

**Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ
Σ.Δ.Ο. ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΗΣ
ΚΟΥΤΑΝΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑΣ ΤΟΥ ΘΩΜΑ**

ΘΕΜΑ

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΝΤΕΛΗΣ ΠΕΔΙΑΔΙΤΗΣ MSc

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ 5

ΚΕΦ. 1^ο ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

1.1. Η εστίαση και η εξέλιξή της στην Ιστορία	6
1.2. Έθνη που έχουν συνεισφέρει στην εξέλιξη του εστιατορίου	7
1.3. Διακρίσεις Επισιτιστικών Επιχειρήσεων	12
1.3.1. Εστιατόρια που χαρακτηρίζονται από τα ιδιαίτερα χωροταξικά τους γνωρίσματα	12
1.3.2. Εστιατόρια που χαρακτηρίζονται από την ιδιαιτερότητα των προϊόντων παραγωγής τους	14
1.3.3. Εστιατόρια που χαρακτηρίζονται από τον τρόπο εκμετάλλευσής τους	16

ΚΕΦ. 2^ο ΧΩΡΟΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΜΗ

2.1. Κύριοι χώροι του εστιατορίου	20
2.1.1. Μαγειρείο – Κουζίνα	20
2.1.2 Τραπεζαρία	22
2.2. Βοηθητικοί χώροι του εστιατορίου	23
2.2.1. Το office	23
2.2.2. Λάντζα εστιατορίου	24
2.2.3. Κάβα ημέρας	24
2.2.4. Αποθήκη ημέρας	24
2.2.5. Ιματιοθήκη (gard-robe)	25
2.2.6. Τουαλέτες	25
2.2.7. Γραφείο	25
2.3. Εξοπλισμός του εστιατορίου	26
2.3.1. Έπιπλα	26

2.3.2. Σκεύη	28
2.3.3. Λινά	31
2.4. Το προσωπικό του εστιατορίου	33
2.4.1. Η ιεραρχία του προσωπικού	33

ΚΕΦ. 3° ΤΑ ΓΕΥΜΑΤΑ

3.1. Τα κύρια γεύματα	36
3.2. Δευτερεύοντα Γεύματα	39
3.3. Ειδικά Γεύματα	39

ΚΕΦ. 4° ΣΥΝΘΕΣΗ MENU

4.1. Υπεύθυνος σχεδιασμού ενός Menu	40
4.2. Κριτήρια Σύνθεσης Menu	41
4.3. Είδη Menus	43
α. Table d'hote Menu	43
β. A La Carte Menu	43
γ. Κυκλικά Menu	44
δ. Buffet	44
4.4. Παραδείγματα Menus	44

ΚΕΦ. 5° Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΟΥ ΣΕΡΒΙΡΙΣΜΑΤΟΣ

5.1. Τρόποι σερβιρίσματος	51
5.2. Κανόνες συμπεριφοράς και τεχνικής στο Service	51

ΚΕΦ. 6° ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

6.1. Καθαριότητα και Υγιεινή	54
------------------------------------	----

6.2. Χημική και Τροφική Δηλητηρίαση – Μόλυνση	55
6.3. Ασφάλεια	56
6.4. Κατηγορίες Ατυχημάτων	57
α. Εγκαύματα	57
β. Κοψίματα	57
γ. Θλάσεις μυών και πτώσεις	57
δ. Πυρκαγιά	57
6.5. Κανόνες Ασφάλειας	58
6.6. Ασφάλεια τροφίμων – Σύστημα HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points)	59

ΚΕΦ. 7° ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ

7.1. Πρόγραμμα ίδρυσης και λειτουργίας εστιατορικής μονάδος, με στόχο την προώθηση των πωλήσεών της	61
α. Η διερεύνηση	62
β. Πελατεία	62
γ. Αναζήτηση των προϊόντων και της άριστης τιμής τους	63
δ. Η μονάδα εκμετάλλευσης	63
ε. Επιλογή της προσφοράς και του γενικού προγράμματος πωλήσεων	63
στ. Καθορισμός του καταλόγου	64
ζ. Έλεγχος του προϊόντος	64
η. Η διόρθωση της προσφοράς	64
θ. Το προϊόν “πωλείται μόνο του”	64
7.2. Η πρακτική πλευρά της προώθησης των πωλήσεων σε μία εστιατορική μονάδα (Marketing management)	65
α. Η εικόνα του εστιατορίου (image)	65
β. Το προσωπικό	66
7.3. Οι στόχοι και οι λειτουργίες της διοίκησης	66

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ 67

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 68

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ MENUS 69

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η αφετηρία της μαγειρικής πρέπει να βρίσκεται στα χρόνια της ανακάλυψης της φωτιάς. Οι αρχαίοι έψηναν αρχικά τα φαγητά τους σε στάχτες. Αργότερα τα τύλιγαν σε φύλλα και υπήρξε γευστική πρόσθεση. Επόμενη μορφή ήταν το βράσιμο. Έβραζαν μέσα σε λάκκους, με τοιχώματα με πλάκες ειδικές, σε νερό μέσα στο οποίο έριχναν καυτές πέτρες. Αργότερα έχουμε κεραμικά σκεύη και τέλος μεταλλικά.

Οι αρχαίοι Έλληνες αρχιμάγειρες είναι αυτοί που δημιούργησαν και μετέδωσαν το αλφαβητάρι της μαγειρικής. Αυτοί είναι οι πρώτοι που πειραματίστηκαν με τα υλικά και τους τρόπους παρασκευής των, αυτοί ανακάλυψαν μεθόδους μαγειρικής και τους κατέγραψαν, αυτοί δίδαξαν στον κόσμο τα μυστικά της μαγειρικής. Οι Ρωμαίοι στήριξαν ολόκληρη τη μαγειρική τους στις συνταγές που πήραν από τους Έλληνες. Ακόμα και αυτό που θεωρείται ως το αρχαιότερο βιβλίο μαγειρικής, του περίφημου Ρωμαίου Απίκιου, που γράφτηκε περίπου το 400π.Χ. (αλλά δεν σώθηκε) ήταν συλλογή συνταγών των καλύτερων Ελλήνων αρχιμαγείρων. (<http://www.fagitorama.gr>)

Η εστίαση αποτελούσε ανέκαθεν μία από τις σημαντικότερες ανθρώπινες δραστηριότητες, μιας και είναι συνδεδεμένη με την καθημερινή ζωή και τις φυσικές ανάγκες επιβίωσης.

Με τον όρο εστιατόριο εννοούμε μία μεγάλη ποικιλία επισιτιστικών καταστημάτων που είναι απαραίτητα για να ικανοποιούν τις γαστρονομικές απαιτήσεις των ανθρώπων της κοινωνίας μας. Έτσι έχουμε χώρους που χαρακτηρίζονται ως εστιατόρια και είναι τόσο διαφορετικοί μεταξύ τους όσο ένα σουβλατζίδικο με ένα πολυτελείας Γαλλικό ή Ιταλικό εστιατόριο. Η επιτυχία αυτών των επισιτιστικών επιχειρήσεων εξαρτάται από τη δυνατότητά τους να προσελκύσουν πελάτες και να πραγματοποιούν καθημερινά έσοδα.

Γενικά, τα επισιτιστικά αυτά τμήματα μπορούν να ονομασθούν εμπορικά εστιατόρια γιατί η λειτουργία τους χαρακτηρίζεται από εμπορικά κριτήρια σε αντίθεση με τα εστιατόρια των νοσοκομείων, σχολείων, κοινωφελών ιδρυμάτων, των οποίων η λειτουργία διέπεται από μη εμπορικά κριτήρια. (*“Οργάνωση και Λειτουργία του Ξενοδοχείου”-Στ. Καραγιάννης, 1997 σσ. 7*)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

1.1. Η εστίαση και η εξέλιξή της στην Ιστορία*

Ο δημόσιος χώρος φαγητού που τελικά έγινε γνωστός ως εστιατόριο ξεκίνησε από τη Γαλλία, και οι Γάλλοι έχουν συνεχίσει να κάνουν σημαντικές συνεισφορές στην εξέλιξη του εστιατορίου από τότε.

Αρχικά φαίνεται ότι τα εστιατόρια υπάρχουν από την αρχή της ιστορίας. Αλλά δεν είναι έτσι. Αν και για εκατοντάδες χρόνια είναι αλήθεια ότι τα ποτά πωλούνταν σε πανδοχεία και ξενοδοχεία και στους επισκέπτες που διανυκτέρευαν προσφέρονταν γεύματα από οτιδήποτε έτρωγε ο ιδιοκτήτης. Από το τραπέζι του ιδιοκτήτη (από όπου παίρνουμε το μαγειρικό όρο “**table d’hote**” μενού). Δεν ήταν παρά μέχρι το 1765 που τα εστιατόρια όπως τα γνωρίζουμε δημιουργήθηκαν. Οι διάσημοι αρχιμάγειρες που γνωρίζουμε πριν από αυτή την ημερομηνία ήταν κάτω από την απασχόληση πλουσίων, ευγενών ή πλουσίων γαιοκτημόνων. Πριν τη Γαλλική επανάσταση τα ευρωπαϊκά αριστοκρατικά νοικοκυριά διατηρούσαν περίτεχνες εγκαταστάσεις προσφέροντας την καλύτερη κουζίνα απασχολώντας τους καλύτερους αρχιμάγειρες. Όσο πιο πλούσιο το νοικοκυριό, τόσο καλύτερος ο αρχιμάγειρας. Αλλά όταν η επανάσταση μείωσε τον αριθμό των ιδιωτικών νοικοκυριών που προσέφεραν απασχόληση οι αρχιμάγειροι και οι μάγειροι έπρεπε να βρουν εργασία σε άλλες κουζίνες ή να κοιτάξουν να ανοίξουν δικές τους εγκαταστάσεις φαγητού.

Ο πρώτος ιδιοκτήτης εστιατορίου ήταν κάποιος **Monsieur A. Boulanger**, ένας έμπορος σούπας, ο οποίος το 1765 ίδρυσε την επιχείρησή του στην οδό Bailleul στο Παρίσι με την ονομασία «**restaurateur**» («εστιατορας») και μπορούσε να γευτεί κανείς ξεχωριστά πιάτα με ιδιαίτερη προτίμηση προς τις σούπες και ζωμούς κρεάτων. Στις μέρες μας η λέξη αυτή ή η αλλοίωσή της δηλώνει οποιονδήποτε δημόσιο χώρο φαγητού,

είτε στα αγγλικά είτε στα γαλλικά, ολλανδικά, δανέζικα, ρουμανικά ή σε πολλές άλλες γλώσσες. Το εστιατόριο του **Boulangier** ήταν πιθανότατα ο μόνος δημόσιος χώρος όπου ο πελάτης μπορούσε να παραγγείλει ένα γεύμα από μία ποικιλία πιάτων.

Μετά το 1782 άνοιξε το πρώτο εστιατόριο πολυτελείας το “**La Grande Taverne de Londres**”, που ιδρύθηκε στο Παρίσι το 1782. Ο ιδιοκτήτης, κάποιος **Antoine Beauvilliers**, ήταν γνωστότατος κουζινικός συγγραφέας και γαστρονομική αυθεντία της εποχής και αργότερα έγραψε το έργο που έγινε η κατεξοχήν πραγματεία στη γαλλική κουζίνα, το “**L’Art du Cuisinier**” (1814).

Γύρω στο 1804 το Παρίσι είχε πάνω από 500 εστιατόρια, που ανέδειξαν τους περισσότερους από τους μεγάλους σεφ στην ιστορία, δημιουργώντας έτσι πολλά διάσημα πιάτα και μία κουζίνα που κυριαρχούσε στον κόσμο.

1.2. Έθνη που έχουν συνεισφέρει στην εξέλιξη του εστιατορίου.*

Ιταλία

Τα **botteghe** (καφετέριες) της Βενετίας ξεκίνησαν το 16^ο αιώνα, αρχικά σερβίροντας μόνο καφέ, ενώ αργότερα πρόσθεσαν μεζέδες. Τα μοντέρνα *trattorie*, ή ταβέρνες, περιλαμβάνουν τοπικές σπεσιαλιτέ. Τα **osterie**, ή πανδοχεία, ήταν ανεπίσημα εστιατόρια που προσέφεραν σπιτική κουζίνα. Στη Φλωρεντία, μικρά εστιατόρια κάτω από το επίπεδο του δρόμου, γνωστά ως **buca**, σερβίριζαν οτιδήποτε ο ιδιοκτήτης επέλεγε να μαγειρέψει κάθε συγκεκριμένη μέρα.

Αυστρία

Τα καφενεία προσφέρουν άνετα, πλήρη γεύματα και ο επισκέπτης μπορεί να ρεμβάσει. Πολλοί Αυστριακοί σύχναζαν στα δικά τους «σταθερά εστιατόρια», γνωστά και ως “**Stammbeissl**”.

Ουγγαρία

Τα **csàrda**, επαρχιακά εστιατόρια των λεωφορείων, προσέφεραν συνήθως μενού που περιοριζόταν σε πιάτα κρεατικών και ζωμούς ψαριών.

Τσεχοσλοβακία

Οι μπουραρίες της Τσέχικης Δημοκρατίας, ειδικά στην Πράγα, ήταν συνήθως παρόμοιες με τις καφετέριες αλλού. Το φαγητό σερβιρόταν με μύρα που αντικαθιστούσε τον καφέ.

Γερμανία

Το **Weinstube** ήταν ένα ανεπίσημο εστιατόριο που περιλάμβανε μεγάλη ποικιλία κρασιών και το **Weinhaus** ήταν ένα κατάστημα φαγητού και ποτού, όπου οι πελάτες μπορούσαν επίσης να δειπνήσουν. Το **Shenke** ήταν μία εγκατάσταση ή εξοχική παμπ που σερβίριζε φαγητό και ποτό. Στις πόλεις μία παρόμοια εγκατάσταση ονομαζόταν **Stadtschenke**.

Ισπανία

Τα μπαρ και οι καφετέριες της Μαδρίτης προσέφεραν ποικίλα ορεκτικά, που λέγονταν **tapas** και περιλάμβαναν γαρίδες μαγειρεμένες σε ελαιόλαδο με σκόρδο, κεφτεδάκια με σάλτσα και φασόλια, παστό μπακαλιάρo, χέλια, μανιτάρια και τόνο. Τα tapas τρώγονταν με τσέρι. Στην Ισπανία εμφανίζεται επίσης το **marisco bar** ή **marisceria**, ένα μπαρ θαλασσινών, το **asadoro**, ένα καταλανικό σουβλατζίδικο και το **tasca** ή παμπ, κατάστημα κρασιού.

Πορτογαλία

Οι **cervejarias** ήταν δημοφιλείς σαλόνια μπύρας που προσέφεραν επίσης οστρακοειδή. Οι **ταβέρνες fado** σερβίριζαν ψητά λουκάνικα και κρασί που τα συνόδευαν με παραποινάρικα πορτογαλικά τραγούδια που λέγονταν κι αυτά **fados** (που σημαίνει «μοίρα»).

Σκανδιναβία

Καταστήματα σάντουιτς προσέφεραν ανοιχτά, περίπολα διακοσμημένα σάντουιτς που λέγονταν **smorrebrod**. Τα σουηδικά εστιατόρια προσέφεραν smorrebrod που κυριολεκτικά σημαίνει «τραπέζι με βούτυρο και ψωμί» αλλά στην πραγματικότητα ήταν λιχουδιές, όμορφα σεβρισμένα φαγοπότια με ρέγκες, γαρίδες, πίκλες, κεφτεδάκια, ψάρια, σαλάτες, κρύα παιδάκια και ζεστά πιάτα που σερβίρονταν με aquavit ή μπύρα.

Ολλανδία

Η Ολλανδία είχε καταστήματα σάντουιτς που λέγονταν **broodjeswinkels** και σερβίριζαν ανοιχτά σάντουιτς, ψαρικά, ζεστά και κρύα πιάτα και τυριά από ένα μεγάλο τραπέζι.

Αγγλία

Οι αγγλικές **παμπ** των πόλεων και της επαρχίας παραδοσιακά είχαν τρία είδη **μπαρ**: **το κοινόχρηστο μπαρ, το σαλούν και το ιδιωτικό μπαρ**. Όλοι ήταν ευπρόσδεκτοι στο κοινόχρηστο μπαρ ή στο σαλούν, αλλά το ιδιωτικό μπαρ ήταν απαγορευμένο στους θαμώνες της παμπ. Το φαγητό της παμπ ποίκιλε ευρέως στην Αγγλία.

