσεων (σχεδιασμός παραγωγής, απόδοση ποτών, πρότυπες συνταγές κ.λ.π.).
- Η διαθεσιμότητα των προϊόντων.
- Οι <<ευκαιρίες>> που παρουσιάζονται στην αγορά.

- Η γενική κατάσταση της αγοράς (τάσεις τιμών κ.λ.π.).
- Οι περιορισμοί και η διαθεσιμότητα των αποθηκευτικών χώρων της επιχείρησης κ.λ.π.

7.3 Παραλαβές ποτών

Ο αντικειμενικός σκοπός στις παραλαβές ποτών, είναι ο έλεγχος της ποιότητας και ποσότητας, στη συμφωνημένη τιμή των ποτών που παραγγείλαμε. Ειδικότερα ελέγχουμε:

- ☒ Αν το είδος, μάρκα και ποιότητα των ποτών είναι ίδια με αυτά που παραγγείλαμε.
- ☒ Αν οι ποσότητες είναι ίδιες με αυτές που παραγγείλαμε.
- ☒ Αν οι τιμές ταιριάζουν με αυτές που συμφωνήσαμε.
- ☒ Αν οι ετικέτες των ποτών είναι σε καλή κατάσταση.
- ☒ Την κατάσταση των φιαλών (ραγισμένες κ.λ.π.).
- ☒ Την επιστροφή των κενών συσκευασίας.
- ☒ Το περιεχόμενο των φιαλών, κιβωτίων κ.α.

Σε πολλές επιχειρήσεις τα ποτά σφραγίζονται κατά την παραλαβή (με ειδική σφραγίδα της επιχείρησης), ώστε να διευκολύνεται ο έλεγχος του μπαρ και να αποθαρρύνεται το προσωπικό να φέρνει δικά του ποτά.

7.4 Αποθήκευση ποτών

Αμέσως μετά την παραλαβή, ακολουθεί η αποθήκευση των ποτών. Ο αντικειμενικός σκοπός της αποθήκευσης είναι η διατήρηση των ποτών, με τις λιγότερες απώλειες από κλοπές και αλλοιώσεις.

Οι βασικοί κανόνες λειτουργίας της αποθήκης για την επίτευξη των παραπάνω στόχων είναι:

- Εξασφάλιση καλών συνθηκών αποθήκευσης (φυσικού αερισμού, φωτισμού κ.ά).
- Ασφάλεια των αποθηκών.
- Σωστή εσωτερική διάταξη και οργάνωση των αποθηκευτικών χώρων.
- Σωστή αποθήκευση των ποτών. Ειδικότερα πρέπει:
 - Να υπάρχει ορισμένος χώρος για κάθε κατηγορία ποτών.
 - Τα αλκοολούχα ποτά και τα κόκκινα κρασιά αποθηκεύονται σε θερμοκρασία 13-16 C
 - Τα λευκά και αφρώδη κρασιά τοποθετούνται σε αποθηκευτικούς χώρους, σε θερμοκρασία 10 C.
 - Τα αναψυκτικά και οι μπίρες αποθηκεύονται σε θερμοκρασία 13 C.
 - Όταν η ανακύκλωση (turn over) του χύμα κρασιού (σε βαρελάκια), είναι σε χαμηλά επίπεδα, πρέπει να αποθηκεύεται σε θερμοκρασία 6-8 C. Διαφορετικά μπορεί να αποθηκευτεί σε θερμοκρασία 13-16 C.

-Όλα τα κρασιά, εκτός των ενδυναμωμένων, τοποθετούνται σε οριζόντια θέση, για να βρέχεται ο φελλός.

-Πρέπει να υπάρχει χωριστός αποθηκευτικός χώρος για την αποθήκευση των κενών συσκευασίας (κιβωτίων, φιαλών κ.ά).

-Τα ποτά τοποθετούνται σε ράφια, σύμφωνα με τον κωδικό αριθμό τους. Η κωδικοποίηση των ποτών στην αποθήκη, διευκολύνει τον έλεγχο και τις εξαγωγές των ποτών.

8.1 Ερευνητική μελέτη

Παρακάτω ακολουθεί η ανάλυση μιας έρευνας όσον αφορά τα κριτήρια για την πρόσληψη προσωπικού για το main bar του ξενοδοχείου, όσο και τι πρέπει να προσεχθεί για την καλύτερη λειτουργία του bar. Η έρευνα έγινε μέσω ερωματολογίου σε 8 διαφορετικά ξενοδοχεία της Αθήνας, τα οποία είναι 5 αστέρων και είναι τα εξής: New Hotel, Royal Olympic, Divani Caravel, Crowne Plaza, Αστέρων Βουλιαγμένης, King George, Hilton, Classical Hotel.

Το ερωτηματολόγιο ήταν με 5 κλίμακες και οι πιθανές απαντήσεις ήταν: Καθόλου, Λίγο, Αρκετά, Πολύ, Πάρα Πολύ.

ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΓΙΑ ΤΟ MAIN BAR:

1.- Πόσο μεγάλο ρόλο παίζει η γνώση ξένων γλωσσών για την πρόσληψη προσωπικού;

Υποερωτήματα:

α) Αγγλικά : Καθόλο Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

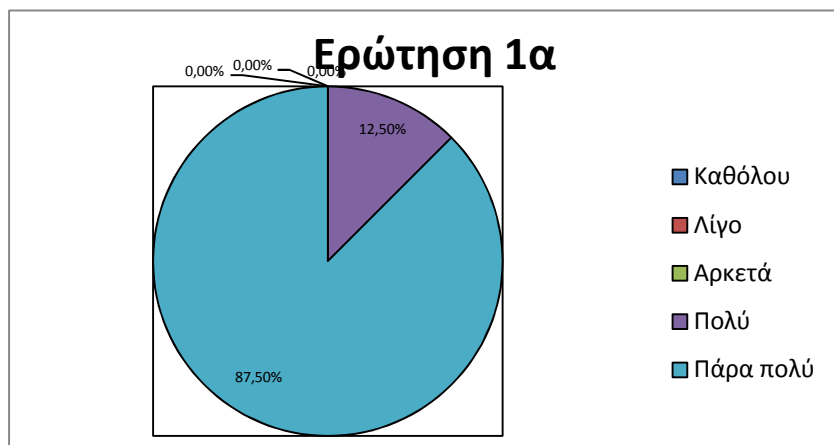
β) Γαλλικά: Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

γ) Γερμανικά :Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

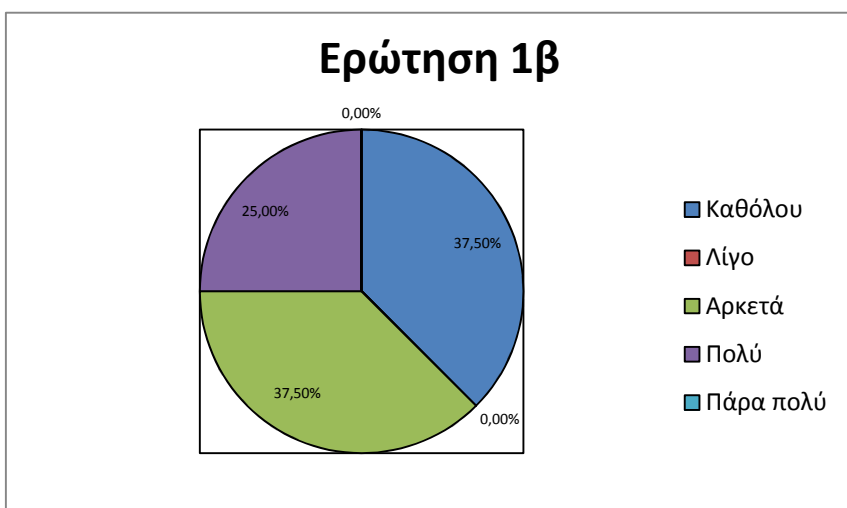
δ) Ιταλικά :Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

ε) Ισπανικά :Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

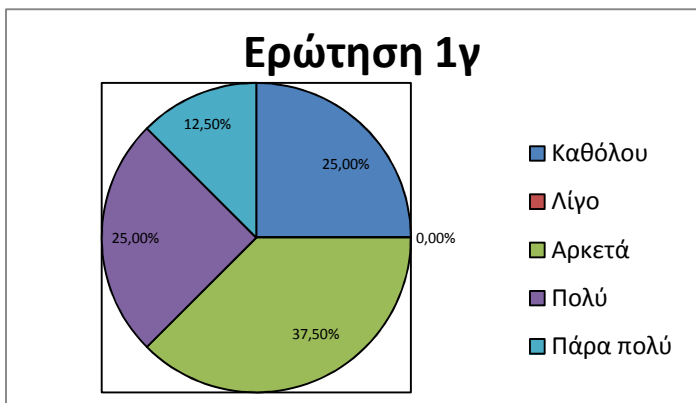
στ)Άλλη Γλώσσα :Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



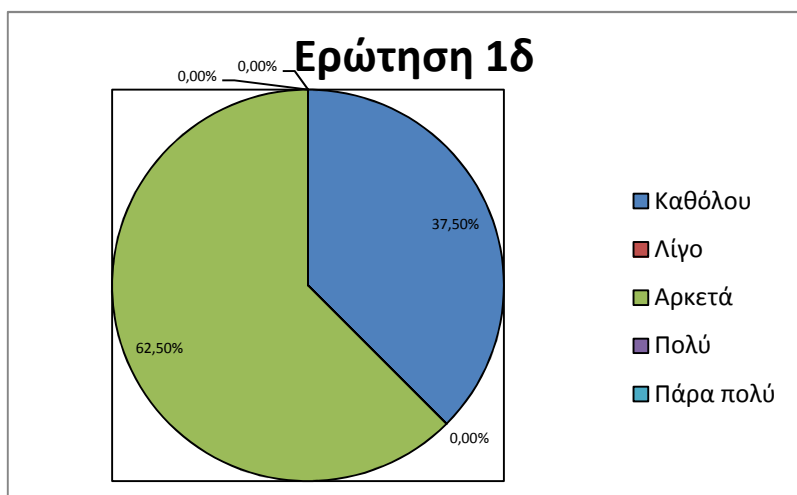
Όπως βλέπουμε και στο παραπάνω διάγραμμα το **87,5%** των ερωτηθέντων θεωρεί πάρα πολύ σημαντική την γνώση αγγλικών, ενώ το **12,5%** πολύ σημαντική.



