

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

«Θεματικά εστιατόρια»

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Λάζαρη Χρυσούλα MSc

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: Ζωγράφου Αικατερίνη

Πάτρα 2009

Περιεχόμενα.	3
Εισαγωγή.	8
Κεφάλαιο 1. Η επιχείρηση μαζικής εστίασης	12
<i>1.1 Τι είναι εστιατόριο.</i>	12
<i>1.2 Κατηγορίες επιχειρήσεων μαζικής εστίασης</i>	12
1.2.1 Οι επιχειρήσεις εστίασης	12
1.2.2 Ιδιαιτερότητες του προϊόντος των επιχειρήσεων εστίασης	14
Κεφάλαιο 2. Υγιεινή και ασφάλεια.	17
<i>2.1 Αρχές υγιεινής</i>	17
<i>2.2 Υγιεινή χώρων και καταστημάτων.</i>	18
<i>2.3 Υγειονομικός έλεγχος.</i>	19
<i>2.4 Αλλοιώσεις τροφίμων.</i>	21
<i>2.5 Μολύνσεις και μικροοργανισμοί.</i>	23
<i>2.6 Οδηγίες ατομικής υγιεινής.</i>	25
2.6.1 Προληπτική υγιεινή και ατομική καθαριότητα	25
2.6.2 Η υγιεινή στα εστιατόρια σύμφωνα με τον ισχύοντα υγειονομικό κανονισμό.	26
2.6.3 Η υγιεινή στους χώρους και τις εγκαταστάσεις.	27
<i>2.7 Η Υγιεινή του περιβάλλοντος εργασίας</i>	36
<i>2.8 Η υγιεινή στον εξοπλισμό.</i>	37
<i>2.9 Η υγιεινή στον ιματισμό.</i>	39
<i>2.10 Η υγιεινή στα τρόφιμα.</i>	41
2.10.1 Υγιεινή των πρώτων υλών και συστατικών των τροφίμων	42
2.10.2 Υγιεινή κατά την παραγωγή, συσκευασία, αποθήκευση, μεταφορά και διανομή του προϊόντος.	42
2.11 Η υγιεινή προσωπικού, περιβολή, ενδυμασία, εξυπηρέτηση	44
Κεφάλαιο 3. Διοίκηση Ολικής Ποιότητας.	47
<i>3.1 Τι είναι η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (Total Quality</i>	49

	<i>Management).</i>	49
3.2	<i>Ποιες είναι οι αρχές της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας;</i>	50
3.3	<i>Που μπορούν να αναζητηθούν περισσότερες πληροφορίες για την Διοίκηση Ολικής Ποιότητας;</i>	50
3.4	<i>Τι είναι Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας;</i>	51
3.5	<i>Ποια είναι η διαφορά μεταξύ Διασφάλισης Ποιότητας (Quality Assurance) και Διοίκησης Ποιότητας (Quality Management);</i>	51
3.6	<i>Η εγκατάσταση ενός Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας σημαίνει ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παρέχει ο οργανισμός γίνονται πιο ποιοτικά;</i>	52
3.6.1	Όλη την τεκμηρίωση του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας την γράφει ο Διευθυντής Ποιότητας ή τα μέλη του Τμήματος Διοίκησης Ποιότητας;	52
3.6.2	Τι είναι διεργασία;	52
3.6.3	Τι είναι διαδικασία;	53
3.6.4	Τι είναι Πολιτική Ποιότητας;	53
3.6.5	Τι είναι Εγχειρίδιο Ποιότητας;	53
3.6.6	Τι είναι Οδηγία Εργασίας;	53
3.6.7	Η ποιότητα έχει να κάνει με το όραμα, την ευαισθησία, την καλαισθησία, την έμπνευση, κλπ. των στελεχών ενός οργανισμού;	54
3.7	<i>Πρότυπα Συστήματα Διασφάλισης και Διαχείρισης.</i>	54
3.7.1	Τι σημαίνει ISO;56	56
3.7.2	Η Σειρά ISO 9000:1994	57

3.7.3	Πρότυπο ISO 9000 : 2000	59
3.8	<i>Διεθνή πρότυπα διασφάλισης Ποιότητας.</i>	61
3.8.1	Μπορεί κάποιος να αντιγράψει και να διανέμει τα πρότυπα ISO;	61
3.8.2	Που μπορεί κάποιος να βρει και να προμηθευτεί νόμιμα τα πρότυπα ISO;	61
3.8.3	Ποιος οργανισμός αντιπροσωπεύει τον ISO στην Ελλάδα;	61
3.8.4	Τι οφέλη έχει ένας οργανισμός από την εγκατάσταση ενός Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας;	61
3.8.5	Είναι απαραίτητο για έναν οργανισμό που επιθυμεί να εγκαταστήσει Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας, να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες ειδικού εξωτερικού συμβούλου;	62
3.8.6	Μια εταιρεία με Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας πιστοποιημένο κατά ISO 9001:2000, μπορεί να χρησιμοποιεί το σήμα του ISO;	62
3.8.7	Υπάρχει σήμα ISO 9001 ή σήμα ISO 14001;	63
3.8.8	Ένας οργανισμός με Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας πιστοποιημένο κατά ISO 9001:2000 ποια σήματα μπορεί να χρησιμοποιεί και πως;	63
3.8.9	Ποια η διαφορά μεταξύ Πιστοποίησης και Διαπίστευσης;	64
3.8.10	Ποια η διαφορά μεταξύ Πιστοποίησης και Καταχώρησης.	65
3.8.11	Τι είναι το ISO 9001;	65
3.8.12	Τι είναι το ISO 14001;	65
3.8.13	Τι είναι το ISO 17025;	66
3.8.14	Ποια είναι η διαφορά μεταξύ ISO 9001 και ISO 17025;	66
3.8.15	Πώς αλλάζει η τεκμηρίωση του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας;	67

3.8.16	Μπορεί ένας οργανισμός να πιστοποιηθεί κατά ISO 9004:2000;	67
3.9	<i>Το σύστημα HACCP.</i>	68
3.9.1	Η έννοια του συστήματος HACCP	68
3.9.2	Αρχές του συστήματος HACCP	70
3.9.3	HACCP – Συστήματα Ασφάλειας και Υγιεινής Τροφίμων.	72
3.9.4	Πρόελευση του HACCP. Σύντομη ιστορική αναδρομή.	74
3.9.5	Πλεονεκτήματα της εφαρμογής Συστήματος HACCP	79
3.9.6	Η Νομοθεσία που διέπει το σύστημα HACCP για την Ελλάδα.	80
3.9.7	Ορολογία Εφαρμογής Συστήματος HACCP	81
	Κεφάλαιο 4. Θεματικά εστιατόρια. Μελέτη περίπτωσης ενός η	87
	περισσότερων θεματικών εστιατορίων.	
4.1	<i>Η δυναμική της καινοτομίας του προϊόντος των επιχειρήσεων</i>	87
	<i>εστίασης.</i>	
4.1.1	Το προϊόν σύμφωνα με το marketing	87
4.1.2	Τι είναι καινοτομία	88
4.1.3	Η καινοτομία των επιμέρους στοιχείων του προϊόντος	90
4.1.4	Η καινοτομία του κεντρικού, του επίσημου και του συμπληρωματικού προϊόντος	92
4.1.5	Ένταση της καινοτομίας	94
4.1.6	Τα πλεονεκτήματα των καινοτομικών προϊόντων	96
4.1.7	Η συναισθηματική διέγερση των καινοτομικών προϊόντων	96
4.1.8	Η ομογενοποίηση της πελατείας	97
4.1.9	Τα καινοτομικά προϊόντα είναι αυτοδιαφημιζόμενα	98
4.1.10	Μειωμένος ανταγωνισμός	99
4.1.11	Δυναμική του πλεονεκτήματος της καινοτομίας	100
4.1.12	Δημιουργία νέου προϊόντος	102

4.1.13	Ειδίκευση των επιχειρήσεων	106
4.2	Θεματικές επιχειρήσεις	107
4.2.1	Ο επιχειρηματίας	109
4.2.2	Χωροθέτηση καινοτομικών προϊόντων στην αγορά	110
4.2.3	Συμπεράσματα	112
	Βιβλιογραφία	113

Εισαγωγή.

Από τον Όμηρο μέχρι σήμερα η εστίαση διατηρεί στην γλώσσα μας τη ίδια έννοια. Είναι το φίλεμα, το τραπέζωμα - το εστιάν που έλεγαν ο Θουκυδίδης και ο Πλάτωνας - και κυρίως το δημόσιο γεύμα και το συμπόσιο, τα οποία ήταν οι θεσμοί της αρχαίας ελληνική κοινωνίας. Η καταγωγή της λέξης είναι πολύ μακρινή, τόσο μακρινή που η ανίχνευση της θα πρέπει να χάνεται στα βάθη της Πελασγικής περιόδου της Ιστορίας μας.

Ρίζα της το ρήμα εστιάω-ω που σημαίνει δέχομαι κάποιον, φιλοξενώ κάποιον, στην εστία μου. Στην κυριολεξία, εστιώ θα πει δίδω γεύμα, τραπεζώνω. Το ρήμα συνδέεται με το ουσιαστικό εστία που δηλώνει το μέρος στο εσωτερικό του σπιτιού όπου έκαιε η φωτιά, *‘το ιερό πύρ’*, ολόγυρα από το οποίο συγκεντρώνονταν η οικογένεια και οι ξένοι της. Η συγκέντρωση αυτή συνέβαινε για πολλούς λόγους, με κυριότερο το φαγητό, αφού στην πυρά της εστίας ψήνονταν τα εστιάματα, τα οποία ο εστιάρχης - στην κυριολεξία ο της εστίας άρχων, ο οικοδεσπότης - θα προσέφερε στους εργαζομένους, σ’ αυτούς δηλαδή που προσέρχονται στην εστία. (Γιαννάκου Ζωή, 2001)

Η διαδικασία του εστιάν, του τραπεζώματος δηλαδή, από τους εστίοντες ή εστιάτορες, αυτούς που προσφέρουν το δείπνο ή το γεύμα στο εστιατόριο - και λίγο αργότερα εστιατόριο - προς τους εστιαζομένους, κατά τη εστίαση και λίγο αργότερα τη συνεστίαση άλλαζε λίγο-λίγο μέσα στην διαδρομή των αιώνων.

Ο εστιάτορας ήταν τίτλος τιμητικός τον οποίο στην αρχαία Αθήνα αποκτούσε ο ποιητής που *‘τράπεζαν παρέθετε τοις εαυτούς συμβιλέτοις’*, είτε με δική του πρωτοβουλία είτε με κλήρωση. Στην εστίαση η οποία είναι ένας από τους τακτικούς θεσμούς της πόλης, μπορούσαν να παρακαθίσουν περίπου δύο χιλιάδες άτομα.

Στο τέλος του 5ου αιώνα π.Χ. όταν η ημερήσια δαπάνη διατροφής ενός εύπορου ατόμου κόστιζε έναν όβολο η εστίαση στοίχιζε περίπου 400 με 500 οβολούς. Με σημερινές ισοτιμίες, ένα ανάλογο δείπνο θα πρέπει να στοίχιζε

γύρω στα 30.000 ευρώ. Έτσι, εστιατορας δεν μπορούσε να εκλεγεί ο καθένας, αλλά οι πλουσιότεροι μόνο κάθε μιας από τις δέκα φυλές που συγκροτούσαν τον Αθηναϊκό Δήμο. Η όλη διαδικασία την οποία ο Ησύχιος ορίζει ως τροφή επιχορήγηση στο εστιατόριο, ορισμός που θα μπορούσε να χαρακτηρίζει στη γλώσσα μας ακόμα και σήμερα την εστιατορική τέχνη.

Σ' όλους τους αιώνες, η εστίαση είχε για τους Έλληνες - και ευτυχώς διατηρεί ακόμη - μεγάλη σημασία. Ως οικογενειακή συνήθεια, συναθροίζει όλη την οικογένεια στον κοινό για όλα τα μέλη της τραπέζι, γύρω ή κοντά στην 'εστία' που σήμερα βέβαια είναι ηλεκτρική και δεν βρίσκεται καν στο κέντρο του σπιτιού. Ως πολιτειακός και αργότερα ως θρησκευτικός θεσμός συναθροίζει τους 'συμφιλέτες' ή τα μέλη της (Χριστιανικής) κοινότητας σε δημόσιο Τραπεζώμα. Ως κοινωνική συνήθεια φέρνει σε επαφή, στις μέρες μας, φίλους και γνωστούς που δεν είναι εύκολο να συναντώνται συχνά. Είναι ασφαλώς εκπληκτικό ότι η ίδια ανάγκη που 'καθίδρυσε' τις εστιάσεις για τους 'συμφιλέτες' στην Αθηναίων Πολιτεία, διατηρεί στις μέρες μας ως θεσμό τις κοινές γιορτές σε πόλεις και χωριά. (www.in.gr)

Σε καθημερινό επίπεδο το γεύμα στο εστιατόριο - κατευθείαν απόγονο, του μακρινού εκείνου εστιατορίου - αποτελεί για τον σημερινό Έλληνα σημείο συνάντησης για κοινή με τους φίλους αναψυχή. Τα μικρά διαμερίσματα των Ελληνικών πολυκατοικιών δεν προσφέρονται για τραπεζώματα, για συγκεντρώσεις δηλαδή γύρω από το τραπέζι. Έτσι το εστιατόριο, για φαγητό μόνο κουβεντολόι με κάποια έστω ελαφρά μουσική υπόκρουση, καλύπτει μια από τις σπουδαιότερες ανάγκες της ελληνικής ιδιοσυγκρασίας: την συναναστροφή και κοινή με φίλους ευωχία. Μία ανάγκη που έρχεται από τόσο παλιά ώστε είναι λογικό ότι αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της ελληνικής παράδοσης του πολιτισμού μας και είναι ασφαλώς μια παράδοση που δεν πρόκειται 'στον αιώνα τον άπαντα' να σβήσει, έτσι όπως είναι δεμένη με τις εσωτερικές ανάγκες του Έλληνα. (www.servitoros.gr)

Σε καμιά από τις επικρατούσες (λατινογενείς) γλώσσες η εστίαση δεν συνδέεται με την εστία. Στα αγγλικά, τα γερμανικά, τα γαλλικά και τα ισπανικά η λέξη RESTAURANT - κοινή για όλες αυτές τις γλώσσες ονομασία του εστιατορίου - ανάγει τη ρίζα της ή στο λατινικό RES που θα πει πράγμα, αντικείμενο, ή στο REST που θα πει υπόλοιπο απομεινάρι και όχι στη λέξη εστία. Στα γαλλικά εστία αποδίδεται με τη λέξη CHEMINEE (τζάκι) και τα αγγλικά με τη λέξη FIREPLACE και FOCUS με την οποία στην κυριολεξία υποδηλώνεται η εστιακή απόσταση, η συγκέντρωση ακτινών σε μια εστία φωτός. Η εστίαση στα γαλλικά αποδίδεται συνήθως με τη λέξη FESTIVAL και σπανιότερα με τη λέξη REGAL που δηλώνει το πλούσιο γεύμα. Στ' αγγλικά η ανάλογη λέξη είναι FEASTING, η οποία σημαίνει στην κοινή διάλεκτο φαγοπότι. Η λέξη FOCUSSING, η οποία στην κυριολεξία σημαίνει εστίαση, χρησιμοποιείται για να υποδηλώνει λειτουργίες της φυσικής και όχι του τραπεζώματος. Ανάλογος είναι και ο σχηματισμός των λέξεων στα γερμανικά, όπου το κυριολεκτικό FOCUS δεν αποτελεί ρίζα για την εστίαση, το εστιατόριο, τον εστιάτορα, ή την εστιάτορα. (www.syntages.gr)

Η γλώσσα μας με τον τεράστιο εκφραστικό της πλούτο είναι η μόνη που διασώζει την σύνδεση του ανθρώπου με την εστία και την τελετουργία της επικοινωνίας γύρω από το κοινό τραπέζι. Η μόνη που δίνει στο 'φαγοπότι' περιεχόμενο και το μετατρέπει από απλό κορεσμό της πείνας σε απόλαυση αισθήσεων, αισθημάτων και πνεύματος, αφού η εστίαση είναι απλώς η αφορμή για συνάντηση ανθρώπων και ανανέωση, γύρω από το κοινό τραπέζι, των δεσμών τους η ανταλλαγή σκέψεων και απόψεων τους. Η μόνη που διασώζει όπως είδαμε κιόλας, ατόφιες τις έννοιες εστιατόριο, εστιάτορας, εστιατόρια, με ένα μάλιστα περιεχόμενο τέτοιο που θα πρέπει να κάνει υπερήφανους όλους όσους σήμερα ασχολούνται με την εστιατορική τέχνη. (Γιαννάκου Ζωή, 2001)

Άραγε, χρειάζεται έπειτα από όλα αυτά να πούμε πόσο ξένη είναι λέξη RESTAURANT στις πινακίδες των εστιατορίων μας; Κι αν για λόγους τουρισμού πρέπει να την χρησιμοποιήσουμε ας μπει στις πινακίδες με

μικρότερα γράμματα σαν επεξήγηση - όχι σαν υποκατάσταση της λέξης εστιατόριο. Ας μην πάθουν και τα εστιατόρια αυτό που έπαθαν τα παντοπωλεία που αφελληνίστηκαν και μετονομάστηκαν σε SUPER MARKET χάνοντας την εκπληκτική κυριολεξία που περιείχε το παντοπωλείο, χάριν, ενός ξενόφερτου όρου, που προς παρηγοριά μας περιέχει και ένα SUPER που είναι η λατινοποίηση της ελληνικής πρόθεσης ΥΠΕΡ.

Κεφάλαιο 1. Η επιχείρηση μαζικής εστίασης

1.1 Τι είναι εστιατόριο.

Με τα σημερινά δεδομένα το εστιατόριο είναι ο χώρος όπου παρέχεται φαγητό, χωρίς κανένα περιορισμό και πάντοτε σύμφωνα με τους υγειονομικούς, αγορανομικούς αλλά και τεχνικούς κανόνες εστίασης.

Σαν ανεξάρτητη μονάδα ή τμήμα ξενοδοχειακής επιχείρησης, είναι μια ποριστική οικονομική επιχείρηση που έχει σαν αντικείμενο δράσης την παραγωγή και διάθεση αγαθών που καλύπτουν όσο το δυνατόν περισσότερο τις ανθρώπινες ανάγκες εστίασης. (Μάρας, 1997:16)

1.2 Κατηγορίες επιχειρήσεων μαζικής εστίασης

1.2.1 Οι επιχειρήσεις εστίασης

Οι επιχειρήσεις εστίασης αποτελούν ένα κλάδο με πολλές ιδιαιτερότητες και σημαντικές διαφορές από τους άλλους κλάδους επιχειρήσεων. Το προϊόν που προσφέρουν έχει ιδιότυπη κοινωνική χροιά και η αγορά αντιδρά έντονα στην καινοτομικότητά του. (SELECTIKA, 1999)

Εστία είναι το σημείο του σπιτιού, όπου ανάβει φωτιά για παρασκευή φαγητού ή για θέρμανση. Μεταφορικά έχει το νόημα της οικίας ή γενικότερα του χώρου συγκέντρωσης. Οι επιχειρήσεις εστίασης είναι επιχειρήσεις συγκέντρωσης ανθρώπων, οι οποίες προσφέρουν φαγητά, ποτά, γλυκά και/ή αφεψήματα προς άμεση κατανάλωση, όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, ζαχαροπλαστεία και κέντρα διασκέδασης. Τις επιχειρήσεις εστίασης μπορούμε να τη διαχωρίσουμε σε δύο ομάδες:

- 1) Τις επιχειρήσεις εστίασης έντασης υλικού προϊόντος, τις οποίες οι πελάτες επισκέπτονται κύρια για την κατανάλωση του υλικού προϊόντος τους και

- 2) Τις επιχειρήσεις εστίασης έντασης άυλου προϊόντος, τις οποίες οι πελάτες επισκέπτονται κύρια για να ψυχαγωγηθούν και να διασκεδάσουν.

Επιχειρήσεις εστίασης έντασης υλικού προϊόντος είναι κυρίως εστιατόρια, όπου οι πελάτες έχουν βασικό στόχο την κάλυψη της ανάγκης του φαγητού. Κύρια η πελατεία τους αποτελείται από εργαζόμενους ή άτομα που δεν έχουν οικογένεια, ή άτομα που δεν έχουν χρόνο για να ετοιμάσουν φαγητό.

Οι επιχειρήσεις εστίασης έντασης άυλου προϊόντος λειτουργούν κύρια τις βραδινές ώρες, οι πελάτες τους περνούν αρκετή ώρα στο χώρο τους, δίνουν μεγάλη σημασία στη μουσική και δεν καταναλώνουν μόνοι. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν πολλοί τύποι εστιατορίων, όπως τα εστιατόρια εθνικής κουζίνας, οι creperies, πολλά ψητοπωλεία και πιτσαρίες, οι περισσότερες ταβέρνες κ.α., αλλά και πολλοί τύποι μπαρ, όπως τουριστικά μπαρ, χορευτικά κέντρα διασκέδασης (κύρια οι discothèques), pubs (μπαρ με σημαντικό ποσοστό σταθερής πελατείας), καφέ – μπαρ ή καφετέριες κ.α. (Αναστασίου Αναστάσιος, 2000: 91).

Ο χώρος των επιχειρήσεων εστίασης επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, όπως η διακόσμηση, οι οσμές που επικρατούν, ο κόσμος που υπάρχει, κ.α., με αποτέλεσμα να δημιουργείται κάποιο συγκεκριμένο ψυχολογικό κλίμα. Επίσης, σε κάθε τραπέζι, διαμορφώνεται ένα τροποποιημένο συναισθηματικό μικροκλίμα, το οποίο επηρεάζεται και επηρεάζει το γενικό κλίμα του χώρου, αλλά διαφέρει από αυτό. (SELECTIKA, 1999)

Κλίμα ή ατμόσφαιρα κάποιου χώρου, είναι το αισθητικό και συναισθηματικό περιβάλλον. Το αισθητικό μέρος του περιβάλλοντος το αντιλαμβάνεται ο καθένας με τις αισθήσεις του, την όραση, την ακοή, την όσφρηση κλπ. Το συναισθηματικό περιβάλλον είναι η συνιστώσα των συναισθηματικών διαθέσεων των ανθρώπων, που βρίσκονται στο συγκεκριμένο χώρο. Οι κάθε μορφής παραστάσεις του αισθητικού περιβάλλοντος

δημιουργούν συναισθήματα τα οποία επεμβαίνουν δυναμικά στη διαμόρφωση του συναισθηματικού περιβάλλοντος. (www.tastfood.gr). Πρέπει να ληφθεί υπ' όψη, ότι οι μνήμες ή η φαντασία που ενεργοποιούνται εξαιτίας του περιβάλλοντος, αποτελούν επίσης σημαντικές παραστατικές λειτουργίες, οι οποίες συμμετέχουν στη διαμόρφωση των συναισθημάτων της πελατείας.

1.2.2 Ιδιαιτερότητες του προϊόντος των επιχειρήσεων εστίασης

Το προϊόν των επιχειρήσεων εστίασης αποτελείται από υλικά αγαθά και υπηρεσίες. Τα υλικά αγαθά, όπως αναφέραμε, μπορούν να είναι φαγητά, ποτά, κλπ., ενώ υπηρεσίες είναι οι ενέργειες που αποβλέπουν στην εξυπηρέτηση του πελάτη, δηλαδή στην ικανοποίηση των αναγκών του στο χώρο της επιχείρησης, όπως η προσκόμιση του υλικού προϊόντος, τα αναπαυτικά καθίσματα, η ευχάριστη μουσική, η θετική αντιμετώπιση, κλπ. (SELECTIKA, 1999)

Οι υπηρεσίες που προσφέρει μία επιχείρηση εστίασης μπορούν να έχουν εμφανή στόχο την ικανοποίηση μίας ανάγκης, αλλά στην πραγματικότητα να επιτυγχάνουν την κάλυψη ενός εκτεταμένου πλέγματος αναγκών. Έτσι το γεύμα σε ένα εστιατόριο μπορεί να ικανοποιεί ταυτόχρονα το αίσθημα της πείνας, αλλά και διάφορες κοινωνικές ανάγκες όπως της παρέας και της συνεύρεσης, ή την ανάγκη αλλαγής παραστάσεων κλπ. Ο πελάτης σπάνια ιεραρχεί συνειδητά τις ανάγκες του. Συνήθως, όταν επισκέπτεται μία επιχείρηση εστίασης, δηλώνει ότι επιθυμεί «να φαι ή να πιει κάτι», ενώ μπορεί η κύρια ανάγκη που τον ωθεί στην κατανάλωση να είναι η επικοινωνία και η ανάπτυξη ανθρωπίνων σχέσεων. (www.epicurious.com)

Το προϊόν των επιχειρήσεων εστίασης δεν μεταφέρεται ούτε αποθηκεύεται, αλλά παράγεται και καταναλώνεται στο χώρο του καταστήματος. Η ζήτηση του προϊόντος παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια της εβδομάδας και του έτους. Οι επιχειρήσεις αυτές αντιμετωπίζουν

σημαντικές μεταβολές στη ζήτηση ανάμεσα στη χειμερινή και θερινή περίοδο, ενώ την Παρασκευή και το Σάββατο, η ζήτησή τους αυξάνεται σημαντικά.

Η κατανάλωση του προϊόντος των επιχειρήσεων εστίασης έχει κάποια χρονική διάρκεια, κατά την οποία μπορεί να παρουσιαστεί μεταβολή στην ποιότητα. Η συνολική εκτίμηση του πελάτη για την αξία του προϊόντος, ολοκληρώνεται μετά το τέλος της κατανάλωσης, δηλαδή με την αναχώρησή του από τον χώρο του καταστήματος.

Οι καταναλωτές συνήθως κρίνουν την ποιότητα των προϊόντων που καταναλώνουν, με βάση ορισμένα εμφανή χαρακτηριστικά. Ο μέσος καταναλωτής δεν είναι σε θέση να κρίνει αν το καλο-μαγειρεμένο κρέας είναι κατεψυγμένο ή όχι, αλλά μπορεί να αντιληφθεί αν οι πατάτες του είναι φρεσκοτηγανισμένες. Είναι σημαντικό για μία επιχείρηση εστίασης να έχει εντοπίσει τα στοιχεία του προϊόντος που είναι εύκολα ελεγκτέα από τους πελάτες της και να δώσει ιδιαίτερη σημασία στην ποιότητά τους. (SELECTIKA, 1999)

Η ποιότητα συχνά κρίνεται από χαρακτηριστικά του προϊόντος, τα οποία δεν είναι άμεσα συνδεδεμένα με το εκ πρώτης όψης πωλούμενο προϊόν. Έτσι η ποιότητα ενός εστιατορίου μπορεί να μην εξαρτάται αποκλειστικά από την ποιότητα των φαγητών και ποτών και τις υπηρεσίες που το εξυπηρετούν, αλλά και από άλλα στοιχεία του προϊόντος, όπως:

- τη θέση της περιοχής όπου βρίσκεται η επιχείρηση,
- το κύρος και την εικόνα της επιχείρησης,
- τη ζήτηση που έχει το προϊόν (δηλαδή τον αριθμό της πελατείας που καταναλώνει στο κατάστημα αυτό),
- την τιμή πώλησης,
- τη δυναμική της διαφημιστικής τοποθέτησης της επιχείρησης,

Ô το συναισθηματικό κλίμα κλπ. (Αναστασίου Αναστάσιος, 2000: 95)

Σημαντική διαφορά των επιχειρήσεων εστίασης ψυχαγωγικού χαρακτήρα από τις άλλες επιχειρήσεις, είναι ότι οι πελάτες πηγαίνουν σε αυτές με διάθεση επικοινωνίας, δηλαδή με σκοπό να επικοινωνήσουν με την παρέα τους ή να βρουν παρέα. Η επικοινωνία αυτή μπορεί να περιορίζεται σε οπτική (που όμως καλύπτει μεγάλο χώρο του καταστήματος και πολλά άτομα), ή να επεκτείνεται σε προφορική (που όμως περιορίζεται στην άμεση παρέα).