Ιαπωνία

Χαρακτηριστικά της Ιαπωνίας είναι τα sushi bars που σέρβιραν **sashimi** (φέτες ωμού ψαριού) και sushi (ψάρια ή άλλα συστατικά με ρύζι και ξύδι) σε ένα πάγκο. Άλλα μπαρ φαγητών σέρβιραν πιάτα όπως τα **noodles** και τα **tempura** (καλοτηγανισμένες γαρίδες και λαχανικά). Τα εστιατόρια **yudofu** οργάνωσαν τα πιάτα τους γύρω από ποικιλίες **tofu** (ζελέ φασολιού) και τα κομψά «**σπίτια του τσαγιού**» σέρβιραν επίσημο τραπέζι **Kaiseki** και γεύματα table d'hote.

Κίνα

Συναντάμε εστιατόρια που σέρβιραν τοπικές σπεσιαλιτέ και τα **noodle shops** προσέφεραν μία ποικιλία από noodles και σούπες. Τα καταστήματα **dim-sum** προμήθευαν ασταμάτητα με ασορτί αχνιστά, γεμιστά **dumplings** και άλλες αχνιστές ή τηγανιτές λιχουδιές.

Ασία

Συνηθισμένο θέαμα στα περισσότερα μέρη της Ασίας ήταν ένα είδος κινητού εστιατορίου, που το λειτουργούσε ένας μονάχα άνθρωπος ή οικογένεια από ένα αμαξάκι ή κάδο, εγκατεστημένο σε συγκεκριμένη τοποθεσία του δρόμου, όπου οι σπεσιαλιτέ μαγειρεύονται επί τόπου. Ακόμα μπορούν να βρεθούν οι πλανόδιοιπραματευτάδες των **yakemo** και **yakema** (ψητή πατάτα και ψητό καλαμάρι) που περιδιαβαίνουν τους δρόμους αναζητώντας πελάτες σε μέρη της Ιαπωνίας. Η Ταϊβάν, είχε επίσης το μερίδιό της σεπραματευτές που πουλούσαν τα πάντα από καλαμπόκι σε καρβέλι, μαριναρισμένο σως σόγιας μέχρι τηγανιτό tofu και πόδια κοτόπουλου. Ενδιαφέρον είναι ότι αυτό ήταν παράνομη πρακτική στην Ταϊβάν.

Αμερική

Η **καφετέρια**, μία αμερικανική συνεισφορά στην ανάπτυξη του εστιατορίου, ξεκίνησε στο Σαν Φρανσίσκο κατά τη διάρκεια του πυρετού του χρυσού του 1849. Με χαρακτηριστικό του το “**self service**”, προσέφερε μεγάλη ποικιλία φαγητών που επιδεικνύονταν σε πάγκους.

Τουρκία

Το **τούρκικο iskembeci** ήταν ένα εστιατόριο που σέρβιρε πατσά σούπα ή άλλα πιάτα παστά. Τα καταστήματα **muhallebici** σέρβιραν βραστό κοτόπουλο και ρύζι σε σούπα και πουτίγκα γάλακτος.

Ελλάδα

Οι εστιατορικές μονάδες αποτελούν οργανικό στοιχείο του Ελληνικού τουρισμού, καθώς μέσα από τις πολύπλευρες υπηρεσίες που παρέχουν τόσο στον τομέα του φαγητού όσο και στον τομέα της διασκέδασης και γενικότερα της συνολικής εξυπηρέτησης και ικανοποίησης των πελατών, στηρίζουν και διαδίδουν την ελληνική παράδοση που αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο του ελληνικού τουριστικού marketing, συμπληρώνοντας το «πακέτο» των διακοπών (αξιοθέατα και μνημεία ελληνικού πολιτισμού, σύγχρονα ξενοδοχειακά συγκροτήματα, οργανωμένες παραλίες, μουσεία, κοινωνικές εκδηλώσεις με παραδοσιακούς χώρους, παραδοσιακές ταβέρνες κ.λπ.).

Κοινή συνισταμένη ενός σύγχρονου εστιατορίου αποτελούν, παραφράζοντας μία γνωστή φράση, «ο άρτος, ο οίνος και το θέαμα» δηλαδή κοινώς, η ποιότητα του φαγητού, του κρασιού και της διασκέδασης. Η οργάνωση του φαγητού πέρασε από πολλές φάσεις, στη διαδρομή της ιστορίας, αφήνοντας ως ιστορική παρακαταθήκη τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε περιόδου.

**Πηγή: http://www.geocities.com/NapaValley/6454/history_restaurants.html*

1.3. Διακρίσεις Επισιτιστικών Επιχειρήσεων

1.3.1. Εστιατόρια που χαρακτηρίζονται από τα ιδιαίτερα χωροταξικά τους γνωρίσματα

α. Εστιατόρια πόλεων



Στην κατηγορία αυτή ανήκουν όλα τα κλασικά εστιατόρια όλων των τάσεων. Συναντώνται σε κάθε πόλη και καλύπτουν τις διατροφικές ανάγκες των κατοίκων της πόλης και των επισκεπτών της. Λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

β. Εστιατόρια μεταφορικών μέσων

Τα εστιατόρια αυτά καλύπτουν τις διατροφικές ανάγκες επιβατών που μετακινούνται από μία περιοχή σε άλλη.

Πιο αναλυτικά:

- Εστιατόρια τρένων (wagon - restaurants)

Μέσα στο τρένο, ένα ειδικά προσαρμοσμένο βαγόνι είναι διαμορφωμένο με σταθερά τραπέζια και καθίσματα. Η παραγωγή γίνεται από catering και το σερβίρισμα στο τρένο γίνεται από ανάλογο προσωπικό. Οι παρασκευές είναι απλές και γρήγορες και ακολουθούνται όλοι οι κανόνες του σωστού σερβιρίσματος.

- Εστιατόρια αεροπλάνων

Τα συναντάμε σε αεροπλάνα πολύωρων πτήσεων και ο χώρος που διαθέτουν είναι πολύ περιορισμένος. Τα εδέσματα προσφέρονται σε δίσκους και διατηρούνται σε κατάλληλη θερμοκρασία από ειδικά θερμαινόμενα κιβώτια. Τροφοδοτούνται από catering.

- Εστιατόρια πλοίων

Είναι κανονικά εστιατόρια και παρόλο που βρίσκονται μέσα σε πλοίο, υπάρχει μεγάλη άνεση χώρου. Το service και η ποιότητα των γευμάτων διατηρούνται σε πολύ υψηλό επίπεδο, αλλά στη β' και γ' θέση των επιβατικών πλοίων συναντούμε εστιατόρια αυτοεξυπηρέτησης.



γ. Εστιατόρια παραγγελιών

Η δραστηριότητα αυτή μπορεί να λειτουργεί και δρα παράλληλα με ένα κλασικό εστιατόριο ή και μόνη της σαν αυτόνομη επιχείρηση catering. Οι παραγγελίες μπορεί να

αφορούν σε απλά φαγητά σε πακέτα ή σε οργάνωση και εκτέλεση εορτών στις οποίες εξ αρχής προϋποθέτει ανάλογο προσωπικό και κινητό εξοπλισμό. (*“Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”- Αθαν. Μάρρας, 1997 σσ. 18)*

δ. Εστιατόρια οδικών αρτηριών

Τα εστιατόρια αυτά είναι ταχείας εξυπηρέτησης, είτε είναι κλασικά εστιατόρια, είτε είναι self service. Βρίσκονται πάνω σε μεγάλους οδικούς άξονες και διαθέτουν τεράστιους χώρους parking.

ε. Εστιατόρια περιηγητών

Αυτά τα εστιατόρια ονομάζονται και καταφύγια. Αποτελούν συνήθως μέρος ξενοδοχειακής επιχείρησης και διαθέτουν πολύ απλές εγκαταστάσεις και εξοπλισμό ανάλογα βέβαια και με το είδος της πελατείας. (*“Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”- Αθαν. Μάρρας, 1997 σσ. 18-19)*

1.3.2. Εστιατόρια που χαρακτηρίζονται από την ιδιαιτερότητα των προϊόντων παραγωγής τους

α. Εστιατόρια – ψησταριές



Σε αυτά τα εστιατόρια παρασκευάζονται ψητά κρέατα μπροστά στον πελάτη σε ειδικά διαρρυθμισμένους χώρους - ψησταριές.

β. Εστιατόρια ιχθυοφαγίας (ψαροταβέρνες)

Είναι τα εστιατόρια που προσφέρουν κυρίως ψάρια και κάθε είδους άλλα αλιεύματα, τα οποία πρέπει να είναι φρέσκα και παρουσιάζονται στους πελάτες σε ποικιλία. Βρίσκονται κυρίως σε παραθαλάσσιες περιοχές.

γ. Εστιατόρια χορτοφαγίας (vegetarian)

Τα εστιατόρια αυτά απευθύνονται κυρίως σε χορτοφάγους και όλους όσους προτιμούν την υγιεινή διατροφή. Εδώ προσφέρονται κυρίως φαγητά φυτικής προέλευσης, όπως παρασκευές λαχανικών, σόγιας, σαλάτες, φρούτα, χυμούς και συνήθως βρίσκονται κοντά σε γυμναστήρια, ινστιτούτα αδυνατίσματος κ.λπ. (*“Εστιατορική Τεχνική” - Δ. Λαλούμης – Κ. Στεφανάκης 2005 σσ. 35*)

δ. Εστιατόρια κυνηγίου

Ο φυσικός τους χώρος είναι δασικές και ορεινές περιοχές όπου τα είδη κυνηγίου είναι άφθονα και υπάρχει και η ανάλογη πελατεία. Τα εστιατόρια αυτά μπορεί να είναι διακοσμημένα εσωτερικά ανάλογα με την περίπτωση και γενικά σπανίζουν. (*“Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”- Αθαν. Μάρρας, 1997 σσ. 19*)

ε. Εστιατόρια «γρήγορου φαγητού» (Snack bars, Fast Foods)



Στο χώρο αυτόν οι πελάτες εξυπηρετούνται μόνοι τους και γρήγορα. Σε μία μπάρα έχοντας πάρει ένα δίσκο παίρνουν τα φαγητά που θέλουν και πληρώνουν στο ταμείο που βρίσκεται στο τέλος της μπάρας. Οι παρασκευές είναι απλές ή προπαρασκευασμένες και έχουν χαμηλό κόστος. Είναι πολύ διαδεδομένα αυτά τα εστιατόρια και ο λόγος είναι η ταχύτητα και η χαμηλή τιμή των παρασκευών.

στ. Εστιατόρια εθνικών φαγητών

Σε αυτήν την κατηγορία μπορούμε να εντάξουμε τα εστιατόρια που προσφέρουν αντιπροσωπευτικά εδέσματα από την κουζίνα μιας συγκεκριμένης χώρας όπως π.χ. ιταλική, ρωσική, τα κινέζικη, μεξικάνικη κ.ο.κ.



1.3.3. Εστιατόρια που χαρακτηρίζονται από τον τρόπο εκμετάλλευσής τους

α. Εμπορικές εκμεταλλεύσεις (Commercial operations)

Πρόκειται για επιχειρήσεις που έχουν πρωταρχικό στόχο το κέρδος και είναι καθαρά εμπορικού χαρακτήρα. Λειτουργούν ως ιδιόκτητες ατομικές ή εταιρικές επιχειρήσεις ενός ή περισσότερων ατόμων. Μπορούμε να τις χωρίσουμε σε τρεις βασικές κατηγορίες:

i) Ανεξάρτητες

Η διαχείριση της επιχείρησης γίνεται από έναν ή περισσότερους εταίρους οι οποίοι συμμετέχουν στην διοίκησή της και λαμβάνουν από κοινού αποφάσεις που αφορούν στη λειτουργία της σε όλους τους τομείς.

Σε γενικές γραμμές θεωρείται ότι υπάρχει πάντα ο χώρος για τον σωστό επιχειρηματία με προτάσεις γεύσης και ψυχαγωγίας που σέβεται τον πελάτη και μπορεί να εξασφαλίσει μία επιτυχημένη πορεία της επιχείρησης στο χώρο. Η ανεξαρτησία που έχει είναι ενισχυτική για το χώρο της. Αυτό αφορά τις αποφάσεις για την αισθητική του χώρου, τη σύνθεση και τη γεύση του προϊόντος, τον τρόπο σερβιρίσματος και την τιμή του καθώς και το marketing που θέλει να εφαρμόσει. (*“Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”* - Αθαν. Μάρρας 1997 σσ. 22)

Επίσης η ανεξαρτησία που προσφέρει η λειτουργία της αυτόνομης επιχείρησης δίνει τη δυνατότητα στους ισιοκτήτες να επιλέγουν ανα πάσα στιγμή τον τρόπο που θα κινηθούν στην αγορά, δίνοντάς τους έτσι ένα σημαντικό πλεονέκτημα ευεξίας και ταχύτητας.

Το μοναδικό ίσως μειονέκτημα που έχουν οι ανεξάρτητες εστιατορικές επιχειρήσεις είναι τα πλεονεκτήματα του ονόματος μίας μεγάλης αλυσίδας ή Franchisor.

ii) Αλυσίδες εστιατορίων

Λειτουργούν ως αυτόνομες μονάδες και είναι κρίκοι επιχείρησης εστιατορίων με κύριο χαρακτηριστικό τους ότι λειτουργούν με τους ίδιους κανόνες σε θέματα διαχείρισης καθώς και τον τρόπο λειτουργίας.

Τα πλεονεκτήματά τους εντοπίζονται κυρίως στη διαχείριση και την αξιοποίηση των πληροφοριών από κοινού για όλες τις μονάδες της επιχείρησης. Συνήθως έχουν υψηλό δείκτη οικονομικής ρευστότητας και γενικά έχουν «πρόσωπο» στην ευρύτερη αγορά προμηθειών εργασίας. Στο διοικητικό τομέα υπερέχουν σε ικανό προσωπικό και μεθόδους marketing, σχεδιασμού και ανάπτυξης της αλυσίδας. Επίσης μπορούν να αναπαράγουν εσωτερικές οικονομικές πληροφορίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν

σαν βάση σύγκρισης οικονομικών δεδομένων και κατ' επέκταση σαν πηγή πληροφοριών στη χάραξη της στρατηγικής δράσης της επιχείρησης.

Τα μειονεκτήματα που έχουν είναι ότι η τυπική διοικητική διάρθρωση ως εταιρίας – αλυσίδας, συνήθως αποφέρει δυσκίνητη λειτουργία γενικά και η γραφειοκρατία που αναπτύσσεται μαζί με την επιχείρηση, εμποδίζει τη λήψη γρήγορων αποφάσεων που έχουν σχέση με τις μεταβολές της αγοράς. Επίσης, η έλλειψη προσωπικών κινήτρων στα διοικητικά στελέχη της επιχείρησης, κάνει να χάνουν συχνά την επιθυμία και το πείσμα να την κρατήσουν ψηλά και να την διατηρήσουν σ' αυτά τα επίπεδα. (*“Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”- Αθαν. Μάρρας 1997 σσ. 22-23*)

iii) Franchise

Είναι ίσως η πιο διαδεδομένη σήμερα μορφή εστιατορίων γρήγορης εξηπηρέτησης και ο λόγος οφείλεται στα πλεονεκτήματα που προσφέρει το σύστημα franchising στη λειτουργία μιας επιχείρησης. Σύμφωνα με το franchise, μία εταιρία πουλάει τα διακρίματα χρήσης του συστήματος λειτουργίας της όπως επίσης και το όνομα, σε άλλον επιχειρηματία, βάσει συμβολαίου το οποίο συνυπογράφεται από τα δύο μέρη.

Αυτό που στην ουσία «αγοράζει» ο επιχειρηματίας είναι η τεχνογνωσία και ο τρόπος οργάνωσης των βασικών λειτουργιών της επιχείρησης, κάτι που του προσφέρει τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια για την αξιοποίηση της επένδυσής του.