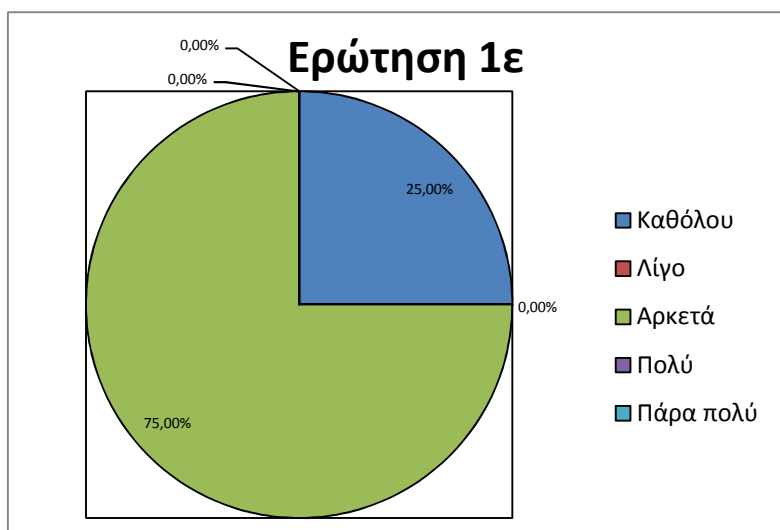
Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα τον **37,5%** των ερωτηθέντων θεωρεί πολύ σημαντική την γνώση γαλλικών. Το ίδιο ποσοστό την θεωρεί αρκετά σημαντική ενώ το **25%** θεωρεί τη γνώση της πολύ σημαντική.



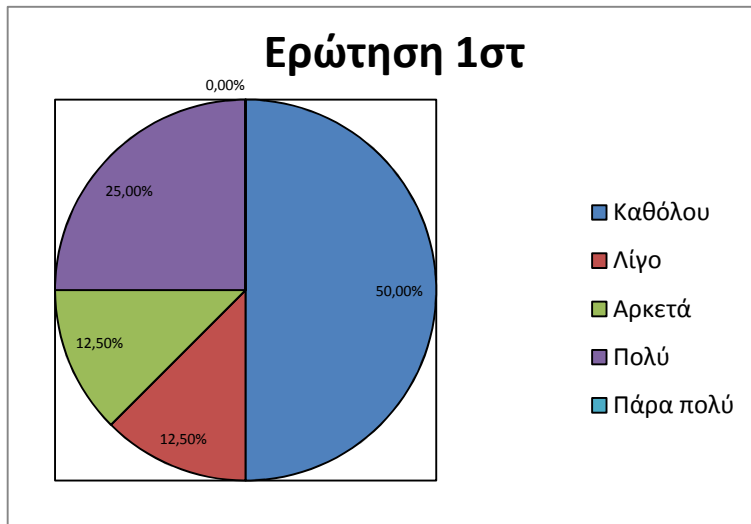
Όπως παρατηρούμε στο παραπάνω διάγραμμα το 12,5% των ερωτηθέντων θεωρεί την γερμανική γλώσσα πάρα πολύ σημαντική για το προσωπικό του *ba*, το 25% την θεωρεί πολύ σημαντική, ενώ το 37,5% πιστεύει πως είναι αρκετά σημαντική. Τέλος το 25% θεωρεί πως η συγκεκριμένη γλώσσα δεν είναι καθόλου σημαντική.



Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, ένα ποσοστό της τάξης του 62,5% θεωρεί την γνώση ιταλικών αρκετά σημαντική, ενώ το 37,5% δεν τη θεωρεί καθόλου σημαντική.



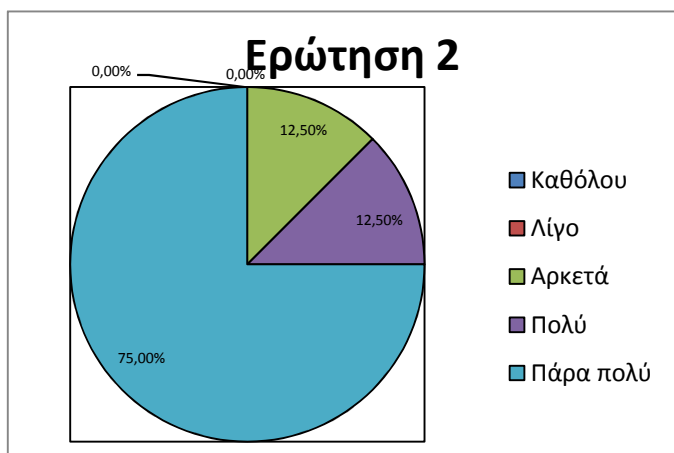
Όπως βλέπουμε και στο διάγραμμα, το **75%** των ερωτηθέντων θεωρούν πως η γνώση της ισπανικής γλώσσας είναι αρκετά σημαντική για έναν εργαζόμενο στο bar του ξενοδοχείου, ενώ το 25% των ερωτηθέντων θεωρούν ότι δεν είναι απαραίτητη.



Όπως παρατηρούμε και στο παραπάνω διάγραμμα το **25%** πιστεύει πως η γνώση κάποιας άλλης γλώσσας πέραν των παραπάνω είναι πολύ σημαντική. Το **12,5%** θεωρεί πως είναι αρκετά σημαντική, ενώ το ίδιο ποσοστό πιστεύει πως είναι λίγο σημαντικό κάποιος από τους εργαζομένους να γνωρίζει κάποια άλλη γλώσσα. Τέλος το 50% θεωρεί πως δεν είναι καθόλου σημαντική η γνώση άλλης γλώσσας. Άξιζει να σημειωθεί ότι οι περισσότερες αναφορές από τους ερωτηθέντες έγιναν για την ρωσική γλώσσα.

2.- Τι ρόλο παίζει η προσωπικότητα του εργαζομένου.