Ταυτόχρονα οι πελάτες επιζητούν την ομαδική επικοινωνία, την αίσθηση δηλαδή ότι ανήκουν σε μία ψυχολογική ενότητα, που στην κοινωνική ψυχολογία ονομάζεται «συλλογικό εμείς». Αυτό αποδεικνύεται στην πράξη, διότι είναι εμφανές αλλά και γνωστό, ότι οι πελάτες προτιμούν τα καταστήματα εστίασης όπου υπάρχει συγκέντρωση κόσμου και αποφεύγουν τα άδεια. (Παπαδημητρίου, 1988:56)

Υπάρχει ένα σχετικό απόφθεγμα της αγοράς, σύμφωνα με το οποίο «ο κόσμος φέρνει κόσμο». Δηλαδή παρουσιάζεται το φαινόμενο η υπάρχουσα πελατεία να λειτουργεί σαν αιτία για να αυξάνεται η πελατεία και η έλλειψη πελατείας να οδηγεί στον φαύλο κύκλο της έλλειψης πελατείας.

Κεφάλαιο 2. Υγιεινή και ασφάλεια.

2.1 Αρχές υγιεινής

Η υγιεινή είναι η επιστήμη που ερευνά και μελετά το μηχανισμό δράσης διαφόρων ενδογενών παραγόντων που επηρεάζουν την υγεία του ανθρώπου και υποδεικνύει τα κατάλληλα μέτρα και μέσα για την διατήρηση, βελτίωση και προάσπιση αυτής. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού, χρησιμοποιούνται τα συμπεράσματα διαφόρων ειδικοτήτων της ιατρικής επιστήμης (μικροβιολογία, παθολογία κτλ.), καθώς και άλλων επιστημών (χημείας, φυσικής κτλ.). Η επιστήμη της υγιεινής προτείνει επίσης τη θέσπιση νόμων που υποχρεώνουν την εφαρμογή ορισμένων κανόνων και ενεργειών που συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων αυτών. Τέτοιες ενέργειες είναι η κατασκευή αποχετευτικών συστημάτων και δικτύων ύδρευσης, η θέσπιση νόμων για την υγιεινή παραγωγή και διακίνηση τροφίμων. (SELECTIKA, 1999)

Η υγιεινή κατά την εξέλιξη της διαφόρους κλάδους επιστημονικής έρευνας ανάλογα με τους τομείς στους οποίους εστίαζε το ενδιαφέρον της. Έτσι δημιουργήθηκαν τομείς που αφορούν την ατομική και δημόσια υγιεινή.

Η δημόσια υγιεινή μελετά τους παράγοντες εκείνους που αποδεδειγμένα επιδρούν στην υγεία του πληθυσμού, ανεξάρτητος ηλικίας, φύλου, μορφωτικού επιπέδου κ.τ.λ. και οι οποίοι δεν μπορούν να αντιμετωπιστούν με μεμονωμένες ενέργειες του κράτους και της διοίκησης. Ορισμένα από τα ζητήματα που καλείτε να αντιμετωπίσει η δημόσια υγιεινή είναι τα εξής:

- Ô Η παροχή στον πληθυσμό αφθόνου και εργαστηριακά ελεγμένου νερού.
- Ô Η σύμφωνη με τους κανόνες συγκέντρωση, αποκομιδή και απόθεση των απορριμμάτων.
- Ô Η υγιεινή αποχέτευση.
- Ô Η ύπαρξη νοσοκομείων που πληρούν της προδιαγραφές υγιεινής.

- Ô Η οργάνωση της εκπαίδευσης του ιατρικού και παραϊατρικού προσωπικού.
- Ô Η αποτελεσματική αντιμετώπιση της ρύπανσης του περιβάλλοντος.
- Ô Ο έλεγχος για την τήρηση των κανόνων υγιεινής και παραγωγή κατά την πώληση τροφίμων.

Όσον αφορά το τελευταίο ζήτημα, η δημόσια υγιεινή εξετάζει με ιδιαίτερη έμφαση τον παράγοντα «διατροφή». Έτσι τα τρόφιμα θα πρέπει να πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές υγιεινής, για να μην βλάπτουν την υγεία, ενώ οι επιχειρήσεις που τα διαθέτουν θα πρέπει να πληρούν συγκεκριμένους κανόνες λειτουργίας.

Το εστιατόριο σχετίζεται στενά με την δημόσια υγιεινή, γιατί ασχολείται με την παραγωγή και την πώληση τροφίμων σε μεγάλες ομάδες πληθυσμού. Κατά την οργάνωση και λειτουργία του πρέπει να συμμορφώνεται με τις διατάξεις του υγειονομικού κανονισμού. (www.servitoros.gr)

2.2 Υγιεινή χώρων και καταστημάτων.

Οι βασικές αρχές υγιεινής ενός χώρου που εξυπηρετεί το κοινό έχουν στόχο την εξασφάλιση της υγείας, της ασφάλειας και της άνεσης των εργαζομένων και των ατόμων που επισκέπτονται το χώρο, καθώς επίσης την αποφυγή ενοχλήσεων και ατυχημάτων. Βασικοί παράγοντες για την διαμόρφωση ενός υγιεινού χώρου θεωρούνται η κατάλληλη αρχιτεκτονική διάταξη και η ορθή κατασκευή των τμημάτων του. (SELECTIKA, 1999)

Η αρχιτεκτονική διάταξη περιλαμβάνει παραμέτρους που έχουν σχέση με το εμβαδόν, το ύψος και την λειτουργικότητα του χώρου. Τα ελάχιστα όρια για κάθε χώρο ορίζονται ακριβώς από τις υγειονομικές διατάξεις και είναι διαφορετικά για κάθε είδος καταστήματος, π.χ. καφετέριας, εστιατορίου, πιτσαρίας κτλ.

Η ορθή κατασκευή των τμημάτων του καταστήματος αναφέρεται στον τρόπο κατασκευής του, π.χ. στα υλικά δόμησης. Άλλες παράμετροι στην κατηγορία αυτή αναφέρονται στον τρόπο κατασκευής του δαπέδου, των τοίχων, της οροφής, στον αερισμό του χώρου, στον φωτισμό, στις εγκαταστάσεις υγιεινής, στην ύδρευση και την αποχέτευση κτλ.

Στους παραβάτες των υγειονομικών διατάξεων επιβάλλονται ποινές που διακρίνονται σε ποινικές, αστικές και διοικητικές. Οι ποινικές ποινές επιβάλλονται από τα δικαστήρια μετά από μηνυτήρια αναφορά από τα αρμόδια υγειονομικά όργανα. Οι αστικές ποινές επιβάλλονται από αστικά δικαστήρια μετά από προσφυγή κάποιου πολίτη εναντίον καταστηματούχου, εμπόρου τροφίμων ή εταιρίας παραγωγής τροφίμων, για ενέργεια που έχει προκαλέσει στον πολίτη κάποια διαταραχή στην υγεία του. Οι διοικητικές ποινές επιβάλλονται από τις υγειονομικές ή αστυνομικές ή δημοτικές αρχές και αφορούν συνήθως το κλείσιμο (προσωρινό ή οριστικό) μιας επιχείρησης που είτε θεωρήθηκε ότι δεν τηρεί τους κανόνες υγιεινής και καθαριότητας είτε λειτουργεί χωρίς άδεια είτε διαταράσσει την ησυχία κτλ.

2.3 Υγειονομικός έλεγχος.

Ο υγειονομικός έλεγχος ασκείται κατά κύριο λόγο από τους επόπτες δημόσιας υγείας και τις Διευθύνσεις Υγιεινής των νομαρχιών. Πραγματοποιούνται δύο είδη ελέγχων: ο αρχικός έλεγχος και ο περιοδικός. (SELECTIKA, 1999)

Ο αρχικός έλεγχος πραγματοποιείται μετά από έτοιμα του καταστηματούχου πριν από την έναρξη λειτουργίας του καταστήματος, προκειμένου να εκδοθεί η άδεια λειτουργίας του. Στο στάδιο αυτό ελέγχεται η πληρότητα και καταλληλότητα των εγκαταστάσεων, όπως:

- Αν το κατάστημα διαθέτει όλους τους απαραίτητους χώρους για σωστή λειτουργία, όπως κουζίνα, αποθήκη, αποχωρητήρια κτλ.

- Ô Αν οι χώροι έχουν κατασκευαστεί σύμφωνα με τις υγειονομικές διατάξεις ως προς το ύψος, τον εξαερισμό, το φωτισμό κτλ.
- Ô Αν σε κάθε χώρο υπάρχει ο απαραίτητος για την λειτουργία του εξοπλισμός και αν αυτός είναι κατάλληλος από υγειονομικής απόψεως (πάγκοι, ψυγεία, προθήκες φύλαξης τροφίμων και ποτών κτλ.).(www.efet.gr)

Ο περιοδικός έλεγχος διενεργείται τακτικά ή έκτατα και έχει στόχο να διαπιστώσει:

- Ô Αν τηρούνται οι κανόνες υγιεινής και καθαριότητας στις επιχειρήσεις.
- Ô Αν τα προσφερόμενα είδη διατροφής είναι κατάλληλη προς βρώση.
- Ô Αν τα τρόφιμα συντηρούνται, αποθηκεύονται, διακινούνται και παρασκευάζονται σύμφωνα με τους κανονισμούς υγιεινής.
- Ô Αν οι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις είναι υγιείς, αν διαθέτουν ατομικό βιβλιάριο υγείας και αν τηρούν γενικά όλες τις υποχρεώσεις που καθορίζουν οι διατάξεις, όπως ατομική καθαριότητα, χρήση μπλούζας εργασίας και σκούφο, κτλ.

Οι υγειονομικοί υπάλληλοι αναγράφουν τις διαπιστώσεις που προκύπτουν από τον έλεγχο που πραγματοποιούν στο **βιβλίο υγειονομικού ελέγχου**, που οφείλει να τηρεί ο υπεύθυνος της επιχείρησης. Στο βιβλίο αυτό αναγράφονται επίσης οι υποδείξεις που γίνονται στον υπεύθυνο της επιχείρησης για την συμπλήρωση τυχόν ελλείψεων που διαπιστώνονται, τα μέτρα που πρέπει να λάβει, καθώς και τα αποτελέσματα του ελέγχου, σύμφωνα τον οποίο τα κατάσταση μπορεί να χαρακτηριστεί καθαρό ή σχετικά καθαρό ή ακάθατο. (www.efet.gr)

Στην τελευταία περίπτωση συντάσσεται από τους υγειονομικούς υπαλλήλους η **έκθεση υγειονομικών παραβάσεων**, που αποστέλλεται στον

εισαγγελία, με σκοπό την ποινική δίωξη των υπευθύνων. Ανάλογη έκθεση υποβάλλεται στον νομάρχη, για να εκδοθεί στη συνέχεια απόφαση για την προσωρινή ή οριστική απαγόρευση λειτουργίας της επιχείρησης. (www.efet.gr)

2.4 Αλλοιώσεις τροφίμων.

Ο έλεγχος των τροφίμων γίνεται μικροσκοπικά στο εργαστήριο. Ο μικροσκοπικός έλεγχος αφορά κυρίως τα εξωτερικά χαρακτηριστικά των τροφίμων, όπως χρώμα, οσμή, υφή, ενώ ο εργαστηριακός έλεγχος αποσκοπεί αφενός επιβεβαίωση του αποτελέσματος του μακροσκοπικού ελέγχου και αφετέρου στον εντοπισμό του αιτίου που προκάλεσε την αλλοίωση του τροφίμου. (SELECTIKA, 1999)

Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, ένα τρόφιμο, ανάλογα με την ποιότητα και του περιεχομένου του χαρακτηρίζεται:

- Ô Κανονικό, όταν πληροί όλους τους όρους και τις διατάξεις περί τροφίμων.
- Ô Ακάθαρτο, όταν περιέχει ξένες προσμείξεις (όπως σκόνη) που δεν προστέθηκαν σκόπιμα και δεν έχουν σχέση με τη φυσική του σύσταση ή τον τρόπο παρασκευής του (δε χαρακτηρίζετε δηλαδή ρυπαρό)
- Ô Αλλοιωμένο, όταν έχουν μεταβληθεί τα φυσικά χαρακτηριστικά του (όψη, χρώμα, γεύση, οσμή, υφή), χωρίς όμως να μεταβληθούν τα κύρια συστατικά του.
- Ô Μολυσμένο, όταν περιέχει παθογόνους μικροοργανισμούς ή τοξίνες ή παράσιτα ή αυγά αυτών που μπορεί να προκαλέσει δηλητηρίαση όταν καταναλωθεί. Επίσης μολυσμένο θεωρείτε το τρόφιμο που παρασκευάζετε από άτομα για τα οποία υπάρχουν σαφείς αποδείξεις ότι είναι φορείς μικροβίων.

- Ô Ρυπαρό, όταν περιέχει ζωντανά ή νεκρά έντομα (σκουλήκια κτλ.) ή παρουσιάζει σημεία ρύπανσης από ποντίκια ή απεκκρίματα αυτών. Επίσης, όταν έχει καθολική μούχλα (ευρωτίαση) ή βρίσκεται σε ακάθαρτα σκεύη ή παρασκευάζεται σε ακάθαρτους χώρους.
- Ô Δηλητηριώδες, όταν περιέχει χημικά δηλητήρια για την συντήρηση ή και την νόθευση του, ή περιέχει εντομοκτόνα και γενικά οποιαδήποτε τοξική ουσία.
- Ô Αποσυντεθειμένο, όταν έχει υποστεί αλλαγή των φυσιολογικών και χαρακτηριστικών του (π.χ. το κρέας με κιτρινόφαιο χρώμα, σύσταση πλαδαρή και πολτώδη και με επιφάνεια γλοιώδη, που αναδύει δυσοσμία).

Ανάλογα με τη θετική ή αρνητική επίδραση του στην υγεία του ανθρώπου, ένα τρόφιμο χαρακτηρίζεται:

- Ô Κατάλληλο για βρώση, όταν το τρόφιμο έχει τους συνηθισμένους οργανοληπτικούς χαρακτήρες.
- Ô Ακατάλληλο για βρώση, όταν οι οργανοληπτικοί χαρακτήρες του δεν είναι κανονικοί. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν τα τρόφιμα που έχουν χαρακτηριστεί ακάθαρτα ή αλλοιωμένα.
- Ô Επιβλαβές, όταν είναι δυνατόν να προκαλέσει βλάβη ή διαταραχές στο άτομο που θα το καταναλώσει. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν τα ρυπαρά τρόφιμα.
- Ô Επικίνδυνο, όταν μπορεί να προκαλέσει άμεσα ή μακροπρόθεσμα σοβαρή βλάβη (μόνιμη ή παροδική) στην υγεία του καταναλωτή. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν τα αποσυντεθειμένα, τα δηλητηριώδη και τα μολυσμένα τρόφιμα. (www.skiadas.gr)

Όσα τρόφιμα χαρακτηρίζονται ακατάλληλα ή επιβλαβή ή επικίνδυνα καταστρέφονται και ο καταστηματάρχης ή ο πωλητής τους διώκεται ποινικά, εκτός αν διαπιστωθεί ότι είχε άγνοια για την ακαταλληλότητά τους. Εάν κατά τον περιοδικό έλεγχο διαπιστωθεί πώληση τροφίμων που έχουν χαρακτηριστεί ακατάλληλα προς βρώση ή επιβλαβή ή επικίνδυνα, αυτά καταστρέφονται από τους υγειονομικούς υπαλλήλους (συνήθως καίγονται) παρουσία του υπευθύνου, συντάσσεται πρωτόκολλο καταστροφής και ο υπεύθυνος μηνύεται. Αν οι ποσότητες των ακατάλληλων τροφίμων είναι ιδιαίτερα μεγάλες και δεν είναι εφικτή η καταστροφή τους στο κατάστημα, τα είδη αυτά με ευθύνη και δαπάνες της επιχείρησης μεταφέρονται στην χωματερή ή υψικάμινο, όπου και καταστρέφονται.

2.5 Μολύνσεις και μικροοργανισμοί.

Στο περιβάλλον ζουν πολλοί μονοκύτταροι οργανισμοί αόρατοι με γυμνό μάτι. Διατηρούνται στη ζωή τρεφόμενοι με διάφορες ουσίες που τις παίρνουν είτε από το φυσικό περιβάλλον (οξυγόνο, νερό) είτε από το σώμα των ζωντανών οργανισμών στους οποίους βρίσκονται είτε και από τα δύο.

Η επικάλυψη ή ο πολλαπλασιασμός των παθογόνων μικροβίων, δηλαδή των μικροβίων εκείνων που προκαλούν διαταραχές στην υγεία του ανθρώπου ή άλλων ζωντανών οργανισμών, χαρακτηρίζεται ως μόλυνση. Η μόλυνση είναι η πρώτη φάση που ίσως οδηγήσει σε λοίμωξη ή ασθένεια. Η ασθένεια είναι η επόμενη φάση της μόλυνσης, όπου το άτομο που προσβλήθηκε εμφανίζει συμπτώματα της νόσου.

Επειδή η λοίμωξη αποτελεί μία παθολογική κατάσταση που προκαλείται από μικρόβια, παλιότερα η φύση της μόλυνσης παρομοιαζόταν με ένα πόλεμο που ο αμυνόμενος ήταν ο άνθρωπος και εχθρός το μικρόβιο. Στην πραγματικότητα το μικρόβιο επιδιώκει να εγκατασταθεί στον οργανισμό του

ανθρώπου για να επιβιώσει, δηλαδή να γίνει παράσιτο, πράγμα όμως που δεν ανέχεται ο οργανισμός, με αποτέλεσμα πολλές φορές να εκδηλώνει αντίδραση με την μορφή της νόσου, η οποία σε ορισμένες περιπτώσεις οδηγεί σε θάνατο. (SELECTIKA, 1999)

Τα μικρόβια, ως ζωντανοί οργανισμοί, επηρεάζουν και επηρεάζονται από το περιβάλλον στο οποίο ζουν. Ο πολλαπλασιασμός τους εξαρτάται από δύο κατηγορίες παραγόντων, τους φυσικούς και τους χημικούς. Οι βασικότεροι φυσικοί παράγοντες είναι η θερμοκρασία και η πίεση, αφού η έκθεση του μικροβίου σε υψηλή θερμοκρασία μπορεί να προκαλέσει την εξάλειψη του, ενώ η χαμηλή πίεση προκαλεί βλάβες στο μικρόβιο. Αντίθετα, η έκθεση του μικροβίου στο ψύχος δεν επηρεάζει τη δράση και την ανάπτυξή του. Ένας από τους βασικότερους χημικούς παράγοντες είναι το υπόστρωμα όπου ζουν και αναπτύσσονται τα μικρόβια, γιατί ένα κατάλληλο υπόστρωμα τους προσφέρει τις απαραίτητες θρεπτικές ουσίες που χρειάζονται για να εξαπλωθούν. Στην περίπτωση που δεν τις βρουν, τα μικρόβια αποθνήσκουν. Για την καταστροφή των μικροοργανισμών χρησιμοποιούνται φυσικά μέσα, χημικά μέσα και ακτινοβολίες. (Πρακτικά Ημερίδας, 2005)

Τα φυσικά μέσα είναι:

- ⊖ Η θερμότητα, είτε σε υγρή είτε σε ξηρή μορφή είτε σε μορφή ατμού.
- ⊖ Το ψύχος, που επιτυγχάνει κυρίως αναστολή του πολλαπλασιασμού των μικροβίων, όχι όμως την εξάλειψη τους.
- ⊖ Το φως, καθώς το άμεσο ηλιακό φως έχει μικροβιοκτόνα δράση.
- ⊖ Η αποτέφρωση, που καταστρέφει τα μολυσμένα είδη.
- ⊖ Τα υπερηχητικά κύματα, τα οποία προκαλούν πήξη των πρωτεϊνών των μικροβίων και συνεπώς και την καταστροφή τους.

(www.skiadas.gr)

Τα χημικά μέσα είναι ουσίες που δρουν είτε ως μικροβιοκτόνα είτε ως αντανακλαστικά της ανάπτυξης των μικροβίων, όπως το χλώριο, ο ασβέστης, η πενικιλίνη κτλ.

Οι ακτινοβολίες διακρίνονται σε υπεριώδεις και εξιονίζουσες. Οι πρώτες χρησιμοποιούνται για την αποστείρωση κυρίως επιφανειών, λόγω της μικρής ικανότητας διείσδυσης που έχουν. Οι εξιονίζουσες δε χρησιμοποιούνται συχνά, επειδή είναι πολύ διεισδυτικές, άρα και επικίνδυνες για τον άνθρωπο.

Τα παραπάνω μέσα είναι ουσιαστικά οι γνωστές διαδικασίες της αποστείρωσης, που προσδιορίζει την ολοκληρωτική καταστροφή των μικροοργανισμών, της απολύμανσης, που προσδιορίζει την καταστροφή μόνο των παθογόνων μικροβίων, και της αντισηψίας, που προσδιορίζει τη διαδικασία παρεμπόδισης ανάπτυξης μικροβίων. (Πρακτικά Ημερίδας, 2005)

2.6 Οδηγίες ατομικής υγιεινής.

2.6.1 Προληπτική υγιεινή και ατομική καθαριότητα

Ο κυριότερος, αν όχι ο μοναδικός τρόπος για την αποφυγή των λοιμωδών νόσων είναι η υγειονομική συμπεριφορά του κάθε ανθρώπου χωριστά. Οι ενέργειες και στάσεις που συνθέτουν την υγειονομική συμπεριφορά είναι:

- Ô** Η ατομική καθαριότητα, που περιλαμβάνει το τακτικό πλύσιμο ολόκληρου του σώματος, τον τακτικό καθαρισμό των νυχιών στα πόδια και στα χέρια, το πλύσιμο των χεριών πριν το φαγητό και οπωσδήποτε μετά την χρήση του αποχωρητηρίου, τη χρήση καθαρών ρούχων και εσωρούχων, το συχνό λούσιμο των μαλλιών.
- Ô** Η γενική ατομική υγιεινή, όπως η υγιεινή διατροφή, η διαμονή σε υγιεινή κατοικία.

- Ô Ο εμβολιασμός κατά των λοιμωδών νόσων, που πρέπει να αρχίζει από την βρεφική ηλικία και να συνεχίζεται με περιστασιακές δόσεις και στις μετέπειτα ηλικίες.
- Ô Η απομόνωση του ασθενή-αρρώστου και η προσπάθεια να κατανοήσει και να αποδεχθεί την απομόνωση όταν απαιτητέ.
- Ô Η εφαρμογή θεραπευτικής αγωγής, που αποτελεί βέβαια την πιο ουσιαστική και απαραίτητη ενέργεια σε περίπτωση ασθένειας.
- Ô Η συνεργασία με τις υγειονομικές αρχές, η υποχρεωτική δήλωση της νόσου και η παροχή σχετικών πληροφοριών για τη νόσο όταν διενεργούνται επιδημιολογικές έρευνες, που αποτελούν ουσιαστικά μέσα πρόληψης της νόσου.
- Ô Η υγειονομική συμπεριφορά των εργαζομένων σε επιχειρήσεις παραγωγής, επεξεργασίας, εμπορίας και διάθεσης ειδών διατροφής, η οποία πρέπει να έχει διπλό σκοπό: α) την προστασία των ίδιων των εργαζομένων από μολύνσεις ή και λοιμώδη νοσήματα που μεταφέρουν τα άτομα με τα οποία έρχονται σε επαφή και β) το αντίστροφο, δηλαδή τη λήψη μέτρων ώστε να εξασφαλίζεται η αποφυγή μετάδοσης προς τους πελάτες και τα τρόφιμα μικροβίων ή νοσημάτων που φέρουν οι εργαζόμενοι. (www.iatrotek.org)

2.6.2 Η υγιεινή στα εστιατόρια σύμφωνα με τον ισχύοντα υγειονομικό κανονισμό.

Για να δημιουργηθεί και να λειτουργήσει μια επιχείρηση εστίασης ή ένα κατάστημα επεξεργασίας ή πώλησης τροφίμων, πρέπει ο ενδιαφερόμενος να λάβει υπόψη του και να εφαρμόσει όσες διατάξεις και οδηγίες προβλέπει ο νόμος, και ειδικότερα ο υγειονομικός κανονισμός. Στον κανονισμό αυτό τονίζεται με έμφαση ότι όλοι οι χώροι – εσωτερικοί (καλυμμένοι) και εξωτερικοί (ακάλυπτοι) – των εστιατορίων, καθώς και τα κάθε είδους έπιπλα,

σκεύη, εργαλεία, συσκευές κτλ. που χρησιμοποιούνται κατά τη λειτουργία τους, θα διατηρούνται καθαρά με την φροντίδα ευθύνη του επιχειρηματία – καταστηματούχου ή του νομίμου εκπροσώπου της επιχείρησης, που θα ορίζεται από τον επιχειρηματία και τον κατά περίπτωση υπεύθυνο του βοηθητικού προσωπικού. (www.efet.gr)

Αμέσως παρακάτω παρατίθεται το περιεχόμενο ορισμένων βασικών διατάξεων του ισχύοντος υγειονομικού κανονισμού όσον αφορά τις βασικές παραμέτρους μιας επιχείρησης μαζικής εστίασης, δηλαδή τους χώρους και τον εξοπλισμό που χρησιμοποιεί, τα τρόφιμα που διαθέτει προς κατανάλωση και το προσωπικό που απασχολεί.

2.6.3 Η υγιεινή στους χώρους και τις εγκαταστάσεις.

Ο χώρος που θα εγκατασταθεί η επιχείρηση πρέπει να είναι επαρκής, ώστε να εξασφαλίζονται οι απαραίτητες συνθήκες για την υγιεινή και ανεμπόδιστη εκτέλεση των προβλεπόμενων εργασιών, αλλά και για την άνετη παραμονή των πελατών. Ο χώρος κάθε καστήματος πρέπει να περιλαμβάνει τα παρακάτω τμήματα – διαμερίσματα, τα οποία θα πρέπει να πληρούν τους όρους που επιβάλλουν οι ισχύουσες σχετικές τεχνικές, υγειονομικές και αγορανομικές διατάξεις. (www.forumltd.gr) Ειδικότερα:

A) αίθουσα των πελατών

Στην αίθουσα αυτή, σύμφωνα με τον νόμο, αναπτύσσονται τα τραπέζια και τα καθίσματα και τοποθετείται μέρος του εξοπλισμού, όπως το ψυγείο, ο μπουφές και ενδεχομένως ερμάρια στα οποία φυλάσσονται ορισμένα είδη εστίασεως (πιάτα, μαχαιροπίρουνα κτλ.) ή άλλα είδη που είναι απαραίτητα για την κάλυψη των αναγκών της επιχείρησης στο χώρο αυτό. (www.iatrotek.org)

Οι ισχύουσες διατάξεις αναφέρουν με λεπτομέρειες διάφορες τεχνικού περιεχομένου προδιαγραφές, όπως ότι το δάπεδο πρέπει να είναι λείο και από αδιαπτότιστο υλικό, ότι απαγορεύεται η επικάλυψη των τοίχων με ψάθες ή

λινάτσα (κάνναβη) κτλ. Αναφέρεται επίσης πότε επιτρέπεται η επικάλυψη των τοίχων με στιλβωμένο ξύλο ή η τοποθέτηση μοκετών στο πάτωμα κ.α.