Τα πλεονεκτήματα για τον δικαιούχο Franchisee είναι ότι μπορεί να ξεκινήσει βοηθούμενος σε θέματα χρηματοδότησης, επιλογής του χώρου, αρχιτεκτονικής και μηχανικής επίβλεψης του κτιρίου. Ο επιχειρηματίας έχει στατιστικά 80% πιθανότητα επιβίωσης τα πρώτα δύσκολα χρόνια και έχει τη συνεχή υποστήριξη του διακαιούχου – Franchisor σε διαδικασίες management και marketing οι οποίες γίνονται σε πανεθνικό και τοπικό επίπεδο με άμεσα αποτελέσματα για τον δικαιούχο Franchisee. Επίσης έχει δυνατότητες δανειοδότησης και πιστώσεων που διαφορετικά δεν θα είχε και η οργανωμένη και έμπειρη υπηρεσία προσωπικού, “Human resources”, βοηθά στην επιλογή και την εκπαίδευση του προσωπικού αλλά και του ίδιου του επιχειρηματία.

Τα μειονεκτήματα είναι οι ελάχιστες πρωτοβουλίες που μπορεί να πάρει ο δικαιούχος Franchisee. Το «κόστος» των υπηρεσιών και προνομίων που παρέχονται από

τον διακαιούχο Franchisor πρέπει να υπολογίζεται περίπου 10% - 12% επί των συνολικών πωλήσεων της επιχείρησης, καθώς και ότι στις περισσότερες περιπτώσεις ο επιχειρηματίας δε φτάνει στα οικονομικά μεγέθη που του εγγυάται η συνεργασία του με την εταιρία Franchisor.

β. Ιδρυματικές εκμεταλλεύσεις (Institutional operations)

Οι ιδρυματικές εστιατορικές εκμεταλλεύσεις εστιάζουν την προσοχή τους σε μη κερδοσκοπικούς, κοινωνικούς σκοπούς. Οι χώροι όπου στεγάζονται ελέγχονται από κρατικούς φορείς και είναι ιδρύματα, νοσοκομεία, δημόσια σχολεία, σχολές, πανεπιστήμια, ενορίες και γενικότερα οργανισμοί κοινωφελούς σκοπού. Το σημερινό περιβάλλον, όμως, επέβαλε την προσαρμογή στους κανόνες της αγοράς με αποτέλεσμα τα εστιατόρια ιδρυμάτων να λειτουργούν πλέον με οικονομικά κριτήρια και να ανατίθενται σε ιδιωτικές εταιρίες. Η σύμβαση ανάθεσης της λειτουργίας από ιδιωτικές εταιρίες που φυσικά είναι κερδοσκοπικές, γίνεται με αυστηρούς περιορισμούς όσον αφορά τους τομείς κέρδους, ωράριο λειτουργίας, υγειονομικές υποχρεώσεις κ.λπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°

ΧΩΡΟΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΜΗ

2.1. Κύριοι χώροι του εστιατορίου

Κύριοι χώροι του εστιατορίου θεωρούνται το μαγειρείο και η τραπεζαρία. Σύμφωνα με τις σημερινές λειτουργικές ανάγκες οι δύο αυτοί χώροι πρέπει να βρίσκονται στον ίδιο όροφο, με ευκολία πρόσβασης ο ένας στον άλλο κατά προτίμηση με πόρτες μίας κατεύθυνσης και με μεγάλο κοινόχρηστο χώρο σαν προθάλαμο (office).

2.1.1. Μαγειρείο - Κουζίνα

Είναι ο χώρος της μαζικής παραγωγής προϊόντων – εδεσμάτων αφού σε αυτό παρασκευάζονται τα εδέσματα που θα προσφερθούν στους πελάτες στην τραπεζαρία. Το δάπεδο του μαγειρείου πρέπει να είναι επίπεδο, αντιολισθητικό και από αδιαπώσιμο υλικό. Οι τοίχοι πρέπει να φέρουν πλακάκια για τον καλύτερο καθαρισμό και τα πλακάκια αυτά πρέπει να είναι σε ύψος τουλάχιστον δύο μέτρων. Επίσης, να υπάρχει επαρκής φυσικός και τεχνητός φωτισμός, καθώς και καλός εξαερισμός και σωστό αποχετευτικό σύστημα. Να υπάρχουν σιφόνια τέτοια ώστε να επιτυγχάνεται ο τέλειος καθαρισμός που πρέπει να είναι το κύριο γνώρισμα στο χώρο αυτό.

Στο μαγειρείο υπάρχουν οι μαγειρικές μηχανές, οι φούρνοι, τα ψυγεία ημέρας και οι θάλαμοι



συντήρησης διαφόρων τροφίμων όπως και ποικιλία άλλων μηχανημάτων και εργαλείων, ανάλογα με την κατηγορία



του εστιατορίου και την κίνηση που παρουσιάζεται. (*“Οργάνωση και Λειτουργία του Ξενοδοχείου”*- Στ. Καραγιάννης 1997 σσ. 12-13)

Το μαγειρείο πρέπει να είναι συνεχόμενο με το εστιατόριο και επίσης είναι αναγκαία και η ύπαρξη βοηθητικών χώρων.

Παρακάτω αναλύονται οι χώροι που συναντώνται μέσα σε μία ολοκληρωμένη κουζίνα:

- Χώρος αποθήκης: Εκεί αποθηκεύονται οι προμήθειες, επομένως υπάρχουν χ'ωροι ψύξης και κατάψυξης.
- Χώρος εισόδου εμπορευμάτων: Όπου γίνεται η παραλαβή των εμπορευμάτων και έπειτα η διανομή τους στα αντίστοιχα τμήματα.
- Χώρος καθαρισμού (λάντζα): Καθαρισμός σκευών ποτηριών, πιατών κ.ά. (Πιο αναλυτικά περιγράφεται παρακάτω)
- Χώρος προσωπικού: Χώρος για διάλειμμα και γκαρνταρόμπα προσωπικού, WC, και χώρος φαγητού.
- Χώρος τεχνικών: Υπηρεσίες που φροντίζουν για την ψύξη και θέρμανση του χώρου, τις ηλεκτρικές και υδραυλικές εγκαταστάσεις.
- Χώρος παραγωγής: Ο κυρίως χώρος της κουζίνας που μπορεί να χωρίζεται σε μικρότερα τμήματα.

Πηγή: *“Μαγειρική Τέχνη”*- Ν. Σαράντος & Στ. Χειλαδάκης, 2005 σσ.42-43

2.1.2 Τραπεζαρία

Η τραπεζαρία είναι ο βασικός χώρος του εστιατορίου. Είναι η αίθουσα που παρατίθενται τα γεύματα και εφαρμόζεται η εστιατορική τεχνική. Για τον λόγο αυτόν δίνεται μεγάλη σημασία στη διαρρύθμισή της. Είναι ο χώρος που καθορίζει τον χαρακτήρα του εστιατορίου και πρέπει να είναι άνετη, με ευχάριστη ατμόσφαιρα, κατάλληλες συνθήκες κλιματισμού, φωτισμού, επένδυσης, διακόσμησης, μουσικής και επιπλέον να επιτεγχάνεται άριστος και γρήγορος καθαρισμός. (*“Εστιατορική Τεχνική” - Δ. Λαλούμης – Κ. Στεφανάκης 2005 σσ. 61*)

Πιο συγκεκριμένα:

α. Φωτισμός

Είναι ένας βασικός παράγοντας της όψης της τραπεζαρίας. Όπως καθορίζουν και οι βασικοί κανόνες υγιεινής, στο εστιατόριο θα πρέπει να παρέχεται ο πλέον κατάλληλος φυσικός ή τεχνητός φωτισμός. Ο φυσικός φωτισμός μπορεί να δώσει διαφορετικές εικόνες στο χώρο, καθώς επίσης και ο τεχνητός, με τη διαφορά ότι σε αυτόν μπορούμε να επέμβουμε και να δώσουμε εμείς την εικόνα που θέλουμε. Ο φωτισμός του χώρου της τραπεζαρίας του εστιατορίου αντιμετωπίζεται με φωτομετρική μελέτη από ειδικούς οι οποίοι και θα προτείνουν το είδος του φωτισμού καθώς και την κατάλληλη έντασή του και άλλες παραμέτρους όπως ο χρωματισμός των σωμάτων και η αισθητική παρουσία τους που αποτελεί βασικό στοιχείο της διακόσμησης. Ο φωτισμός θεωρείται γενικά το άλφα και το ωμέγα στη διακόσμηση. (*“Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων” - Αθαν. Μάρρας 1997 σσ. 30-32*)

β. Διακόσμηση

Τα στοιχεία που συνθέτουν το σύνολο της διακόσμησης πρέπει να είναι επιλεγμένα με γούστο ώστε να ταιριάζουν απόλυτα. Το εστιατόριο είναι ζωντανός χώρος και χρειάζεται

προσοχή στη διακόσμησή του που πολλές φορές χαρακτηρίζεται από στυλ και πολύ ελκιστικές επιρροές για τους πελάτες του.

γ. Τοίχοι, οροφή, δάπεδο

Οι τοίχοι του χώρου πρέπει να είναι λείοι και τα δάπεδα επίπεδα προκειμένου να καθαρίζονται εύκολα και να μη συγκεντρώνονται σκόνες και ρύποι γενικότερα. Το ίδιο και η οροφή. Η ταπετσαρία είναι ξεπερασμένη και οι γύψινες διακοσμήσεις και γενικά οι σκαλιστές επιφάνειες αποφεύγονται διότι δημιουργούν προβλήματα καθαρισμού και αισθητικής.

δ. Θέρμανση, κλιματισμός

Η άνετη και ευχάριστη ατμόσφαιρα που είναι απαραίτητη σε ένα εστιατόριο, επιτυγχάνεται με τις σωστές συνθήκες κλιματισμού. Η ιδανική θερμοκρασία σε εστιατορικό χώρο θεωρείται ότι είναι 18οC. Αυτό εξαρτάται και από τον αριθμό των πελατών που βρίσκονται σε αυτόν το χώρο αλλά και την εποχή του χρόνου. Η θερμοκρασία πρέπει να ελέγχεται αποκλείοντας τα ρεύματα αέρος ή ακόμα και μειώνοντας τη θερμοκρασία. Παράλληλα πρέπει να ανανεώνεται ο αέρας και να διατηρείται μία σχετική υγρασία (50-55%). (*“Εστιατορική Τεχνική” - Δ. Λαλούμης – Κ. Στεφανάκης 2005 σσ. 61*), (*“Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”- Αθαν. Μάρρας 1997 σσ. 33*)

Για τον κλιματισμό απαιτούνται αυτόματες εγκαταστάσεις κλιματισμού που μπορούν με ακρίβεια να διατηρούν τις ιδανικές συνθήκες χώρου.

2.2. Βοηθητικοί χώροι του εστιατορίου

2.2.1. Το office

Είναι ο προθάλαμος του εστιατορίου από την πλευρά του μαγειριού που εμποδίζει τον θόρυβο και τις οσμές της κουζίνας να περάσουν στον χώρο της τραπεζαρίας. Σε αυτόν

τον χώρο κινείται το προσωπικό πριν εισέλθει στην τραπεζαρία, κάνοντας χρήση των σκευοθηκών, των θερμοτραπεζών, ή άλλων μέσων που βρίσκονται εκεί.

2.2.2. Λάντζα εστιατορίου

Είναι ο πρώτος βοηθητικός χώρος που συναντά το προσωπικό της τραπεζαρίας καθώς έρχεται από το office για την άμεση πλήση των σκευών. Οι λάντζες θα πρέπει να είναι ευρώχωρες, μεταλλικές και να υπάρχει ιδιαίτερα φροντισμένο αποχετευτικό σύστημα για να διευκολύνεται η καθαριότητα.



Σημαντική είναι η διάκριση μεταξύ λάντζας εστιατορίου (πλύση σερβίτσιων) και της λάντζας μαγειρείου (πλήση σκευών κουζίνας). Τα τελευταία χρόνια χρησιμοποιούνται αυτόματες μηχανές πλήσης σκευών.

2.2.3. Κάβα ημέρας

Είναι ο προσωρινός αποθηκευτικός χώρος των ποτών. Ανήκει στην υποδομή της τραπεζαρίας και την ευθύνη έχει ο εξειδικευμένος υπάλληλος.

2.2.4. Αποθήκη ημέρας

Είναι η αποθήκη της τραπεζαρίας και συνήθως βρίσκεται στο χώρο του office και είναι ο χώρος όπου φυλάγονται χρήσιμα είδη για την εκτέλεση της καθημερινής

εργασίας, όπως λινά, όργανα, σκεύη και άλλα αναλώσιμα, έτσι ώστε να μη χρειάζεται κάποιος να προτρέχει στις μεγάλες κεντρικές αποθήκες.

2.2.5. Ιματιοθήκη (gard-robe)

Ο χώρος αυτός είναι απαραίτητος επειδή εκεί αφήνει ο πελάτης το επανωφόρι του κατά την είσοδό του. Βρίσκεται πάντα στη κεντρική είσοδο του εστιατορίου και στη θέση αυτή συνήθως εργάζεται εξειδικευμένος υπάλληλος που υποδέχεται τον πελάτη.

2.2.6. Τουαλέτες

Είναι για πάρα πολλούς ένα σημαντικό στοιχείο εκτίμησης όλης της επιχείρησης. Πρέπει να υπάρχει διάκριση του χώρου για άντρες και γυναίκες και η κατασκευή τους να είναι λειτουργική, αξιοπρεπής αισθητικά και να περιλαμβάνει προθάλαμο. Πρέπει να πληρούν τους όρους υγιεινής και να διατηρούνται σε απόλυτη τάξη και καθαριότητα. Αν οι τουαλέτες μίας επιχείρησης είναι κατασκευαστικά σωστές και καθαρές, τότε όλος ο χώρος της επιχείρησης είναι υποδειγματικός.



2.2.7. Γραφείο

Εδώ ασκείται το έργο της οργάνωσης, της διοίκησης και της διαχείρισης της επιχείρησης. Προγραμματίζονται οι καθημερινές εργασίες του προσωπικού, τα ωράρια, η σύνθεση του μενού κ.λπ. Ο χώρος αυτός συνήθως βρίσκεται στην είσοδο για να μπορεί να δέχεται ο εστιάρχος εξωπηρεσιακούς παράγοντες, όπως τους προμηθευτές.

2.3. Εξοπλισμός του εστιατορίου

Ο εξοπλισμός περιλαμβάνει τα έπιπλα, τα σκεύη και τα λινά του εστιατορίου που είναι απαραίτητα για τη λειτουργία του και η επιλογή τους εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως τις νέες τάσεις της τεχνολογίας, το ύψος της διαθέσιμης δαπάνης και τις ανάγκες της επιχείρησης.

2.3.1. Έπιπλα

Τα έπιπλα αποτελούν στοιχεία διακόσμησης αλλά και στοιχεία λειτουργικού εξοπλισμού. Μπορούν να διαφέρουν σε ποιότητα από εστιατόριο σε εστιατόριο ανάλογα με την κατηγορία και τις οικονομικές δυνατότητες της επιχείρησης. Τα υλικά κατασκευής τους κατατάσσονται σε δύο κατηγορίες. Στα θερμά, όπου ανήκουν τα ξύλινα έπιπλα και στα ψυχρά, όπου ανήκουν τα μεταλλικά ή πλαστικά.

Πιο αναλυτικά, τα στοιχεία επίπλωσης είναι:

α. Τραπέζια

Στο εστιατόριο συναντάμε τραπέζια τετράγωνα, ορθογώνια, στρογγυλά ή πολύγωνα (εξάγωνα, οκτάγωνα). Και οι τέσσερις τύποι πρέπει να είναι φτιαγμένοι με καλό ξύλο, να έχουν λείες επιφάνειες και κυρίως να μην παρουσιάζουν αιχμές που δυνατόν να δημιουργούν φθορές στα λινά του εστιατορίου και στα ενδύματα των πελατών. Επίσης πρέπει να είναι εύκολα στη μετακίνηση.

Τα τετράγωνα τραπέζια είναι για τέσσερα άτομα με διαστάσεις 75-85 εκατοστά, τα παραλληλόγραμμα 4 θέσεων έχουν διαστάσεις 120x75 εκατοστά και τα στρογγυλά ανάλογα με τις διατάξεις τους μπορεί να έχουν διάμετρο 80-90 εκατοστά και ύψος 75-80 εκατοστά. Τα στρογγυλά τραπέζια τοποθετούνται συνήθως στις γωνίες του εστιατορίου για να διευκολύνεται η κίνηση του προσωπικού και των πελατών και για τη μέγιστη κάλυψη του χώρου.