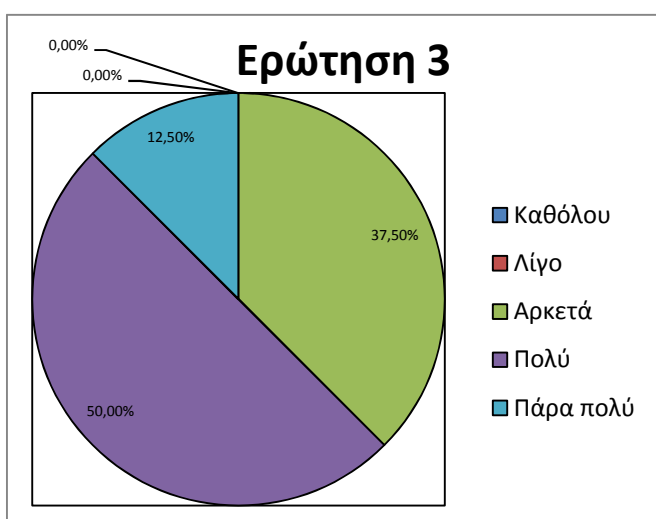
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Όπως βλέπουμε στο διάγραμμα το **75%** των ερωτηθέντων θεωρεί πολύ σημαντικό ο εργαζόμενος του bar να έχει καλή προσωπικότητα, ενώ ένα ποσοστό **12,5%** πιστεύει ότι είναι πολύ ή αρκετά σημαντική η προσωπικότητα των εργαζομένων στο bar.

3.-Πόση σημασία δίνετε στην προϋπηρεσία.

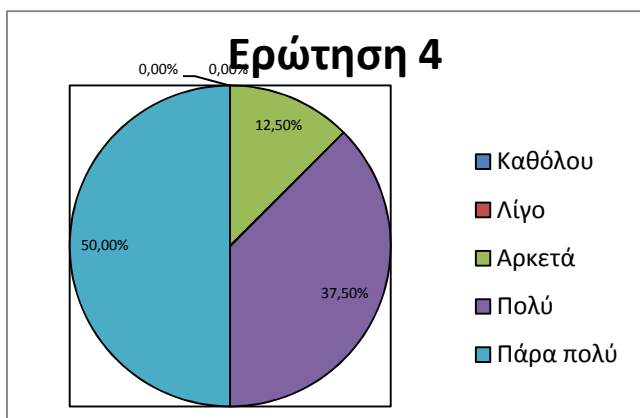
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Παρατηρώντας το παραπάνω διάγραμμα διαπιστώνουμε ότι το **50%** των ερωτηθέντων πιστεύει πως η προϋπηρεσία σε αυτό το τομέα είναι πολύ σημαντική για κάποιον που θέλει να δουλέψει στο bar ενός ξενοδοχείου 5 αστέρων, ενώ το **37,5%** θεωρεί αρκετά σημαντική την ύπαρξη προϋπηρεσίας. Τέλος το 12,5% πιστεύει πως είναι πάρα πού σημαντική.

4.- Πόσο μεγάλη σημασία έχει, ο υποψήφιος εργαζόμενος, να έχει πτυχίο Τουριστικών Επιχειρήσεων ή Τουριστικών Επαγγελμάτων.

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

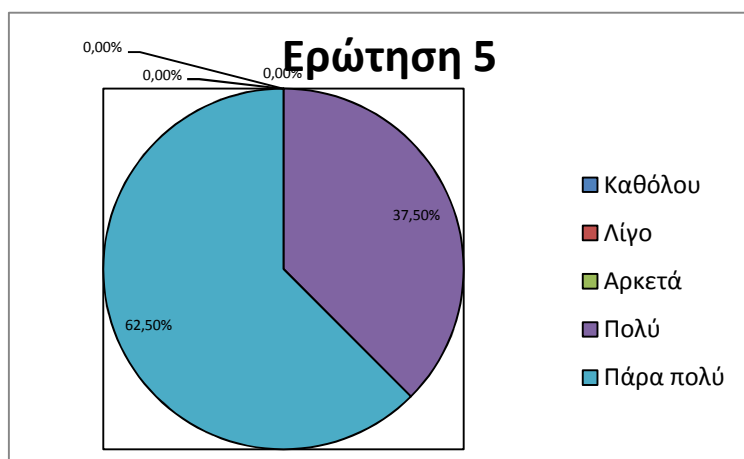


Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, οι μισοί από τους ερωτηθέντες θεωρούν πολύ σημαντική την ύπαρξη πτυχίου διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων ή τουριστικών επαγγελμάτων για κάποιον που θέλει να εργαστεί στο bar ενός ξενοδοχείου. Το **37,5%** πιστεύει ότι είναι πολύ σημαντικό, ενώ μόλις το **12,5%** το θεωρεί αρκετά σημαντικό.

ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ BAR

5.- Πόσο σημαντική είναι η τοποθεσία του main bar μέσα στο ξενοδοχείο.

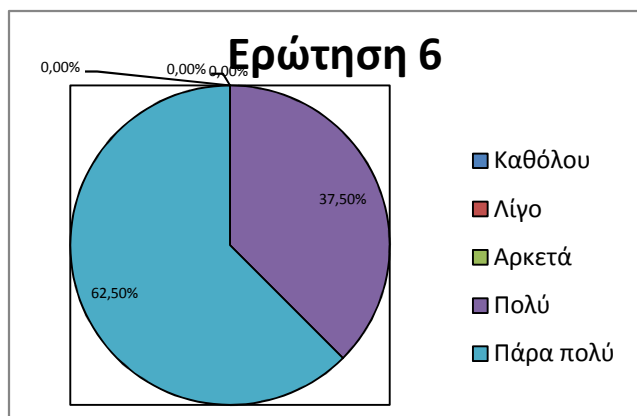
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Όπως βλέπουμε και στο διάγραμμα το **62,5%** των ερωτηθέντων πιστεύει πως η τοποθεσία του main bar στο ξενοδοχείο είναι πάρα πολύ σημαντική, ενώ το **37,5%** θεωρεί πως είναι πολύ σημαντική.