Ο μέγιστος αριθμός των καθισμάτων που μπορούν να αναπτυχθούν στην αίθουσα των πελατών ισοδυναμεί με το πηλίκο της διαίρεσης του ωφέλιμου εμβαδού της με τον απαιτούμενο για κάθε κάθισμα χώρο, που υπολογίζεται με 1,40 τ.μ. αν τα καθίσματα είναι κινητά και σε 0,70 τ.μ. αν τα καθίσματα είναι σταθερά (ως ωφέλιμος χώρος στην αίθουσα των πελατών εννοείται ο χώρος που μένει για την ανάπτυξη τραπεζιών και καθισμάτων με την αφαίρεση της συνολικής έκτασης που χρησιμοποιείται για την εγκατάσταση στην αίθουσα των ψυγείων, προθηκών, ερμαρίων, μπουφέ, ταμείου κτλ. καθώς επίσης – προκειμένου για κέντρα διασκέδασης – της πίστας και της ορχήστρας ή των στερεοφωνικών μηχανημάτων. Οι ισχύουσες διατάξεις, περιέχουν και στοιχεία που καλύπτουν και διάφορες περιπτώσεις, όπως ανάπτυξη τραπεζιών και καθισμάτων σε υπαίθριο χώρο.

B) Παρασκευαστήριο

Στο χώρο αυτό γίνεται η προετοιμασία και η παρασκευή των κάθε είδους εδεσμάτων. Ορισμένα καταστήματα (σνακ – μπαρ, πιτσαρίες) απαλλάσσονται από την υποχρέωση να διαθέτουν παρασκευαστήριο, αν όλα τα προσφερόμενα είδη τους παρασκευάζονται σε νόμιμα λειτουργούντα εργαστήρια ή εργοστάσια. Ο χώρος του παρασκευαστηρίου είναι ιδιαίτερος και χωρίζεται από την αίθουσα των πελατών. Η ολική επιφάνεια του είναι συνάρτηση της δυναμικότητας των καθισμάτων των πελατών και έχει εμβαδόν 4 τ.μ. για καταστήματα με δυναμικότητα 50 – 100 καθισμάτων. Για κάθε 100 επιπλέον καθίσματα, η επιφάνεια αυξάνεται κατά 2 τ.μ. (www.epicurious.com)

Τα διάφορα εδέσματα κατά την μεταφορά τους από τους χώρους παραγωγής στα καταστήματα τοποθετούνται ανάλογα με το είδος τους είτε σε ερμητικά κλειστά δοχεία από ανοξείδωτο μέταλλο είτε σε ξύλινα δοχεία επενδυμένα εσωτερικά με γαλβανισμένη λαμαρίνα είτε σε πλαστικά δοχεία και μεταφέρονται με ειδικά διασκευασμένα οχήματα, ώστε το εσωτερικό τους να

προστατεύεται από υψηλές θερμοκρασίες, σκόνες και άλλες ρυπάνσεις. Για την μεταφορά φαγητών και άλλων παρασκευασμάτων υπεύθυνοι είναι τόσο ο πωλητής (ιδιοκτήτης της επιχείρησης παραγωγής) όσο και ο αγοραστής (καταστηματάρχης).

Σε κατάσταση λαϊκού χαρακτήρα (κουτούκια, οινομαγειρεία) δυναμικότητας μέχρι 20 το πολύ καθισμάτων, που βρίσκονται σε περιοχές αγορών, εργοστασίων ή άλλων χώρων εργασίας και στα όποια προσφέρονται το πολύ μέχρι δύο ειδών φαγητά, ο χώρος του παρασκευαστηρίου μπορεί να είναι 8 τ.μ. (δε θεωρούνται φαγητά οι κάθε είδους σαλάτες και τα τηγανητά λαχανικά, όπως πατάτες, κολοκυθάκια, μελιτζάνες, τα οποία μπορεί να διατίθενται χωρίς περιορισμούς).

Οι επιφάνειες των τοίχων του παρασκευαστηρίου μέχρι ύψους 1,80 μ. πρέπει να είναι λείες και αδιαπότιστες (επενδυμένες με πλακάκια εφυσωμένης πολυσελάνης ή ελαιοχρωματισμένες). Επίσης, η απαγωγή των αερίων της καύσιμης ύλης καθώς και των αερίων και οσμών που παράγονται κατά την παρασκευή των φαγητών γίνεται από πλήρως οργανωμένο επαγωγικό σύστημα, ώστε να μην ενοχλούνται ούτε οι πελάτες ούτε οι εργαζόμενοι αλλά ούτε και οι περίοικοι. (www.servitoros.gr)

Στα παρασκευαστήρια απαραίτητα πρέπει να υπάρχει απαραίτητα νεροχύτης με υδραυλική εγκατάσταση ζεστού και κρύου νερού, που προορίζεται για το πλύσιμο των φρούτων, λαχανικών, κρεάτων, ψαριών. Στα μεγάλης κίνησης καταστήματα (εστιατόρια, ταβέρνες κτλ.), στα οποία αναπτύσσονται περισσότερα από 200 καθίσματα, επιβάλλεται η ύπαρξη ιδιαίτερου χώρου, που είναι κατά προτίμηση συνεχόμενος του παρασκευαστηρίου και κατασκευασμένος με τον ίδιο τρόπο. Στο χώρο αυτό, που καλείται προπαρασκευαστήριο, γίνεται η προετοιμασία των φαγητών, όπως και το πλύσιμο κρεάτων κτλ. Τόσο στο παρασκευαστήριο όσο και στο προπαρασκευαστήριο πρέπει να υπάρχει απόλυτη καθαριότητα, ενώ απαγορεύεται η είσοδος σε πελάτες και κατοικίδια ζώα.

Από την υποχρέωση αυτή (δηλαδή να διαθέτουν ιδιαίτερο παρασκευαστήριο) εξαιρούνται τα αμιγή μπαρ, στα οποία κατά κανόνα δεν παρασκευάζεται καφές και άλλα ροφήματα. Εξαιρούνται επίσης και οι καφετέριες, τα καφενεία και τα κυλικεία, εφόσον ο καφές και τα λοιπά ροφήματα παρασκευάζονται με ειδική ηλεκτρική συσκευή. Στα καταστήματα αυτά τα οινοπνευματώδη ποτά σερβίρονται με ξηρούς καρπούς ή με πρόχειρους μεζέδες, που δεν απαιτούν χρήση φωτιάς.

Γ) Χώρος πλύσεως σκευών

Στα καταστήματα παρασκευής και προσφοράς φαγητών κτλ. υπάρχει πάντα ένας ιδιαίτερος χώρος (ανάλογος προς το είδος και το μέγεθος του καταστήματος), στον οποίο γίνεται η πλύση των χρησιμοποιούμενων σκευών (πιάτα, ποτήρια κτλ.)

Ο χώρος αυτός χωρίζεται από τους υπόλοιπους του εργαστηρίου με διαχωριστικό τοίχο ή άλλη κατασκευή ανθεκτική στην υγρασία, η οποία, αν δεν φτάνει μέχρι την οροφή, έχει ύψος τουλάχιστον 2 μέτρα, εκτός αν από ειδικές διατάξεις προβλέπεται κάτι διαφορετικό. Το δάπεδο πρέπει να καλύπτεται από ενιαίο και αδιαπότιστο υλικό με κατάλληλες κλίσεις προς το φρεάτιο δαπέδου και σιφόνι για εύκολο καθαρισμό. Οι επιφάνειες των τοίχων μέχρι ύψους 1,80 μ. πρέπει να είναι επενδυμένες με πλακίδια ή ελαιοχρωματισμένες, αφού προηγουμένως έχουν σπατουλαριστεί κτλ. (www.iatrotek.org)

Ο χώρος αυτός έχει εμβαδόν ανάλογο με τη δυναμικότητα των καθισμάτων. Στα καταστήματα με δυνατότητα ανάπτυξης 50 – 100 καθισμάτων, το εμβαδόν του χώρου πλύσεως σκευών πρέπει να είναι 3 τ.μ. τουλάχιστον. Για κάθε 100 επιπλέον καθίσματα η επιφάνεια αυξάνεται κατά 1 τ.μ. Κατ' εξαίρεση των παραπάνω, στα καταστήματα που έχουν δυνατότητες ανάπτυξης και 120 καθισμάτων, το παραπάνω παρασκευαστήριο και ο χώρος πλύσεως σκευών συχνά αποτελούν ενιαίο χώρο.

Ο χώρος αυτός διαθέτει σύστημα πλύσεως με δύο λεκάνες. Εάν όμως στο κατάστημα αναπτύσσονται περισσότερα από 200 καθίσματα, τότε απαραίτητα

θα διαθέτει ηλεκτρικό πλυντήριο για την πλύση των σκευών και εφεδρικό διπλό σύστημα πλύσεως. Με τον όρο «σύστημα πλύσεως σκευών» εννοείτε το σύνολο των λεκανών που βρίσκονται στην σειρά (η μία δίπλα στην άλλη) και προορίζονται για την πλύση ορισμένου είδους σκευών, είναι συνδεδεμένο με την εσωτερική εγκατάσταση αποχέτευσης με παρεμβολή από υδραυλικό σιφόνι και διαθέτει εγκατάσταση κρύου και ζεστού νερού με ανάλογο αριθμό ρυθμιζόμενων κρουνών. Οι λεκάνες είναι κατασκευασμένες από ανοξείδωτο μέταλλο και χωρίς εσωτερικές γωνίες καθεμία φέρει στον πυθμένα οπή που κλείνει με ελαστικό πώμα για την κατακράτηση του νερού. Δεν αποκλείεται η χρησιμοποίηση λεκανών από μάρμαρο ή άλλο αδιαπτότιστο υλικό, εφόσον αυτό πληροί τους όρους που προαναφέρθηκαν.

Ο απαραίτητος σχετικός εξοπλισμός στο εστιατόριο περιλαμβάνει ένα τριπλό σύστημα πλύσεως πιάτων και μαχαιροπίρουνων, ένα διπλό σύστημα πλύσεως ποτηριών και ένα μεγάλο νεροχύτη για το πλύσιμο των μαγειρικών σκευών (κατσαρόλες, ταψιά κτλ.). Τα ποτήρια, τα κύπελλα καφέ και άλλα παρόμοια σαπουνίζονται στην πρώτη λεκάνη του διπλού συστήματος πλύσεως σκευών (νεροχύτης με δύο λεκάνες) με ζεστό νερό και σαπούνι ή άλλο αποδεκτό από τις υγειονομικές αρχές υλικό και στη συνέχεια ξεπλένονται στη δεύτερη λεκάνη του ίδιου συστήματος με άφθονο τρεχούμενο ζεστό νερό. Τα πιάτα, τα μαχαιροπίρουνα και τα λοιπά σκεύη πλένονται σε τριπλό σύστημα πλύσεως (νεροχύτης με τρεις λεκάνες). Τα πιάτα και μαχαιροπίρουνα, αφού απαλλαγούν από τα υπολείμματα των φαγητών, προπλένονται στην πρώτη λεκάνη με άφθονο ζεστό νερό και σαπούνι, ώστε να διαλυθούν και να απομακρυνθούν τα λίπη, οι σάλτσες κτλ. και ακολούθως σαπουνίζονται στη δεύτερη λεκάνη με ζεστό νερό και ξεπλένονται στην Τρίτη πάλι με άφθονο τρεχούμενο ζεστό νερό. (www.servitoros.gr)

Δεν επιτρέπεται η πλύση σκευών σε κοινό δοχείο καθώς και η πλύση ποτηριών, κυπέλλων καφέ και παρόμοιων σκευών στο ίδιο σύστημα που πλένονται και τα σκεύη που έχουν λερωθεί με λίπη, σάλτσες, αυγά κτλ. εκτός αν

σε άλλη διάταξη ορίζεται διαφορετικά. Στα καταστήματα που παρασκευάζουν φαγητά υπάρχει και ιδιαίτερο διπλό σύστημα με δύο βαθιές λεκάνες από ανοξείδωτο μέταλλο για την πλύση των σκευών παραγωγής (ταψιά, κατσαρόλες κτλ.)

Τα σκεύη, αφού πλυθούν, τοποθετούνται σε ειδικό κλίβανο για στέγνωμα ή, αν δεν υπάρχει, σε σχάρα για στράγγιση, απ όπου σφουγγίζονται με καθαρές άσπρες ή ανοιχτόχρωμες πετσέτες και μετά τοποθετούνται σε κατάλληλες προθήκες ή ντουλάπια, για προστασία από τις σκόνες και άλλες ρυπάνσεις. Οι σχάρες στραγγίσεως είναι κατασκευασμένες από ανοξείδωτο μέταλλο ή πλαστικό. Η χρήση ξύλινων σχαρών, ακόμα και επενδυμένων με μέταλλο, απαγορεύεται.

Τα καταστήματα που διαθέτουν ηλεκτρικό πλυντήριο σκευών πρέπει απαραίτητως να διαθέτουν και ένα τριπλό σύστημα πλύσεως πιάτων για την κάλυψη των αναγκών σε περίπτωση βλάβης του πλυντηρίου. Τα πιάτα πλένονται στη συνέχεια, αφού όμως καθαριστεί το σύστημα. Σαπουνίζονται στη μία λεκάνη και ξεπλένονται στην άλλη.

Οι ισχύουσες διατάξεις, δίνουν συγκεκριμένες οδηγίες και σε άλλες περιπτώσεις. Για παράδειγμα, στα καταστήματα που έχουν δυνατότητα ανάπτυξης άνω των 200 καθισμάτων, προβλέπουν ότι για την πλύση των σκευών πρέπει να χρησιμοποιείται υποχρεωτικά ηλεκτρονικό πλυντήριο. (www.efet.gr)

Δ) Αποχωρητήρια

Ο αριθμός τους είναι ανάλογος με τον αριθμό των καθισμάτων που αναπτύσσονται στην αίθουσα των πελατών ή σε ανοιχτό υπαίθριο χώρο, καθώς και με τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων. Κατασκευάζονται δε σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις.

Για τα καταστήματα που εξυπηρετούν μέχρι 40 άτομα (καθισμένοι πελάτες), απαραίτητη είναι η ύπαρξη ενός αποχωρητηρίου (για άντρες και γυναίκες). Από 41 μέχρι 120 άτομα, απαραίτητα είναι δύο αποχωρητήρια (ένα

αντρών και ένα γυναικών). Από 121 και μέχρι 250 άτομα, απαραίτητα είναι τέσσερα αποχωρητήρια (δύο αντρών και δύο γυναικών) κτλ. (www.lifenet.gr)

Ε) αποδυτήρια προσωπικού

Τα αποδυτήρια αυτά είναι απαραίτητα στα μεγάλα καταστήματα όπου απασχολούνται στη βάρδια περισσότερα από τρία άτομα. Σε καταστήματα με προσωπικό μέχρι και τρία άτομα κατά βάρδια, μπορεί να μην υπάρχει ιδιαίτερος χώρος αποδυτηρίων, θα υπάρχει όμως ανάλογος αριθμός ιματιοφυλακίων (ντουλάπες).

Στ) Αποθήκη τροφίμων ποτών

Ο χώρος αυτός είναι απαραίτητος στα καταστήματα στα οποία εξυπηρετούνται περισσότερα από 150 άτομα και έχει εμβαδόν τουλάχιστον 5 τ.μ. Όταν βέβαια το εστιατόριο εξυπηρετεί περισσότερα άτομα, το εμβαδόν της αποθήκης αυξάνεται σύμφωνα με τις διατάξεις.

Ζ) Ύδρευση

Η ύδρευση των καταστημάτων γίνεται υποχρεωτικά απευθείας από το δίκτυο ύδρευσης του δήμου ή της κοινότητας, αν υπάρχει τέτοιο δίκτυο. Διαφορετικά, για την κάλυψη των αναγκών χρησιμοποιείται νερό διαφορετικής προέλευσης, το οποίο έχει χαρακτηριστεί «πόσιμο» από της αρμόδιες αρχές.

Σε εξαιρετικές περιπτώσεις, όταν δεν είναι δυνατή η απευθείας υδροδότηση, το νερό μεταφέρεται με ειδικά βυτιοφόρα ή με δοχεία και αποθηκεύεται σε κατάλληλη υδατοδεξαμενή. Ο υγειονομικός κανονισμός περιγράφει τα υλικά από τα οποία πρέπει να κατασκευάζονται τα δοχεία μεταφοράς του νερού καθώς και τις τεχνικές υγειονομικής προστασίας της υδατοδεξαμενής. (www.iatrotek.org)

Η) Αποχέτευση

Τα λύματα από τα καταστήματα απομακρύνονται με κλειστούς αγωγούς υποχρεωτικά προς το δίκτυο υπονόμων του δήμου ή της κοινότητας. Αν δεν υπάρχει τέτοιο δίκτυο, διοχετεύονται σε σηπτική δεξαμενή και απορροφητικό βόθρο ή σε στεγανή δεξαμενή, όπως ορίζεται από τις σχετικές διατάξεις. Δεν

επιτρέπεται η διοχέτευση των λυμάτων στους δρόμους, στις αυλές, στους ακάλυπτους χώρους ή στους δημοτικούς υπονόμους, που προορίζονται μόνο για την απομάκρυνση των όμβριων υδάτων. (www.servitoros.gr)

Θ) Χώροι διατήρησης απορριμμάτων

Τα προερχόμενα από τη λειτουργία των καταστημάτων απορρίμματα πρέπει να φυλάσσονται προσωρινά σε κατάλληλα και ειδικά για το σκοπό αυτό προοριζόμενα δοχεία, που θα πληρούν τους παρακάτω όρους:

- Ô Θα έχουν κατασκευαστεί από υλικό αδιαπτόιστο και ανθεκτικό (γαλβανισμένη λαμαρίνα, πλαστικό), το οποίο δε θα οξειδώνεται εύκολα.
- Ô Θα είναι καλής κατασκευής, για να μην παραμορφώνονται ή καταστρέφονται κατά τη χρήση τους.
- Ô Η χωρητικότητα τους θα επιτρέπει ευχερείς χειρισμούς.
- Ô Το σχήμα τους θα παρέχει ευστάθεια και θα επιτρέπει την εύκολη εκκένωση και καθαρισμό.
- Ô Θα φέρουν κάλυμμα που θα εφαρμόζει στεγανά στα χείλη.
- Ô Θα διατηρούνται πάντα σε καλή κατάσταση και καθαρά.
- Ô Θα φέρουν ειδικούς πλαστικούς σάκους, για να μη ρυπαίνει εύκολα τα εσωτερικά τους και για να μη φθείρονται.

(www.iatrotek.rg)

Απαγορεύεται η συγκέντρωση των απορριμμάτων σε ξύλινα ή χάρτινα κιβώτια, σε καλάθια ή καφάσια και σε κάθε είδους καλυμμένα ή ακάλυπτα δοχεία. Στα μεγάλα καταστήματα και εργαστήρια τροφίμων πρέπει πάντα να υπάρχουν ειδικοί χώροι για την τοποθέτηση των σάκων ή των δοχείων με τα απορρίμματα μέχρι τη στιγμή παραλαβής τους από τα συνεργεία καθαριότητας. Οι χώροι αυτοί πρέπει να πληρούν τους παρακάτω όρους:

- Ô Να είναι απομονωμένοι, αλλά και ευχερώς προσπελάσιμοι.
- Ô Να διατηρούνται κλειστοί και να αερίζονται καλά.

- Ô Τα δάπεδο και οι τοίχοι τους να είναι από αδιαπότιστο υλικό, για να καθαρίζονται εύκολα.
- Ô Τα δάπεδο να έχει κλίση προς το φρεάτιο δαπέδου εφοδιασμένο με σιφόνι.
- Ô Τα στόμιο του φρεατίου να καλύπτεται από μεταλλική σχάρα, της οποίας το άνοιγμα δε θα είναι μεγαλύτερο από 5 χιλιοστά.
- Ô Στα ανοίγματα φωτισμού και αερισμού να τοποθετούνται συρματοπλέγματα Νο 15, για να εμποδίζεται η είσοδος εντόμων.
- Ô Να παρεμποδίζεται η είσοδος ποντικών.
- Ô Να διατηρούνται πάντα σε καλή κατάσταση και καθαροί.

(www.servitoros.gr)

Οι γεμάτοι σάκοι ή τα δοχεία των απορριμμάτων πρέπει να μεταφέρονται στις καθορισμένες για την αποκομίδή τους θέση λίγο πριν περάσει το συνεργείο καθαριότητας. Η τοποθέτηση των σάκων ή των δοχείων έξω από τα καταστήματα και τις βραδινές ώρες της προηγούμενης μέρας απαγορεύεται. Κατ' εξαίρεση για τα καταστήματα που λειτουργούν κατά τις νυχτερινές ώρες, επιτρέπεται μετά από το τέλος της εργασίας τους να τοποθετούνται οι σάκοι με τα απορρίμματα στο πεζοδρόμιο μπροστά από το κατάστημα, με την προϋπόθεση ότι θα είναι δεμένοι καλά και τοποθετημένοι μέσα σε δοχεία που θα καλύπτονται τελείως, ώστε να εμποδίζεται η παραβίαση τους από τα αδέσποτα ζώα.

Όπου υπάρχει δημοτική υπηρεσία καθαριότητας, τα απορρίμματα αποκομίζονται από τα συνεργεία της υπηρεσίας αυτής. Διαφορετικά, απομακρύνονται και θάβονται σε βαθύς λάκκους, όπως ορίζουν οι σχετικές υγειονομικές διατάξεις, με τη φροντίδα του καταστηματούχου ή του νομίμου εκπροσώπου της επιχείρησης.

I) Η καθαριότητα στους χώρους.

Όλοι γενικά οι εσωτερικοί και εξωτερικοί χώροι καθώς και τα κάθε είδους έπιπλα, σκεύη, εργαλεία, συσκευές, είδη υματισμού κτλ. που χρησιμοποιούνται κατά τη λειτουργία των καταστημάτων τροφίμων ή και ποτών πρέπει να διατηρούνται καθαρά με την φροντίδα και ευθύνη του επιχειρηματία ή του νομίμου εκπροσώπου του, που ορίζεται με υπεύθυνη δήλωση του επιχειρηματία.

Απαγορεύεται η χρήση πριονιδιού ή άλλων παρόμοιων υλικών κατά των καθαρισμό των δαπέδων. Κατ' εξαίρεση επιτρέπεται η χρήση πριονιδιού στα κρεοπωλεία κατά τον καθαρισμό των δαπέδων και των ψυκτικών θαλάμων τους, καθώς και στα καταστήματα που παρασκευάζουν φαγητά και γλυκίσματα κατά τον καθαρισμό των χώρων πλύσεως των σκευών, με την προϋπόθεση ότι τα πριονίδια θα απομακρύνονται αμέσως μετά τη χρήση τους.

Δεν επιτρέπεται η παρουσία περιττών αντικειμένων και ειδών συσκευασίας (κιβώτια, καφάσια κτλ) στους χώρους πώλησης και στα παρασκευαστήρια των καταστημάτων τροφίμων. Τέτοια είδη απομακρύνονται αυθημερόν ή, αν πρόκειται να επαναχρησιμοποιηθούν, φυλάσσονται σε ειδική αποθήκη στην οποία δε θα υπάρχουν τρόφιμα, όπως ορίζεται σε σχετικό άρθρο του υγειονομικού κανονισμού.

2.7 Η Υγιεινή του περιβάλλοντος εργασίας

Πρέπει να μελετώνται οι πιθανές πηγές μόλυνσης από το περιβάλλον εργασίας. Έτσι η βασική παραγωγική διαδικασία δεν πρέπει να πραγματοποιείται σε περιοχές, στις οποίες η παρουσία πιθανά επικίνδυνων συστατικών μπορεί να οδηγήσει σε μη αποδεκτή συγκέντρωση αυτών στο τρόφιμο. Συγκεκριμένα, οι εγκαταστάσεις της βιομηχανίας τροφίμων πρέπει να κατασκευάζονται μακριά από:

- ⊖ Περιβαλλοντικά μολυσμένες περιοχές
- ⊖ Περιοχές επιρρεπείς σε ανάπτυξη τρωκτικών και εντόμων

Ô Περιοχές από όπου υγρά ή στερεά απόβλητα δε μπορούν να απομακρυνθούν αποτελεσματικά.

Η υγιεινή των χώρων επεξεργασίας και του εξοπλισμού: απαιτούν επαρκή και κατάλληλο καθαρισμό, απολύμανση και συντήρηση, εξαφάνιση των τρωκτικών, απεντόμωση, διαχείριση των αποβλήτων και αποτελεσματική καταγραφή όλων των παραπάνω διαδικασιών. Επίσης τα μηχανήματα της παραγωγής πρέπει:

- Ô Να τοποθετούνται σε κατάλληλα μέρη, ώστε να επιτρέπεται ο σωστός καθαρισμός και η συντήρησή τους
- Ô Να έχουν σχεδιαστεί κατάλληλα, ώστε να αποφεύγεται η μόλυνση των τροφίμων από ξένα σώματα, όπως γυαλί, μέταλλα ή λιπαντικά
- Ô Να λύνονται εύκολα, προκειμένου να πραγματοποιείται εύκολα ο καθαρισμός, η απολύμανση και η επιθεώρηση για πιθανή παρουσία τρωκτικών.

2.8 Η υγιεινή στον εξοπλισμό.

A) Έπιπλα – πάγκοι

Τα έπιπλα που θα τοποθετηθούν στους χώρους πρέπει να είναι καλή κατασκευής, με λείες ελαιοχρωματισμένες ή στιλβωμένες επιφάνειες, και να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και καθαρά.

Οι οριζόντιες επιφάνειες των πάγκων πάνω στους οποίους γίνονται οι διάφορες εργασίες, όπως τεμαχισμός, επεξεργασία κρεάτων κτλ., κανονικά είναι καλυμμένες με μαρμάρινη πλάκα ή ανοξείδωτο χάλυβα ή – όπου επιβάλλεται λόγω της φύσης εργασίας – με σκληρό ξύλο, και δεν παρουσιάζουν ρωγμές ή άλλες φθορές. Ιδιαίτερα τα ξύλα κοπής κρέατος (κούτσουρα) πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση. Στο τέλος της εργασίας, η οριζόντια επιφάνεια του ξύλου κοπής κρέατος, αφού ξυθεί καλά, ώστε να αφαιρεθεί τελείως το στρώμα λοιπούς, σάρκας και αίματος που σχηματίστηκε κατά τον

τεμαχισμό του κρέατος, πλένεται με άφθονο ζεστό νερό και ποτάσα. Μετά την χρήση τους τα ξύλα καλύπτονται με καθαρό κάλυμμα από λαμαρίνα που εφαρμόζει καλά.

Οι προθήκες και τα ερμάρια που χρησιμοποιούνται για την έκθεση ή φύλαξη τροφίμων ή σκευών θα πρέπει να κλείνουν ερμητικά, ώστε να εμποδίζεται ή είσοδος ποντικών, βλαβερών εντόμων και σκόνης. Η θήκη του ψωμιού (αρτοποιητή) είναι μεταλλική ή πλαστική ή ξύλινη με εσωτερική ανοξείδωτη επένδυση και πρέπει να κλείνει ερμητικά.

Β) Ψυγεία

Τα τρόφιμα που αλλοιώνονται εύκολα πρέπει να διατηρούνται σε ηλεκτρικά ή άλλα κατάλληλα ψυγεία με επαρκή χωρητικότητα και σταθερή ψύξη, τουλάχιστον 7°C, ανάλογα με το είδος του τροφίμου και τον επιθυμητό χρόνο συντήρησης. Μετά το τέλος των εργασιών της ημέρας, τα φαγητά που δεν καταναλώθηκαν τοποθετούνται στα ψυγεία για συντήρηση, αφού προηγουμένως κρυώσουν και έρθουν σε θερμοκρασία περιβάλλοντος.