β. Καθίσματα

Πρέπει να δένουν αρμονικά με τα τραπέζια και το γενικότερο στυλ του εστιατορίου. Το ύψος τους έρχεται σε αναλογία με το ύψος των τραπεζιών. Επίσης πρέπει να είναι αναπαυτικά και και πολύ γερά γιατί είναι τα έπιπλα που ταλαιπωρούνται περισσότερο απο κάθε άλλο εντός του εστιατορίου. Οι καρέκλες θα πρέπει να είναι καλαίσθητες και να μεταφέρονται εύκολα.



γ. Σκευοθήκες (Table de service)

Είναι είδος μπουφέ όπου ανάλογα με τη διαρρύθμισή τους ο υπάλληλος του εστιατορίου έχει τοποθετημένα όλα τα όργανα και σκεύη που μπορεί να χρειαστεί κατά το σερβίρισμα., όπως π.χ. πιάτα, μαχαιροπίρουνα, ménages (αλατοπίπερα, λαδόξυδα, σάλτσες κ.λπ.).

Χωρίζεται σε δύο μέρη, στο επάνω όπου τοποθετούνται ξεχωριστά τα μαχαιροπίρουνα και στο κάτω όπου τοποθετούνται διάφορα λινά καθώς και ménages. Η επιφάνεια της σκευοθήκης είναι ο χώρος για την προσωρινή εναπόθεση των σκευών του πριν πάει στον πελάτη ή στο office.

δ. Καροτσάκια με ρόδες (gueridon)

Το καροτσάκι είναι απαραίτητο έπιπλο του εστιατορίου. Χρησιμοποιείται για το σερβίρισμα και έχει πλάτος γύρω στα 40-50 εκ. και ύψος 75-80 εκ. Αποτελούνται απο

δύο μέρη: το πάνω μέρος όπου γίνεται η επίδειξη και το σεβίρισμα και το κάτω μέρος όπου τοποθετούνται τα βοηθητικά σκεύη. Υπάρχουν διάφορα είδη όπως:

- Κρύου μπουφέ
- Ορεκτικών
- Φλεγόμενων εδεσμάτων
- Εκθεσης γλυκών ή τυριών
- Τεμαχισμού και μεριδοποίησης
- Ποτών-κινητή κάβα
- Θερμοτράπεζα
- Θερμαντήρες – Ρεσώ, Μπεν μαρί - Γκαστρονόμ



2.3.2. Σκεύη

α. Σκεύη πορσελάνης

Τα σκεύη απο πορσελάνη χρησιμοποιούνται πολύ στο εστιατόριο λόγω της ανθεκτικότητας, της στερεότητας και της λαμπρότητας που διαθέτουν. Τα σκεύη πορσελάνης ανάλογα με τη χρήση τους διακρίνονται σε διάφορους τύπους, όπως:



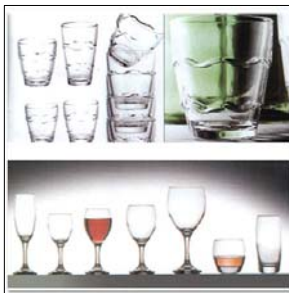
- Πιάτα σούπας
- Πιάτα ορεκτικού

- Πιάτα κυρίως φαγητού
- Πιάτα σαλάτας ή πρωινού
- Πιάτα φρούτου ή γλυκού
- Πιάτα βουτύρου
- Πιάτα ψαριού οβάλ (προαιρετικό)
- Ζαχαριέρες, μαρμελαδιέρες, βουτυριέρες
- Φλυτζάνια και πιατάκια για διάφορα είδη αφεψημάτων



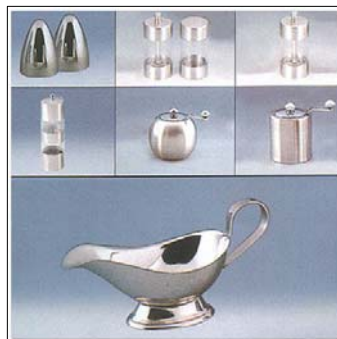
β. Γυάλινα ή κρυστάλλινα σκεύη

- Ποτήρια νερού
- Ποτήρια κρασιού
- Ποτήρια μπίρας



- Ποτήρια σαμπάνιας
- Ποτήρια παγωτού
- Μπωλ φρουτοσαλάτας ή άλλης χρήσεως
- Καράφες ή κανάτες νερού
- Διάφορα ποτήρια ανάλογα το ποτό

γ. Μεταλλικά ή ανοξείδωτα σκεύη



- Μαχαίρια, πιρούνια, κουτάλια διαφόρων μεγεθών ανάλογα με τη χρήση τους
- Μαχαιροπίρουνα τεμαχισμού
- Κουταλάκια καφέ – τσαγιού, ζάχαρης
- Ειδικά μεταλλικά σκεύη και κουβέρ (αστακού, σπαραγγιών, φοντί κ.ά.)
- Κουταλάκια σούπας – consommé
- Σπάτουλες, λαβίδες σαλάτας, ψωμιού, ζυμαρικών, πάγου
- Πιατέλες διαφόρων μεγεθών και σχημάτων
- Μπολ παγωτού και κομπόστας, αυγοθήκες
- Δίσκοι σερβιρίσματος διάφορων μεγεθών
- Σαμπανιέρες, παγοθήκες



(“Εστιατορική Τεχνική” - Δ. Λαλούμης – Κ. Στεφανάκης 2005 σσ. 75)

Σκεύη που μπορεί να είναι από πορσελάνη ή μεταλλικά

- Πιατέλες διαφόρων ειδών οβάλ ή στρογγυλές
- Σουπιέρες
- Σαλατιέρες
- Τσαγιέρες – καφετιέρες – γαλατιέρες διαφόρων ειδών
- Μαρμελαδιέρες – βουτυριέρες – ζαχαριέρες
- Αλατοπιπεριέρες, λαδόξυδα, μουσταρδιέρες, finger bowls, στοχτοδοχεία, ανθοδοχεία, κηροπήγια

Άλλα επιτραπέζια σκεύη



- Καλαθάκια ψωμιού
- Καλαθάκια κρουτών
- Καλαθάκια φρούτων
- Καλαθάκια αυγών



2.3.3. Λινά

Με τον όρο αυτόν εννοούνται τα υφασμάτινα είδη τα οποία χρησιμοποιούνται στην λειτουργία του εστιατορίου. Μπορεί να διαφέρουν ποιοτικά ανάλογα με την κατηγορία της επιχείρησης και τις οικονομικές δυνατότητες αυτής. Πρέπει να διακρίνονται για την συνεχή και ιδιαίτερα προσεγμένη καθαριότητά τους και πρέπει να υπάρχει ικανοποιητικό απόθεμα για να αλλάζονται όταν χρειάζεται.

Χωρίζονται σε:

α. Υποτραπεζομάντηλα (Molleton)

Κατασκευάζονται απο χοντρό ύφασμα, συνήθως από λεπτή τσόχα, μάλλινο ή βαμβακερό.* Είναι τα λινά που εφάπτονται στο τραπέζι και μπαίνουν ανάμεσα στην επιφάνεια του τραπεζιού και του τραπεζομάντηλου για την αίσθηση της αφής, για να μη γλιστράει το τραπεζομάντηλο και για να αποφεύγεται ο θόρυβος που δημιουργείται από τα σκεύη χωρίς αυτό. (*“Εστιατορική Τεχνική” - Δ. Λαλούμης – Κ. Στεφανάκης 2005 σσ. 80*)

β. Τραπεζομάντηλα (Nappe)

Τα τραπεζομάντηλα είναι από τα βασικότερα λινά του εστιατορίου και πρέπει να είναι πολύ καλής ποιότητας και να είναι πάντα καθαρά και καλοσιδερωμένα. Πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στο στρώσιμό τους ώστε οι τσακίσεις τους να είναι συμμετρικά τοποθετημένες σε σχήμα σταυρού. Οι διαστάσεις τους είναι συνήθως 1,50 εκ. X 1,50 εκ. για τα συνηθισμένα τετραθέσια τραπέζια. Υπάρχουν και μεγαλύτερα για ομαδικά γεύματα ή κάλυψη μπουφέ. (*“Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”- Αθαν. Μάρρας 1997 σσ. 45*)

γ. Επιτραπεζομάντηλα (Napperon)

Είναι τετράγωνα και πρέπει να έχουν τις διαστάσεις του τραπέζιού. Αυτό τοποθετείται πάνω στο τραπεζομάντηλο. Χρησιμοποιούνται για να προστατεύουν τα τραπεζομάντηλα από τη γρήγορη φθορά και το σύντομο λέρωμά τους.

δ. Πετσέτες φαγητού (Napkin)

Πρέπει να είναι μονόχρωμες και ίδιας ποιότητας με τα τραπεζομάντηλα. Οι διαστάσεις τους είναι περίπου 50-60 εκατοστά και τοποθετούνται στη θέση του πελάτη σαν οδηγός για την υπόλοιπη



τακτοποίηση του κουβέρ. Σε εστιατόρια πολυτελείας συνήθως δίνουν ευχάριστα σχήματα για λόγους αισθητικής. (*“Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”*- Αθαν. Μάρρας 1997 σσ. 45)

ε. Πετσέτες τραπεζοκόμων

Χρησιμοποιείται από τους τραπεζοκόμους κατά τη διαδικασία του σερβιρίσματος για να προστατευθούν από τα καυτά σκεύη και το λέρωμα των μανικιών τους. Έχουν λευκό χρώμα και χρησιμοποιούνται για την επίδειξη και το σερβίρισμα κρασιών, ποτών ή άλλων εδεσμάτων, αλλά και για άλλες βοηθητικές εργασίες. (*“Εστιατορική Τεχνική”* - Δ. Ααλούμης – Κ. Στεφανάκης 2005 σσ. 81)

στ. Δισκόπανα

Χρησιμοποιούνται για να μην γλιστρούν να σκεύη κατά τη μεταφορά τους στο δίσκο. Τα τελευταία χρόνια τα λινά έχουν αντικατασταθεί από τα πλαστικά ή απο δίσκους με επένδυση φελού.

2.4. Το προσωπικό του εστιατορίου

Το προσωπικό του εστιατορίου και κυρίως οι σερβιτόροι με τους προισταμένους επικεφαλής, είναι ο σημαντικότερος παράγοντας για τη δημιουργία της σωστής εικόνας που θα περάσει προς τα έξω η συγκεκριμένη εστιατορική επιχείρηση, γιατί το προσωπικό είναι βασικός συντελεστής για την εικόνα που θα σχηματίσει ο πελάτης, και η διοίκηση του προσωπικού είναι υπεύθυνη για αυτό. Η διοίκηση του προσωπικού έχει να κάνει με την αποτελεσματική πρόσληψη, την εκπαίδευση, την παροχή κινήτρων καθώς και την επίβλεψη των υπαλλήλων ώστε να πραγματοποιηθούν οι στόχοι του εστιατορίου.

Γενικά, οι υπάλληλοι πρέπει να έχουν πλούσια φυσικά, πνευματικά και ηθικά χαρίσματα. Να είναι επιδέξιοι, να έχουν πολλές γνώσεις πάνω στη δουλειά τους, αυστηρούς κανόνες εκτέλεσης εργασίας και να προσπαθούν να γίνονται καλύτεροι γιατί έχουν άμεση επαφή με τους πελάτες της επιχείρησης.

2.4.1. Η ιεραρχία του προσωπικού

α. Επόπτης

Η κύρια ευθύνη του επόπτη είναι η οικονομική πορεία της επιχείρησης. Σε σημερινές εστιατορικές επιχειρήσεις, το ρόλο αυτό έχει ο ίδιος ο επιχειρηματίας ή ο Food and Beverage Manager.

β. Εστιάρχος

Ο εστιάρχος είναι το κυριότερο άτομο στον χώρο σερβιρίσματος του εστιατορίου. Το έργο του είναι πολύπλευρο και πολυσύνθετο. Η εμπειρία του πρέπει να είναι μεγάλη ώστε να αντιμετωπίζει με επιτυχία κάθε πρόβλημα που μπορεί να προκύψει κατά τη λειτουργία της τραπεζαρίας. Συνεργάζεται άμεσα με τον Chef και τον επόπτη και χαράσσει την πολιτική της προώθησης των πωλήσεων. Προσλαμβάνει το προσωπικό του εστιατορίου, ορίζει και εποπτεύει την εκτέλεση της εργασίας.

γ. Υπεστίαρχος

Πρέπει να έχει τα προσόντα του εστιάρχου όσον αφορά κυρίως την ικανότητα διοίκησης και την γνώση της παραγωγής, καθώς επίσης και ανάλογη εμπειρία για να μπορεί αν αντικαταστήσει ανά πάσα στιγμή τον προιστάμενό του.

δ. Τραπεζοκόμος

Ο τραπεζοκόμος είναι υπεύθυνος για ένα πόστο που αποτελείται από 5-10 τραπέζια ανάλογα με την κατηγορία του εστιατορίου. Πρέπει να γνωρίζει ξένες γλώσσες, να λαμβάνει με ευχέρεια τις παραγγελίες, να είναι αξιόπιστος, συνεργάσιμος, ευχάριστος, έξυπνος, να γνωρίζει την Εστιατορική Τέχνη και τους τρόπους σερβιρίσματος, τη μαγειρική και τα ποτά. Επίσης θα πρέπει να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στην καθαρή και επιμελημένη εμφάνισή του και να είναι υγιείς.



ε. Βοηθός τραπεζοκόμου

Είναι ο περισσότερο έμπειρος από τους βοηθούς του τραπεζοκόμου. Συμμετέχει στο σερβίρισμα έχοντας ως κύριο έργο του τη μεταφορά των δίσκων από και προς το office.

στ. Οινοχός



Είναι ο αρμόδιος στη λήψη παραγγελίας και σερβιρίσματος των κρασιών και οτιδήποτε άλλου ποτού. Πρέπει να είναι άριστος γνώστης σε αυτόν τον τομέα, γιατί συμβουλεύει τον πελάτη στην επιλογή του ορεκτικού ή επιδορπίου ποτού - κρασιού που θα συνοδεύσει το φαγητό του. Εκτός από τη λήψη παραγγελίας, είναι αυτός που ανοίγει τα ποτά.

ζ. Κόπτης

Είναι εξειδικευμένος τραπεζοκόμος στην κοπή και μεριδοποίηση των εδεσμάτων ενώπιον του πελάτη, με τη χρήση οργάνων *gueridon*.

η. Τραπεζοκόμος ορόφων

Είναι ο σερβιτόρος που εξυπηρετεί το *room service*. Επίσης σερβίρει στα γραφεία και το σαλονι του ξενοδοχείου και έχει την πλήρη ευθύνη προετοιμασίας των δίσκων στα *office* των ορόφων.



θ. Ταμίας

Το ταμείο είναι συνήθως εγκατεστημένο στο *office*. Ο ταμίας είναι υπεύθυνος για τη σωστή χρέωση των λογαριασμών των πελατών και τον έλεγχο εξερχόμενων ειδών από το μαγειρείο.

3° ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΤΑ ΓΕΥΜΑΤΑ

Γεύμα είναι το σύνολο των εδεσμάτων που προσφέρεται με μία συγκεκριμένη εδεσματολογική σειρά και σύσταση. Ανάλογα με την ώρα που λαμβάνονται και τη σχέση τους με τις διατροφικές συνήθειες διακρίνονται σε κύρια και δευτερεύοντα.



3.1. Τα κύρια γεύματα

α. Πρωινό

Είναι το πρώτο γεύμα της ημέρας που έχουν και δικαιούνται η πλειοψηφία των πελατών στην ανάλογη συμφωνία τους σε ξενοδοχειακά καταλύματα κάθε κατηγορίας. (BB: Bed & Breakfast, HB: Half Board, FB: Full Board).

Το πρωινό είναι το απλούστερο στη σύνθεση και στο σερβίρισμα γεύμα της ημέρας.