6.-Πόσο σημαντική είναι η σωστή επίπλωση και η διακόσμηση του main bar.

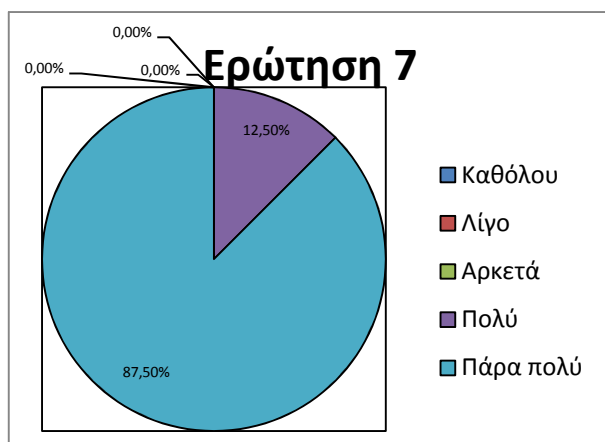
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Όπως παρατηρούμε στο παραπάνω διάγραμμα το **62,5%** θεωρεί ότι είναι πάρα πολύ σημαντική η σωστή επίπλωση και διακόσμηση του main bar και το **37,5 %** ότι είναι πολύ σημαντική .

7.- Πόσο σημαντική είναι η διαρρύθμιση του bar για την καλύτερη λειτουργία του.

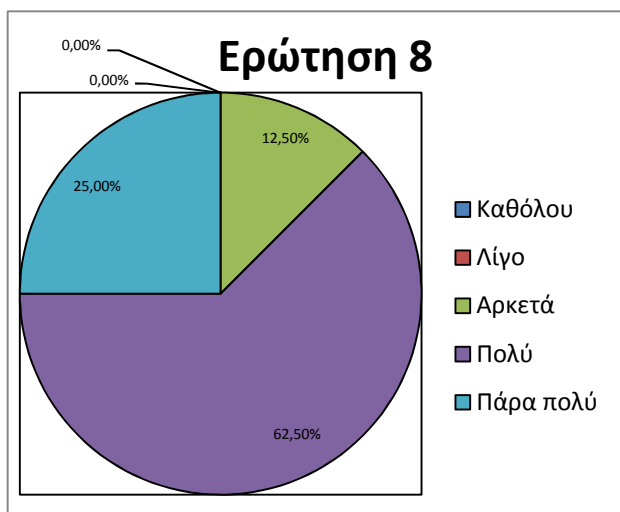
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Το παραπάνω διάγραμμα μας δείχνει ότι η διαρρύθμιση του bar για την καλύτερη λειτουργία του, το **87,5%** των ερωτηθέντων απάντησαν ότι είναι πάρα πολύ σημαντική και το **12,5** ότι είναι πολύ σημαντική

8.- Πόσο μεγάλη σημασία πιστεύετε ότι έχει η μουσική που ακούγεται στο main bar.

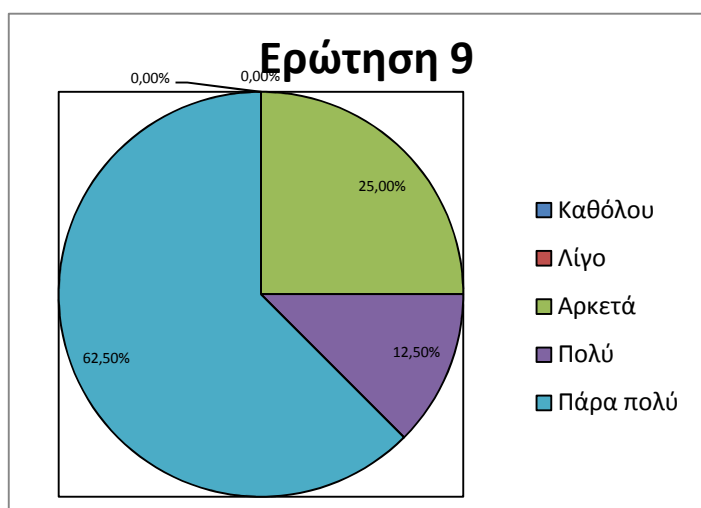
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Στην ερώτηση για τη μουσική που ακούγεται στο main bar, το διάγραμμα μας δείχνει ότι , το **62,5%** θεωρεί ότι έχει πολύ μεγάλη σημασία , το **25%** πάρα πολύ μεγάλη ενώ το **12,5%** θεωρεί ότι έχει αρκετή σημασία.

9.-Κατά τη γνώμη σας πόσο σημαντικός είναι ο σωστός σχεδιασμός του καταλόγου του main bar.