Γ) Θερμοθάλαμοι

Τα είδη των φαγητών που προσφέρονται ζεστά διατηρούνται σε θερμοθαλάμους ή σε ειδικές συσκευές μπέν – μαρί με θερμοκρασία μεγαλύτερη των 60°C. Οι θερμοθάλαμοι πρέπει να κλείνουν ερμητικά και να διατηρούνται καθαροί. Αν χρησιμοποιούνται μπέν – μαρί, τα σκεύη που περιέχουν φαγητά διατηρούνται συνεχώς καλυμμένα, εκτός αν οι συσκευές αυτές καλύπτονται με υαλόφρακτες προθήκες ανοιχτές προς το μέρος του σερβιρίσματος. Τόσο στους θερμοθαλάμους όσο και στις συσκευές μπέν – μαρί υπάρχουν μόνιμα τοποθετημένα θερμομέτρα για τον έλεγχο της θερμοκρασίας. (www.skiadas.gr)

Δ) Επιτραπέζια σκεύη

Τα καταστήματα πρέπει να διαθέτουν επαρκή αριθμό από τα απαραίτητα για την εύρυθμη λειτουργία τους σκεύη μαγειρικής και εστίασης. Τα σκεύη θα πρέπει να είναι κατασκευασμένα από κατάλληλο και επιτρεπόμενο από τη σχετική νομοθεσία υλικό και δεν θα παρουσιάζουν ρωγμές, οξειδώσεις ή

παραμορφώσεις. Διατηρούνται καθαρά σε κατάλληλες κλειστές προθήκες ή συρτάρια. Ειδικά τα καλαμάκια και τα κουταλάκια μίας χρήσεως είναι αποστειρωμένα από το εργοστάσιο παραγωγής τους και τοποθετημένα κατά τεμάχιο σε κλειστή αδιάβροχη πλαστική ή χάρτινη θήκη.

Τα είδη απαραίτητων σκευών εστίασης καθορίζονται ανάλογα με το είδος του καταστήματος και των προσφερόμενων από αυτό φαγητών και ποτών, σε κάθε δε κάθισμα αναλογούν δυο τουλάχιστον τεμάχια από το κάθε είδος. (Από την υποχρέωση αυτή να διαθέτουν σκεύη εστίασεως δεν απαλλάσσονται ούτε οι πισαρίες. Η προσφορά πίτσας στο ειδικό σκεύος με χαρτοπετσέτες μόνο, χωρίς πιάτα και μαχαιροπίρουνα, επιτρέπεται μόνο όταν το ζητήσουν οι πελάτες).

Για την προσθήκη αλατιού και πιπεριού στο φαγητό χρησιμοποιούνται αλατιέρες και πιπεριέρες. Οι οδοντογλυφίδες τοποθετούνται σε κλειστή θήκη, κατασκευασμένη κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να παρέχεται η δυνατότητα να βγαίνει κάθε φορά μία οδοντογλυφίδα χωριστά. (www.skiadas.gr)

Αν χρησιμοποιούνται σκεύη μίας χρήσεως, υπάρχει αναρτημένη επιγραφή σε εμφανές σημείο του καταστήματος η οποία υποδεικνύει στους πελάτες να καταστρέφουν μόνοι τους τα παραπάνω σκεύη αμέσως μετά την χρήση τους.

2.9 Η υγιεινή στον ιματισμό.

Τα τραπέζια καλύπτονται πάντα με καθαρά άσπρα ή χρωματιστά τραπεζομάντιλα, τα οποία μπορεί να είναι είτε πολλαπλής χρήσεως (από ύφασμα, μουσαμά κτλ.) είτε μίας χρήσεως (από λεπτό πλαστικό ή χαρτί), ανάλογα με την κατηγορία στην οποία ανήκει το κατάστημα σύμφωνα με τις ισχύουσες αγορανομικές διατάξεις. (www.servitoros.gr)

Η αντικατάσταση των μεταχειρισμένων τραπεζομάντιλων με καθαρά γίνεται παρουσία του πελάτη, και τα μεν υφασμάτινα απομακρύνονται για να

πλυθούν και να ξαναχρησιμοποιηθούν, τα δε πλαστικά ή χάρτινα (μίας χρήσεως) αχρηστεύονται. Τα πολλαπλής χρήσεως τραπεζομάντιλα που είναι από άλλη επιτρεπόμενη ύλη καθαρίζονται αμέσως κατά την προσέλευση του πελάτη με καθαρό βρεμένο ύφασμα ή σφουγγάρι. Μετά το τέλος της εργασίας, μεσημέρι και βράδυ, ή πριν την έναρξη αυτής, πρωί και απόγευμα, τα τραπεζομάντιλα αυτά πλένονται με ζεστό νερό και σαπούνι.

Τα υφασμάτινα τραπεζομάντιλα επιτρέπεται να χρησιμοποιούνται περισσότερες από μία φορές, υπό την προϋπόθεση ότι διατηρούνται καθαρά και καλύπτονται με μικρότερα λευκά ή ανοιχτόχρωμα τραπεζομάντιλα (επιτραπεζομάντηλα ή ναπερόν), η αντικατάσταση των οποίων γίνεται μετά από κάθε χρήση και παρουσία του νέου πελάτη.

Στους πελάτες προσφέρονται είτε καθαρές υφασμάτινες πετσέτες (λευκές ή ανοιχτόχρωμες), οι οποίες απομακρύνονται ύστερα από κάθε χρήση τους για πλύσιμο, είτε ειδικές χάρτινες μίας χρήσεως (απαγορεύεται να χρησιμοποιούνται αντί χαρτοπετσέτων φύλλα κοινού χαρτιού).

Δεν επιτρέπεται το στρώσιμο των τραπεζιών και η τοποθέτηση σε αυτά των σκευών εστίασεως (πιάτα, ποτήρια, μαχαιροπίρουνα) πριν από την άφιξη των πελατών. Τα τραπέζια επιτρέπεται να είναι καλυμμένα με υφασμάτινα τραπεζομάντιλα, αν αυτά πρόκειται να είναι καλυμμένα με υφασμάτινα τραπεζομάντιλα, αν αυτά πρόκειται να καλυφθούν κατά την άφιξη του πελάτη με ναπερόν ή με τραπεζομάντιλα από άλλη επιτρεπόμενη ύλη, παρουσία του πελάτη. Πάνω στα τραπέζια μπορούν να έχουν τοποθετηθεί εκ των προτέρων τα σταχτοδοχεία, τα μαχαιροπίρουνα με την χαρτοπετσέτα, αν είναι αεροστεγώς συσκευασμένα, και τα ανθοδοχεία, αν προβλέπονται. Όλα τα σκεύη εστίασεως τοποθετούνται στο τραπέζι κατά κανόνα αμέσως μετά την άφιξη του πελάτη. Κατ' εξαίρεση, επιτρέπεται από πριν το στρώσιμο των τραπεζιών και η τοποθέτηση σε αυτά σκευών εστίασεως μόνο σε περιπτώσεις γαμήλιων γευμάτων, συνεστιάσεων κτλ. (www.servitoros.gr)

2.10 Η υγιεινή στα τρόφιμα.

Τα έτοιμα φαγητά και τα κάθε είδους τρόφιμα που τρώγονται όπως είναι, διατηρούνται σε κατάλληλες κλειστές προθήκες ή ερμάρια για να προστατεύονται από σκόνες, έντομα, ζώδια, και γενικότερα από κάθε είδους ρυπάνσεις και μολύνσεις. (www.skiadas.gr)

Τα φαγητά που αλλοιώνονται εύκολα, όπως κρέας, τυροκομικά προϊόντα κτλ. διατηρούνται σε κατάλληλα ψυγεία. Αν ο καταστηματάρχης επιθυμεί την έκθεση τους, χρησιμοποιεί για το σκοπό αυτό ειδικές βιτρίνες ψυγεία. Τα φαγητά που προσφέρονται ζεστά διατηρούνται σε θερμοθαλάμους ή σε συσκευές μπέη – μαρί. Απαγορεύεται η έκθεση των τροφίμων με οποιονδήποτε άλλο τρόπο. Απαγορεύεται επίσης να αγγίζονται τα τρόφιμα από το προσωπικό ή τους πελάτες.

Η λήψη των φαγητών για την τοποθέτηση τους στα πιάτα γίνεται πάντα με τα ειδικά για το σκοπό αυτό όργανα (κουτάλια, πιρούνια, λαβίδες κτλ.) και όχι με τα χέρια. Η μεταφορά των πιάτων που περιέχουν φαγητό γίνεται με δίσκους και κατά τρόπο που να μην τοποθετείται το ένα πιάτο πάνω στο άλλο.

Τα προσφερόμενα είδη πρέπει να διαθέτουν το προβλεπόμενα χαρακτηριστικά (σωστή οσμή, γεύση και όψη) και να πληρούν τους υγειονομικούς όρους και προϋποθέσεις που ορίζονται από τον κώδικα τροφίμων και ποτών. Επίσης, οι χρησιμοποιούμενες στην παρασκευή των φαγητών πρώτες ύλες θα πρέπει να είναι καλής ποιότητας. Απαγορεύεται η μεταποίηση μαγειρεμένων κρεάτων ή άλλων φαγητών, καθώς και υπολειμμάτων ποτών. Απαγορεύεται επίσης η παρασκευή φαγητών ή άλλων παρασκευασμάτων από υποπροϊόντα ζωικής ή φυτικής προέλευσης, ή από προϊόντα που παρουσιάζουν ενδείξεις αλλοίωσης ή ρύπανσης κτλ. (www.skiadas.gr)

2.10.1 Υγιεινή των πρώτων υλών και συστατικών των τροφίμων

Πρέπει να αναγνωρίζονται τα σημεία, όπου υπάρχει υψηλή επικινδυνότητα μόλυνσης των πρώτων υλών και συστατικών και να λαμβάνονται μέτρα για την ελάττωση της επικινδυνότητας αυτής. Πιο συγκεκριμένα οι παραγωγοί πρέπει να εφαρμόζουν κατάλληλα μέτρα, με σκοπό:

- Τον έλεγχο της μόλυνσης από υπολείμματα λιπασμάτων, εντομοκτόνων ή αντιβιοτικών που χρησιμοποιούνται κατά την ανάπτυξη των πρώτων υλών
- Τον έλεγχο της υγείας των φυτικών και ζωικών πρώτων υλών, προκειμένου να αποτρέπεται η κατανάλωση ακατάλληλων και επικίνδυνων τροφίμων
- Την προστασία των πρώτων υλών και συστατικών από απορρίμματα ζώων ή άλλες μολύνσεις.

Ιδιαίτερη φροντίδα πρέπει να δίνεται στη σωστή μεταχείριση και διάθεση των αποβλήτων, καθώς και στην αποθήκευση επικίνδυνων ουσιών. (Αρβανιτογιάννης και Τζάρος, 2004)

2.10.2 Υγιεινή κατά την παραγωγή, συσκευασία, αποθήκευση, μεταφορά και διανομή του προϊόντος.

Το τρόφιμο και οι πρώτες ύλες πρέπει:

- Να ταξινομούνται προκειμένου να διαχωρίζονται εκείνες που είναι ακατάλληλες για κατανάλωση.
- Να προστατεύονται από τη μόλυνση από έντομα, τρωκτικά ή άλλους χημικούς, φυσικούς ή μικροβιολογικούς κινδύνους κατά την παραγωγή, την επεξεργασία την αποθήκευση και την μεταφορά.

Επίσης πρέπει να αποφεύγεται η αλλοίωση του τροφίμου με εφαρμογή κατάλληλων μέτρων όπως ο έλεγχος της θερμοκρασίας, της υγρασίας κ.τ.λ.

Τα μεταφορικά οχήματα και οι περιέκτες που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά τροφίμων πρέπει να διατηρούνται καθαρά, και σε καλή κατάσταση, ώστε να προφυλάσσονται τα τρόφιμα από μολύνσεις. Θα πρέπει επίσης να είναι σχεδιασμένα και κατασκευασμένα έτσι ώστε να καθαρίζονται και να απολυμαίνονται δεόντως. Τα βυτία στα οχήματα ή και οι περιέκτες δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για την μεταφορά άλλου πράγματος πλην τροφίμων, αν χρησιμοποιηθούν θα πρέπει να γίνεται αποτελεσματικός καθαρισμός ώστε να αποφεύγεται ο κίνδυνος μόλυνσης. Όταν χρησιμοποιούνται για την μεταφορά διαφορετικών ειδών τροφίμων, πρέπει τα προϊόντα όπου απαιτείται, να διατηρούνται χωριστά για να προφυλάσσονται από τυχόν μόλυνση και μεταξύ των φορτώσεων να γίνεται αποτελεσματικός καθαρισμός. Τέλος τα οχήματα ή και οι περιέκτες που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά τροφίμων πρέπει να έχουν την ικανότητα να διατηρούν την κατάλληλη θερμοκρασία και να είναι σχεδιασμένα έτσι ώστε, αν χρειαστεί, να ελέγχεται το επίπεδο θερμοκρασίας. (www.ktimel.gr)

Κατά την διάρκεια παραγωγής οποιαδήποτε τροφίμου, οι παραγωγοί πρέπει :

- ⊖ Να αναγνωρίζουν τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας που είναι κρίσιμα για την ασφάλεια των τροφίμων.
- ⊖ Να εγκαθιστούν αποτελεσματικές διεργασίες ελέγχου στα στάδια αυτά.
- ⊖ Να παρακολουθούν τις διεργασίες ελέγχου, προκειμένου να εξασφαλίζεται η συνεχής αποτελεσματικότητα αυτών.
- ⊖ Να επιθεωρούν τις διεργασίες ελέγχου περιοδικά και όποτε γίνεται μετατροπή της παραγωγικής διαδικασίας. (Τζία και Τσιαπούρης, 1996)

2.11 Η υγιεινή προσωπικού, περιβολή, ενδυμασία, εξυπηρέτηση.

Σημαντικό ρόλο στην εκτέλεση των παραγωγικών διαδικασιών μιας επιχείρησης έχει το προσωπικό της επιχείρησης. Το προσωπικό θα πρέπει να είναι επαρκές και να καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης.

Το προσωπικό της επιχείρησης με την συχνή επαφή που έχει με τα τρόφιμα κατά την επεξεργασία τους είναι δυνατόν να αποτελεί μεγάλο κίνδυνο επιμόλυνσης των τροφίμων που μπορεί να οφείλεται στην επιμόλυνση των ατόμων κατά τις μετακινήσεις των στα διάφορα τμήματα του κτιρίου και ιδιαίτερα κατά την επίσκεψή των σε βοηθητικούς χώρους όπως π.χ. στις τουαλέτες. (www.epicurious.com). Επίσης στην επιμόλυνση των χεριών των ατόμων από τις διαφορετικές προσωπικές τους συνήθειες. Το ανθρώπινο σώμα φιλοξενεί πολλούς μικροοργανισμούς στη μύτη, στο στόμα, στο σάλιο, στα μαλλιά και τον εντερικό σωλήνα. Όλα αυτά αποτελούν εστίες μόλυνσης για τα χέρια του προσωπικού.

Το προσωπικό που εργάζεται στο χώρο επεξεργασίας των τροφίμων θα πρέπει να είναι υγιές και να μην πάσχει από ασθένειες ικανές να μεταδοθούν με τα τρόφιμα (γαστρεντερικές διαταραχές, εμετούς, διάρροια). Επίσης άτομα που έχουν πληγές ή κοψίματα ή τα αποκτούν κατά την διάρκεια της εργασίας, δεν θα πρέπει να έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα. Οι εργαζόμενοι που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα πρέπει να υποβάλλονται σε ιατρικές εξετάσεις πριν από την πρόσληψή τους. (Καλογρίδου-Βασιλειάδου, 1999:11)

Για την αποφυγή επιμόλυνσης των τροφίμων θα πρέπει να εφαρμόζονται κατάλληλες διεργασίες, οι οποίες να εξασφαλίζουν:

- Την αποτελεσματική πραγματοποίηση των απαραίτητων διεργασιών καθαρισμού, απολύμανσης και συντήρησης, με ικανοποιητική παροχή θερμού ή ψυχρού νερού, όπου αυτό κρίνεται αναγκαίο. Πρέπει να εφαρμόζονται προγράμματα καθαρισμού (cleaning programmers) και συστήματα ελέγχου τρωκτικών και εντόμων (pest control systems).

Ô Τη διατήρηση ενός καλού επιπέδου ατομικής καθαριότητας και υγιεινής των εργαζομένων, με την παροχή στο προσωπικό σταθμών πλύσης χεριών, αποδυτηρίων, κ.τ.λ. (Τζία και Τσιαπούρης, 1996:56)

Η άρχουσα νομοθεσία (υγειονομικός κανονισμός) επιβάλλει για το προσωπικό που εργάζεται στις επιχειρήσεις τροφίμων ή ποτών τους εξής κανονισμούς (www.servitoros.gr, www.iatrotek.org, www.efet.gr):

Ô Οι απασχολούμενοι στο κατάστημα τροφίμων ή ποτών, ανεξαρτήτως της σχέσης τους με την επιχείρηση (επιχειρηματίας, μέλη της οικογένειας του, υπάλληλοι, εργάτες κτλ.) πρέπει να είναι καθαροί, να έχουν κομμένα νύχια, περιποιημένα καθαρά μαλλιά

Ô Για την τήρηση της καθαριότητας των ειδών ματισμού συνυπεύθυνοι είναι οι εργαζόμενοι και ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης, ενώ οι δαπάνες για την προμήθεια και τον καθαρισμό τους βαρύνουν τον επιχειρηματία.

Ô Είναι καλό να αποφεύγεται η χρήση μάλλινων ρούχων. Εάν λόγω χαμηλών θερμοκρασιών κατά την διάρκεια του χειμώνα αυτό δεν είναι εφικτό, τότε το μάλλινο θα καλύπτεται απαραίτητα από μπλούζα εργασίας. Στα καταστήματα πολυτελείας επιτρέπεται κατ' εξαίρεση στους τραπεζοκόμους η χρήση ζακέτας, ακόμα και μάλλινης, με την προϋπόθεση ότι θα διατηρείται καθαρή. Την καλοκαιρινή περίοδο οι τραπεζοκόμοι μπορούν να φορούν άσπρο πουκάμισο.

Ô Απαγορεύεται στα καταστήματα τροφίμων και ποτών οι εργαζόμενοι να κοιμούνται στους χώρους εργασίας ή στους βοηθητικούς χώρους υπηρεσίας.

Ô Η φύλαξη των ρούχων θα γίνεται σε ιδιαίτερο χώρο της επιχείρησης, που θα διαθέτει ιματιοφυλάκια.

Ô Οι απασχολούμενοι ως χειριστές τροφίμων (μάγειροι, τραπεζοκόμοι) κατά κύριο λόγο είναι υπεύθυνοι για την ατομική

τους καθαριότητα και οφείλουν να ελέγχουν την καθαριότητα του τμήματος τους και του χρησιμοποιημένου εξοπλισμού. Για την καθαριότητα είναι συνυπεύθυνος και ο επιχειρηματίας ή ο νόμιμος εκπρόσωπος της επιχείρησης, εκτός αν αποδεχθεί ότι δεν παρέχει τα απαιτούμενα μέσα για την καθαριότητα της επιχείρησης, οπότε αποκλειστικά υπεύθυνος είναι ο ίδιος.

- Ô Το βοηθητικό προσωπικό που είναι αρμόδιο για τον καθαρισμό του εξοπλισμού και των χώρων πρέπει να εκτελεί με άψογο τρόπο τις εργασίες του, εφόσον η επιχείρηση τους παρέχει τα αναγκαία για το σκοπό αυτό μέσα.

Κεφάλαιο 3. Διοίκηση Ολικής Ποιότητας.

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας είναι μια ευρεία προοπτική που περιλαμβάνει πολλούς τομείς όπως παραδείγματος χάριν την διαχείριση της εξυπηρέτησης πελατών, τις συνολικές ποιοτικές υπηρεσίες και δημιουργεί αξία μέσω της εξασφάλισης ποιότητας (Neely 1995:85). Είναι σίγουρο ότι υπάρχουν πολλοί, μερικές φορές διαφορετικοί, τρόποι να εξηγηθεί η ποιότητα, μέσα στο πλαίσιο της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Εντούτοις., η γενική ιδέα σχετικά με τη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας έχει να κάνει κυρίως με την εξασφάλιση της ποιότητας και την ποιοτική εξέλιξη (Neely 1995:86, Sobek και Jimmerson 2004:55).

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας εστιάζει σε πολλές και διαφορετικές πτυχές της ποιοτικής διαχείρισης, δεδομένου ότι έχει να κάνει με «... τις πολιτικές, τις διαδικασίες και τις ενέργειες μέσω των οποίων η ποιότητα διατηρείται και αναπτύσσεται» (Sobek και Jimmerson, 2004:17). Προτείνεται ότι η διαδικασία σε αυτό το πλαίσιο μπορεί να γίνει αντιληπτή ως δύο σχετικές υποδραστηριότητες, μια που έχει σχέση με τη διαχείριση για την ποιότητα και μια άλλη με την ποιοτική διαχείριση (Sullivan και Miller, 2003:78). Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, χρησιμοποιείται στρατηγικά για να αναλύσει τις στρατηγικές πρωτοβουλίες μιας οργάνωσης και των κύριων διαδικασιών που οι επιχειρήσεις έχουν αποφασίσει να εκτελέσουν προκειμένου να επιτευχθούν αυτές οι πρωτοβουλίες. Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας επομένως είναι διαφορετική για το ίδιο το προϊόν από τη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας για τη διαδικασία μάρκετινγκ ή/ και την κατασκευή του προϊόντος (Grönroos, 2000:42).

Σε σχέση με εκείνους διάφορες έρευνες, η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας ενσωματώνει την πεποίθηση ότι υπάρχει μια καλά τεκμηριωμένη διαδικασία που έχει να κάνει με την ποιότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας που εξετάζεται και για να είναι αποτελεσματική πρέπει να υπάρχει μια διαδικασία για τις στρατηγικές και τις ενέργειες που θα ακολουθήσει μια επιχείρηση (de

Coninck-Smith 1991:33). Στα πλαίσια των υπηρεσιών, οι σχετικές διαδικασίες, περιλαμβάνουν τη διαχείριση πελατών, το σχέδιο της αξιολόγησης των υπαλλήλων, την διαμόρφωση της διοικητικής προόδου των διαδικασιών και όλες απαιτούν προσεκτική ανάλυση.

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας επεξεργάζεται αφ' ετέρου και έχει να κάνει με άλλες παρόμοιες πτυχές της διαχείρισης όπως το πώς οι υπάλληλοι μαθαίνουν να υιοθετούν τις όποιες νέες διαδικασίες, το πώς αλληλεπιδρούν με τους πελάτες, και πώς στηρίζουν, αναπτύσσονται, ή ακόμα και καταστρέφουν, την επιχειρησιακή φιλοσοφία και πόσο αποτελεσματικά έχουν ενσωματώσει τους στόχους της επιχείρησης (Liker, 2004:24). Εντούτοις, αν και η κατανόηση είναι η βάση, η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας είναι επίσης απαραίτητη για τις καλά σχεδιασμένες μεθόδους αξιολόγησης των διοικητικών διαδικασιών. Αυτές οι μέθοδοι αναφέρονται συχνά (Björke 2000:36, Dahlgaard και Dahlgaard, 2005:6) ως ποιοτικοί έλεγχοι ή διαδικασίες ελέγχου και αναθεώρησης και αποτελούνται συνήθως από τις διαδικασίες ελέγχου που εξηγούν και ακολουθούν το βαθμό συνοχής του συστήματος, τις συνδέσεις μεταξύ των διαφορετικών του συστατικών/ διαδικασιών.

Στα πλαίσια της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας υπάρχουν και κάποιες απλές μεταβλητές που πρέπει να ερευνούνται και που είναι κεντρικές στη διαχείριση για την ποιότητα και την ποιοτική διαχείριση στο πλαίσιο οποιουδήποτε επιχειρηματικού τομέα. Αυτοί είναι:

- Τι προσπαθούμε να επιτύχουμε;
- Πόσο καλά το κάνουμε;
- Πώς θα μπορούσαμε να το κάνουμε καλύτερα;

Και οι τρεις μεταβλητές είναι μεγάλης σπουδαιότητας όταν αξιολογούμε στρατηγικά την υπηρεσία που παρέχουμε, αλλά σύμφωνα με τον Kollberg (2005:57), η τελευταία αυτών των τριών ερωτήσεων είναι η σημαντικότερη δεδομένου ότι ενδιαφέρεται για τη βελτίωση της ποιότητας. Μια εξήγηση της

ποιοτικής αύξησης, από την άποψη της επιχειρηματικής ποιοτικής ανάλυσης δίνεται από τους Dahlgaard και Dahlgaard (2006:5) όταν αναφέρουν ότι η επιχειρηματική ανάλυση συνδέεται με μια «... διαδικασία συνεχούς βελτίωσης της ποιότητας που λειτουργεί σε επίπεδο θεσμικής και επιχειρηματικής βάσης». Επομένως, η επιχειρηματική ανάλυση και η αξιολόγηση δεν πρέπει να λειτουργήσουν ενάντια στη διαδικασία της συνεχούς βελτίωσης της ποιότητας που λειτουργεί μέσα σε ένα οργανισμό αλλά μάλλον ενισχύουν την ποιοτική διαδικασία γενικά.

Όπως έχουμε αναλύσει, το παράδειγμα Διοίκησης Ολικής Ποιότητας εστιάζει στην ποιοτική αύξηση που αναφέρεται στη βελτίωση της ποιότητας σε όλα τα μέρη μιας διαδικασίας, παραδείγματος χάριν μέσω της ορθής πρακτικής, ενώ θεωρείται ως κάτι που απαιτεί μια διαδικασία αλλαγής που ενδιαφέρεται άμεσα για την προσθήκη αξίας, τη βελτίωση της ποιότητας και την εφαρμογή μιας στρατηγικής αλλαγής (McAdam και O'Neil 1999:147). Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας δίνει πρακτική έμφαση μέσω των συστημάτων αξιολόγησης υπαλλήλων και την ανάπτυξη μιας κουλτούρας συνεχούς βελτίωσης και καινοτομίας και προσαρμογής στις επιχειρηματικές ανάγκες του οργανισμού (Mizikaci, 2006:26).

3.1 Τι είναι η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (Total Quality Management).

Η έννοια της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (Total Quality Management) βασίζεται στις Αρχές Διοίκησης Ολικής Ποιότητας. Αυτές είναι ένα σύνολο κατευθυντήριων αρχών που αφορούν την εφαρμογή Συστημάτων Διοίκησης Ποιότητας. Οι αρχές αυτές δεν προσδιορίζουν έναν διαφορετικό τύπο Διοίκησης Ποιότητας αλλά είναι ένα σύνολο συστάσεων οι οποίες προτείνονται προς ενσωμάτωση στα Συστήματα Διοίκησης Ποιότητας. Δηλαδή δεν υπάρχει η έννοια «Σύστημα Διοίκησης Ολικής Ποιότητας», απλώς ένα Σύστημα

Διοίκησης Ποιότητας μπορεί να εφαρμόζει τις Αρχές Διοίκησης Ολικής Ποιότητας. Η ενσωμάτωση των Αρχών Διοίκησης Ολικής Ποιότητας στα Συστήματα Διοίκησης Ποιότητας οδηγεί σε συνεκτικά και καλώς οργανωμένα συστήματα για την ικανοποίηση εσωτερικών και εξωτερικών πελατών (χρηστών) ή προμηθευτών μέσω της ολοκλήρωσης (ενοποίησης) του επιχειρησιακού περιβάλλοντος και της συνεχούς βελτίωσης μέσω κύκλων ανάπτυξης, βελτίωσης και συντήρησης, ώστε να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις ενός συνεχώς μεταβαλλόμενου περιβάλλοντος. (Λογοθέτης, 1992:98).