Υπάρχουν δύο βασικά είδη πρωινού:

- Ευρωπαϊκό πρωινό (Continental breakfast)

Το πρωινό αυτό σερβίρεται στις περισσότερες χώρες και στην Ευρώπη. Συμπεριλαμβάνει τα παρακάτω και έχει τον χαρακτηρισμό “complet”:

- Ρόφημα (καφές ή τσάι ή γάλα ή σοκολάτα)
- Ψωμί και αρτοσκευάσματα (φρυγανιές ή τοστ ή παξιμάδια)



- Κέικ ή κρουασάν ή άλλα βουτήματα
 - Μαρμελάδα ή μέλι
 - Βούτυρο
 - Χυμός
 - Αυγό βραστό
- Αγγλοσαξωνικό πρωινό (American breakfast)

Αυτό περιλαμβάνει το Continental breakfast και διάφορα άλλα φαγητά όπως:

- Διάφορα αρτοσκευάσματα (κρουασάν, ντόνατς, κέικ, κουλουράκια, κριτσίνα κ.ά)
- Διάφορα αλλαντικά (ζαμπόν, μπέικον κ.ά.)
- Δημητριακά (Corn flakes)
- Παρασκευές αυγών (ομελέτες, τηγανητά αυγά, βραστά κ.ά.)
- Κρέατα κρύα ή ζεστά (λουκάνικα, βραστό κοτόπουλο κ.ά.)
- Γαλακτοκομικά προϊόντα
- Διάφορα τυριά
- Λαχανικά (τομάτες, αγγουράκια κ.ά.)
- Φρούτα – Κομπόστες κ.α.
- Γλυκά (τηγανίτες, βάφλες, τάρτες κ.ά.)



Πάρα πολλές επισιτιστικές επιχειρήσεις και κυρίως οι καλά οργανωμένες και ανωτέρων κατηγοριών διαθέτουν ειδικό χώρο για την παράθεση του πρωινού, αλλιώς το σερβίρισμα του πρωινού γίνεται στο εστιατόριο.

Όταν το πρωινό είναι σε Buffet, το σημείο εγκατάστασης πρέπει να είναι κοντά στην είσοδο της τραπεζαρίας και διευθετημένα σε λογική σειρά όλα τα σκεύη και η ποικιλία που συνθέτουν το πρωινό.

Ο πελάτης αυτοεξυπηρετείται συναντώντας με τη σειρά:

- Δίσκοι, πιάτα, μαχαιροπήρουνα, χαρτοπετσέτες
- Εδέσματα
- Ροφήματα, χυμούς

β. Μεσημεριανό γεύμα

Ανήκει στα κύρια γεύματα της ημέρας. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι όσα περισσότερα πιάτα έχει ένα γεύμα τόσο μικρότερη είναι και η ποσότητα των μερίδων. Το μεσημεριανό είναι απλούστερο από το βραδινό και συνήθως αποτελείται από πέντε ομάδες παρασκευασμάτων.

Η πρώτη ομάδα μπορεί να περιλαμβάνει ποικιλία κρύων και ζεστών ορεκτικών με παρασκευές κρεάτων ή θαλασσινών, κροκέτες και χορταρικά. Η δεύτερη ομάδα είναι το πρώτο πιάτο και περιλαμβάνει ζυμαρικά ή παρασκευές ρυζιού καθώς και πιάτα διαφόρων παρασκευών αυγών. Η τρίτη ομάδα είναι το κυρίως πιάτο και προσφέρονται κρέατα ψητά η σχάρας, ψάρια και θαλασσινά, πουλερικά διαφόρων παρασκευών και κυνήγια διαφόρων παρασκευών. Η τέταρτη, σαλάτες ωμές - εποχής, σαλάτες βραστές και διάφορα τυριά και τέλος η πέμπτη ομάδα μπορεί να περιλαμβάνει γλυκά, παγωτά, διάφορα φρούτα εποχής ή καφέ - λικέρ.

γ. Δείπνο



Το βραδινό γεύμα είναι και το τελευταίο από τα κύρια γεύματα της ημέρας. Πρέπει να έχει ελαφρότερες παρασκευές από το μεσημεριανό και το κύριό του γνώρισμα είναι ότι στις περισσότερες περιπτώσεις υπάρχει και η σούπα. Η επιλογή των

πιάτων γίνεται από πέντε ομάδες. (*“Οργάνωση και Λειτουργία του Ξενοδοχείου”* Στ. Καραγιάννης, 1997 σσ.76)

Η πρώτη ομάδα μπορεί να αποτελείται από κρύα ορεκτικά, σούπα ή κονσομέ και ζεστά ορεκτικά. Η δεύτερη (πρώτο πιάτο) μπορεί να περιλαμβάνει ό,τι και το μεσημεριανό, ζυμαρικά ή παρασκευές ρυζιού και πιάτα διαφόρων παρασκευών αυγών. Η τρίτη (κυρίως πιάτο) αποτελείται από ψάρια και θαλασσινά και ελαφρές παρασκευές κρέατος. Η τέταρτη από ωμές ή βραστές σαλάτες εποχής και τέλος, η πέμπτη, από γλυκά - παγωτά, διάφορα φρούτα ή καφέ - λικέρ.

3.2. Δευτερεύοντα Γεύματα

Τα δευτερεύοντα γεύματα είναι είδη ελαφρών γευμάτων που δίνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα και τείνουν να εκλείψουν από τη σημερινή πραγματικότητα. Τα γεύματα αυτά είναι:

- Early Tea, σερβίρεται πριν το πρωινό
- Διάλειμμα (Break), προσφέρεται κατά τη διάρκεια του διαλείμματος επιχειρηματικών συνταντήσεων, συνεδρίων κ.λπ.
- Five o'clock tea
- Souper, το τελευταίο γεύμα της ημέρας
- Lunch basket, γεύματα «πακέτο» ή «καλάθι»
- Δείπνο γκαλά (gala dinner), επίσημο τιμητικό δείπνο

(*“Εστιατορική Τεχνική”*: Δ. Λαλούμης – Κ. Στεφανάκης, 2005 σσ. 198-199)

3.3. Ειδικά Γεύματα

Είναι η κατηγορία των γευμάτων που δεν έχουν ημερήσιο τακτικό χαρακτήρα αλλά παρατίθενται κατόπιν παραγγελίας σε συγκεκριμένες περιπτώσεις όπως ομαδικά γεύματα προς τιμή συγκεκριμένων προσώπων, γάμων, συνεδρίων επιδείξεων κ.λπ.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΣΥΝΘΕΣΗ MENU

Ο όρος Menu είναι το σύνολο των αγαθών που προσφέρει ένα εστιατόριο. Ο ίδιος όμως όρος χρησιμοποιείται για τον κατάλογο με τον οποίο ενημερώνεται ο πελάτης για τα αγαθά. Είναι το κεντρικό σημείο αναφοράς στον τομέα του επισιτισμού. Προσδιορίζει την προσφερόμενη υπηρεσία, δημιουργεί τις κύριες προϋποθέσεις για την οικονομική ευημερία της επιχείρησης και αποτελεί τη βάση για τη δημιουργία των προϋποθέσεων ικανοποίησης του πελάτη.

Ένα ισορροπημένο menu είναι θέμα θρεπτικής, γευστικής και αισθητικής ισορροπίας, αποτέλεσμα προβληματισμού και επηρεασμού από παράγοντες όπως είναι το κόστος, η τιμή, η πώληση και η αγορά στην οποία ευθύνεται.

Στο Menu παρουσιάζονται τα προσφερόμενα φαγητά και παίρνει μορφή κάρτας, καταλόγου, πίνακα ή sous plat όπου αναγράφονται τα πιάτα.

Το Menu πληροφορεί τον πελάτη για τα φαγητά που διαθέτει η επιχείρηση καθώς και τον τρόπο που είναι παρασκευασμένα και τα προσφέρει με ένα λογικό διαχωρισμό σύμφωνα με τους κανόνες γαστρονομίας. Δίνει την τιμή που πρέπει να ανταποκρίνεται στην αξία της προσφερόμενης υπηρεσίας και γενικά η εικόνα του συμβάλει στη γενική εικόνα που επιδιώκει να σχηματίσει η επιχείρηση. (*“Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων”*: Ζ. Τζωρακολευθεράκης, 1999 σσ. 150-152)

4.1. Υπεύθυνος σχεδιασμού ενός Menu

Για να σχεδιαστεί ένα επιτυχημένο και κερδοφόρο menu για ένα εστιατόριο, χρειάζονται επαγγελματική εμπειρία και εκπαίδευση στον επισιτιστικό χώρο. Ο υπεύθυνος σχεδιασμού menu πρέπει να έχει μία καλή γνώση αγοράς πελατών που θα εξυπηρετήσει η επισιτιστική επιχείρηση, εάν θέλει να σχεδιάσει ένα κερδοφόρο menu.

Γενικά πρέπει να έχει καλές γνώσεις πάνω στα τρόφιμα, τα οικονομικά και τα διοικητικά της επισιτιστικής επιχείρησης, προκειμένου να σχεδιάσει σωστά το menu. Δηλαδή να κατανοεί την σχέση μεταξύ του κόστους τροφίμων και του εργατικού ή των

λοιπών εξόδων και να μπορεί να προτείνει ένα κερδοφόρο menu. Επίσης πρέπει να γνωρίζει την κοστολόγηση των συνταγών.

Ο υπεύθυνος σχεδιασμού menu πρέπει να λαμβάνει υπόψη του και τις τεχνικές δεξιότητες του προσωπικού του εστιατορίου όταν σχεδιάζει το menu, καθώς επίσης τις ανάγκες και τις επιθυμίες του ιδιοκτήτη. (*“Αρχές Σχεδίασης Μενού”*: Paul McVety – Bradley Ware, 1999)

4.2. Κριτήρια Σύνθεσης Menu

Τα βασικά κριτήρια που λαμβάνονται υπόψη για τη σύνθεση menu είναι:

- **Το είδος του menu**, είναι το βασικότερο κριτήριο στη σύνθεση ενός menu. Υπάρχουν διάφορα είδη τα οποία θα αναφερθούν παρακάτω.
- **Η εποχή του έτους**, η οποία λαμβάνεται υπόψη εξαιτίας των καιρικών συνθηκών (το καλοκαίρι προτιμούνται κρύα πιάτα) και της εποχικότητας ορισμένων προϊόντων. Επίσης λαμβάνονται υπόψη ορισμένες μέρες ή περίοδοι του χρόνου (π.χ.: μαγειρίτσα το Πάσχα).
- **Οι δυνατότητες του προσωπικού παραγωγής.**
- **Το μέγεθος και οι δυνατότητες των εγκαταστάσεων παραγωγής.**
- **Οι δυνατότητες του προσωπικού σερβιρίσματος** (αν για παράδειγμα το προσωπικό του εστιατορίου είναι εξειδικευμένο και υψηλού επιπέδου, τότε μπορούν να χρησιμοποιηθούν παρασκευές *découpage*, *flambées* κ.α.).
- **Η τιμή του menu.**
- **Το είδος της πελατείας**, η εθνικότητα, η ηλικία και οι ιδιαιτερότητες της πελατείας παίζουν αποφασιστικό ρόλο στη σύνθεση menu.
- **Οι προμήθειες.** Πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η εποχικότητα των πρώτων υλών, η ποιότητα και οι τιμές. Επίσης πρέπει να μην υπάρχουν μεγάλα αποθέματα τροφίμων και να αξιοποιούνται τα «υπόλοιπα» της κουζίνας.
- **Η ισορροπία του menu** βασίζεται σε κάποιους παράγοντες που πρέπει να αποφεύγονται, όπως η επανάληψη των υλικών, του χρώματος, των λέξεων, των

μεθόδων παρασκευής, των καρυκευμάτων, των σαλτσών. Να δίνεται προσοχή στις γαρνιτούρες, στη γενική ισορροπία του menu και στη θρεπτική αξία του.

- **Η γλώσσα του menu.** Το menu πρέπει απαραίτητα να γράφεται στη γλώσσα της χώρας και σε μία ή περισσότερες ξένες γλώσσες ανάλογα με την πελατεία της επιχείρησης. Σε διεθνές επίπεδο, η γαλλική θεωρείται η γλώσσα της μαγειρικής επειδή οι Γάλλοι δίδαξαν πρώτοι τη μαγειρική τέχνη.



Shandiz Menu

Chelo-Kebab Soltani A combination of one skewer of ground beef and one skewer of flat laban served with soft-boiled rice and tomatoes.	\$10.99	Baghali Polo with Lamb Shank Lamb shank served with soft-boiled rice and fresh herbs.	\$6.99
Chelo-Kebab Barg The skewer of pure flat meat and sliced with potatoes served with soft-boiled rice and tomatoes.	\$8.99	Zerehsak Polo with Chicken Tasty chicken and soft-boiled rice served with steamed chicken.	\$4.99
Chelo-Kebab Koobideh The skewer of beef ground meat with onion in water in a special Pomegranate Sauce served with soft-boiled rice and tomatoes.	\$5.99	Gheimeh Polo Ground meat served with soft-boiled rice, fresh eggplant and potato chips served with soft-boiled rice.	\$4.99
Ghormeh Sabzi Polo Ghormeh Sabzi skewer is made with parsley, cilantro, red-beans, and flat laban served with soft-boiled rice.	\$6.99	Fesenjan Polo Pomegranate sauce served with chicken and pomegranate juice, and chicken served with soft-boiled rice.	\$6.99
Joozleh Kebab Marinated skewer of lamb shank sliced to perfection served with soft-boiled rice.	\$6.99	Kashkeh Bademjan Cream with flat laban.	\$4.99

Tea	\$0.95	Basmati Rice	\$1.99
Yogurt Drink (Dugh)	\$1.99	Zerehsak Polo	\$2.99
Pop (can)	\$0.99	Baghali Polo	\$2.99
Pop (bottle)	\$1.49	Greek Salad (small)	\$2.99
Sunday-Monday Special: Pop Free		Greek Salad (large)	\$4.99
		Yogurt & Shallot Dip	\$2.99



Avocado, Pinenut and Blackened Pepper Salad
Cold Beetroot, Balsamic and Chive Soup
Wild Mushroom and Mixed Bean Salad
♥♥♥
Savoy Cabbage parcels Basil Pesto, Mediterranean Vegetables, Braised Celeric
Sweetcorn, Red Onion Marmalade and Spinach Fritters with a Crab Apple Dip
Braised Chicory, Chestnut and Lavender Cous Cous
Beetroot Salad a'la Polonaise
♥♥♥
Rhubarb and Apple Brown Betty
Figs, Raspberry and Grand Marnier Mousse
Apple and Pear Tarte Tatin
Filo Basket, Pink Grapefruit and Orange Sorbet, Cardamon Scented Pear



Sushi	Life Orders
Urami 4.00	Maki 4.00
California 4.00	Tempura 4.00
Dragon 4.00	Sashimi 4.00
Black & Tan 4.00	Yakitori 4.00
Philly 4.00	Ramen 4.00
Salmon 4.00	Teriyaki 4.00
Shrimp 4.00	Udon 4.00
Spicy 4.00	Wagyu 4.00
Truffle 4.00	Yakitori 4.00
Uni 4.00	Yakitori 4.00
Yakitori 4.00	Yakitori 4.00
Yakitori 4.00	Yakitori 4.00



Sushi	Sashimi
Urami 4.00	Salmon 4.00
California 4.00	Shrimp 4.00
Dragon 4.00	Truffle 4.00
Black & Tan 4.00	Uni 4.00
Philly 4.00	Yakitori 4.00
Salmon 4.00	Yakitori 4.00
Shrimp 4.00	Yakitori 4.00
Spicy 4.00	Yakitori 4.00
Truffle 4.00	Yakitori 4.00
Uni 4.00	Yakitori 4.00
Yakitori 4.00	Yakitori 4.00
Yakitori 4.00	Yakitori 4.00

4.3. Είδη Menus

Τα Menu είναι τα **A La Carte**, τα **Table d'hote**, τα **κυκλικά** και το **Buffet**.

α. Table d'hote Menu

Menu Table d'hote είναι μια σειρά φαγητών τα οποία αποτελούν ένα πλήρες γεύμα – δείπνο, έχει προκαθορισμένη τιμή, σερβίρεται σε προκαθορισμένο χρόνο και χώρο και πολλές φορές σχεδιάζεται για τις ανάγκες συγκεκριμένης πελατείας. Ο πελάτης κατά βάση δεν έχει δικαίωμα επιλογής και τα εδέσματα είναι κατά κανόνα προπαρασκευασμένα.