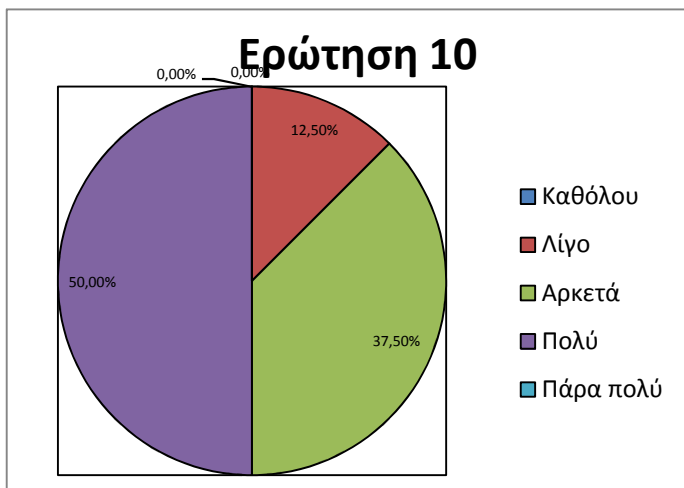
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται ότι , ο σωστός σχεδιασμός του καταλόγου του main bar για το **62,5%** είναι πάρα πολύ σημαντικός, για το **25%** αρκετά σημαντικός ενώ για το **12,5%** πολύ σημαντικός.

10.- Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η παρουσία ταμιά-ταμπλίστα στο main bar.

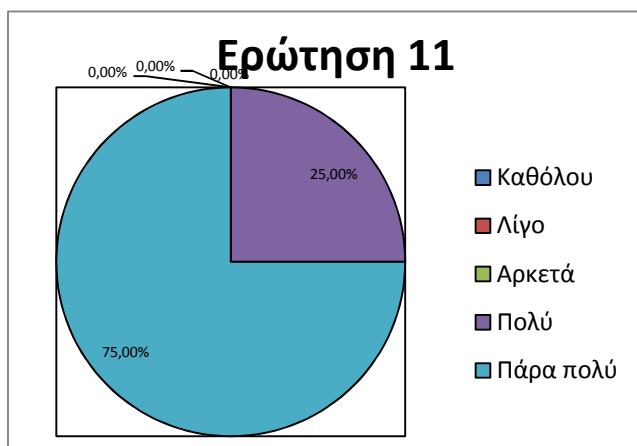
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Σύμφωνα με το διάγραμμα οι μισοί των ερωτηθέντων πιστεύουν ότι είναι πολύ σημαντική η παρουσία ταμιά-ταμπλίστα στο main bar, το **37,5%** πιστεύει ότι είναι αρκετά σημαντική ενώ το **12,5%** θεωρεί ότι δεν είναι και τόσο απαραίτητη η παρουσία του.

11.- Πόσο σημαντικό πιστεύετε ότι είναι να υπάρχουν καλές σχέσεις μεταξύ του προσωπικού και του υπευθύνου

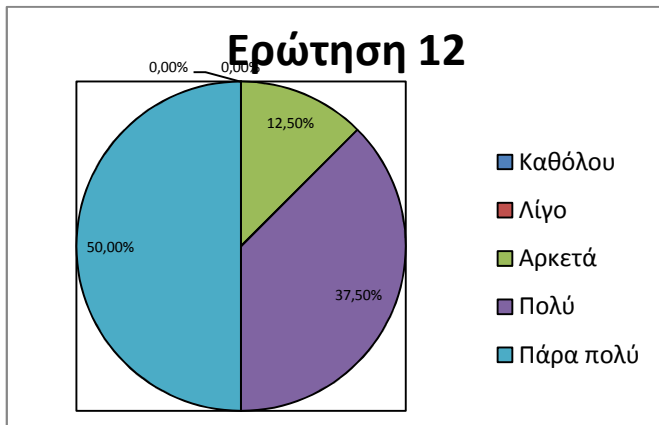
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται ότι οι καλές σχέσεις που πρέπει να υπάρχουν μεταξύ του προσωπικού και του υπευθύνου, για την εύρυθμη λειτουργία του main bar , για το **75%** είναι πάρα πολύ σημαντικό και για το **25%** πολύ σημαντικό.

12.- Πόσο σημαντικές είναι οι δημόσιες σχέσεις με τους πελάτες του main bar.

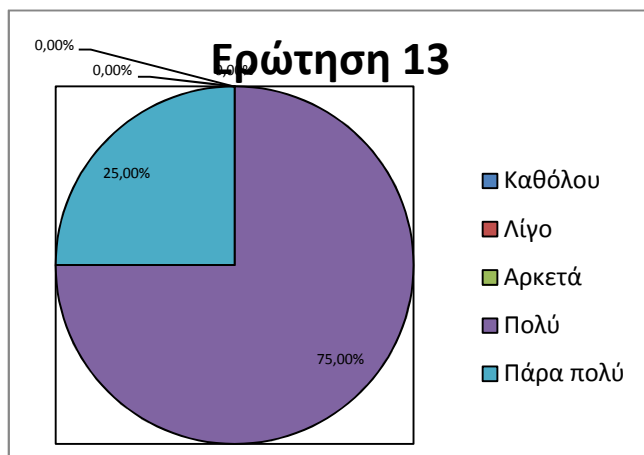
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Οι δημόσιες σχέσεις που πρέπει να έχει το προσωπικό με του πελάτες του main bar είναι πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας για το **50%** των ερωτηθέντων, πολύ σημαντικός για το **37,5%** ενώ για το **12,5%** είναι αρκετά σημαντικός.

13.- Κατά τη γνώμη σας πόσο σημαντική είναι η συνεχής εκσυγχρόνηση του main bar.

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Η συνεχής εκσυγχρόνηση του main bar για το **75%** των ερωτηθέντων είναι πολύ σημαντική ενώ για το **25%** πάρα πολύ σημαντική, όπως μας δείχνει το παραπάνω διάγραμμα.

14.- Πόσο σημαντική είναι η σωστή εξυπηρέτηση για την ευχαρίστηση των πελατών.