3.2 Ποιες είναι οι αρχές της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας;

Οι Αρχές Διοίκησης Ολικής Ποιότητας είναι οι εξής:

- Ô Εστίαση στον πελάτη
- Ô Ηγεσία
- Ô Ενεργός συμμετοχή του προσωπικού
- Ô Προσέγγιση βασισμένη σε διεργασίες
- Ô Συστημική προσέγγιση της διοίκησης
- Ô Συνεχής βελτίωση
- Ô Λήψη αποφάσεων βασισμένη σε αντικειμενικά στοιχεία
- Ô Σχέσεις αμοιβαίου οφέλους με τους προμηθευτές

3.3 Που μπορούν να αναζητηθούν περισσότερες πληροφορίες για την Διοίκηση Ολικής Ποιότητας;

Υπάρχει εκτενής και συναρπαστική βιβλιογραφία κατά τα τελευταία έτη σχετικά με το θέμα. Μια καλή πηγή που μπορεί να προταθεί ως αρκετά συνοπτική και επίσημη είναι το διεθνές πρότυπο «ISO 9004:2000 Quality Management Systems — Guidelines for Performance Improvements» (Συστήματα διοίκησης ποιότητας – Κατευθυντήριες οδηγίες για βελτιώσεις της επίδοσης). Το πρότυπο αυτό ανήκει στην κατηγορία των κατευθυντήριων οδηγιών. Περιλαμβάνει οδηγίες και ανάλυση σχετικά με την κάλυψη όλων των

απαιτήσεων που θέτει το πρότυπο ISO 9001:2000. Επιπλέον περιλαμβάνει μια σειρά προσεγγίσεων στα θέματα διοίκησης ολικής ποιότητας με έμφαση στην συστημική φύση των μηχανισμών διοίκησης ποιότητας σε όλη την έκταση της αλυσίδας: Προμηθευτές – Φορέας – Πελάτες. (www.elot.gr)

3.4 Τι είναι Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας;

Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας είναι ένα σύστημα διοίκησης και ελέγχου ενός οργανισμού για την καθιέρωση πολιτικής και στόχων για την ποιότητα καθώς και για την επίτευξη των στόχων αυτών (δηλαδή ένα σύστημα για την υλοποίηση της Διοίκησης Ποιότητας). Ο γενικός στόχος του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας είναι η τήρηση και η βελτίωση των προδιαγραφών (χαρακτηριστικών) των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρει ο οργανισμός έτσι ώστε να καλύπτονται οι συνεχώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις των πελατών

3.5 Ποια είναι η διαφορά μεταξύ Διασφάλισης Ποιότητας (Quality Assurance) και Διοίκησης Ποιότητας (Quality Management);

Η Διοίκηση Ποιότητας είναι υπερσύνολο της Διασφάλισης Ποιότητας. Διοίκηση Ποιότητας (Quality Management) σημαίνει το σύνολο των διοικητικών λειτουργιών που α) καθορίζουν την πολιτική, τους στόχους και τις αρμοδιότητες σχετικά με την ποιότητα και β) υλοποιούν τα παραπάνω με ελέγχους ποιότητας, προγράμματα ποιότητας, μηχανισμούς διασφάλισης ποιότητας και δραστηριότητες βελτιώσεων ποιότητας.

Διασφάλιση Ποιότητας (Quality Assurance) είναι το σύνολο όλων των προγραμματισμένων και συστηματικών ενεργειών που πρέπει να υλοποιηθούν με τρόπο τέτοιο ώστε να μπορούν να επιδειχθούν ή να αποδειχθούν, και που έχουν ως στόχο να δημιουργηθεί η εμπιστοσύνη, ότι ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, μπορεί να ικανοποιήσει συγκεκριμένες απαιτήσεις. Η Διασφάλιση Ποιότητας είναι ιστορικά προγενέστερη. (Λογοθέτης, 1992:105).

Στα πλαίσια της Διοίκησης Ποιότητας οι λειτουργίες του φορέα αντιμετωπίζονται σε υψηλότερο επίπεδο και επιπλέον εισάγεται η έννοια της στοχοθέτησης βάσει της οποίας μεταβάλλονται οι τυποποιημένες δραστηριότητες του φορέα.

3.6 Η εγκατάσταση ενός Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας σημαίνει ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παρέχει ο οργανισμός γίνονται πιο ποιοτικά;

Όχι άμεσα. Υπάρχει όμως στενή σχέση. Η εγκατάσταση ενός Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας σημαίνει ότι ο οργανισμός θέτει στόχους ποιότητας, παρακολουθεί τις απαιτήσεις και την ικανοποίηση των πελατών και υλοποιεί κύκλους συνεχούς βελτίωσης. Συνεπώς τα προϊόντα και οι υπηρεσίες του οργανισμού βελτιώνονται σαν αποτέλεσμα των κύκλων συνεχούς βελτίωσης. Αυτό όμως δεν συμβαίνει άμεσα με την εγκατάσταση του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας αλλά σε βάθος χρόνου.

3.6.1 Όλη την τεκμηρίωση του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας την γράφει ο Διευθυντής Ποιότητας ή τα μέλη του Τμήματος Διοίκησης Ποιότητας;

Όχι. Η τεκμηρίωση γράφεται συλλογικά. Κάθε τμήμα της τεκμηρίωσης αναπτύσσεται με την ευθύνη των υπευθύνων εκείνων των τμημάτων του οργανισμού η δραστηριότητα των οποίων σχετίζεται με το αντικείμενο του συγκεκριμένου τμήματος της τεκμηρίωσης.

3.6.2 Τι είναι διεργασία;

Διεργασία (Process) είναι μια δραστηριότητα που μετασχηματίζει εισερχόμενα δεδομένα (inputs) σε εξερχόμενα αποτελέσματα (outputs). Κάθε

διεργασία μπορεί να περιλαμβάνει πολλές επιμέρους Διαδικασίες (Procedures) οι οποίες ελέγχουν τις διάφορες λειτουργίες του οργανισμού.

3.6.3 Τι είναι διαδικασία;

Μία σειρά λειτουργιών που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν για την ολοκληρωμένη υλοποίηση μιας συγκεκριμένης διεργασίας. Μια διεργασία μπορεί να περιλαμβάνει πολλές επιμέρους διαδικασίες.

3.6.4 Τι είναι Πολιτική Ποιότητας;

Ένα σύντομο κείμενο περίπου μιας σελίδας το οποίο υπογράφεται από τον διευθυντή ποιότητας και τον εκπρόσωπο της ανώτατης διοίκησης (πχ τον διευθύνοντα σύμβουλο για εταιρείες ή τον γενικό διευθυντή για άλλους οργανισμούς). Η πολιτική ποιότητας είναι η γενική συνολική κατεύθυνση και οι προθέσεις ενός οργανισμού σχετικά με την ποιότητα, όπως έχουν επίσημα εκφρασθεί από την ανώτατη διοίκηση. Από την πολιτική ποιότητας απορρέει όλο το Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας του οργανισμού. (Λογοθέτης, 1992:112).

3.6.5 Τι είναι Εγχειρίδιο Ποιότητας;

Είναι το ανώτατο έγγραφο που περιγράφει και καθορίζει το Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας του οργανισμού. Περιλαμβάνει την Πολιτική Ποιότητας και επιπλέον σαφείς περιγραφές περί του τρόπου με τον οποίο το Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας του οργανισμού ικανοποιεί όλες τις απαιτήσεις του προτύπου ISO 9001:2000.

3.6.6 Τι είναι Οδηγία Εργασίας;

Ένα έγγραφο σε έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή στο οποίο καταγράφονται οι τρόποι και οι μέθοδοι που ακολουθούνται για την υλοποίηση των λειτουργιών μιας συγκεκριμένης διεργασίας. Παραδείγματος χάριν ένα

εγχειρίδιο οδηγιών συντήρησης ενός μηχανήματος, μπορεί να είναι οδηγία εργασίας στα πλαίσια μιας διεργασίας που αφορά την συντήρηση των υποδομών του οργανισμού. Οι οδηγίες εργασίας συμπυκνώνουν την εμπειρία και την τεχνογνωσία του οργανισμού και είναι απαραίτητες για την τυποποίηση των εσωτερικών λειτουργιών του οργανισμού.

3.6.7 Η ποιότητα έχει να κάνει με το όραμα, την ευαισθησία, την καλαισθησία, την έμπνευση, κλπ. των στελεχών ενός οργανισμού;

Όχι. Η Διοίκηση Ποιότητας βασίζεται σε αντικειμενικά και μετρήσιμα δεδομένα, τυποποιημένες διαδικασίες, τήρηση αρχείων, θέσπιση στόχων και παρακολούθηση της επίτευξής τους και την υλοποίηση κύκλων συνεχούς βελτίωσης. Από όλα τα παραπάνω προκύπτει σε βάθος χρόνου, μια συνολική βελτίωση των λειτουργιών του οργανισμού, της ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών και αύξηση της ικανοποίησης των πελατών του.

3.7 Πρότυπα Συστήματα Διασφάλισης και Διαχείρισης.

Βασικός παράγοντας ανταγωνιστικότητας σήμερα στην παγκόσμια οικονομία είναι η ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που διατίθενται στον καταναλωτή, ο οποίος τελικά είναι ο κριτής της ποιότητας και κατά συνέπεια με τις επιλογές του διαμορφώνει τον ανταγωνισμό. Το ζητούμενο σήμερα στην ποιότητα είναι τα προϊόντα / υπηρεσίες αφενός μεν να έχουν υψηλή στάθμη ποιότητας σε σχέση με το κόστος απόκτησής τους ώστε να ανταποκρίνονται ικανοποιητικά στη χρήση τους, αλλά και αφετέρου η ποιότητα αυτή να είναι σταθερή. Η στάθμη ποιότητας καθορίζεται με βάση προδιαγραφές, οι οποίες περιγράφουν και αναφέρουν τη συμπεριφορά βασικών χαρακτηριστικών των προϊόντων, ορίζοντας όρια τιμών των χαρακτηριστικών αυτών στα οποία θα πρέπει να κυμαίνονται (π.χ μηχανικές ή άλλες αντοχές των προϊόντων). Η

σταθερότητα όμως της ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών είναι εξίσου σημαντική δεδομένου ότι αποκλίσεις στην ποιότητα των προϊόντων είναι συχνά ανεπιθύμητες και κρίσιμες ενώ επίσης η συνέπεια στον τρόπο παροχής υπηρεσιών και εξυπηρέτησης διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό την αξιοπιστία των επιχειρήσεων και των οργανισμών στην αγορά. (Λαλάς 2004:12)

Η διασφάλιση της ποιότητας αποσκοπεί στην εξασφάλιση της ποιότητας ώστε αυτή να είναι σταθερή, ελεγχόμενη και συνεχώς βελτιούμενη. Η διασφάλιση της ποιότητας επιτυγχάνεται με την εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας, η ανάπτυξη και η εφαρμογή των οποίων γίνεται σύμφωνα με συγκεκριμένα διεθνή πρότυπα ώστε να ικανοποιούνται ορισμένες βασικές απαιτήσεις των προτύπων αυτών. (www.elot.gr)

Πρότυπο είναι ένα έγγραφο που έχει καθιερωθεί με συναίνεση και έχει εγκριθεί από ένα αναγνωρισμένο φορέα και παρέχει για κοινή και επαναλαμβανόμενη χρήση κανόνες, κατευθυντήριες γραμμές, με σκοπό την επίτευξη βέλτιστου βαθμού τάξης σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο εφαρμογής.

Παραδείγματα προτύπων :

⊖ ISO 9001 (διαχείριση ποιότητας)

⊖ ISO 14001 (διαχείριση περιβάλλοντος)

⊖ ΕΛΟΤ 1416, EN ISO 22000, DS 3027 (διαχείριση ασφάλειας τροφίμων)

⊖ ΕΛΟΤ 1801 (διαχείριση υγιεινής & ασφάλειας εργαζομένων)

(www.iso.cz)

Αρμόδιοι φορείς για την έκδοση προτύπων είναι :

⊖ Σε παγκόσμιο, επίπεδο ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (ISO)

⊖ Σε ευρωπαϊκό, επίπεδο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή Τυποποίησης (CEN)

⊖ Στην Ελλάδα, ο Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης (ΕΛΟΤ)

Εκτός από τα διεθνή, ευρωπαϊκά και εθνικά πρότυπα υπάρχουν και ιδιωτικά, όπως:

Ô BRC (British Retail Consortium)

Ô IFS (International Food Standard)

που αφορούν την ασφάλεια των τροφίμων και αναπτύχθηκαν από μεγάλες αλυσίδες υπεραγορών ή χονδρεμπόρους τροφίμων. (www.minagric.gr)

Ως πριν λίγα χρόνια η ικανότητα ενός προϊόντος να ανταποκρίνεται στο σκοπό για τον οποίο προοριζόταν, ο σχεδιασμός και η κατασκευή του, ώστε να κάνει τη δουλειά του σωστά, η ποιότητά του και η εν γένει ανταγωνιστικότητα του εξασφαλιζόταν από τη συμμόρφωση του στα υπάρχοντα τεχνικά πρότυπα. Η σημερινή αλματώδης εξέλιξη της τεχνολογίας, με την επακόλουθη αυξανόμενη διεθνοποίηση των αγορών και των εμπορικών συναλλαγών, οδήγησε στην καθιέρωση κοινά αποδεκτών προτύπων, όχι μέσω της εναρμόνισης των υπάρχοντων τεχνικών προτύπων αλλά με την ανάπτυξη συστημάτων διασφάλισης της ποιότητας (ΣΔΠ). (Τζία και Παππά, 2005)

3.7.1 Τι σημαίνει ISO;

Είναι ακρωνύμιο του International Organisation for Standards (Διεθνής Οργανισμός Προτυποποίησης). Είναι ο μεγαλύτερος διεθνής οργανισμός προτυποποίησης. Ιδρύθηκε το έτος 1947 και αναπτύσσει πρότυπα που καλύπτουν πολλούς διαφορετικούς βιομηχανικούς τομείς. Σήμερα έχει ως μέλη τους εθνικούς οργανισμούς προτυποποίησης 148 χωρών. Η δραστηριότητα προτυποποίησης υλοποιείται από 2.981 τεχνικά συλλογικά όργανα (τεχνικές επιτροπές, υποεπιτροπές, ομάδες εργασίας και ομάδες μελετών). Υπάρχουν περισσότερα από δεκατέσσερις χιλιάδες διεθνή πρότυπα ISO, μεταξύ αυτών και η σειρά προτύπων ISO 9000 η οποία περιλαμβάνει πρότυπα που αφορούν την δημιουργία (ανάπτυξη) και εφαρμογή Συστημάτων Διοίκησης Ποιότητας για οργανισμούς κάθε τύπου. (www.iso.cz)

3.7.2 Η Σειρά ISO 9000:1994

Όταν μιλάμε για ποιότητα σε ένα προϊόν, αναφερόμαστε στην ιδιότητα ή τις ιδιότητες του προϊόντος που μας ενδιαφέρουν να μετρήσουμε. Δεν είναι κάτι που υπάρχει από τη φύση του πράγματος αλλά κάτι που το κατασκευάζουμε (ποιώ = κατασκευάζω). Γι' αυτό και στις καθημερινές μας συναλλαγές αντιλαμβανόμαστε ευκολότερα την ποιότητα από την απουσία της παρά από την ύπαρξή της. Στο παρελθόν αναπτύχθηκαν και εφαρμόστηκαν αρκετοί κανόνες και πρότυπα ποιότητας από το Διεθνή Οργανισμό Τυποποίησης (ISO) και εθνικούς οργανισμούς, εξειδικευμένους στη δημιουργία προτύπων. Η σταθερή όμως εφαρμογή προτύπων ποιότητας ξεκίνησε από την αμυντική βιομηχανία στη δεκαετία του 1950, εξαιτίας της κρισιμότητας των παραγόμενων προϊόντων. Ακολούθως, και λόγω της μεγάλης επιτυχίας τους, επεκτάθηκε και στις μη στρατιωτικές βιομηχανίες. (www.elot.gr)

Η σειρά ISO 9000 αποτελείται από γενικά πρότυπα που έχουν εφαρμογή σε διάφορες επιχειρήσεις, όπως μεταποιητικές, τεχνικές / κατασκευαστικές, παροχής υπηρεσιών κλπ. Και ορίζει τις ελάχιστες απαιτήσεις που πρέπει να ικανοποιεί μια επιχείρηση, ώστε να διασφαλίζει τους πελάτες της για ένα καλό προϊόν. Συνεπώς, οι απαιτήσεις της σειράς προτύπων ISO 9000 αποτελούν μόνο τα “θεμέλια του συστήματος ποιότητας” μιας επιχείρησης. (www.iso.cz) Η σειρά αυτή περιλαμβάνει:

Ä Το ISO 9000 “Quality Management and Quality Assurance Standards – Guidelines for Selection and Use” που αποτελεί το βασικό οδηγό για τα άλλα πρότυπα στη σειρά. Έχει από τη φύση του συμβουλευτικό χαρακτήρα και καθορίζει τους βασικούς όρους ποιότητας.

Ä Το ISO 9001 “Model for Quality Assurance in Design/Development, Production, Installation and Servicing” που καθορίζει ένα υπόδειγμα προγράμματος ποιότητας για χρήση, όταν ένα συμβόλαιο ανάμεσα σε δύο μέλη απαιτεί την επίδειξη της ισχύοντος από τον προμηθευτή για σχεδιασμό, παραγωγή, ολοκλήρωση και υποστήριξη του προϊόντος

του. Ενδιαφέρει επιχειρήσεις οι οποίες σχεδιάζουν, αναπτύσσουν, παράγουν και εγκαθιστούν προϊόντα και παρέχουν υποστήριξη μετά την πώληση. Ακόμα, επιχειρήσεις που αναπτύσσουν νέα προϊόντα ή προϊόντα με ειδικές απαιτήσεις.

Α Το ISO 9003 “Model for Quality Assurance in Final Inspection and Tests” που καθορίζει ένα υπόδειγμα συστήματος ποιότητας κατά τον τελικό έλεγχο και τη δοκιμή. Ενδιαφέρει μικρά καταστήματα, τμήματα μέσα σε μια επιχείρηση (π.χ. εργαστήρια), προμηθευτές εξοπλισμού, οι οποίοι επιθεωρούν και δοκιμάζουν τα παρεχόμενα προϊόντα και τέλος,

Α Το ISO 9004 “Quality Management and Quality System Elements – Guidelines” που παρέχει στοιχεία οργάνωσης της ποιότητας με λεπτομερείς οδηγίες για την ανάπτυξη και εγκατάσταση ενός συστήματος ποιότητας εφαρμόζεται. (Λαλάς 2004:57)

Τα πρότυπα ISO 9001-9003 αποτελούν μια σειρά τριών επιπέδων από πρότυπα διασφάλισης ποιότητας για χρήση σε συμβατικές περιπτώσεις. Πρέπει να τονιστεί ότι το ISO 9001 δεν είναι καλύτερο από το ISO 9002 ή το ISO 9003, αλλά είναι διαφορετικό. Επίσης ότι η κάθε βιομηχανία, καθώς έχει τις δικές της ιδιαιτερότητες, θα πρέπει να ερμηνεύσει ανάλογα τις απαιτήσεις των προτύπων, με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Για παράδειγμα, η χημική βιομηχανία έχει δώσει ένα επεξηγηματικό συμπλήρωμα. Αυτό πρέπει να γίνει σε κλάδο της βιομηχανίας. (Τσιότρας, 1995:36)

Σήμερα, αν και τα πρότυπα της σειράς ISO 9000 είναι γενικώς αποδεκτά από όλες τις χώρες του κόσμου, μερικοί σημαντικοί κλάδοι της βιομηχανίας (π.χ. αυτοκινητοβιομηχανία) συνεχίζουν να διατηρούν το δικό τους ιδιαίτερο σύστημα ποιότητας. Μέχρι αυτές οι βιομηχανίες να ευθυγραμμιστούν με τις υπόλοιπες, το σύστημα δεν μπορεί να είναι παγκόσμιο. Πάντως, με την ολοκλήρωση της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Χϊκής Αγοράς, η πιστοποίηση κατά ISO

αποτελεί προϋπόθεση για την ελεύθερη διακίνηση κι αποδοχή των προϊόντων ανάμεσα στις χώρες μέλη της Ε.Ε, καθώς μια σειρά από κοινοτικές οδηγίες υποδεικνύουν την υιοθέτηση των προτύπων ISO, προτείνουν δηλαδή την αφομοίωσή τους από εθνικούς νόμους.

3.7.3 Πρότυπο ISO 9000 : 2000

Το Δεκέμβριο του 2000 εκδόθηκε από τον ISO η αναθεωρημένη σειρά προτύπων ποιότητας ISO 9000:2000. Η νέα σειρά προτύπων στηρίζεται στην προσέγγιση της διαχείρισης διεργασιών. Αυτή η προσέγγιση αναγνωρίζει ότι όλη η “δουλειά” πραγματοποιείται για την επίτευξη κάποιου στόχου. Επίσης αναγνωρίζει ότι ο στόχος επιτυγχάνεται πιο αποδοτικά όταν οι σχετικοί πόροι και δραστηριότητες διαχειρίζονται σαν διεργασία. Επιπρόσθετα πιστεύεται ότι οι στόχοι του οργανισμού, οι οποίοι εξυπηρετούν την αποστολή του, μπορούν να επιτευχθούν πιο αποτελεσματικά όταν ο οργανισμός διοικείται σαν ένα σύστημα αλληλοσυνδεόμενων διεργασιών. (www.elot.gr)

Σαν επακόλουθο αποτελεί το γεγονός ότι το σύστημα αυτό πρέπει να σχεδιαστεί έτσι ώστε να βοηθήσει τον οργανισμό στην επίτευξη των στόχων και πρέπει να αλληλοσυνδεθούν όλες οι διεργασίες που απαιτούνται για την πραγματοποίηση των επιθυμητών αποτελεσμάτων. Οι στόχοι προκύπτουν από τις προσδοκίες των ενδιαφερομένων μερών (πελάτες, προμηθευτές, εργαζόμενοι, μέτοχοι, κοινωνικό σύνολο). Όλοι οι παραπάνω ενδιαφερόμενοι έχουν στόχους οι οποίοι είναι αλληλοεξαρτώμενοι με συνέπεια να μην υπάρχουν συστήματα τα οποία να λειτουργούν ανεξάρτητα – στην πραγματικότητα θα πρέπει να υπάρξει ένα μόνο σύστημα. (Ψηφιακό Κέντρο Έρευνας, 2006)

Στην προσέγγιση διαχείρισης διεργασιών έχουμε διαχείριση των αλληλοσχετίσεων μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών έτσι ώστε όλοι να είναι ικανοποιημένοι και όχι μόνο οι πελάτες. Η ικανοποίηση των εργαζομένων ή το ενδιαφέρον για τη κοινωνία ή το περιβάλλον δεν επιδέχονται λιγότερη σημασία

σε σχέση με την ικανοποίηση του πελάτη. Αυτή είναι μια ξεκάθαρη αλλαγή στην φιλοσοφία του νέου προτύπου .

Οι αλλαγές στην σειρά των προτύπων περιλαμβάνουν :

- Την ένωση των ISO 9001:1994, ISO 9002:1994 και ISO 9003:1994 σε ένα καινούργιο πρότυπο το ISO 9001:2000. (Απαιτήσεις του Προτύπου)
- Την ένωση του ISO 8402 και μέρος του ISO 9000-1 σε ένα καινούργιο πρότυπο το ISO 9000:2000 (Θεμελιώδης Αρχές και Ορολογία – Λεξικό)
- Την αναθεώρηση του ISO 9004-1 σε ένα καινούργιο πρότυπο το ISO 9004:2000 (Κατευθυντήριες Οδηγίες για βελτίωση της επίδοσης της επιχείρησης)
- Την ένωση του ISO 10011 με τα ISO 14010, ISO 14011 και ISO 14012 σε ένα καινούργιο πρότυπο (οδηγίες) για την επιθεώρηση συστημάτων ποιότητας και περιβαλλοντικών συστημάτων (θα ονομάζεται ISO 19011). (www.minagric.gr)

Το 9001:2000 είναι το μοναδικό πρότυπο από τα ανωτέρω, ως προς το οποίο μια εταιρεία μπορεί να πιστοποιηθεί. Κύριος λόγος για την έκδοσή του, είναι να δοθεί στους χρήστες η δυνατότητα να προσθέτουν αξία στις δραστηριότητές τους και να βελτιώνουν διαρκώς την απόδοσή τους, μέσω της επικέντρωσης στις βασικές διεργασίες του οργανισμού. Υιοθετεί τη φιλοσοφία: Πρόληψη παρά Εντοπισμός & Διαρκή Βελτίωση. Η φιλοσοφία στην οποία στηρίζεται το πρότυπο ISO 9001:2000 παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα. (Ελληνικό Κέντρο Αναδιανομής Καινοτομίας, 2006)

3.8 Διεθνή πρότυπα διασφάλισης Ποιότητας.

3.8.1 Μπορεί κάποιος να αντιγράψει και να διανέμει τα πρότυπα ISO;

Όχι. Τα πρότυπα του οργανισμού ISO υπόκεινται σε copyright

3.8.2 Που μπορεί κάποιος να βρει και να προμηθευτεί νόμιμα τα πρότυπα ISO;

Στον επίσημο δικτυακό τόπο του οργανισμού ISO : <http://www.iso.ch>. Εκεί λειτουργεί υπηρεσία Online αναζήτησης και αγοράς των προτύπων. Επίσης στον οργανισμό που αντιπροσωπεύει τον ISO σε κάθε χώρα.