Για τη σύνθεση ενός Menu Table d'hote χρειάζονται διάφοροι παράγοντες. Θα πρέπει να προσδιοριστεί το προφίλ του πελάτη που θα εξυπηρετηθεί, δηλαδή να ληφθούν υπ' όψη οι συνήθειες και οι προτιμήσεις της πλειοψηφίας των πελατών καθώς επίσης και οι εποχές και οι κλιματολογικές συνθήκες στην επιλογή των υλικών και των παρασκευών. Να υπάρχει εναλλαγή χρωματισμών και γεύσεων μεταξύ των εδεσμάτων και των σαλτσών τους αλλά και εναλλαγή στον τρόπο παρασκευής των φαγητών.

Να έχει γίνει πρόβλεψη ποικιλίας των πρώτων υλών που κρατούν την ισορροπία θρεπτικών ουσιών σε ένα γεύμα.

Πολύ σημαντική είναι και η παρουσίαση του menu που έχει σχεδιαστεί, δηλαδή η ποιότητα του χαρτιού, η αρχιτεκτονική της γραφής, η ορθογραφία, ο τύπος γραμμάτων και η καλλιτεχνική εμφάνιση.

β. A La Carte Menu

Στο A La Carte Menu τα πράγματα είναι διαφορετικά. Προσφέρει μεγαλύτερη επιλογή στον πελάτη σε σύγκριση με το Table d' hote, γιατί ο πελάτης επιλέγει από το menu αυτό που θέλει και συνθέτει το menu της αρεσκείας του. Στο menu υπάρχουν πολλά είδη φαγητού, κυρίως αυτά που θέλει να προωθήσει η κάθε επιχείρηση, το κάθε πιάτο τιμολογείται ξεχωριστά και κάποια από τα εδέσματα μπορεί να είναι υψηλού κόστους.

Μέρος των εδεσμάτων είναι παρασκευασμένα πριν ανοίξει το εστιατόριο, αλλά είναι προετοιμασμένα μέχρι ένα σημείο για να ολοκληρωθεί η παρασκευή τους μετά την παραγγελία του πελάτη και ορισμένα παρασκευάζονται εξ ολοκλήρου μετά την παραγγελία του πελάτη.

Γενικά αυτός ο τύπος menu είναι ο πλέον δημοφιλής στα σύγχρονα εστιατόρια.

γ. Κυκλικά Menu

Τα κυκλικά menus είναι προκαθορισμένα menus, τα οποία επαναλαμβάνονται σε εβδομαδιαία ή δεκαπενθήμερη βάση. Χρησιμοποιούνται συνήθως από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για τη σίτιση των διαμενόντων πελατών και ο κύκλος εξαρτάται από τη διάρκεια παραμονής τους.

Αν τα menus είναι καλοσχεδιασμένα, τα κυκλικά menus μειώνουν την ανάγκη για συχνό σχεδιασμό, αποφεύγονται επομένως οι κουραστικές διαδικασίες σύνθεσης και κερδίζεται πολύτιμος χρόνος για άλλες διοικητικές δραστηριότητες. Αν όμως τα κυκλικά menus δεν είναι καλοσχεδιασμένα, υπάρχει ο κίνδυνος να επαναλαμβάνονται τυχόν λάθη. Επίσης, μικροί κύκλοι δυσκολεύουν το έργο του προγραμματισμού. Γίνεται επομένως αντιληπτό ότι η διάρκεια του κύκλου των menus είναι εξαιρετικής σημασίας και πρέπει να αξιολογείται πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την εφαρμογή του.

(“Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων”: Ζ. Τζωρακολευθεράκης, 1999 σσ. 166.167)

δ. Buffet

Ο μπουφές είναι ένα σχετικά νέο σύστημα παράθεσης menu. Εδώ τοποθετούνται τα είδη του menu σε μικρή ή μεγάλη ποικιλία και ο πελάτης αυτοεξυπηρετείται σε όλα τα πιάτα του menu.

4.4. Παραδείγματα Menus

Παρακάτω υπάρχουν δύο παραδείγματα Table d' hote menus:

Johnnie's Fox's Pub

€-- per person

The Hole In The Net (Starters)

Whitebait

Whitebait coated in flour, deep-fried and dusted
with a smidgen' of cayenne pepper
served with a creamy mild jalapeno sauce

Fresh Wild Mussels

(Speciality of the house.... strongly recommended!!)
Steamed to smile in their shells
in white wine, garlic, onions & parsley

Home-made Smoked Salmon Pate - Fox's Style

Puréed smoked salmon, cream cheese, lemon juice and onion combined
to make this wonderful pate, served with cumberland chutney, side salad
and our very own brown bread.

Fox's Prawn Cocktail

Delicious prawns shelled on a bed of crisp lettuce, served with
Marie Rose sauce and delicious brown bread.

Home-made Mountain Chowder

Our own special chowder with various shellfish,
a selection of smoked and available fish of the day

Colcannon Soup

Cream of potatoes and leek made with our
delicious home-made stock

The Big Catch (Main Courses)

Wild Lough Corrib Salmon Steak

Delicious salmon grilled and capped with a duo of roasted
pepper sauce served with boiled potatoes and fresh market vegetables

Young Fisherman's Catch

Tantalise your taste buds with a sampler plate of tender Smoked Salmon,
succulent Prawns, Mussels and meaty Crab Claws - garnished with fresh
salad.

Mahi Mahi Diablo

This meaty fish fillet is marinated in a mixture of soy sauce,
Dijon mustard, garlic, lemon juice and salad oil, grilled to perfection
and served with our creamy mild Diablo sauce,
complete with potatoes and fresh market vegetables.

Walnut Lasagne

An oven based walnut lasagne served on request.

Fillet of Corrib Sea Trout

A beautiful grilled fillet, served with a duo of roasted pepper sauce,
with boiled potatoes and fresh vegetables.

Seafood Jambalaya

A colourful mixture of Jumbo Prawns, Scallops and Select Fish,
Combined in a hearty tomato based sauce with onions,
bell peppers and hot Cajun spices, served with rice.

12oz. Prime Sirloin

Chargrilled with fresh garden vegetables & potatoes.

Desserts

Fox's Famous Whiskey Gateaux

Recipe kept secret for over 130 years

A sinfully delicious moist sponge cake, laced with Whiskey & chocolate liqueur, layered with fresh cream and served with a toffee sauce.

Freshly Baked Blackcurrant Cheesecake

Apple Pie with Cream

Chocolate and Raspberry Gateaux

Rich Chocolate Gateaux

Johnnie Fox's Guinness "Black Velvet" Trifle

Fresh Fruit Salad

Tea Or Freshly Ground Coffee

(Prices for drinks below on request)

Speciality Coffees

(All of our coffee is made from a house blend of coffee beans)

Fox's Famous Irish Coffee

Fully Loaded with Mountain Whiskey !!

Go on.....WE DARE YOU

Baileys Coffee (Baileys Irish Cream)

Calypso Coffee (Tia Maria)

French Coffee (Cognac)

Café Royale (Cognac & Benedictine)

Island's Coffee (Brandy, Tia Maria, Crème De Cacao)

Nutty Irishmans Coffee (Baileys & Frangelico)

After Dinner Premium Drinks:

A full range of popular Liqueurs, Cognacs, and Ports available
including the following.....

Middleton Very Rare Irish Whiskey per ¼ gill measure

Glenmorangie Single malt Scotch (10yr.) per ¼ gill measure

Calvados Apple Brandy per ¼ gill measure

Cles des Ducs Armagnac V.S.O.P. per ¼ gill measure

Hennessy X.O. Cognac per ¼ gill measure

Hennessy Paradis Cognac per ¼ gill measure

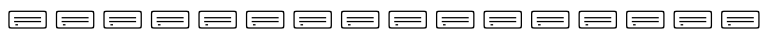
Graham's Late Bottle Vintage Reserve Port '90 per ½ gill measure

Taylor's Vintage Port '91 per bottle

(Service Charge Not Included)

Πηγή: <http://www.jfp.ie/taledhote.htm>

◀TABLE D`HOTE▶



*FRENCH ONION SOUP

NORTON LO TENGO MALBEC

Or

*CAESAR SALAD

HUGEL SYLVANER

Or

*TOMATO BASIL SOUP

LANGLEY'S DOMAINE DE CHABERTON ROUGE

Or

*WARM SPINACH SALAD

LANGLEY'S DOMAINE DE CHABERTON ROUGE



*7 OZ NEW YORK STEAK AND FRIES

Grilled New York steak served with our famous French fries

GUIGAL COTES DU RHONE

Or

* STEAMED MUSSELS AND FRIES

NORTON TORRONTES WHITE

Or

* VEAL VOL AU VENT

Veal in a white wine cream sauce served in a puff pastry

SANTA AMELIA MERLOT



*CRÈME CARAMEL

or

*MERINGUE AU CHOCOLAT

or

*CHOCOLATE GANACHE CAKE

with mixed berries coulis

CALONA VINEYARD LATE HARVEST OPTIMA



\$ -- MENU per person

\$ -- WINE PAIRING per person

Πηγή: <http://www.chezmichelvancouver.com/id34.htm>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°

Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΟΥ ΣΕΡΒΙΡΙΣΜΑΤΟΣ

Η τεχνική του σερβιρίσματος άρχισε να αναπτύσσεται από πολύ παλιά και με τα χρόνια έχει εξελιχτεί. Έχουν δημιουργηθεί διαφορετικοί τρόποι σερβιρίσματος που κρατούν την ονομασία της χώρας που πρωτοεμφανίστηκαν.

5.1. Τρόποι σερβιρίσματος

1. Βιενέζικος τρόπος
2. Αγγλικός τρόπος
3. Γαλλικός τρόπος
4. Ρωσικός τρόπος
5. Σερβίρισμα με κινούμενο τραπέζι (Service au gueridon)
6. Αμερικανικός τρόπος αυτοεξυπηρέτησης
7. Σερβίρισμα ορόφων (Room service)

5.2. Κανόνες συμπεριφοράς και τεχνικής στο Service

Σε οποιοδήποτε εστιατόριο ο Maitre – Εστιάρχος ή ο βοηθός του, πρέπει να υποδέχεται τον πελάτη χαιρετώντας τον και οδηγώντας τον χωρίς καθυστέρηση στο τραπέζι που σκοπεύει να του προτείνει αφού προηγουμένως τον έχει ρωτήσει πόσα άτομα είναι μαζί.

Αυτή η διαδικασία είναι απαραίτητη γιατί οι πελάτες δεν πρέπει να νιώθουν παραμελημένοι μόλις μπουν στο εστιατόριο, αλλά να γνωρίζουν ότι θα εξυπηρετηθούν από το προσωπικό όσο το δυνατό καλύτερα και γρηγορότερα.

Οι υπάλληλοι πρέπει να είναι άψογοι στην εμφάνισή τους, ιδιαίτερα στην καθαριότητα του σώματός τους και στην ενδυμασία τους.

Η παραγγελία πρέπει να παίρνεται από τον εμπειρότερο τραπέζοκόμο και το σερβίρισμα του φαγητού θα πρέπει να αρχίζει πάντα από τις κυρίες ή από το πιο ηλικιωμένο



πρόσωπο. Τα πιάτα δε πρέπει να γεμίζονται υπερβολικά και το μονόγραμμα των πιάτων πρέπει να είναι προσανατολισμένο προς το πρόσωπο του πελάτη.

Επίσης δε θα πρέπει να μεσολαβεί πολύς χρόνος από το τελείωμα του παλιού πιάτου με το σερβίρισμα του νέου και πριν το σερβίρισμα του πιάτου είναι απαραίτητο να αποσύρονται από το τραπέζι όλα τα μη απαραίτητα σκεύη εκτός του νερού και να καθαρίζεται το τραπέζι πρόχειρα εφόσον χρειαστεί. Στα φαγητά ή φρούτα που αναγκαστικά οι πελάτες έχουν χρησιμοποιήσει τα δάχτυλά τους π.χ.: γαρίδες, καραβίδες κ.λπ., πρέπει να προσκομίζεται στο τραπέζι “finger bowl” όπου είναι γεμάτο χλιαρό νερό με μία φέτα λεμόνι. Μετά αφαιρείται από το τραπέζι μαζί με τα υπόλοιπα πιάτα. Τα σκεύη μετά τη χρήση τους δε θα πρέπει να αφήνονται για πολύ στο “table de service”.

Τα ζεστά φαγητά πρέπει να σερβίρονται σε ζεστά πιάτα και τα κρύα φαγητά σε ανάλογα πιάτα και τα εδέσματα θα πρέπει να παρουσιάζονται σε κάθε περίπτωση από αριστερά του πελάτη.

Ο τραπεζοκόμος κατά τη διάρκεια της συζήτησης με τον πελάτη πρέπει να στέκεται όρθιος με ελαφριά κλίση χωρίς να στηρίζεται στο τραπέζι ή κάπου αλλού και θα πρέπει να αποφεύγει τις περιττές συνομιλίες με τους πελάτες. Επίσης δεν πρέπει να στέκεται κοντά στα τραπέζια των πελατών και να μην επιδιώκει να ακούει τις συζητήσεις τους. Γενικά πρέπει να είναι πολύ διακριτικός.



Οι υπάλληλοι μεταξύ τους δεν επιτρέπονται να συζητάνε πολλή ώρα αλλά να έχουν σύντομες συνομιλίες που έχουν σχέση με την εργασία τους και έστω αν υπάρχει άνεση χρόνου, δεν πρέπει να απομακρύνονται από το πόστο τους χωρίς λόγο.

Ο τραπεζοκόμος είναι καλό να θυμάται ό,τι μπορεί περισσότερο από τους καθημερινούς του πελάτες. Όταν τους αποκαλεί με το όνομά τους αυτό είναι κάτι που τους κολακεύει αφάνταστα.

Όταν ο πελάτης είναι “Pensionnaire”, σε περιπτώσεις εστιατορίων ξενοδοχείου, δε χρειάζεται να ζητήσει λογαριασμό γιατί γνωρίζει ότι υπάρχει σύστημα χρέωσης της μερίδας του. Στις άλλες περιπτώσεις, ο τραπεζοκόμος φέρνει το λογαριασμό διπλωμένο σε ένα πιάτο και τη στιγμή της αναχώρησης σπεύδει να βοηθήσει τους πελάτες τραβώντας τις καρέκλες και συνοδεύοντάς τους στη έξοδο.



Πηγή: “Η Τέχνη του Σερβιρίσματος”: Sondra J. Dahmer – Kurt W. Kahl, 1997 σσ.95-101

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Η ασφάλεια και η υγιεινή στα εστιατόρια από τους χώρους παραλαβής και αποθήκευσης μέχρι τους χώρους παραγωγής και διάθεσης των εδεσμάτων, είναι πρωταρχικό στοιχείο ποιοτικής παροχής υπηρεσιών σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερα ευαίσθητο. Όλες οι εστιατορικές μονάδες ανεξαρτήτως μεγέθους δίνουν μεγάλη βαρύτητα στο θέμα της ποιοτικής 'κουζίνας', όμως η ασφάλεια και η υγιεινή δεν αρκεί απλά να υπάρχει και να περιγράφεται στα λόγια αλλά πρέπει επιπλέον και να πιστοποιείται η ύπαρξή της.

Η υγιεινή και η ασφάλεια αποτελούν κοινή ευθύνη της διεύθυνσης και των εργαζομένων. Η διεύθυνση οφείλει να εξασφαλίζει υγιεινή και ασφαλή λειτουργία της επιχείρησης. Οι εγκαταστάσεις, ο εξοπλισμός και τα υλικά πρέπει να πληρούν τις απαιτούμενες προδιαγραφές ασφάλειας και υγιεινής. Είναι καθήκον της διεύθυνσης να καθορίζει πρότυπα υγιεινής και ασφάλειας και να εκπαιδεύει το προσωπικό για την επίτευξη αυτών των προτύπων. Οι εργαζόμενοι οφείλουν να τηρούν τους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας.