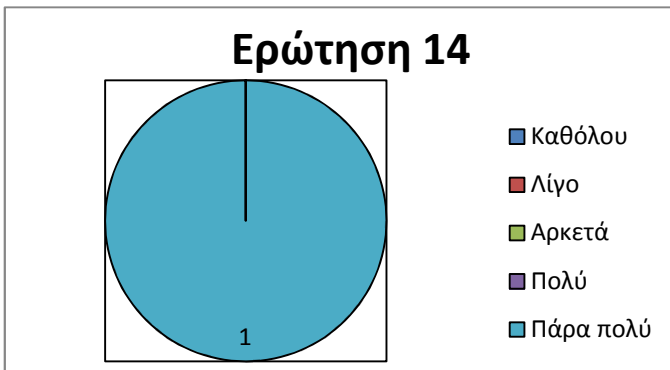
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

Υποερωτήματα.:

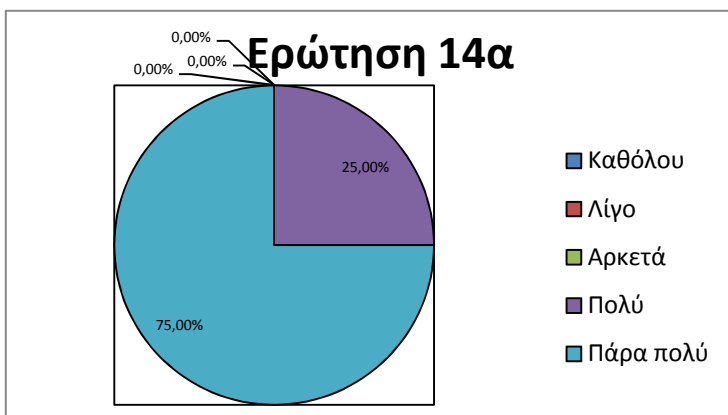
α) Ευγένεια: Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

β) Γρήγορη εξυπηρέτηση : Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

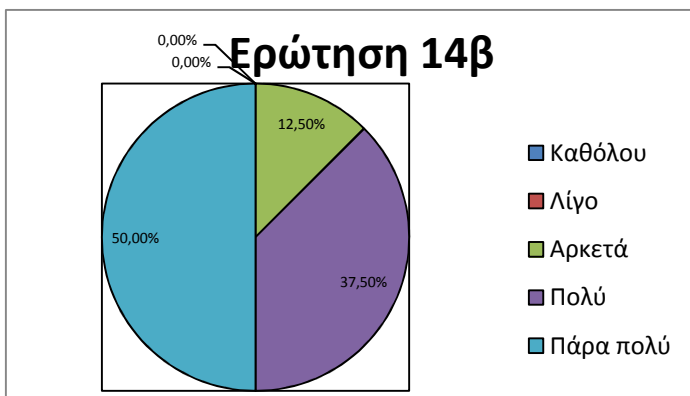
γ) Σωστή τεχνική : Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



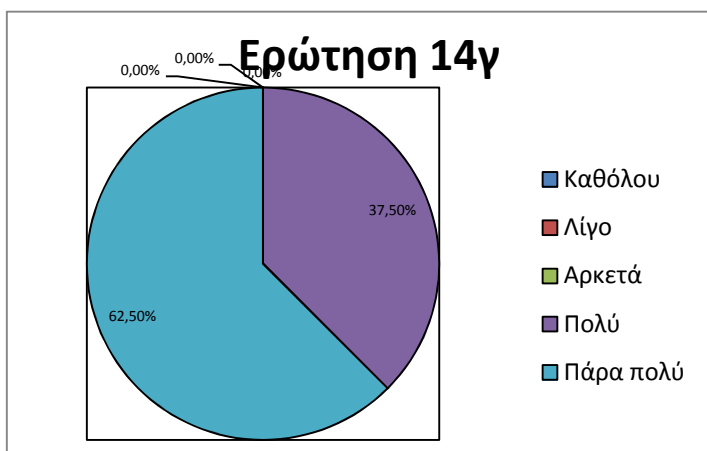
Σε αυτήν την ερώτηση το σύνολο των ερωτηθέντων, όπως βλέπουμε και στο παραπάνω διάγραμμα, συμφωνεί ότι η σωστή εξυπηρέτηση είναι πάρα πολύ σημαντική για την ευχαρίστηση των πελατών.



Η ευγένεια παίζει πάρα πολύ σημαντικό ρόλο για το **75%** των ερωτηθέντων και πολύ σημαντικό ρόλο για το **25%**.



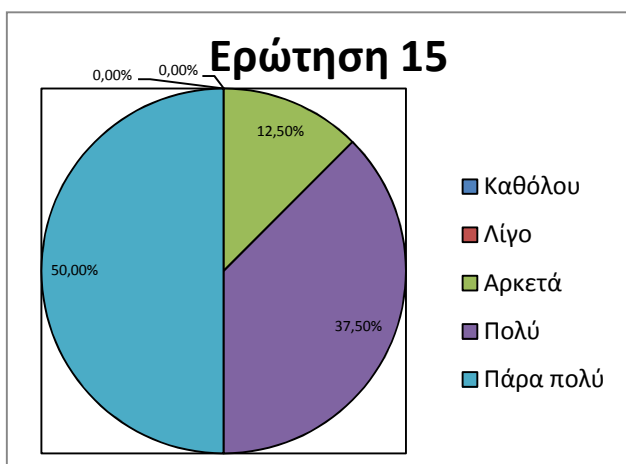
Η γρήγορη εξυπηρέτηση των πελατών είναι πάρα πολύ σημαντική για το 50% των ερωτηθέντων, για το 37,5% είναι πολύ σημαντική ενώ το 12,5% πιστεύει ότι είναι αρκετά σημαντική.



Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται ότι το 62,5% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η σωστή τεχνική είναι πάρα πολύ σημαντική και το 37,5% ότι είναι πολύ σημαντική.

15.- Πόσο σημαντικό θεωρείτε να υπάρχει ποικιλία ποτών στο bar.

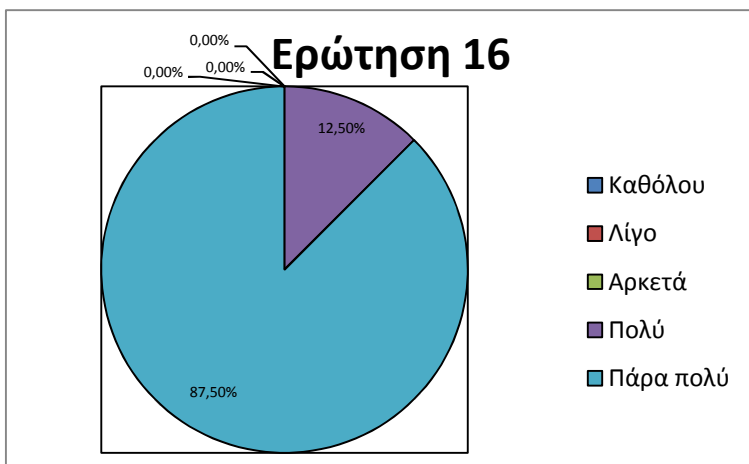
Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Το να υπάρχει ποικιλία ποτών στο bar είναι πάρα πολύ σημαντικό για το 50% των ερωτηθέντων, πολύ σημαντικό για το 37,5% ενώ το 12,5% θεωρεί ότι είναι αρκετά σημαντικό .

16.- Κατά τη γνώμη σας, πόσο σημαντική είναι η ποιότητα των ποτών που υπάρχουν στο bar.

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ



Πάρα πολύ σημαντικό , για το **87,5%** των ερωτηθέντων , είναι η ποιότητα των ποτών που υπάρχουν στο main bar ενώ για το **12,5%** είναι πολύ σημαντικό, όπως φαίνεται στο διάγραμμα.

Επίλογος

Φθάνοντας στο τέλος της εργασίας έχει γίνει κατανοητό πόσο σημαντικό είναι το main bar για την ξενοδοχειακή επιχείρηση.

Για αυτό το λόγο είναι αναγκαίο και απαραίτητο η οργάνωση και η λειτουργία του να στηρίζεται σε όσο το δυνατόν πιο γερές βάσεις και να ακολουθεί τα πρότυπα που θα του εξασφαλίσουν μια επιτυχημένη πορεία.

Περιθώρια βελτίωσης υπάρχουν πάντα σε όλα τα μπαρ, όλων των ξενοδοχείων, όσο καλά και αν είναι.

Όλα όσα αναφέρθηκαν μπορούν να δώσουν ώθηση στις επιχειρήσεις του συγκεκριμένου κλάδου, αρκεί βέβαια οι υπεύθυνοι να έχουν τεχνογνωσία και την απαραίτητη κατάρτιση σε θέματα ανάλογα και επίσης να έχουν την ικανότητα και τη θέληση να προσφέρουν το καλύτερο, λαμβάνοντας υπόψιν πάντα τις απαιτούμενες προδιαγραφές.

Προϋπόθεση για να πετύχει ένα bar, είναι οι εργαζόμενοι σε αυτό να είναι πραγματικοί επαγγελματίες και να τους αρέσει αυτό που κάνουν. Τέλος μέσα από τη διαρκή εκπαίδευση του προσωπικού και συνεχή προσαρμογή του bar στην εποχή και τις προτιμήσεις των πελατών στους οποίους απευθύνεται, ακόμη και σε λεπτομέρειες που μπορεί όμως να είναι πολύ σημαντικές, θα υπάρξει συνεχής βελτίωση η οποία θα ανεβάσει το επίπεδο του main bar.

Βιβλιογραφία

1. Βαστάρδης, Ν.(1993). Η τέχνη του σερβιρίσματος. Αθήνα: Άλφα
2. Katsigris,C. & Thomas, C. (2007). The bar n´ beverage book. New Jersey: Inc. Hoboken
3. Λαλούμης, Δ. (2002). Διοίκηση ξενοδοχείων. Αθήνα: Σταμούλη Α.Ε
4. Λαλούμης, Δ. & Ρούπας Β. (1996). Διοίκηση προσωπικού τουριστικών επιχειρήσεων. Αθήνα: Interbooks
5. Μάρας, Α. (1997). Bar – Ποτά – Οινολογία. Αθήνα: Interbooks.
6. Μουντάνος, Ε. (2002). Έλεγχος – Τιμολόγηση στις επισιτιστικές τουριστικές επιχειρήσεις. Αθήνα: Interbooks
7. Πρινιανάκη-Τζωρακολευθεράκη Ε. (1997). Διεύθυνση και τεχνική μπαρ. Ηράκλειο: Τυποκρέτα
8. Ρούπας Β. & Λαλούμης Δ. (1998). Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων Αθήνα: Α. Σταμούλης
9. Χυτήρης Λ. (1991). Το μάνατζμεντ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων Αθήνα: Interbooks
10. <http://www.drinking.gr/papadogoulas/?p=33>