3.8.3 Ποιος οργανισμός αντιπροσωπεύει τον ISO στην Ελλάδα;

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης (ΕΛΟΤ)

Αχαρνών 313, Αθήνα, ΤΚ 11145 Τηλέφωνο: 210 21 20 100, Fax 210 21 20 131 email: info@elot.gr

3.8.4 Τι οφέλη έχει ένας οργανισμός από την εγκατάσταση ενός Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας;

Η εισαγωγή και η πιστοποίηση ενός Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας σε έναν οργανισμό επιφέρει πολλαπλά οφέλη. Το οφέλη αυτά είναι κατ' αρχήν εσωτερικά και προκύπτουν από την καλύτερη εσωτερική λειτουργία του οργανισμού σαν αποτέλεσμα της εισαγωγής σαφών και τεκμηριωμένων διαδικασιών και οδηγιών. Σημαντικότερα όμως είναι τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν στις σχέσεις του οργανισμού με το εξωτερικό του περιβάλλον, δηλαδή οφέλη σε σχέση με τις συναλλαγές του οργανισμού με πελάτες, προμηθευτές, κλπ. Επειδή κεντρικό σημείο σε όλα τα Συστήματα Διοίκησης Ποιότητας είναι η θέσπιση στόχων, η συνεχής βελτίωση και η βελτίωση της

ικανοποίησης των πελατών, ένα Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας επιφέρει σε βάθος χρόνου καλύτερα εμπορικά αποτελέσματα, ανάπτυξη εργασιών και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, βελτίωση του γοήτρου και της αξιοπιστίας του οργανισμού, κλπ. (www.elot.gr)

3.8.5 Είναι απαραίτητο για έναν οργανισμό που επιθυμεί να εγκαταστήσει Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας, να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες ειδικού εξωτερικού συμβούλου;

Η συμμετοχή ειδικού εξωτερικού συμβούλου δεν συμπεριλαμβάνεται στις απαιτήσεις του προτύπου ISO 9001:2000 και συνεπώς δεν είναι τυπικά απαραίτητη. Άρα ένας οργανισμός που διαθέτει ένα ή περισσότερα στελέχη με γνώσεις σχετικές με την Διοίκηση Ποιότητας θα μπορούσε να σχεδιάσει και να αναπτύξει ένα Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας. Στην πράξη όμως αυτό είναι σπάνιο. Τα θέματα Διοίκησης Ποιότητας έχουν μεγάλο βάθος, προϋποθέτουν εξειδίκευση και απαιτούν ουσιαστική γνώση και εμπειρία. Για τον λόγο αυτό στην συντριπτική πλειονότητα των περιπτώσεων συμμετέχει ένας εξειδικευμένος εξωτερικός σύμβουλος στον σχεδιασμό, την ανάπτυξη, την εγκατάσταση και την πιστοποίηση του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας. Ο σύμβουλος διευκολύνει σημαντικά τον οργανισμό σε πρακτικά θέματα αλλά και σε θέματα σχεδιασμού και προφυλάσσει τον οργανισμό από τυχόν σφάλματα και αστοχίες. (Λαλάς 2004:39)

3.8.6 Μια εταιρεία με Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας πιστοποιημένο κατά ISO 9001:2000, μπορεί να χρησιμοποιεί το σήμα του ISO;

Όχι. Το σήμα του ISO είναι κατοχυρωμένο και δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί από κανένα τρίτο. (Εξαιρούνται οι πολύ σπάνιες και ειδικές

περιπτώσεις για τις οποίες ο οργανισμός μπορεί να επιτρέψει την χρήση εκδίδοντας σχετική γραπτή άδεια)

3.8.7 Υπάρχει σήμα ISO 9001 ή σήμα ISO 14001;

Όχι. Δεν υπάρχουν τέτοια σήματα.

3.8.8 Ένας οργανισμός με Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας πιστοποιημένο κατά ISO 9001:2000 ποια σήματα μπορεί να χρησιμοποιεί και πως;

Υπάρχουν οι εξής επιλογές (www.elot.gr):

Ά Μπορεί να χρησιμοποιηθεί το Logo του οργανισμού ενσωματώνοντας σ' αυτό την πληροφορία ότι ο οργανισμός είναι πιστοποιημένος κατά ISO 9001:2000. Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει το Logo να μην παραπέμπει στο σήμα του οργανισμού ISO.

Ά Μπορεί να χρησιμοποιηθεί το σήμα του οργανισμού πιστοποίησης ο οποίος επιθεώρησε το Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας και εξέδωσε το σχετικό πιστοποιητικό. Για να γίνει αυτό, ο οργανισμός πιστοποίησης δίνει την σχετική άδεια εγγράφως. Επίσης παρέχεται μια συλλογή σημάτων του οργανισμού πιστοποίησης (το ίδιο σήμα σε διαφορετικές γραφιστικές προσεγγίσεις) τα οποία ο πιστοποιημένος οργανισμός μπορεί να χρησιμοποιεί. Ο πιστοποιημένος οργανισμός δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει άλλες παραλλαγές του σήματος του οργανισμού πιστοποίησης πέραν αυτών που περιλαμβάνονται στην προαναφερθείσα συλλογή.

Σε κάθε περίπτωση, μαζί με το εκάστοτε χρησιμοποιούμενο σήμα, αναγράφεται το πρότυπο βάσει του οποίου έγινε η πιστοποίηση (ISO 9001:2000) και ο αριθμός καταχώρησης του πιστοποιητικού (certificate registration number).

Σε όλες τις περιπτώσεις η παραπάνω σήμανση αναφέρεται στην εταιρεία ή στον οργανισμό σαν σύνολο και δεν αφορά τα προϊόντα της εταιρείας. Η πιστοποίηση κατά ISO 9001:2000 σημαίνει ότι πιστοποιήθηκε το Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας του οργανισμού και όχι η ποιότητα ενός προϊόντος του. Θα πρέπει λοιπόν να δίνεται η κατάλληλη προσοχή ούτως ώστε να μην δημιουργείται η εντύπωση ότι η πιστοποίηση αφορά ένα προϊόν. Συνεπώς, η σήμανση μπορεί να συνοδεύει ένα profile του οργανισμού, η να μπαίνει σε business cards, αλλά δεν θα πρέπει να συνοδεύει την ονομασία ενός προϊόντος ή να μπαίνει στην συσκευασία με τρόπο που να δίνει την εντύπωση ότι αφορά το συγκεκριμένο προϊόν. (www.elot.gr)

3.8.9 Ποια η διαφορά μεταξύ Πιστοποίησης και Διαπίστευσης;

Η διαδικασία της Πιστοποίησης (Certification) περιλαμβάνει την επιθεώρηση του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας του οργανισμού από έναν ανεξάρτητο φορέα (οργανισμό πιστοποίησης–certification body). Εφ’ όσον το Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας είναι συμβατό και συμμορφούμενο με τις απαιτήσεις του προτύπου ISO 9001:2000, ο ανεξάρτητος οργανισμός πιστοποίησης εκδίδει μία γραπτή σχετική βεβαίωση η οποία είναι το πιστοποιητικό ποιότητας (Certificate) που λαμβάνει ο πιστοποιημένος οργανισμός.

Αντίθετα, ο όρος Διαπίστευση (Accreditation) αφορά κάτι τελείως διαφορετικό και δεν πρέπει να συγχέεται με την Πιστοποίηση ή την Καταχώρηση. Η Διαπίστευση είναι η επίσημη αναγνώριση από έναν ειδικό φορέα ο οποίος ονομάζεται οργανισμός διαπίστευσης (accreditation body), ότι ένας φορέας πιστοποίησης (certification body) είναι ικανός να πραγματοποιεί διαδικασίες πιστοποίησης σύμφωνα με τις προδιαγραφές του προτύπου ISO 9001:2000 για συγκεκριμένους βιομηχανικούς ή επιχειρηματικούς τομείς.

Δηλαδή η Διαπίστευση είναι ουσιαστικά η Πιστοποίηση του οργανισμού πιστοποίησης. (www.iso.cz)

3.8.10 Ποια η διαφορά μεταξύ Πιστοποίησης και Καταχώρησης

Με την επιτυχή ολοκλήρωση της διαδικασίας Πιστοποίησης ο ανεξάρτητος φορέας πιστοποίησης καταχωρεί τον πιστοποιημένο οργανισμό στον κατάλογο των πιστοποιημένων πελατών του. Αυτή η διαδικασία ονομάζεται Καταχώρηση (Registration) και γίνεται αμέσως μετά την πιστοποίηση του οργανισμού. Συνεπώς από πρακτική άποψη οι όροι Πιστοποίηση και Καταχώρηση είναι σχεδόν ισοδύναμοι. (www.ktimel.gr)

3.8.11 Τι είναι το ISO 9001;

Το ISO 9001 είναι ένα διεθνές πρότυπο που ανέπτυξε ο οργανισμός ISO. Ο πλήρης τίτλος του είναι : «ISO 9001:2000 Quality Management Systems – Requirements» (Συστήματα διοίκησης ποιότητας – Απαιτήσεις). Το πρότυπο αυτό είναι σήμερα το βασικό πρότυπο Διοίκησης Ποιότητας και περιλαμβάνει τις απαιτήσεις σχετικά με τον σχεδιασμό και την εφαρμογή Συστημάτων Διοίκησης Ποιότητας. Από όλα τα πρότυπα της σειράς ISO 9000, είναι το μόνο που μπορεί να πιστοποιηθεί. Συνεπώς η πιστοποίηση ενός οργανισμού κατά ISO 9001 σημαίνει ότι το Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας του οργανισμού καλύπτει τις απαιτήσεις του προτύπου. (www.iso.cz)

3.8.12 Τι είναι το ISO 14001;

Το ISO 14001 είναι ένα διεθνές πρότυπο που ανέπτυξε ο οργανισμός ISO. Ο πλήρης τίτλος του είναι: «ISO 14001:1996 Environmental management systems — Specification with guidance for use». Το πρότυπο αυτό είναι το βασικό πρότυπο της σειράς ISO 14000 και ορίζει τις απαιτήσεις για την οργάνωση και λειτουργία ενός Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

(ΣΠΔ). (www.iso.cz) Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης επιτρέπει σε έναν οργανισμό, όπως μία επιχείρηση, να σχεδιάσει μία περιβαλλοντική πολιτική και να θέσει αντικειμενικούς σκοπούς και στόχους για την υλοποίησή της.

3.8.13 Τι είναι το ISO 17025;

Το ISO 17025 είναι ένα διεθνές πρότυπο το οποίο περιλαμβάνει συνολικά τις απαιτήσεις που θα πρέπει να πληροί ένα εργαστήριο προκειμένου να διαπιστευθεί. Ο πλήρης τίτλος του προτύπου είναι: «ISO/IEC 17025:1999 General requirements for the competence of testing and calibration laboratories». Διαπίστευση Εργαστηρίου είναι η επίσημη αναγνώριση από έναν αναγνωρισμένο αρμόδιο φορέα, ότι ένα εργαστήριο δοκιμών ή διακρίβωσης είναι τεχνικά ικανό να διεξάγει συγκεκριμένους τύπους δοκιμών ή διακριβώσεων αντίστοιχα. Το πρότυπο ISO 17025 αντικαθιστά μια σειρά παλαιότερων προτύπων και οδηγιών από τα οποία γνωστότερα ήταν η σειρά προτύπων EN 45000 και το βασικό της πρότυπο EN 45001. Για τον λόγο αυτό υπάρχει η αίσθηση ότι το ISO 17025 είναι η συνέχεια του EN 45001. (www.iso.cz)

3.8.14 Ποια είναι η διαφορά μεταξύ ISO 9001 και ISO 17025;

Για την διαπίστευση ενός εργαστηρίου κατά ISO 17025 προβλέπεται η ύπαρξη ενός Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας στο εργαστήριο. Συνεπώς η διαπίστευση ενός εργαστηρίου ενσωματώνει και την πιστοποίηση του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας, αλλά οι δύο έννοιες δεν πρέπει να συγχέονται. Η διαφοροποίηση των δύο εννοιών βασίζεται στο ότι υπάρχουν σημεία που δεν προβλέπονται ή δεν επιβάλλονται από το πρότυπο ISO 9001:2000, ενώ αποτελούν βασική απαίτηση για την αξιολόγηση της τεχνικής επάρκειας του εργαστηρίου για να πραγματοποιεί δοκιμές ή διακριβώσεις. (www.iso.cz). Τα σημεία αυτά είναι κυρίως τα εξής:

- Ä Απαίτηση για επιβεβαίωση της τεχνικής επάρκειας του προσωπικού.
- Ä Δραστηριοποίηση του εργαστηρίου σε συγκεκριμένο πεδίο δοκιμών ή διακριβώσεων.
- Ä Απαίτηση για συμμετοχή σε διεργαστηριακούς ελέγχους.
- Ä Απαίτηση για έλεγχο των διαδικασιών μέτρησης από ελεγκτές με αποδεδειγμένη τεχνική επάρκεια.

3.8.15 Πώς αλλάζει η τεκμηρίωση του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας;

Για την αλλαγή κάθε στοιχείου της τεκμηρίωσης του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας ακολουθείται προκαθορισμένη διαδικασία η οποία μάλιστα θα πρέπει να έχει τεκμηριωθεί αναλυτικά στα πλαίσια του συστήματος. Καμία αλλαγή δεν γίνεται αυθαίρετα. Όταν, σύμφωνα με την προκαθορισμένη διαδικασία, συμβούν μεταβολές σε κάποιο τμήμα της τεκμηρίωσης τότε η προηγούμενη version αποσύρεται και οι παραλήπτες δηλώνουν εγγράφως ότι έχουν παραλάβει την νέα version. Το πρωτότυπο της νέας version σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να φέρει τις υπογραφές των στελεχών που το έχουν εγκρίνει. (www.iso.cz) Το ποια πρέπει να είναι αυτά τα στελέχη, για κάθε στοιχείο της τεκμηρίωσης, περιγράφεται επίσης στην τεκμηρίωση του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας.

3.8.16 Μπορεί ένας οργανισμός να πιστοποιηθεί κατά ISO 9004:2000;

Όχι. Το πρότυπο ISO 9004:2000 περιλαμβάνει μόνον κατευθυντήριες οδηγίες και όχι πιστοποιήσιμες απαιτήσεις. Το μόνο πρότυπο της σειράς προτύπων ISO 9000 που μπορεί να πιστοποιηθεί, είναι το πρότυπο ISO 9001:2000.

3.9 Το σύστημα HACCP.

3.9.1 Η έννοια του συστήματος HACCP

Το HACCP είναι μια σειρά από απλά βήματα που χρειάζεται να πάρουμε κατά την παραγωγική διαδικασία των τροφίμων, συμπεριλαμβάνοντας όλους τους χειρισμούς που γίνονται από την παραγωγή μέχρι την κατανάλωση του προϊόντος ώστε να έχουμε ένα ασφαλές και υγιεινό τελικό προϊόν εξασφαλίζοντας έτσι την υγεία του καταναλωτή. (Mortimore, Wallace, 1994:102)

Το HACCP είναι :

- **Συστηματικό**, διότι όλοι οι κίνδυνοι και τα προβλήματα προβλέπονται.
- **Ουσιαστικό**, διότι οι έλεγχοι γίνονται σε συγκεκριμένα καίρια σημεία της παραγωγικής διαδικασίας.
- **Οικονομικό**, διότι οι έλεγχοι είναι μακροσκοπικοί και γίνονται με απλά όργανα πχ. λήψη θερμοκρασιών κλπ., και έτσι γίνονται γρήγορα και πολύ οικονομικά.
- **Ταχύτατο**, διότι άμεσες διορθωτικές ενέργειες, οι οποίες χρειάζεται να ληφθούν, λαμβάνονται χωρίς καθυστερήσεις, που θα δημιουργούσαν μεγαλύτερο πρόβλημα.
- **Γίνονται επί τόπου (on the spot)** και ως εκ τούτου ελέγχονται από το χειριστή άμεσα, όλες οι πιθανές αποκλίσεις από το φυσιολογικό, κι έτσι λαμβάνονται άμεσα τα οποιαδήποτε μέτρα και δεν φθάνουμε στο σημείο να διαπιστώνουμε την απόκλιση στο τελικό προϊόν, με αποτέλεσμα να καταστρέφουμε μεγάλες ποσότητες τροφίμων. (Pierson and Corlett, 1992: 56)

Βάσει της Ευρωπαϊκής Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ και της ισχύουσας πλέον Ελληνικής νομοθεσίας (Κοινή Υπουργική Απόφαση 487/04-10-2000),

απαιτείται η εφαρμογή, διατήρηση και αναθεώρηση ενός συστήματος Ανάλυση Κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (HACCP) για τις επιχειρήσεις που : παρασκευάζουν, μεταποιούν, παράγουν, συσκευάζουν, αποθηκεύουν, μεταφέρουν, διανέμουν, διακινούν και προσφέρουν προς πώληση τρόφιμα. Περιλαμβάνονται δηλαδή συσκευαστήρια, βιομηχανίες τροφίμων, εστιατόρια, υπεραγορές, catering, ξενοδοχεία που διαθέτουν χώρους μαζικής εστίασης κ.λ.π. (Σεμινάριο Επιθεωρητών HACCP,2006)

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 Ένωσης, 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. (Mortimore, Wallace, 1994:107)

Αρμόδιος φορέας για τον έλεγχο της τήρησης των κανόνων υγιεινής των τροφίμων είναι ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων – ΕΦΕΤ. Πλ. Κάνιγγος 101 81 Αθήνα Τηλ: 3306870-2, Fax: 3842509

Ο έλεγχος της εφαρμογής του συστήματος HACCP από τις επιχειρήσεις τροφίμων στην Ευρωπαϊκή Ένωση διενεργείται από την Αρμόδια Αρχή του κράτους μέλους. Στην Ελλάδα αρμόδιος φορέας για την πιστοποίηση της ασφάλειας των τροφίμων είναι ο ΕΦΕΤ. Ο ΕΦΕΤ εποπτεύεται από το Υπουργείο Ανάπτυξης. Ο έλεγχος από τον ΕΦΕΤ είναι υποχρεωτικός και απροειδοποίητος. (www.efet.gr)

Με βάση το θεσμικό του πλαίσιο, μεταξύ των κυριότερων αρμοδιοτήτων του συγκαταλέγονται :

- i. ο καθορισμός των προδιαγραφών ποιότητας,
- ii. ο καθορισμός των προτύπων στα οποία στηρίζεται η μελέτη και εφαρμογή των συστημάτων παραγωγής υγιεινών προϊόντων,
- iii. ο καθορισμός και η επικύρωση των κανόνων ορθής υγιεινής πρακτικής σύμφωνα με τις Κοινοτικές Οδηγίες και με κάθε άλλο συναφή κανόνα διεθνούς και κοινοτικού δικαίου,
- iv. η διενέργεια και ο συντονισμός των ελέγχων σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας μετά την πρωτογενή παραγωγή. Από την ευθύνη του εξαιρούνται τα νωπά φυτικά προϊόντα που βρίσκονται στους χώρους της καλλιέργειας και δεν έχουν υποστεί επεξεργασία, καθώς και τα νωπά προϊόντα κτηνοτροφίας, ιχθυοκαλλιέργειας και μελισσοκομίας πριν προσφερθούν προς κατανάλωση. Επίσης ο Φορέας συμμετέχει στα αρμόδια για την ασφάλεια και υγιεινή των τροφίμων Όργανα της Ε.Ε. καθώς και στους αρμόδιους Κοινοτικούς και Διεθνείς Οργανισμούς. (www.efet.gr)

Αν κατά τον έλεγχο του ΕΦΕΤ διαπιστωθεί μη εφαρμογή του συστήματος HACCP, των Κανόνων Υγιεινής και των κριτηρίων (μικροβιολογικών, θερμοκρασίας) που επιβάλλει η επιμέρους νομοθεσία τροφίμων τότε μπορεί να επιβάλει απόσυρση ή/και καταστροφή των τροφίμων, επιβολή οικονομικών προστίμων, αναστολή λειτουργίας μέρους ή ολόκληρης της επιχείρησης.

3.9.2 Αρχές του συστήματος HACCP

Σύμφωνα με την έκδοση της Εθνικής Επιτροπής για τα Μικροβιολογικά Κριτήρια στα Τρόφιμα των Η.Π.Α. (NACMCF) το 1992, το HACCP αποτελείται από τις ακόλουθες αρχές (Σεμινάριο Επιθεωρητών HACCP, 2006) :

Αρχή 1^η: Προσδιορισμός των πιθανών κινδύνων που σχετίζονται με την παραγωγή των τροφίμων σε όλα τα στάδια, από την ανάπτυξη και την συγκομιδή των πρώτων υλών, την παραγωγική διαδικασία, την επεξεργασία και την διανομή των προϊόντων, μέχρι την τελική προετοιμασία και την κατανάλωσή τους. Αξιολόγηση της πιθανότητας εμφάνισης και της σοβαρότητας των κινδύνων και προσδιορισμός των προληπτικών μέτρων για τον έλεγχο αυτών.

Αρχή 2^η: Προσδιορισμός των σημείων /διεργασιών /φάσεων λειτουργίας, που μπορούν να ελεγχθούν, για να εξαφανίσουν έναν κίνδυνο ή να ελαχιστοποιήσουν την πιθανότητα εμφάνισής του (Κρίσιμο Σημείο Ελέγχου-CCP)

Αρχή 3^η: Καθορισμός των κρίσιμων ορίων, τα οποία πρέπει να ικανοποιούνται, ώστε να εξασφαλίζεται ότι κάθε CCP βρίσκεται υπό έλεγχο.

Αρχή 4^η: Εγκατάσταση ενός συστήματος παρακολούθησης των CCPs και των κρίσιμων ορίων τους. Καθιέρωση των διαδικασιών επεξεργασίας των αποτελεσμάτων της παρακολούθησης, με σκοπό τη ρύθμιση της παραγωγής και τη διατήρηση αυτής υπό έλεγχο.

Αρχή 5^η: Καθορισμός των διορθωτικών ενεργειών, οι οποίες πρέπει να πραγματοποιούνται, όποτε το σύστημα παρακολούθησης δείχνει ότι ένα συγκεκριμένο CCP βρίσκεται εκτός ελέγχου, δηλαδή ότι εμφανίζεται απόκλιση από ένα καθορισμένο κρίσιμο όριο.

Αρχή 6^η: Εγκατάσταση ενός αποτελεσματικού συστήματος αρχειοθέτησης και καταγραφής του σχεδίου HACCP.

Αρχή 7^η: Προσδιορισμός των διαδικασιών επαλήθευσης, που επιβεβαιώνουν ότι το σύστημα HACCP λειτουργεί σωστά και αποτελεσματικά

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. (www.efet.gr)

3.9.3 HACCP – Συστήματα Ασφάλειας και Υγιεινής Τροφίμων.

Η ασφάλεια των τροφίμων έχει άμεση σχέση με την υγεία του ανθρώπου και κατά συνέπεια είναι θέμα σοβαρό, αδιαπραγμάτευτο. Η ύπαρξη οποιασδήποτε επικίνδυνης ουσίας, η οποία μπορεί να οφείλεται σε βιολογικούς, χημικούς ή φυσικούς παράγοντες και μπορεί να προκαλέσει βλάβη στην υγεία του ανθρώπου, απομακρύνει το τρόφιμο από την ασφαλή κατάσταση. Η ασφάλεια των τροφίμων μπορεί να εξασφαλιστεί εάν αναγνωριστούν οι κίνδυνοι και ελεγχθούν τα κρίσιμα σημεία καθ' όλη την παραγωγική διαδικασία, ώστε να επιτευχθεί η εξαφάνιση όλων των κινδύνων ή η ελαχιστοποίηση της πιθανότητας εμφάνισης αυτών. (TUV AUSTRIA HELLAS, 2006)

Η ανάλυση Επικινδυνότητας στα Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου – Hazard Analysis Critical Control Points (HACCP) είναι ένα σύστημα που εφαρμόζεται στις βιομηχανίες τροφίμων για την εξασφάλιση της ασφάλειας των τροφίμων. Το HACCP είναι ένα προληπτικό σύστημα το οποίο επικεντρώνει σε σημεία που σχετίζονται με κινδύνους (φυσικούς, χημικούς, μικροβιολογικούς) στα τρόφιμα καθ' όλη τη παραγωγική τους διαδικασία, μέχρι την τελική τους χρήση από τους καταναλωτές. Το σύστημα HACCP προεκτείνεται πολύ πιο πριν από τη στιγμή που οι πρώτες ύλες φθάνουν στη βιομηχανία – ανάπτυξη, παραγωγή και συγκομιδή των πρώτων υλών – και επεκτείνεται και πολύ πιο μετά αφότου τα έτοιμα προϊόντα απομακρύνονται από τη βιομηχανία – διακίνηση, διανομή, αγορά, κατανάλωση.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, το σύστημα HACCP σχεδιάζεται με σκοπό την εξάλειψη προβλημάτων έχοντας επιβεβαιώσει την ύπαρξη σημείων ελέγχου σε κάθε στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας όπου είναι δυνατόν να παρουσιαστούν επικίνδυνες ή κρίσιμες καταστάσεις (αναγνώριση, εκτίμηση και έλεγχος των υγειονομικών κινδύνων).

Το σύστημα HACCP χρησιμοποιεί το στοιχείο της πρόληψης για να επιτύχει την ασφάλεια στα τρόφιμα καταρρίπτοντας την παλαιότερη προσέγγιση του ελέγχου στις πρώτες ύλες, στα ενδιάμεσα και στα τελικά προϊόντα. Εισάγει, δηλαδή την έννοια της συνεχής ανάλυσης, παρακολούθησης και ελέγχου όλων των λειτουργιών σε όλα τα παραγωγικά στάδια της επιχείρησης τροφίμων. Με αυτό τον τρόπο εντοπίζεται η αιτία του προβλήματος πριν αυτό παρουσιαστεί και οι διορθωτικές ενέργειες είναι πολύ πιο εύκολες και απλές από την διόρθωση του συμπτώματος όπως γινόταν παλαιότερα. (www.haccp.org)

Η ανάπτυξη του συστήματος γίνεται με εφαρμογή των 7 αρχών της HACCP που απαιτούν: αναγνώριση των κινδύνων, καθορισμό των κρίσιμων σημείων ελέγχου CCPS, καθορισμό των κρίσιμων ορίων για κάθε CCP, παρακολούθηση των κρίσιμων ορίων, διορθωτικές ενέργειες, καταγραφή και επαλήθευση του συστήματος. Το σύστημα HACCP σχετίζεται με τη μοναδικότητα του κάθε τροφίμου, της μεθόδου παραγωγής του και της βιομηχανικής μονάδας στην οποία παράγεται, και έχει ως στόχο τη διασφάλιση της ασφάλειας των παραγόμενων τροφίμων. (www.haccp.org)

Το σύστημα HACCP τονίζει το ρόλο που έχει η ίδια η βιομηχανία στη συνεχή πρόγνωση και επίλυση προβλημάτων, και πως δεν πρέπει αυτή να αρκείται στις επιθεωρήσεις των εγκαταστάσεων από τις αρμόδιες Κρατικές Υπηρεσίες για τη διαπίστωση της απώλειας ελέγχου. Ολοένα και περισσότερο η HACCP γίνεται ένα αναπόσπαστο τμήμα των σχεδίων διασφάλισης της ασφάλειας των εταιριών παραγωγής τροφίμων σε όλο τον κόσμο, επικεντρώνοντας την προσοχή στα CCPS.

3.9.4 Προέλευση του HACCP. Σύντομη ιστορική αναδρομή.

Το HACCP αναπτύχθηκε αρχικά σαν ένα σύστημα διασφάλισης υγιεινής των τροφίμων από μικροβιολογικούς παράγοντες, που χρησιμοποιούνταν στο διαστημικό πρόγραμμα των Ηνωμένων Πολιτειών. Στη συνέχεια διάφορα άλλα προγράμματα και συστήματα αναπτύχθηκαν και έγινε γρήγορα φανερό ότι πραγματικά ασφαλή προϊόντα μπορούσαν να παραχθούν μόνο αν υπήρχε δυνατότητα ελέγχου του 100% της παραγωγής, πράγμα αδύνατο αφού θα έπρεπε να χρησιμοποιηθεί όλη η παραγόμενη ποσότητα. Έτσι έγινε αντιληπτό ότι μόνο ένα σύστημα σαν το HACCP θα μπορούσε να είναι χρήσιμο και το οποίο θα είχε ένα χαρακτήρα πρόληψης των προβλημάτων. (www.minagric.gr)

Στην παράγραφο αυτή παρουσιάζονται σε χρονολογική σειρά οι κυριότεροι σταθμοί εξέλιξης του συστήματος HACCP. (www.haccp.org)

- 4 1959 – Σε συνεργασία με τη NASA και τα εργαστήρια του Αμερικανικού Στρατού, ζητείται από την αμερικανική εταιρεία Pillsbury Co να παράγει τρόφιμα για κατανάλωση από πληρώματα διαστημικών αποστολών, σε συνθήκες έλλειψης βαρύτητας. Αυτό προϋπόθετε ότι τα παραγόμενα τρόφιμα δεν θα μολύνονταν από μικροοργανισμούς που θα μπορούσαν να προκαλέσουν αρρώστιες και να οδηγήσουν σε πρόωρο τερματισμό της αποστολής. Επειδή οι τότε υπάρχουσες τεχνικές Ποιοτικού Ελέγχου θεωρούνταν ανεπαρκείς για να διασφαλίσουν 100% την ασφάλεια των προϊόντων, αναπτύχθηκε ένα προληπτικό σύστημα ελέγχου που βασιζόταν στον έγκαιρο έλεγχο των πρώτων υλών, των διεργασιών, των εγκαταστάσεων παραγωγής, του προσωπικού, της αποθήκευσης και της διανομής, καθιστώντας κατ' αυτό τον τρόπο περιττό τον έλεγχο του τελικού προϊόντος. Η απαίτηση για την τήρηση αρχείων σύμφωνα με τους κανονισμούς της NASA διευκόλυνε τόσο την δόμηση όσο και την εφαρμογή του

συστήματος HACCP και αποτελεί βασικό μέρος της σημερινής μορφής του.