6.1. Καθαριότητα και Υγιεινή

Καθαριότητα είναι μία κατάσταση που σημαίνει ότι ο χώρος ή το άτομο είναι καθαρό. Για ένα εστιατόριο, συνεπάγεται την απουσία κάθε ορατής βρωμιάς ή φαγητού από τα δάπεδα, τα τραπέζια ή οπουδήποτε αλλού μέσα ή γύρω από το κτίριο. Η υγιεινή είναι η επιστήμη που ασχολείται με τη δημιουργία υγιεινών συνθηκών διαβίωσης. Καθαριότητα και υγιεινή για ένα εστιατόριο σημαίνουν υγιεινό και καθαρό φαγητό, οινοπνευματώδη ποτά και αναψυκτικά τα οποία είναι ετοιμασμένα και σερβιρισμένα σε ένα περιβάλλον απαλλαγμένο από οργανισμούς ή άλλους μολυσματικούς παράγοντες που προκαλούν ασθένειες.

Ένα εστιατόριο το οποίο είναι ταυτόχρονα καθαρό και έχει απολυμανθεί δεν είναι μόνο ελκυστικό προς τους πελάτες, αλλά τους δείχνει πως η διεύθυνση ενδιαφέρεται να

τους σερβίρει σε ένα υγιεινό περιβάλλον. Οι πελάτες συσχετίζουν την καθαριότητα του εστιατορίου με τη φροντίδα που γίνεται στην προετοιμασία των τροφίμων. Υψηλά πρότυπα καθαριότητας και υγιεινής επίσης έχουν μία θετική επίδραση στους υπαλλήλους πράγμα που έχει σαν αποτέλεσμα βελτιωμένο ηθικό και αυξημένη παραγωγικότητα.

(“Εγχειρίδιο Λειτουργίας Εστιατορίου”: Allen Z. Reich, 1999 σσ. 339)

6.2. Χημική και Τροφική Δηλητηρίαση - Μόλυνση

Ο κύριος στόχος της υγιεινής σε ένα εστιατόριο είναι να προσλαμβάνονται οι χημικές και τροφικές δηλητηριάσεις.

Η χημική δηλητηρίαση είναι μία χημική αντίδραση όταν τοξικές ουσίες μολύνουν τις τροφές ή τα ποτά, και αυτό συμβαίνει πριν το φαγητό σερβιριστεί, δηλαδή έχει προσβληθεί χημικά.

Η τροφική δηλητηρίαση είναι ασθένειες που μεταδίδονται στους ανθρώπους από το φαγητό και οι περισσότερες δηλητηριάσεις δημιουργούνται από βακτηρίδια. Άλλες τροφικές δηλητηριάσεις δημιουργούνται από παράσιτα που βρίσκονται στο μολυσμένο νερό και σε ορισμένα ζώα, και από ιούς, οι οποίοι μεταφέρονται στα φαγητά από τους υπαλλήλους που δεν έχουν καλή προσωπική υγιεινή.

Οι μούχλες και οι μύκητες γενικά δεν κάνουν τον άνθρωπο να ασθενεί, όμως δημιουργούν αλλοιώσεις στις τροφές και είναι κυρίως μία ένδειξη για κακές συνθήκες υγιεινής.

Ο πρωταρχικός σκοπός της υγιεινής στο εστιατόριο είναι ο έλεγχος των βακτηριδίων που δημιουργούν ασθένειες, των παρασίτων και ιών, που αναφέρονται ως βιολογικοί κίνδυνοι.

Τέσσερις τύποι βακτηριδίων ευθύνονται για τις περισσότερες περιπτώσεις ασθενειών που προέρχονται από τροφές. Είναι η Σαλμονέλα, ο Σταφυλόκοκκος, τα Κλωστηρίδια Περφρίντζενς και το Κλωστηρίδιο Αλλαντίασης.

Η πρόληψη των χημικών και τροφικών δηλητηριάσεων απαιτεί συνεργασία ολόκληρου του προσωπικού του εστιατορίου, από τις αγορές ως την προετοιμασία και από το μαγείρεμα ως το πλύσιμο των πιάτων. Μπορούν να παρθούν πολλές προφυλάξεις ώστε να ελαχιστοποιηθεί η πιθανότητα της δηλητηρίασης.

Μερικές από αυτές είναι:

- Η αγορά των τροφίμων να γίνεται από προμηθευτές με καλή φήμη.
- Να ελέγχονται οι συσκευασίες όλων των προϊόντων που παραδίδονται για τυχόν ζημιές.
- Να μπαίνουν ημερομηνίες σε όλα τα προϊόντα φαγητού ώστε να χρησιμοποιούνται τα παλιότερα προϊόντα πρώτα.
- Να πλένονται και να απολυμαίνονται καλά τα τρόφιμα που πρόκειται να χρησιμοποιηθούν.
- Ο ψεκασμός για μύγες, κατσαρίδες ή άλλα έντομα ή τρωκτικά να γίνεται προσεκτικά.
- Να χρησιμοποιούνται τα απαραίτητα χημικά για τον καθαρισμό και το πλύσιμο των σκευών, με πολύ προσοχή και σύμφωνα με τις οδηγίες του κατασκευαστή.
- Να αποθηκεύονται τα χημικά σε κατάλληλα δοχεία και μακριά από τα τρόφιμα.
- Η καθαριότητα του προσωπικού.
- Η καθαριότητα του χώρου.

6.3. Ασφάλεια

Η ασφάλεια των εργαζομένων στους χώρους μαζικής παραγωγής μπορεί να επιτευχθεί με το ενδιαφέρον της διοίκησης και την εκπαίδευση των εργαζομένων. Είναι γνωστό ότι τα περισσότερα από τα ατυχή συμβάντα σε μία μονάδα και ιδιαίτερα εστιατορική, οφείλονται σε απροσεξία πράγμα που σημαίνει ότι μπορούν να προληφθούν. Γι'αυτόν ακριβώς το λόγο ο εργαζόμενος μπορεί να κάνει πολλά πράγματα λειτουργώντας προληπτικά.

Το προσωπικό των εστιατορίων θα πρέπει να γνωρίζει πώς να αντιμετωπίζει έκτακτα περιστατικά. Το προσωπικό μπορεί να τηρεί τους κανόνες ασφάλειας, δε μπορεί όμως να προβλέψει περιπτώσεις πυρκαγιάς, διακοπής του ηλεκτρικού ή τραυματισμό, καθώς και ξαφνική αδιαθεσία ενός πελάτη. Κύρια ευθύνη του προσωπικού σε τέτοιες περιπτώσεις είναι να βοηθήσει τους πάντες να κρατήσουν την ψυχραιμία τους, να ελέγξει τον πανικό και τη σύγχυση και να εμποδίσει τις άσχημες συνέπειες.

6.4. Κατηγορίες Ατυχημάτων

Υπάρχουν διαφορετικές κατηγορίες ατυχημάτων και τα πιο συνηθισμένα είναι τα εξής:

α. Εγκαύματα

Τα εγκαύματα ταξινομούνται σε τέσσερις σημαντικές κατηγορίες, πρώτου βαθμού, δεύτερου βαθμού, τρίτου βαθμού και χημικά εγκαύματα. Είναι η συνηθέστερη κατάληξη ατυχημάτων στους εστιατορικούς χώρους και ιδιαίτερα στην παραγωγή. Με λίγη προσοχή μπορούν να αντιμετωπιστούν καθώς και να αποφευχθούν.

β. Κοψίματα

Οι τραυματισμοί από κοφτερά η αιχμηρά εργαλεία είναι μαζί με τα εγκαύματα τα συνηθέστερα ατυχήματα στους εστιατορικούς χώρους και ιδιαίτερα στην παραγωγή. Με τη σωστή εκπαίδευση του προσωπικού και φυσικά την απαραίτητη προσοχή μπορεί να μειωθεί ο κίνδυνος ατυχήματος.

γ. Θλάσεις μυών και πτώσεις

Οι θλάσεις μυών και οι πτώσεις είναι και αυτές συχνά φαινόμενα σε αυτούς τους χώρους. Ακόμα και το παραμικρό πέσιμο μπορεί να προκαλέσει τραυματισμό στα κόκαλα, στους τένοντες και στους μύες. Οποιοδήποτε πέσιμο θα πρέπει να θεωρείται σοβαρό και να λαμβάνει φροντίδα το θύμα. Εάν η αιτία του πεσίματος μπορεί να απομακρυνθεί, τότε αυτό θα πρέπει να γίνει.

δ. Πυρκαγιά

Αποτελεί ιδιαίτερα μεγάλο κίνδυνο για επιχειρήσεις που έχουν κουζίνα. Θέτει σε κίνδυνο τις ανθρώπινες ζωές και η οικονομική ζημιά που θα προκαλέσει μπορεί να είναι τεράστια. Το προσωπικό πρέπει να γνωρίζει και να φροντίζει για την τήρηση των

κανόνων ασφαλείας. (*“Η Τέχνη του Σερβιρίσματος”*: Sondra J. Dahmer – Kurt W. Kahl, 1997 σσ.119)

6.5. Κανόνες Ασφάλειας

Υπάρχουν διάφοροι κανόνες ασφαλείας που είναι για τη ασφάλεια όλου του προσωπικού και των πελατών και θα πρέπει να τηρούνται σε όλες τις στιγμές.

Κάποιοι από αυτούς είναι οι παρακάτω:

- Θα πρέπει να υπάρχει κουτί πρώτων βοηθειών στο γραφείο του διευθυντή.
- Θα πρέπει το προσωπικό να προσέχει πως κινείται μέσα στο εστιατόριο.
- Η κατάλληλη εκπαίδευση στη χρήση των εργαλείων μπορεί να αυξήσει την ταχύτητα και να μειώσει τον κίνδυνο ατυχήματος.
- Μεγάλη προσοχή πρέπει να δίνεται στον χειρισμό των μαχαιριών.
- Ο αποτελεσματικός σχεδιασμός των χώρων μαζικής παραγωγής φαγητών μπορεί να συμβάλλει τα μέγιστα στην αποφυγή ατυχημάτων. Κατά το σχεδιασμό πρέπει να αποφεύγονται οι διασταυρώσεις και οι πόρτες προς και από την κουζίνα να είναι μιας κατεύθυνσης.
- Οι εργαζόμενοι οφείλουν να ακολουθούν τις οδηγίες των κατασκευαστών στη χρησιμοποίηση μηχανημάτων και συσκευών. Όλα τα μηχανήματα και οι συσκευές πρέπει να λειτουργούν με τους κανόνες ασφαλείας. Όταν ένα μηχανήμα είναι ιδιαίτερα επικίνδυνο, πρέπει να τοποθετείται απαραίτητα προειδοποιητική πινακίδα σε εμφανές σημείο.
- Ο έλεγχος λειτουργίας, ανιχνευτών φωτιάς και άλλων μηχανημάτων ασφαλείας πρέπει να γίνεται προγραμματισμένα.
- Προσοχή στη μετακίνηση βαριών αντικειμένων.
- Πυρασφάλεια.
- Προσοχή στη χρησιμοποίηση των καθαριστικών προϊόντων.

6.6. Ασφάλεια τροφίμων – Σύστημα HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points)

Το σύστημα HACCP (Ανάλυση Κινδύνων-Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου) είναι ένα εξειδικευμένο σύστημα Ελέγχου για τα τρόφιμα και αφορά την υγιεινή και ασφάλεια των τροφίμων.

Το σύστημα HACCP είναι υποχρεωτικό σύμφωνα με την οδηγία 93/43 του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής



Ενωσης, η οποία έχει ενσωματωθεί στην Εθνική Νομοθεσία με την Κ.Υ.Α. 487/ΦΕΚ Β/1219/4.10.2000. Στην Κ.Υ.Α. θεσπίζονται οι γενικοί κανόνες υγιεινής των τροφίμων, της τήρησης των κανόνων αυτών. Το σύστημα HACCP εφαρμόζεται στη διαδικασία παραγωγής ενός συγκεκριμένου τροφίμου και καλύπτει όλα τα στάδια παραγωγής, από την παραλαβή των Α΄ υλών μέχρι και την τελική χρήση των προϊόντων από τους καταναλωτές.

Αρμόδιος φορέας για τον έλεγχο της τήρησης των κανόνων υγιεινής των τροφίμων είναι ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων – ΕΦΕΤ.

Οι αρχές του HACCP είναι:

- Εντοπίζονται οι τυχόν κίνδυνοι για την ασφάλεια των τροφίμων, οι οποίοι πρέπει να προληφθούν, να εξαλειφθούν ή να μειωθούν σε αποδεκτά επίπεδα, με σκοπό την παραγωγή ασφαλών τροφίμων.
- Εντοπίζονται τα κρίσιμα σημεία ελέγχου στο στάδιο ή στα στάδια, στα οποία ο έλεγχος είναι ουσιαστικής σημασίας για την πρόληψη ή την εξάλειψη ενός κινδύνου για την ασφάλεια των τροφίμων ή για την μείωσή του, ώστε να καταστεί δυνατή η επίτευξη του στόχου παραγωγής ασφαλών τροφίμων.

- Καθορίζονται κρίσιμα όρια στα κρίσιμα σημεία ελέγχου, με τα οποία χωρίζεται το αποδεκτό από το μη αποδεκτό, όσο αφορά την πρόληψη, την εξάλειψη ή τη μείωση των κινδύνων που έχουν εντοπιστεί.
- Καθορίζονται και εφαρμόζονται αποτελεσματικές διαδικασίες παρακολούθησης στα κρίσιμα σημεία ελέγχου.
- Καθορίζονται τα διορθωτικά μέτρα, όταν η παρακολούθηση υποδεικνύει ότι ένα κρίσιμο σημείο ελέγχου βρίσκεται εκτός ελέγχου.
- Καθορίζονται οι διαδικασίες επαλήθευσης για την αποτελεσματική λειτουργία των μέτρων.
- Τηρούνται αρχεία ώστε να εξασφαλίζεται η ουσιαστική εφαρμογή των μέτρων και να καθίστανται δυνατοί οι επίσημοι έλεγχοι.

Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν εκτός τους οδηγούς εφαρμογής του HACCP και οδηγούς ορθής υγιεινής πρακτικής συντάσσονται από τον ΕΦΕΤ, άλλους φορείς ή από τους κλάδους επιχειρήσεων. Επικυρώνονται από τον ΕΦΕΤ.

Πηγή: <http://www.acsmi.gr/xrisimi/haccp.htm> (Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Αθηνών)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο

ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΥ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ

Η προώθηση των πωλήσεων σε μία επισιτιστική επιχείρηση ή οποιασδήποτε μορφής εστιατορικής μονάδα εντός ξενοδοχειακού συγκροτήματος επιτυγχάνεται με την εφαρμογή του Τουριστικού – Ξενοδοχειακού – Εστιατορικού marketing.

Το marketing, όσο αφορά το εστιατόριο, μπορεί να οριστεί ως οι προσπάθειες του εστιατορίου να παράγει ή να αυξήσει τις πωλήσεις. Υπάρχουν τρεις τρόποι για να αυξήσει ένα εστιατόριο τις πωλήσεις του. Να προσπαθεί να έρχονται καινούριοι πελάτες στο εστιατόριο, να προσπαθεί να έρχονται οι ήδη υπάρχοντες πελάτες πιο συχνά, ή να αυξηθεί ο μέσος όρος λογαριασμού του εστιατορίου. Όλες οι προσπάθειες του marketing είναι συγκεντρωμένες σε έναν ή περισσότερους από αυτούς τους τρόπους για την αύξηση των πωλήσεων.

Για πολλά χρόνια, η πρωταρχική έννοια του επιχειρηματία του κλάδου για το marketing ήταν η διαφήμιση επειδή ο ανταγωνισμός έχει γίνει πιο έντονος και οι πελάτες έχουν γίνει περισσότερο εκλεκτικοί. Σήμερα, το εστιατόριο πρέπει να έχει υπόψη του όλο το πεδίο των στοιχείων του marketing: το μενού, το φαγητό, τη σχέση μεταξύ της τιμής και της αξίας, το σέρβις, την καθαριότητα, την ατμόσφαιρα, τη διαφήμιση, την προβολή (προώθηση), τις δημόσιες σχέσεις και τη δημοσιότητα. Βασικά, όλα όσα επηρεάζουν τον πελάτη πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στο marketing του εστιατορίου.