- 4 1971- Έγινε η πρώτη παρουσίαση του HACCP στο Εθνικό συνέδριο για την προστασία των τροφίμων στις Η.Π.Α. Στο στάδιο αυτό το σύστημα περιλάμβανε μόνο τρεις βασικές αρχές: 1) διεξαγωγή Hazard Analysis και εκτιμήσεων επικινδυνότητας, 2) καθορισμός των κρίσιμων σημείων ελέγχου (CCPs) και 3) παρακολούθηση των CCPs, ενώ και οι χαρακτηριστικοί κίνδυνοι είναι αρχικά μόνο τρεις.
- 4 1972 – Η εταιρεία Pillsbury Co υπογράφει συμβόλαιο με τον οργανισμό τροφίμων και φαρμάκων (FDA), με σκοπό τη διεξαγωγή εκπαιδευτικού προγράμματος για το προσωπικό του Οργανισμού πάνω στο σύστημα HACCP. Καθώς και αναλυτική παρουσίαση της εφαρμογής του συστήματος HACCP για την ασφάλεια των τροφίμων από το Διεθνή Οργανισμό Υγείας (WHO) σε συνέδριο στην Αργεντινή.
- 4 1973 –Συντάχθηκε το πρώτο εγχειρίδιο του HACCP από την εταιρεία Pillsbury Co και χρησιμοποιήθηκε για την εκπαίδευση των επιθεωρητών του FDA. Κατά τη διάρκεια της χρονιάς γίνονται – με βάση την προσέγγιση της HACCP – οι πρώτες επιθεωρήσεις (206) από τον FDA, σε χαμηλής οξύτητας κονσερβοποιείες (κονσερβοποιημένα μανιτάρια) στις Η.Π.Α. Η HACCP αποτελεί τη βάση, πάνω στην οποία στηρίζεται η δημοσίευση Κανονισμών από τον FDA για τα χαμηλής οξύτητας κονσερβοποιημένα τρόφιμα (LACF).
- 4 1980 – Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (WHO) αναγνωρίζει ότι το σύστημα HACCP είναι άγνωστο στις χώρες εκτός των Η.Π.Α και πιστεύει ότι η εφαρμογή του μπορεί να βοηθήσει πολλές ακόμα χώρες.

- 4 1985 – Η NAS (Εθνική Ακαδημία Επιστημών) στην Αμερική προτείνει την έκδοση: «An Evaluation of the Role of Microbiological Criteria for Foods and Foods ingredients» τη χρήση του συστήματος HACCP με σκοπό την έγκαιρη πρόληψη των μικροβιολογικών κινδύνων στα τρόφιμα και τονίζει, ότι οι αναλύσεις στο τελικό προϊόν δεν είναι επαρκείς για την πρόληψη των τροφικών ασθενειών. Επίσης, προτείνει την καθιέρωση νέων σύγχρονων αρχών για το HACCP, την εκπαίδευση της βιομηχανίας και του προσωπικού των υπηρεσιών ελέγχου στις αρχές του HACCP, καθώς και τη σύσταση της Εθνικής Συμβουλευτικής Επιτροπής για τα Μικροβιολογικά Κριτήρια των Τροφίμων (NACMCF).
- 4 1987 – Ανατέθηκε στον Εθνικό Φορέα για Ωκεανούς και Ατμόσφαιρα (NOAA) ο σχεδιασμός ενός προγράμματος βελτίωσης της επιθεώρησης των ιχθυηρών με την εφαρμογή του συστήματος HACCP, το οποίο διενεργείται από την Εθνική Υπηρεσία Θαλάσσιων Τόπων Αλιείας (NMFS).
- 4 1988 – Έκδοση του βιβλίου “Microorganisms in foods 4: application of the HACCP system to ensure microbiological safety and quality” από τη Διεθνή Επιτροπή για τις Μικροβιολογικές Προδιαγραφές των Τροφίμων. Επίσης, ο WHO κατέθεσε πρόταση για την εφαρμογή του συστήματος HACCP στην προετοιμασία των τροφίμων και την εκπαίδευση του προσωπικού που χειρίζονται τα τρόφιμα.
- 4 1989 – Έκδοση ενός οδηγού από το NACMCF για την εφαρμογή του συστήματος HACCP σε διεθνές επίπεδο. Ο οποίος περιλαμβάνει τις επτά νέες αρχές, τους κυριότερους ορισμούς, τους εξής χαρακτηριστικούς κινδύνους και μια περιγραφή της κάθε αρχής χωριστά.

- 4 1991 – Ο NMFS ολοκληρώνει την έρευνα πάνω στην εφαρμογή του HACCP στις βιομηχανίες ιχθυρών. Η έρευνα λαμβάνει την ονομασία MSSP (Mobil Seafood Surveillance Project).
- 4 1992 – Υιοθέτηση Οδηγίας από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Council Directive, 92/5/EEC), η οποία επικεντρώνεται στα κρεατοσκευάσματα και στην ορθή εφαρμογή των αρχών της HACCP. Επίσης η NACMCF εκδίδει έναν οδηγό για την εφαρμογή του HACCP, στον οποίο περιγράφονται αναλυτικότερα οι επτά νέες αρχές, παρουσιάζονται όλοι οι σημαντικοί ορισμοί στην ορολογία του HACCP, καθώς και το Διάγραμμα Αποφάσεων για τον ευκολότερο προσδιορισμό των CCPs.
- 4 1993 – Η επιτροπή Joint FAO/WHO Codex Alimentarius Commission εκδίδει Οδηγίες για την εφαρμογή του συστήματος HACCP. Επίσης υιοθετήθηκε από την τότε Ευρωπαϊκή Κοινότητα η Οριζόντια Οδηγία για την Υγιεινή των τω τροφίμων 93/43/ΕΟΚ στην οποία τονίζεται η σημασία της καλής υγιεινής και της χρήσης του HACCP στη βιομηχανία τροφίμων σε όλα τα στάδια της παραγωγής. Με την Οριζόντια Οδηγία 93/43/ΕΟΚ γίνεται ουσιαστικά υποχρεωτική η εφαρμογή συστημάτων HACCP από τις βιομηχανίες τροφίμων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των ευρωπαϊκών βιομηχανιών τροφίμων.
- 4 1994 – Έκδοση του “generic HACCP models for refrigerated foods” από τον USDA, το οποίο αποτελεί έναν οδηγό για την εφαρμογή του HACCP στις βιομηχανίες κρεάτων και πουλερικών. Επιπλέον η επιτροπή Joint FAO/WHO Codex Alimentarius Commission συντάσσει ένα προσχέδιο (draft) έκδοσης για τις γενικές αρχές της υγιεινής τροφίμων (General Principles of Food Hygiene). Η έκδοση αυτή μελετά την αλυσίδα παραγωγής

τροφίμων από την ανάπτυξη των πρώτων υλών μέχρι την κατανάλωση των προϊόντων και εντοπίζει τους βασικούς ελέγχους υγιεινής σε κάθε στάδιο, οι οποίοι έχουν αναγνωριστεί διεθνώς ως απαραίτητη για την εξασφάλιση της ασφάλειας και της καταλληλότητας για κατανάλωση των τροφίμων, υιοθετώντας την προσέγγιση HACCP για την ασφάλεια των τροφίμων.

- 4 1995 –Διοργάνωση συνεδρίου με θέμα “ HACCP: Σύλληψη της ιδέας και Εφαρμογή” από τον WHO με την συμμετοχή του FAO. Οι αντικειμενικοί στόχοι του συνεδρίου ήταν δύο: 1) Εξέταση των προβλημάτων που συναντώνται κατά την εφαρμογή των κατευθυντήριων οδηγιών του Codex Alimentarius και υποβολή προτάσεων για την ανανέωση του Κώδικα. 2) ανασκόπηση της στρατηγικής για την υλοποίηση του συστήματος HACCP. Η επιτροπή Codex Alimentarius Commission ανακοινώνει την Ανάλυση Επικινδυνότητας.
- 4 1997 – Έγινε αναθεώρηση των επτά αρχών του HACCP και οδηγιών από την Επιτροπή Codex Alimentarius Commission για την εφαρμογή του συστήματος, αναγνωρίζοντας τις πιθανές διαφορές που μπορεί να υφίστανται από επιχείρηση σε επιχείρηση. Έπειτα έγινε υιοθέτηση τριών αναθεωρημένων βασικών κειμένων για την υγιεινή των τροφίμων από την Επιτροπή Codex Alimentarius Commission, η οποία εφαρμόζει το κοινό πρόγραμμα FAO/WHO για τις προδιαγραφές τροφίμων. Τέλος έγινε έκδοση του “Οδηγού για Προετοιμασία Μελέτης του HACCP” από τον USDA, ο οποίος μπορεί να χρησιμοποιηθεί συμπληρωματικά στην εκπαίδευση για το HACCP από τις μικρές και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις.

- 4 1998 – Έγινε παρουσίαση των αλληλεπιδράσεων και αλληλοεπικαλύψεων μεταξύ του ISO 9001 και του HACCP και πρόταση για την ενσωμάτωση των δύο συστημάτων.
- 4 2000 – Στις 21 Σεπτεμβρίου 2000 υπεγράφη από τους συναρμόδιους Υπουργούς Εθνικής Οικονομίας Ανάπτυξης και Δικαιοσύνης η Κοινή Υπουργική Απόφαση που αφορά στην εναρμόνιση της ελληνικής νομοθεσίας με την Κοινοτική Οδηγία 93/43/ΕΟΚ για την ασφάλεια και υγιεινή των τροφίμων.
- 4 2004 – Αντικαθίσταται η οδηγία 93/43 με τον ευρωπαϊκό κανονισμό 852/2004.

3.9.5 Πλεονεκτήματα της εφαρμογής Συστήματος HACCP.

(Mortimore and Wallace, 1994:87)

- Ä Παρέχει ασφάλεια στην παραγωγή και στην διακίνηση των τροφίμων
- Ä Αυτή η ασφάλεια επιτυγχάνεται με οικονομικό και αποτελεσματικό τρόπο
- Ä Βοηθάει στην ανάπτυξη συστήματος άμυνας για την επιχείρηση (σε περίπτωση κρίσης)
- Ä Παρέχει την διαβεβαίωση ύπαρξης προδιαγραφών προϊόντων στους πελάτες της επιχείρησης
- Ä Ενσωματώνει την ασφάλεια με την ποιότητα στις παραγωγικές διαδικασίες της επιχείρησης
- Ä Ελαττώνει την ανάγκη ελέγχου τελικών προϊόντων
- Ä Εστιάζει την προσοχή του ποιοτικού ελέγχου στα κρίσιμα σημεία της παραγωγικής διαδικασίας (στο τρόπο με τον οποίο μπορεί να μειωθεί ή να εξαλειφθεί ένας κίνδυνος, ο οποίος εισέρχεται με τις πρώτες

ύλες, πολλαπλασιάζεται ή εμφανίζεται κατά την παραγωγική διαδικασία)

- Βοηθάει στην διαχείριση της ολικής ποιότητας της επιχείρησης
- Βελτιώνει την απόδοση του προσωπικού μέσω της εκπαίδευσης
- Προάγει την ομαδική εργασία
- Εισάγει μεθόδους ελέγχου, που είναι γρήγοροι, αποτελεσματικοί και εύκολοι στην εκτέλεση τους
- Αποδεικνύει την ευαισθητοποίηση της επιχείρησης σε θέματα ασφάλειας τροφίμων και δημόσιας υγείας

3.9.6 Η Νομοθεσία που διέπει το σύστημα HACCP για την Ελλάδα.

Η εναρμόνιση της ελληνικής νομοθεσίας για το HACCP έγινε μέσω της ΚΥΑ 487/ΦΕΚ/1219'Β/4-10-2000 σχετικά με την υγιεινή των τροφίμων η οποία εκδόθηκε σε εναρμόνιση προς την κοινοτική οδηγία 93/43/ΕΟΚ και υποχρεώνει πλέον τις επιχειρήσεις που παρασκευάζουν, μεταποιούν, παράγουν, συσκευάζουν, αποθηκεύουν, μεταφέρουν, διανέμουν, διακινούν ή διαθέτουν τρόφιμα να εφαρμόζουν τεκμηριωμένο HACCP. (Τζία και Παππά, 2005:88)

Η νομοθεσία που διέπει το Σύστημα HACCP για την Ελλάδα είναι:

• Π.Δ. 394/4-12-1996 (ΦΕΚ 266)

• ΚΥΑ 487/4-10-2000 (ΦΕΚ1219/'Β)

• ΚΥΑ 052/11-5-2004 (ΦΕΚ 687)

Ειδικότερα βάση της ΚΥΑ 487/2000 άρθρο 3 όλες οι επιχειρήσεις τροφίμων υποχρεούνται στην εφαρμογή και τήρηση μόνιμων διαδικασιών που αναπτύσσονται και υλοποιούνται σύμφωνα με τις αρχές του συστήματος

Ανάλυσης Κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (HACCP) για τη διασφάλιση της ασφάλειας των τροφίμων. Ο βαθμός ανάπτυξης και τήρησης του συστήματος σχετίζεται με τη φύση και το μέγεθος της επιχείρησής τους. Επίσης η εφαρμογή των συστημάτων αυτών θα πρέπει πάντα να τεκμηριώνεται με την τήρηση των απαραίτητων αρχείων. (ΚΕΤΑ Δυτικής Ελλάδος, 2004)

Κατά τον κανονισμό 852/2004 της Ευρωπαϊκής Ένωσης το HACCP δεν εφαρμόζεται στην πρωτογενή παραγωγή τροφίμων για ιδιωτική χρήση, στην οικιακή παρασκευή, χειρισμό και αποθήκευση τροφίμων για ιδιωτική κατανάλωση. Επίσης, στην άμεση προμήθεια από τον παραγωγό μικρών ποσοτήτων πρωτογενών προϊόντων (προϊόντα πρωτογενούς παραγωγής περιλαμβανομένων των προϊόντων του εδάφους, της κτηνοτροφίας, της θύρας και της αλιείας) στον τελικό καταναλωτή ή στα τοπικά καταστήματα λιανικής πώλησης που προμηθεύουν άμεσα τον τελικό καταναλωτή. Τέλος, το HACCP δεν εφαρμόζεται στα κέντρα συλλογής και βυρσοδεψίας τα οποία εμπίπτουν στον ορισμό της επιχείρησης τροφίμων. (www.skiadas.gr).

3.9.7 Ορολογία Εφαρμογής Συστήματος HACCP

Στη συνέχεια, για την καλύτερη κατανόηση όλων όσων έχουμε αναφερθεί, θα δοθούν κάποιοι ορισμοί των λέξεων – εκφράσεων που συναντήθηκαν (www.haccp.org):

- ⊖ **Ανάλυση Κινδύνου** : είναι η διαδικασία συλλογής, ιεράρχησης και αξιολόγησης όλων των στοιχείων γύρω από τους κινδύνους καθώς και γύρω από τις συνθήκες που ευνοούν την εμφάνιση των κινδύνων. Η διαδικασία αυτή έχει σαν σκοπό να αποφασιστεί ποιοι είναι οι κίνδυνοι που απαιτούν έλεγχο για την ασφάλεια των τροφίμων έτσι ώστε να αντιμετωπιστούν στο σχέδιο HACCP.
- ⊖ **Ασφάλεια Τροφίμων** : είναι η διασφάλιση του προϊόντος – τροφίμου έναντι χημικών, βιολογικών και φυσικών παραγόντων οι οποίοι

μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο (μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα) την υγεία του καταναλωτή.

- ⊖ Αξιολόγηση HACCP : είναι η συστηματική και ανεξάρτητη εξέταση προκειμένου να προσδιοριστεί ότι οι δραστηριότητες του συστήματος HACCP και τα σχετικά αποτελέσματα συμμορφώνονται με τις προσχεδιασμένες διευθετήσεις και αν οι διευθετήσεις αυτές έχουν εφαρμοστεί αποτελεσματικά και είναι κατάλληλες για την επίτευξη των στόχων. Η αξιολόγηση HACCP περιλαμβάνει και την επαλήθευση και την επικύρωση του HACCP
- ⊖ Αλυσίδα Ψύξης : η διατήρηση σταθερής θερμοκρασίας ψύξης του προϊόντος σε όλα τα στάδια της παραγωγής του έως τον τελικό καταναλωτή (παραλαβή, αποθήκευση, επεξεργασία, έκθεση προς πώληση).
- ⊖ Αποθήκευση : η διατήρηση των πρώτων και βοηθητικών υλών, των υλικών και αντικειμένων συσκευασίας και των ημικατεργασμένων ή τελικών προϊόντων σε θερμοκρασία περιβάλλοντος ή σε ελεγχόμενες συνθήκες (θερμοκρασίας ψύξης, κατάψυξης, υγρασίας, ελεγχόμενου εξαερισμού με φίλτρα, ελεγχόμενης ατμόσφαιρας, κα).
- ⊖ Απολύμανση: η χρησιμοποίηση χημικών υλών ή / και φυσικών μεθόδων που έχει σκοπό τον περιορισμό της ανάπτυξης μικροοργανισμών σε επίπεδα που είναι ασφαλή για την ποιότητα των τροφίμων.
- ⊖ Αρχεία: έγγραφα που περιέχουν πληροφορίες για την διαδικασία παραγωγής ή τον ποιοτικό έλεγχο. Επίσης, τα αποτελέσματα των ελέγχων που πραγματοποιούνται κατά την παραγωγική διαδικασία.
- ⊖ Ασφαλής κατασκευή του εξοπλισμού ή των εγκαταστάσεων: η κατασκευή του εξοπλισμού ή των εγκαταστάσεων που δεν εγκυμονεί τον κίνδυνο πιθανής επιμόλυνσης των τροφίμων από ανεπάρκεια ή βλάβη του εξοπλισμού ή των εγκαταστάσεων.

- ⊖ Διορθωτική Ενέργεια: η ενέργεια που πραγματοποιείται όταν από την παρακολούθηση των κρίσιμων σημείων προκύπτει απόκλιση από τα κρίσιμα όρια.
- ⊖ Δυνητικοί (ή Πιθανοί) Κίνδυνοι: ονομάζονται οι κίνδυνοι που έχουν πιθανότητα να εμφανιστούν.
- ⊖ Έλεγχος: η λήψη όλων των απαραίτητων μέτρων για να διασφαλίζεται και να τηρείται η συμμόρφωση με τα κριτήρια που αποφασίζονται και καθορίζονται από το σχέδιο HACCP.
- ⊖ Επαλήθευση HACCP: είναι η συστηματική εξέταση όλων των διαδικασιών, των δοκιμών, των μεθόδων επιθεώρησης και γενικά όλες οι αξιολογήσεις που πραγματοποιούνται επιπλέον του συστήματος HACCP, προκειμένου να διαπιστωθεί αν το σύστημα HACCP λειτουργεί κανονικά και σύμφωνα με το σχέδιο.
- ⊖ Επικύρωση HACCP: είναι η συγκέντρωση αντικειμενικών αποδείξεων έτσι ώστε να επιβεβαιώνεται ότι το σύστημα HACCP είναι αποτελεσματικό για την ασφάλεια του τροφίμου.
- ⊖ Εγκατάσταση: το κτίριο ή ο χώρος που στεγάζεται μια επιχείρηση τροφίμων και μέσα στον οποίο παράγονται ή επεξεργάζονται τρόφιμα.
- ⊖ Έλεγχος των Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου: οι ενέργειες που γίνονται για την διαπίστωση της παραγωγής ασφαλών και υγιεινών προϊόντων και οι οποίες περιλαμβάνουν μια σειρά παρατηρήσεων, μετρήσεων, ή / και δειγματοληψιών για την διεξαγωγή των εξετάσεων.
- ⊖ Εμπορικό Δείγμα : ένα δείγμα χωρίς εμπορική αξία το οποίο λαμβάνεται εξ ονόματος του ιδιοκτήτη ή του υπεύθυνου μιας εγκατάστασης, το οποίο είναι αντιπροσωπευτικό μιας συγκεκριμένης παραγωγής προϊόντων οποιασδήποτε προέλευσης της εγκατάστασης αυτής ή που αποτελεί πρότυπο για ένα προϊόν προέλευσης του οποίου σχεδιάζεται η παραγωγή και το οποίο, για τη μετέπειτα εξέταση,

πρέπει να φέρει ένδειξη του τύπου προϊόντος, της σύνθεσής του και του είδους από το οποίο προέρχεται.

- ⊖ Επαρκές: ικανοποιητικό αποτέλεσμα για κάποιο προκαθορισμένο στόχο.
- ⊖ Επεξεργασία: διεργασίες που διέπουν την παραγωγή ενός προϊόντος και μεταβάλλουν την αρχική του κατάσταση.
- ⊖ Επιμόλυνση: η παρουσία μικροοργανισμών, ή χημικών ουσιών ή ξένων σωμάτων, ή δυσάρεστων κηλίδων ή ανεπιθύμητων άλλων ουσιών στα τρόφιμα.
- ⊖ Επιτήρηση: επίβλεψη, εξακρίβωση, συνεχείς ή περιοδικοί έλεγχοι της κατάστασης μιας οντότητας και ανάλυση όσων έχουν καταγραφεί έτσι ώστε να διασφαλίζεται ότι ικανοποιούνται οι συγκεκριμένες απαιτήσεις.
- ⊖ Καθαρισμός: απομάκρυνση απορριμμάτων, ξένων σωμάτων, σκόνης και ρύπανσης.
- ⊖ Κίνδυνος: κάθε βιολογικός, χημικός, φυσικός παράγοντας ή κάθε ιδιότητα ή κατάσταση του τροφίμου που μπορεί να προκαλέσει δυσμενή επίπτωση στην υγεία του καταναλωτή.
- ⊖ Μεταφορικά Μέσα: τα μέρη των αυτοκινήτων, οχημάτων, των σιδηροδρομικών οχημάτων και των αεροσκαφών, τα οποία προορίζονται να περιέχουν το φορτίο, καθώς και τα κύττα των πλοίων ή τα εμπορευματοκιβώτια που χρησιμοποιούνται για χερσαίες, θαλάσσιες ή αεροπορικές μεταφορές.
- ⊖ Παραγωγή: οι ενέργειες που πραγματοποιούνται κατά τη διαδικασία της παραγωγής των τροφίμων και στις οποίες ανήκουν: η προμήθεια, η παραλαβή, η αποθήκευση, η επεξεργασία των πρώτων και των βοηθητικών υλών, όπως και η συσκευασία, η μεταφορά / διανομή / διακίνηση των τελικών προϊόντων.

- ⊖ Παρακολούθηση HACCP: είναι η σχεδιασμένη σειρά παρατηρήσεων ή μετρήσεων των κρίσιμων παραμέτρων παρακολούθησης για να διαπιστωθεί εάν ένα κρίσιμο σημείο ελέγχου βρίσκεται υπό έλεγχο.
- ⊖ Περιοχές Υψηλού Κινδύνου: περιοχές της παραγωγικής διαδικασίας όπου είναι σημαντική η παρουσία του κινδύνου της επιμόλυνσης των τροφίμων και στις οποίες απαιτείται η εφαρμογή πολύ αυστηρών μέτρων υγιεινής για την παραγωγή ασφαλών και υγιεινών προϊόντων.
- ⊖ Περιοχές Χαμηλού κινδύνου: περιοχές της παραγωγικής διαδικασίας όπου δεν παρουσιάζεται σημαντικός κίνδυνος για την ασφάλεια των τροφίμων αλλά θα πρέπει να εφαρμόζονται οι γενικοί κανόνες υγιεινής.
- ⊖ Προληπτικά Μέτρα Ελέγχου: είναι οι ενέργειες που απαιτούνται να γίνουν προκειμένου να εξασφαλίζεται η πρόληψη ή η εξάλειψη ή η μείωση της πιθανότητας εμφάνισης ενός κινδύνου σε αποδεκτά όρια.
- ⊖ Προϊόντα με Βάση το Κρέας: τα προϊόντα που έχουν παρασκευασθεί από ή με κρέας, το οποίο έχει υποστεί επεξεργασία ώστε η επιφάνεια της εγκάρσιας τομής να επιτρέπει να διαπιστωθεί η απουσία των χαρακτηριστικών του νωπού κρέατος.
- ⊖ Προϊόντα Ψύξης: τρόφιμα που διατηρούνται σε θερμοκρασίες κάτω των 5° C.
- ⊖ Προϊόντα Κατάψυξης: τρόφιμα που για την διατήρησή του απαιτείται θερμοκρασία ίση ή χαμηλότερη των -18° C. Κατά την κατάψυξη τα τρόφιμα περνούν από τη φάση της μέγιστης κρυστάλλωσης και μετά την αποκατάσταση της ισορροπίας της θερμότητας, τα προϊόντα έχουν σε όλα τα σημεία τους θερμοκρασία ίση η χαμηλότερη των -18° C.
- ⊖ Σχέδιο HACCP: ονομάζεται το έγγραφο το οποίο έχει συνταχθεί σύμφωνα με τις αρχές του HACCP προκειμένου να εξασφαλίζεται ο

έλεγχος των κρίσιμων σημείων και των πιθανών κινδύνων μέσα στο πλαίσιο εφαρμογής του συστήματος HACCP.

Κεφάλαιο 4. Θεματικά εστιατόρια. Μελέτη περίπτωσης ενός η περισσότερων θεματικών εστιατορίων.

4.1 Η δυναμική της καινοτομίας του προϊόντος των επιχειρήσεων εστίασης.

4.1.1 Το προϊόν σύμφωνα με το marketing

Το marketing προσεγγίζει με διάφορους τρόπους το θέμα του σχεδιασμού του προϊόντος. Ουσιαστικά, προτείνει την έρευνα της αγοράς με σκοπό να εντοπισθούν οι πιθανές ομάδες πελατείας.