(“Εγχειρίδιο Λειτουργίας Εστιατορίου”: Allen Z. Reich, 1999 σσ. 387)

7.1. Πρόγραμμα ίδρυσης και λειτουργίας εστιατορικής μονάδος, με στόχο την προώθηση των πωλήσεών της

Απαραίτητα βήματα της υλοποίησης της επιχείρησης και της προώθησης των πωλήσεων είναι η μελέτη της αγοράς, των αναγκών και των κινήτρων. Η δράση μέσω

της διαφήμισης και της εμπορίας και ο έλεγχος μέσω αυστηρής ανάλυσης αποτελεσμάτων.

Οι φάσεις που συνθέτουν την έννοια του marketing ενός εστιατορίου είναι:

α. Η διερεύνηση

Πριν τη δημιουργία ενός εστιατορίου θα πρέπει να γίνουν κάποιες κινήσεις όπως το να απογραφούν οι ανταγωνιστικές επιχειρήσεις σε μία δεδομένη περίμετρο, που ποικίλει ανάλογα με την περίπτωση. Με αυτές τις πληροφορίες μπορεί να γίνει μία καλύτερη αξιολόγηση των δυνατοτήτων και των ευκαιριών του εστιατορίου. Επιπλέον αυτές οι πληροφορίες υποδεικνύουν το τι πρέπει να τονιστεί στο marketing και ποιοι τομείς χρειάζονται βελτίωση πριν ξοδευτούν χρήματα για να προσελκυστούν καινούριοι πελάτες.

Με παρακολούθηση του τύπου marketing που χρησιμοποιούν οι ανταγωνιστές και με εκτίμηση του κύκλου εργασιών ή τον αριθμό των πελατών τους, μπορεί να γίνει μία ακριβή αξιολόγηση για το αν οι προσπάθειές τους για marketing ήταν επιτυχημένες ή όχι. Σημαντικό είναι να μη γίνεται αντιγραφή του marketing κάποιου εστιατορίου που βρίσκεται στην ίδια εμπορική περιοχή. Ένας κύριος λόγος για την ανάλυση των ανταγωνιστών είναι να αποφεύγεται η επανάληψη της αποτυχίας των άλλων επιχειρηματιών.

β. Πελατεία

Μετά την φάση της διερεύνησης προσπαθούμε να σχηματίσουμε μια σφαιρική άποψη από τις πληροφορίες που συγκεντρώσαμε, ώστε να ορίσουμε καλύτερα τα βασικά σημεία του προγράμματος των πωλήσεων αποσαφηνίζοντας την πελατεία που απευθυνόμαστε και της οποίας μερίδιο θέλουμε να κατακτήσουμε.

γ. Αναζήτηση των προϊόντων και της άριστης τιμής τους

Με βάση τους καταλόγους με τα εδέσματα και τα ποτά που έχουμε επιλέξει, εξάγουμε στατιστικά τη δημοτικότητά τους, επιλέγουμε προϊόντα που προτιμάει η πελατεία που θέλουμε να κατακτήσουμε, επεξεργαζόμαστε τις πληροφορίες που αποκομίσαμε από τις έρευνες σε συνάρτηση με το κόστος των προϊόντων, και αναζητούμε το άριστο προϊόν και την τιμή του. Η τιμή πώλησης καθορίζεται σε συνάρτηση με μία λογική ισορροπία της προσφοράς και της ζήτησης. Ένας έντονος ανταγωνισμός, όπως και μία σημαντική παραγωγή, τείνουν σε μείωση των τιμών.

δ. Η μονάδα εκμετάλλευσης

Η εστιατορική μονάδα που αποτελείται από διαφορετικά συστατικά στοιχεία (εξοπλισμός, επίπλωση, προσωπικό, φαγητό κ.λπ.) πρέπει να ανταποκρίνεται όσο το δυνατόν καλύτερα στις απαιτήσεις της αγοράς στην οποία απευθύνεται και παράλληλα να προσπαθεί για το μεγαλύτερο κέρδος αλλά και την ικανοποίηση των πελατών.

ε. Επιλογή της προσφοράς και του γενικού προγράμματος πωλήσεων

Επιλογή της προσφοράς και του γενικού προγράμματος πωλήσεων εξαρτάται από πολλούς παράγοντες.

Τα παρακάτω δεδομένα πρέπει να τηρούνται σαν κανόνες:

- Η προσφορά για μία συγκεκριμένη και τακτική πελατεία αντιστοιχεί σε μία μεταβλητή προσφορά.
- Η προσφορά για μία μεταβλητή περαστική πελατεία αντιστοιχεί σε μία συγκεκριμένη προσφορά.

Ένα εστιατόριο μπορεί να απευθυνθεί και στους δύο αυτούς τύπους πελατείας.

στ. Καθορισμός του καταλόγου

Καθορίζουμε τα εδέσματα και τη γαρνιτούρα τους, συμπεριλαμβανομένων και των λεγόμενων «μεταβλητών» εδεσμάτων, δηλαδή των εποχιακών, πιάτα ημέρας κ.λπ. Στη συνέχεια οριστικοποιούμε την τιμή πώλησης και λαμβάνουμε υπόψη την οργάνωση της εργασίας σχετικά με το περιεχόμενο των καταλόγων, δηλαδή τρόπος σερβιρίσματος, εξοπλισμός κ.λπ.

ζ. Έλεγχος του προϊόντος

Πριν από την οριστική παρουσίαση του προϊόντος θα πρέπει να περάσει από έλεγχο για να διορθωθούν τυχόν λάθη. Πρέπει να ελεγχθεί η παρουσίαση του πιάτου, η εμφάνιση του, η οσμή του, τα χρώματά του και φυσικά η γεύση του.

η. Η διόρθωση της προσφοράς

Στους καταλόγους πρέπει να υπάρχει δυνατότητα επιλογής των «σταθερών» αλλά και «μεταβλητών» επιλογών. Πρέπει να υπάρχει ισορροπία μεταξύ τους για να ανταποκρίνονται στις επιθυμίες των πελατών. Τα «μεταβλητά» εναλλάσσονται ανάλογα με την εποχή και τις επωφελείς διαφοροποιήσεις της αγοράς από πλευράς των τιμών των προϊόντων. Τα «σταθερά» δεν εναλλάσσονται συχνά και αποτελούν τα βασικά πιάτα.

θ. Το προϊόν “πωλείται μόνο του”

Αυτός είναι ο στόχος του Marketing και δύσκολα επιτυγχάνεται. Θα πρέπει να δοκιμάσουμε να πλησιάσουμε όσο το δυνατό περισσότερο ένα επίπεδο που θεωρείται ικανοποιητικό. Όταν το καταφέρουμε, θέτουμε σαν στόχο πιο ικανοποιητικά επίπεδα πωλήσεων.

Πηγή: “Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων” - Αθαν. Μάρρας 1997 σσ. 124-129)

7.2. Η πρακτική πλευρά της προώθησης των πωλήσεων σε μία εστιατορική μονάδα (Marketing management)*

Το marketing management είναι η ανάλυση, ο σχεδιασμός, η εφαρμογή και ο έλεγχος προγραμμάτων με σκοπό, να επιτευχθούν οι επιθυμητές συναλλαγές με τις αγορές στις οποίες στοχεύουμε. Βασίζεται ουσιαστικά στη σχεδίαση μιας προσφοράς σύμφωνα με τις ανάγκες και την επεξεργασία της τιμής της, ικανές να κινητοποιήσουν και να πουλήσουν στην αγορά.

Η ανάλυση marketing όσον αφορά τα εστιατόριο πρέπει να απαντά στα παρακάτω βασικά ερωτήματα όσον αφορά τη μονάδα.

i) Τη θέση, ii) για ποιον, iii) πότε, και iv) πως;

Κάποιες μελέτες εστιατορικού marketing έχουν την τάση να υπογραμμίζουν δύο τύπους κινήτρων στην αναζήτηση της επισιτιστικής ικανοποίησης, α) το κίνητρο της υγιεινής διατροφής και β) το κίνητρο της «καλοφαγίας».

Οι δύο αυτοί τύποι κινήτρων καθορίζουν το βαθμό ικανοποίησης που προσφέρει ένα γεύμα στο εστιατόριο.

α. Η εικόνα του εστιατορίου (image)

Η εικόνα του εστιατορίου είναι το αποτέλεσμα της ανάλυσης του marketing. Στοιχεία όπως το κτίριο, οι κοινόχρηστοι χώροι, οι τεχνικές εγκαταστάσεις, η διακόσμηση, το παιχνίδι με το φωτισμό και τα χρώματα, η οσμή στους χώρους, η ποιότητα και η παρουσίαση των εδεσμάτων και των ποτών αποτελούν τις καλύτερες εγγυήσεις για μια δυναμική προώθηση των πωλήσεων.

*Πηγή: “Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”- Αθαν. Μάρρας 1997 σσ. 129-132)

β. Το προσωπικό

Η συμμετοχή του προσωπικού στους εστιατορικούς χώρους επιτρέπει την υλοποίηση όλων των στόχων του δημιουργικού marketing και συμβάλλει θετικά ή αρνητικά στην φήμη και το οικονομικό αποτέλεσμα της μονάδας. Καμιά στρατηγική προώθησης των πωλήσεων δε μπορεί να πετύχει εάν δεν υποστηρίζεται από προσωπικό με θετική στάση απέναντι σε αυτήν και στους στόχους της.

7.3. Οι στόχοι και οι λειτουργίες της διοίκησης

Τα κύρια μέσα για το συντονισμό των προσπαθειών της διεύθυνσης είναι να ορίζονται στόχοι όπου θα βοηθήσουν να καθοδηγηθούν οι διευθυντές προς συγκεκριμένη κατεύθυνση. Οι στόχοι χρησιμοποιούνται ως σημείο κατάστασης για να μπορούν να μετρηθούν οι προσπάθειες του διευθυντή, καθώς επίσης χρησιμοποιούνται ως κίνητρα για να ενθαρρυνθούν οι διευθυντές να προσπαθήσουν περισσότερο για να τους επιτύχουν. Οι πιο σημαντικοί στόχοι είναι το κέρδος, το κόστος τροφίμων και το εργατικό κόστος και η ικανοποίηση του πελάτη.

Για να είναι αποτελεσματικός ένας διευθυντής στην επιδίωξη των στόχων, θα πρέπει να κατανοεί τις τέσσερις βασικές λειτουργίες της διεύθυνσης.

- Ο Σχεδιασμός. Πρέπει να αποφασίζεται τι πρέπει να γίνει για να επιτευχθούν οι στόχοι.
- Οργάνωση. Να αναλύονται οι διάφορες εργασίες ώστε να μπορούν να χωριστούν σε ελεγχόμενες ενέργειες όπως η προετοιμασία του φαγητού, το σέρβις και το πλύσιμο των πιάτων. Στη συνέχεια ο διευθυντής πρέπει να προσλάβει άτομα που είναι κατάλληλα για την εκτέλεση αυτών των εργασιών.
- Καθοδήγηση. Ο διευθυντής πρέπει να εκπαιδεύει, να επιβλέπει και να δίνει κίνητρα στους υπαλλήλους για να επιτύχουν τους στόχους του εστιατορίου.
- Έλεγχος. Θα πρέπει να συγκρίνεται η τρέχουσα απόδοση με τους καθιερωμένους στόχους.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Τις τελευταίες δεκαετίες οι απαιτήσεις της ζωής έχουν σηματοδοτήσει σημαντικές διαφοροποιήσεις στην κοινωνική συμπεριφορά. Μια από αυτές είναι η ολοένα αυξανόμενη τάση για σίτιση μακριά από το σπίτι, σε εστιατόρια.

Στις μέρες μας, το εστιατόριο είναι μία από τις πιο κερδοφόρες οικονομικές επιχειρήσεις και αποτελεί όχι μόνο χώρο προσφοράς εδεσμάτων και ποτών, αλλά και σημείο αναφοράς της κουλτούρας ενός τόπου και χώρο διασκέδασης.

Η δημιουργία ενός εστιατορίου χρειάζεται πολλή προσοχή και σωστή οργάνωση και σχεδιασμό. Μεγάλη σημασία δίνεται στους βασικούς άξονες λειτουργίας μιας επιχείρησης μαζικής εστίασης, δηλαδή στο χώρο, στον εξοπλισμό, στο ανθρώπινο δυναμικό, στις τεχνικές παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων, στη σύνθεση menu, στις αρχές υγιεινής, της προβολής και τέλος, της προώθησης.

Τα εστιατόρια μπορούν να πάρουν διάφορες μορφές και αυτό εξαρτάται από τα ιδιαίτερα χωροταξικά τους γνωρίσματα, από την ιδιαιτερότητα των προϊόντων παραγωγής τους και από τον τρόπο εκμετάλλευσής τους, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι η πελατεία είναι διαφορετική σε κάθε κατάσταση.

Η εικόνα του εστιατορίου σχηματίζεται από το συνδυασμό διαφόρων παραγόντων όπως το marketing, τη διακόσμηση, το σέρβις και την ποιότητα του φαγητού, την καθαριότητα και την ατμόσφαιρα.

Το προσωπικό και κυρίως τα άτομα που έρχονται σε επαφή με τους πελάτες πρέπει να είναι άριστα εκπαιδευμένα, ώστε να χειρίζονται σωστά τους πελάτες και να είναι έτοιμοι να ανταποκριθούν σε κάθε πρόβλημα που μπορεί να προκύψει.

Τα προϊόντα που προσφέρονται πρέπει επίσης να είναι άριστης ποιότητας και ελεγμένα ώστε να μειώνεται σε αποδεκτά επίπεδα ο κίνδυνος με σκοπό την παραγωγή ασφαλών τροφίμων.

Γενικά για τη δημιουργία ενός εστιατορίου χρειάζονται κατάλληλες γνώσεις για να αναπτυχθούν οι τεχνικές δεξιότητες στο σχεδιασμό, την οργάνωση, την υλοποίηση και τον έλεγχο της παραγωγικής διαδικασίας, καθώς και τη διατήρηση της επιχείρησης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ΑΘΑΝ. Γ. ΜΑΡΑΣ: *“Οργάνωση – Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”* - Εκδοτικός Οίκος “Interbooks”, Αθήνα 1997
- ΖΑΧΑΡΙΑΣ ΤΖΩΡΑΚΟΛΕΥΘΕΡΑΚΗΣ: *“Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων” “Food & Beverage Management”* - Εκδοτικός Οίκος “Interbooks”, Αθήνα 1999
- ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ: *“Οργάνωση και Λειτουργία του Ξενοδοχείου”* (δεύτερη έκδοση) – Εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ” Γ. Παρίκος & ΣΙΑ Ε.Ε., Αθήνα 1997
- ALLEN Z. REICH: *“Εγχειρίδιο Λειτουργίας Εστιατορίου”* - Εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ” Γ. Παρίκος & ΣΙΑ Ε.Ε., Αθήνα 1999
- SONDRA J. DAHMER – KURT W. KAHL: *“Η Τέχνη του Σερβιρίσματος”* (τέταρτη έκδοση) - Εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ” Γ. Παρίκος & ΣΙΑ Ε.Ε., Αθήνα 1997
- PAUL J. McVETY- BRADLEY J. WARE: *“Αρχές Σχεδίασης Μενού”* - Εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ” Γ. Παρίκος & ΣΙΑ Ε.Ε., Αθήνα 1999
- ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΛΑΛΟΥΜΗΣ – ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΣΤΕΦΑΝΑΚΗΣ: *“Εστιατορική Τεχνική”* - *“Εγκαταστάσεις – Εξοπλισμός Οργάνωση υπηρεσιών εστιατορίου Τεχνική σερβιρίσματος”* – Ο.Τ.Ε.Κ., Αθήνα 2005
- ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΣΑΡΑΝΤΟΣ – ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΧΕΙΛΑΔΑΚΗΣ: *“Μαγειρική Τέχνη”* – *“Εκπαιδευτική Επαγγελματική Μαγειρική”* – Ο.Τ.Ε.Κ. , Αθήνα 2005

INTERNET

http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=3&permanent_id=46

<http://www.cma-greece.gr/site/content.php?sel=22>

<http://www.globalrestaurantequip.com>

<http://images.google.gr>

<http://www.acsmi.gr/xrisimi/haccp.htm>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Restaurant#History>

http://www.geocities.com/NapaValley/6454/history_restaurants.html

http://www.fagitorama.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=97&Itemid=4

9

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ MENU

<http://www.jfp.ie/tabledhote.htm>

<http://www.chezmichelvancouver.com/id34.htm>