Η διαδικασία αυτή οδηγεί στην κατάτμηση της αγοράς σε επιμέρους επιλεγμένα τμήματα που αποτελούν πιθανή πελατεία. Σκοπός αυτής της ενέργειας είναι να εντοπισθούν οι ανάγκες των πελατειακών ομάδων και να σχεδιαστεί ένα προϊόν που να ικανοποιεί το μέρος των αναγκών, που καλείται να ικανοποιήσει ένα αντίστοιχο προϊόν. Δηλαδή στην περίπτωση που ένα μπαρ έχει στόχο την προσέγγιση πελατείας νέων, φίλων του δικυκλισμού, θα πρέπει να επιλέξει ανάλογο διάκοσμο, να συμπεριλάβει στον κατάλόγό του εκτεταμένη ποικιλία από μάρκες μπίρας, να συμπεριλάβει στο μουσικό πρόγραμμα μουσική “Heavy Metal” και γενικότερα να προσαρμόσει το προϊόν του στις προτιμήσεις της συγκεκριμένης πελατείας. (Montana and Charnov, 1993: 29)

Ο εντοπισμός της πελατειακής ομάδας ή ομάδας στόχου για την επιχείρηση, εξυπηρετεί ιδιαίτερα και την πολιτική επικοινωνίας της επιχείρησης. Όταν ο επιχειρηματίας γνωρίζει που βρίσκεται ο πελάτης του, την κουλτούρα του, τις πεποιθήσεις του και τα βασικά ψυχολογικά χαρακτηριστικά του, τότε είναι εύκολο να απευθυνθεί εύστοχα σε αυτόν. Σε άλλη περίπτωση, η επιχείρηση μπορεί να κάνει τεράστια έξοδα και να διαμορφώσει ακατάλληλα μηνύματα, τα οποία θα προωθήσει με εσφαλμένα μέσα στον δαίδαλο των αλληπάλληλων μηνυμάτων που δέχονται οι καταναλωτές σήμερα, με κατάληξη

την αναποτελεσματικότητα της διαφημιστικής δράσης και των προσπαθειών των δημοσίων σχέσεων. (Αμβροσιάδης, 2005:100).

Το marketing διαχωρίζει το προϊόν σε τρία επίπεδα. Στο επίσημο προϊόν που αφορά στα εμφανή στοιχεία του προϊόντος, στο κεντρικό προϊόν, δηλαδή το όφελος που προσφέρει στον καταναλωτή και στο συμπληρωματικό προϊόν, δηλαδή την προσφορά του προϊόντος μετά την κατανάλωση. Επίσημο προϊόν για μία επιχείρηση εστίασης, είναι το φαγητό, τα ποτά, η μουσική και οι υπηρεσίες που προσφέρει, ενώ η παρέα και διασκέδαση, όπως και η δυνατότητα να περάσει κανείς εκεί λίγες ευχάριστες ώρες είναι το κεντρικό προϊόν. Το επίπεδο του συμπληρωματικού προϊόντος αφορά σε περιπτώσεις όπου μία επιχείρηση εστίασης προσφέρει ένα αναμνηστικό δώρο στην αναχώρηση των πελατών ή τηρεί αρχείο πελατών και αποστέλλει ευχετήριες κάρτες στην ονομαστική τους εορτή. (Παπαδημητρίου, 1988:26)

Οι προσεγγίσεις του marketing στο θέμα του προϊόντος είναι καθοριστικής σημασίας. Επεκτείνονται σε πολλά θέματα, καλύπτοντας πολλές οπτικές γωνίες. Εμείς στο παρόν θα εστιάσουμε σε μία από αυτές. Την καινοτομία του προϊόντος, η οποία έχει ιδιαίτερη σημασία για τις επιχειρήσεις εστίασης. (Grönroos, 2000:44)

4.1.2 Τι είναι καινοτομία

Καινοτομία ενός προϊόντος είναι η διαφοροποίησή του από τα ανταγωνιστικά. Το καινοτομικό (ή πρωτότυπο) προϊόν κατά συνέπεια είναι ένα νέο προϊόν. (Ελληνικό κέντρο αναδιανομής καινοτομίας 2006)

Η καινοτομία ενός προϊόντος μπορεί να δημιουργηθεί με δύο τρόπους:

1. Με πρωτοποριακό σχεδιασμό, οπότε μία επιχείρηση μπορεί να σχεδιάσει το προϊόν της η ίδια, ή να αναθέσει τον σχεδιασμό του προϊόντος σε μία ειδικευμένη επιχείρηση marketing.
2. Με την εκμετάλλευση παλαιών προϊόντων, που προωθούνται:
 - ⊖ σε νέα βελτιωμένη έκδοση, ή
 - ⊖ με νέα εικόνα, όπου παρουσιάζεται σαν νέο ένα παλαιό προϊόν, ή
 - ⊖ σε νέες αγορές οπότε το προϊόν μπορεί να αγοραστεί από καταναλωτές που το αντιμετωπίζουν σαν νέο.

Πολλές επιχειρήσεις προσπαθούν να παρουσιάσουν σαν καινοτομικό, ένα παλαιό προϊόν, όπως διάφορες επιχειρήσεις απορρυπαντικών που προσθέτουν έγχρωμους κόκκους για να πείσουν για την διαφοροποίησή του.

Πολλές επιχειρήσεις, προσπαθούν με διαφημιστικά μηνύματα, να αλλάξουν την εικόνα του προϊόντος και την ανάγκη που μπορεί να ικανοποιήσει. Έτσι η Coca Cola, παρουσιάζει κατά περιόδους διαφημίσεις όπου άλλοτε προτείνει στον υποψήφιο καταναλωτή να προτιμήσει το αναψυκτικό διότι «πάει με όλα», άλλοτε διότι «σε συναρπάζει» κλπ. (Ελληνικό κέντρο αναδιανομής καινοτομίας 2006)

Η ονομασία του καταστήματος προσδίδει σε αυτό μία εικόνα. Η καινοτομία μπορεί να αφορά στο όνομα του καταστήματος. Είναι γνωστή η περίπτωση του Αθηναϊκού ζαχαροπλαστείου στο Κολωνάκι «Φίλιπποι», το οποίο προπολεμικά αποτελούσε τόπο συνάντησης των Αθηναίων, οι οποίοι ανανέωναν την επαφή τους με την φράση «Οψόμεθα εις Φιλίππους».

Η καινοτομία αφορά στη διαφοροποίηση ορισμένων στοιχείων του προϊόντος. Η διαφοροποίηση μπορεί να γίνει στο προϊόν ή την εικόνα του. *Διαφοροποίηση είναι η πράξη του σχεδιασμού ενός συνόλου λογικών διαφορών*

που αποσκοπεί να ξεχωρίσει η προσφορά μίας επιχείρησης από τις προσφορές των ανταγωνιστών της. Οι διαφορές αυτές καλό είναι να ικανοποιούν τις παρακάτω συνθήκες:

- Να είναι σημαντικές για ένα επαρκή αριθμό καταναλωτών και ευδιάκριτες.
- Να ξεχωρίζουν από τις ανταγωνιστικές προσφορές ή έστω να έχουν περισσότερα πλεονεκτήματα.
- Να αντιγράφονται δύσκολα από τους ανταγωνιστές
- Να είναι οικονομικά πραγματοποιήσιμες, αλλά και αποδοτικές

4.1.3 Η καινοτομία των επιμέρους στοιχείων του προϊόντος

Κάθε προϊόν αποτελείται από άλλα προϊόντα. Ένα εστιατορικό προϊόν, αποτελείται από τα προϊόντα των τμημάτων μαγειρείου, τραπεζαρίας, προμηθειών και ταμείου. Στην περίπτωση που παρουσιαστεί ένα πρόβλημα υποβιβασμού της ποιότητας των προϊόντων των επιμέρους τμημάτων, πλήττεται το συνολικό προϊόν. Δηλαδή είτε το φαγητό δεν είναι νόστιμο (ευθύνη μαγειρείου), είτε καθυστερήσει να σερβιριστεί, (ευθύνη τραπεζαρίας), είτε το κρέας είναι σκληρό (ευθύνη προμηθειών), είτε ο λογαριασμός είναι υπέρογκος (ευθύνη υπευθύνου τιμολόγησης), ο πελάτης θα θεωρήσει προβληματικό το συνολικό προϊόν, δηλαδή το κατάστημα. (www.servitoros.gr)

Οι υποδιαίρεσεις των επιμέρους προϊόντων, μπορούν να επεκταθούν επί μακρόν. Το προϊόν του τμήματος μαγειρείου του εστιατορικού προϊόντος αποτελείται από το προϊόν του τμήματος κρεάτων, του τμήματος λαχανικών, του τμήματος σαλτσών κλπ. Το σκεπτικό αυτό μας οδηγεί ασφαλώς στη θεωρία των συστημάτων.

Δεν είναι ανάγκη να τροποποιηθεί απόλυτα ένα προϊόν για να παραχθεί ένα νέο. Αν εντοπίσουμε τα βασικά στοιχεία του προϊόντος που προσφέρουμε, μπορούμε να επέμβουμε ανατρεπτικά στα κρατούντα και συνηθισμένα, σχετικά με ένα ή περισσότερα στοιχεία. Το αποτέλεσμα που θα προκύψει είναι ένα πρωτότυπο προϊόν, στη συνολική του εικόνα. Αρκεί δηλαδή η τροποποίηση ενός στοιχείου του προϊόντος για να δοθεί η εικόνα του πρωτότυπου συνολικά προϊόντος.

Ας υποθέσουμε ότι σκοπός ενός επιχειρηματία είναι η ίδρυση και λειτουργία ενός μπαρ. Το προϊόν του μπαρ αποτελείται μεταξύ των άλλων, από το σημείο που βρίσκεται (1), από τη διακόσμηση και διαρρύθμισή του (2), από τα ποτά που προσφέρει (3), τη μουσική που ακούγεται (4), την εξυπηρέτηση των πελατών (5), κλπ. Οποιοδήποτε από τα παραπάνω στοιχεία του προϊόντος διαφοροποιηθεί από τα συνηθισμένα, ο επιχειρηματίας θα επιτύχει το ζητούμενο, δηλαδή ένα πρωτότυπο μπαρ. (Αρβανιτογιάννη, Σάνδρου, Κούρτης, 2001:12)

Για παράδειγμα και σε αντιστοιχία:

1. Αν το μπαρ λειτουργήσει κάτω από το νερό μίας πισίνας,
2. Αν διακοσμηθεί με ανθρώπους που στέκονται ή κινούνται σε ειδικές εξέδρες στους τοίχους
3. Αν προσφέρει μόνο αλκοολούχα ποτά από απόσταγμα αχλαδιού και μήλου και αναμίξεις αυτών
4. Αν η μουσική που ακούγεται είναι διαφορετική σε κάθε τραπέζι
5. Αν οι σερβιτόροι είναι εκπαιδευμένοι πίθηκοι

Τότε, μία μόνο από τις παραπάνω πρωτοτυπίες, μπορεί να διαμορφώσει μία συνολικά πρωτότυπη επιχείρηση μπαρ. (<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

Θα επιμείνουμε σε ένα μόνο από τα παραπάνω διαφοροποιημένα στοιχεία του προϊόντος, στο στοιχείο της διακόσμησης του μπαρ. Η ζωντανή διακόσμηση, δεδομένου ότι δεν εφαρμόζεται – τουλάχιστον προς το παρόν – θα αποτελούσε σίγουρα μία καινοτομία. Αλλά δεν είναι η μόνη πρωτότυπη ιδέα που θα μπορούσε να διαμορφώσει πρωτότυπη διακόσμηση. Πολλές ακόμη ιδέες θα μπορούσαν να θεωρηθούν πρωτότυπες. Για παράδειγμα γιγαντοοθόνες στις οποίες θα προβάλλονταν απίθανα εξωγήινα τοπία, ή ζαρντινιέρες που θα γέμιζαν τους τοίχους με φυτά εσωτερικού χώρου και θα δημιουργούσαν εικόνα ζούγκλας. Κάθε μία από τις παραπάνω ιδέες έχει διαφορετικό κοστολόγιο και διαφορετική ένταση καινοτομίας.

4.1.4 Η καινοτομία του κεντρικού, του επίσημου και του συμπληρωματικού προϊόντος

Η καινοτομία μπορεί να λειτουργεί βελτιωτικά στο κεντρικό, το επίσημο ή το συμπληρωματικό προϊόν. Με βάση το σκεπτικό ότι το κεντρικό προϊόν είναι αυτό που ικανοποιεί τις ανάγκες του καταναλωτή, μια που είναι το κατ'εξοχή όφελος, η καινοτομία που αφορά στο κεντρικό προϊόν έχει μεγαλύτερη σημασία από αυτήν που αφορά στο επίσημο προϊόν και αυτή παίζει μεγαλύτερο ρόλο από αυτήν που αφορά στο συμπληρωματικό προϊόν. (www.goourment.gr)

Για το λόγο αυτό, συχνά στην αγορά των επιχειρήσεων εστίασης, παρουσιάζεται το φαινόμενο μία πρωτότυπη εφαρμογή που λειτουργεί αρνητικά για την ποιότητα του επίσημου προϊόντος, να λειτουργεί θετικά σε σχέση με την ποιότητα του κεντρικού προϊόντος, παίζοντας καθοριστικό ρόλο στις πωλήσεις της επιχείρησης. Έτσι παρουσιάζονται περιπτώσεις επιχειρήσεων εστίασης όπως:

- Το εστιατόριο «Τα Τομάρια» στην Βαρυμπόμπη, όπου οι σερβιτόροι προσέβαλλαν ανελέητα με ύβρεις τους πελάτες.

- ⊖ Το εστιατόριο «Ο Σέσουλας» όπου ο ψήστης και ιδιοκτήτης πετούσε την λαδόκολλα με το ψητό από απόσταση στους πελάτες.
- ⊖ Το εστιατόριο «Το Κουκλάκι» στο Χαλάνδρι, το οποίο προσφέρει εδέσματα φιλοτεχνημένα σε σχήματα γεννητικών οργάνων, κ.ά.

Πρόκειται για εστιατόρια με αρνητικές ποιοτικά υπηρεσίες, των οποίων όμως το συνολικό προϊόν παρουσίαζε υψηλή ζήτηση. Στις παρόμοιες περιπτώσεις, αποδεικνύεται η ανάγκη των πελατών εστιατορίων, τα οποία δέχονται πελατεία που κύρια επιλέγει το εστιατόριο σαν χώρο νυκτερινής διασκέδασης και όχι απλά σαν χώρο προσφοράς φαγητού, να προσπαθούν μέσα από την επιλογή του καταστήματος να προωθήσουν στο περιβάλλον τους εντυπώσεις για την ένταξή τους σε επιλεγμένα κοινωνικά σύνολα. Έτσι στα Τομάρια βρίσκουν την ευκαιρία να επιδείξουν την αυτοπεποίθησή τους, δεδομένου ότι οι προσβολές του προσωπικού θεωρούνται αδύναμες να ενοχλήσουν αυτούς που τις δέχονται, στο Σέσουλα επιδεικνύουν την άνεση στο να εκτιμούν ένα ιδιότροπο αλλά γραφικό επαγγελματία και στο Κουκλάκι επιδεικνύουν την άνεση σε θέματα σεξουαλικών ταμπού.

Η καινοτομία στο συμπληρωματικό προϊόν, μπορεί να επηρεάσει επίσης, μέχρι ενός βαθμού, τη ζήτηση του προϊόντος. Στη «Μουσική Αποθήκη», υπήρχε στον πάγκο του μπαρ μία γυάλα με κέρματα, όπου αναγράφονταν «Αν θέλεις ένα πάρε, αν σου περισσεύει ένα ρίξε». Ο σκοπός ήταν να λειτουργεί ένα ταμείο για την συμπλήρωση του ποσού που χρειαζόταν ένας πελάτης στο κλείσιμο του καταστήματος για να αγοράσει τσιγάρα ή να πληρώσει το ταξί, δηλαδή σαν στοιχείο συμπληρωματικού προϊόντος. Στην πράξη όμως λειτούργησε σαν αξιοπερίεργο που αύξησε την καινοτομικότητα του προϊόντος και έφερε πελατεία.

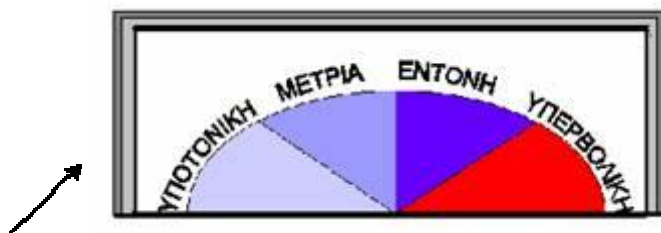
Το παραπάνω σκεπτικό αποδυναμώνει την αναγκαιότητα ανάλυσης των στοιχείων που αποτελούν τα τρία επίπεδα προϊόντος (επίσημο, κεντρικό και

συμπληρωματικό), για να εντοπισθούν εκείνα (τα στοιχεία) τα οποία μπορούν να αποτελέσουν υλικό διαφοροποίησης.

4.1.5 Ένταση της καινοτομίας

Ορισμένα καινοτομικά προϊόντα εντυπωσιάζουν περισσότερο από άλλα. Η διακόσμηση με φυτά είναι κάτι το συνηθισμένο και ασφαλώς δεν αποτελεί καινοτομία σε ένα μπαρ. Η υπερβολή στην ποσότητα των φυτών, δημιουργεί ένα διαφοροποιημένο περιβάλλον από το συνηθισμένο, και μπορεί να διαμορφώσει ένα πρωτότυπο χώρο. Η διαμόρφωση του εσωτερικού χώρου του μπαρ σαν μία πλατεία γεμάτη φυτά, όπου βρίσκεται ένα περίπτερο και ένα βενζινάδικο, όπου το βενζινάδικο καλύπτει το ρόλο του παρασκευαστηρίου ποτών, ενώ το περίπτερο στεγάζει τα μουσικά αναπαραγωγικά μηχανήματα και τους ειδικούς για αυτό υπαλλήλους, αποτελούν μία διακόσμηση μεγαλύτερης καινοτομίας από τις προηγούμενες. (www.in.gr)

Θα μπορούσε να δημιουργηθεί μία κλίμακα μέτρησης της καινοτομίας του προϊόντος, όπου οι διαβαθμίσεις θα περιελάμβαναν τα παραδοσιακά (καθιερωμένα) προϊόντα, τα συνηθισμένα (πασίγνωστα) προϊόντα, τα νέα προϊόντα (γνωστά σε ορισμένες πελατειακές ομάδες) και τα καινοτομικά προϊόντα. Θα μπορούσε επίσης να δημιουργηθεί μία κλίμακα μέτρησης της έντασης της καινοτομίας του προϊόντος, όπου η ένταση αυξάνει, όσο περισσότερο ασυνήθιστη είναι η πρωτότυπη ιδέα. Η κλίμακα αυτή θα μπορούσε να έχει στις διαβαθμίσεις της τα προϊόντα υποτονικής, μέτριας, έντονης και υπερβολικής καινοτομίας, όπως φαίνεται στο σχήμα 1.



Σχήμα 1 Η ένταση της καινοτομίας

Όταν η ένταση της καινοτομίας είναι υποτονική, είναι εύκολο να περάσει απαρατήρητη, ή να δημιουργήσει αρνητικές εντυπώσεις. Πρέπει όμως να διαχωριστεί η υποτονική καινοτομία, από την έντονη καινοτομία ενός άνευ σημαντικής σημασίας στοιχείου του προϊόντος. Μία προσωπογραφία ενός γνωστού διεθνούς τραγουδιστή φιλοτεχνημένη με σχοινί, αποτελεί καινοτομία σε ένα μικρό τμήμα ενός στοιχείου του προϊόντος, αλλά αποδείχτηκε σημαντική καινοτομία σε ένα μπαρ της δεκαετίας του 80.

Όταν η ένταση της καινοτομίας είναι μέτρια, τότε τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν είναι μερικής σημασίας, ενώ όταν η καινοτομία είναι έντονη, τα αποτελέσματα αυξάνουν.

Όταν η ένταση της καινοτομίας φτάσει στην υπερβολή, τότε η καινοτομία δημιουργεί σοκ, οπότε η επιτυχία μίας τέτοιας ιδέας είναι αμφισβητήσιμη.

Προσπαθήσαμε να προσεγγίσουμε την ένταση της καινοτομίας, σε σχέση με ένα από τα στοιχεία του προϊόντος. Στην περίπτωση που η καινοτομία επεκτείνεται σε πολλά στοιχεία, μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση των καταναλωτή, οπότε πλέον δεν θα οδηγήσει σε πρωτότυπο προϊόν, όταν θα έχει καταλυθεί η έννοια του προϊόντος. Αν φανταστεί κανείς συνδυασμένες τις παραπάνω πέντε πρωτοτυπίες, ενός μπαρ που λειτουργεί κάτω από το νερό, με ζωντανή διακόσμηση, που τα ιδιοκατασκευασμένα του αποστάγματα σεβίρουν πίθηκοι σε τραπέζια που στο καθένα ακούγεται διαφορετική μουσική, ο πελάτης θα βρεθεί σε μία κατάσταση σύγχυσης, όπου δεν θα αντιμετωπίζει ένα πρωτότυπο κατάστημα, αλλά μία μη κατατάξιμη κατάσταση. (Ελληνικό κέντρο αναδιανομής καινοτομίας 2006)

4.1.6 Τα πλεονεκτήματα των καινοτομικών προϊόντων

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα των καινοτομικών προϊόντων επιχειρήσεων εστίασης είναι ότι:

- εντυπωσιάζουν μέχρι που συναρπάζουν τους καταναλωτές
- επηρεάζουν θετικά την ομογενοποίηση της πελατείας
- οι υποψήφιοι πελάτες και οι καταναλωτές, τα θυμούνται
- μειώνουν τον ανταγωνισμό, ειδικά για μία χρονική περίοδο

(<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

4.1.7 Η συναισθηματική διέγερση των καινοτομικών προϊόντων

Η ρουτίνα αποτελεί φαινόμενο σύμφυτο με την καθημερινότητα, όπου η ημέρα του ατόμου επαναλαμβάνεται, παρουσιάζοντας άπειρα στοιχεία ομοιότητας με την προηγούμενη.

Η συνήθεια είναι ο μεγαλύτερος εχθρός της δημιουργικότητας ενώ η έξη μειώνει το συναίσθημα. Έτσι η εμπειρία, η πρώτη φορά στη ζωή μας, μας προκαλεί έντονα συναισθήματα, ενώ η πράξη που γίνεται από συνήθεια συνήθως δεν προκαλεί συναισθήματα, ή η έντασή τους είναι χαμηλή.

Για το λόγο αυτό τα προϊόντα ή καταστήματα που μοιάζουν ιδιαίτερα με τα ανταγωνιστικά τους δεν ενεργοποιούν τον συναισθηματικό κόσμο των καταναλωτών. Τα νέα προϊόντα αποτελούν εμπειρίες που δημιουργούν συναισθήματα στους καταναλωτές. Η συναισθηματική αυτή διέγερση είναι ευχαρίστηση που συμμετέχει θετικά στην ποιότητα του προϊόντος. Κατά συνέπεια η καινοτομία δρα βελτιωτικά στην ποιότητα του προϊόντος. (Ελληνικό κέντρο αναδιανομής καινοτομίας 2006)

4.1.8 Η ομογενοποίηση της πελατείας

Σύμφωνα με έρευνα που έγινε στην αγορά των Η.Π.Α., οι πλέον καινοτόμοι καταναλωτές είναι νεότεροι σε ηλικία, έχουν υψηλότερη κοινωνική θέση, μεγαλύτερη οικονομική άνεση, διαφορετικό τύπο νοημοσύνης, περισσότερο κοσμοπολίτικες ιδέες και σχέσεις, εμπιστεύονται περισσότερες και περισσότερο απρόσωπες πηγές πληροφόρησης από εκείνους που υιοθετούν με καθυστέρηση τα νέα προϊόντα. (<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

Η καινοτόμος επιχείρηση εστίασης περιορίζει την ανομοιογένεια της πελατείας της, απλά και μόνο επειδή είναι καινοτόμος. Ο συγκεκριμένος όμως τύπος της καινοτομίας, αλλά και η έντασή της, παίζουν σημαντικό ρόλο στην περαιτέρω μείωση της ανομοιογένειας. Σε ένα εστιατόριο για παράδειγμα όπου το φαγητό σερβίρεται σε τραπέζια που βρίσκονται πάνω σε δένδρα, η πελατεία δεν μπορεί παρά να είναι νεαρής ηλικίας, σε ένα bar με κλασικό διάκοσμο και μουσική οι πελάτες είναι πνευματικά καλλιεργημένοι, κλπ.

Η ομοιογένεια της πελατείας παίζει σημαντικό ρόλο για τις επιχειρήσεις εστίασης, δεδομένου ότι οι πελάτες τους έχουν την ανάγκη επικοινωνίας αλλά και ανάπτυξης ανθρωπίνων σχέσεων. Όταν οι πελάτες έχουν πολλά κοινά, αυτό γίνεται περισσότερο εύκολο. Όταν δηλαδή οι πελάτες ανήκουν στην ίδια ηλικιακή περιοχή, έχουν το ίδιο μορφωτικό επίπεδο, κοινή κουλτούρα, κλπ, τότε θα επικοινωνήσουν με ευκολία, διότι όπως διδάσκει η κοινωνική ψυχολογία «οι όμοιοι αρέσκονται».

Ταυτόχρονα, όταν η πελατεία είναι ομοιογενής, η επιχείρηση μπορεί να σχεδιάσει εύκολα ένα προϊόν που να την ικανοποιεί, διότι μπορεί να εντοπίσει τις γεύσεις, τη μουσική, τα σκεύη, το διάκοσμο και τον τρόπο αντιμετώπισης που της αρέσει, τα κανάλια ενημέρωσης που εμπιστεύεται και τις τιμές που διατίθεται να πληρώσει.

4.1.9 Τα καινοτομικά προϊόντα είναι αυτοδιαφημιζόμενα

Στη σημερινή εποχή ο άνθρωπος δέχεται καθημερινά χιλιάδες μηνύματα από διάφορες πηγές. Αυτό το γεγονός τον έχει κάνει ιδιαίτερα επιλεκτικό στα μηνύματα που στρέφει τη προσοχή του και δείχνει το ενδιαφέρον του. Ένα μήνυμα που αφορά σε ένα πρωτότυπο προϊόν, έχει πολλές πιθανότητες να ενεργοποιήσει τον καταναλωτή προς στην επιλογή του.

Ένα διαφημιστικό μήνυμα πρέπει να ικανοποιεί τους στόχους που φέρουν από τα αρχικά τους την ονομασία ΠΕΕΔ δηλαδή «Προσοχή. Ενδιαφέρον, Επιθυμία, Δραστηριοποίηση», με την προαναφερόμενη σειρά. Το πρωτότυπο προϊόν ενεργοποιεί την περιέργεια του καταναλωτή. Ελκύει την προσοχή και το ενδιαφέρον του, τα οποία όμως δεν είναι αρκετά για να εξηγήσουν την αξία του προϊόντος. Είναι ιδιαίτερα πιθανό ο καταναλωτής να αισθανθεί την επιθυμία να γνωρίσει το προϊόν ώστε να φτάσει στο σημείο να ενεργοποιηθεί για αυτό. Δηλαδή να προχωρήσει στην κατανάλωσή του. (<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

Το πρωτότυπο προϊόν δεν εξάπτει την περιέργεια των καταναλωτών μόνο σε σχέση με το πώς είναι και το τι αποδίδει, αλλά και για το πώς δημιουργήθηκε. Οι πελάτες καινοτομικών μπαρ επιζητούν επαφή με τον δημιουργό και ρωτούν σχετικά με τις αιτίες που τον οδήγησαν να πραγματοποιήσει το συγκεκριμένο επιχείρημα. Η περιέργεια αυτή κρύβει την ανάγκη πολιτιστικής προσέγγισης του προϊόντος ή με άλλα λόγια την ανάγκη της επαφής του καταναλωτή με την κουλτούρα που εκφράζει το προϊόν. Αυτό όμως σημαίνει, ότι οι καταναλωτές, τουλάχιστον μία φορά, πρέπει να καταναλώσουν το προϊόν, στην προσπάθεια να γνωρίσουν από τι αποτελείται, τι προσφέρει και τι εκφράζει.

Η διαφημιστική δύναμη των καινοτομικών προϊόντων είναι συνήθως ισχυρή και εξαρτάται από το είδος του προϊόντος και την ένταση της

καινοτομίας. Σε κάθε περίπτωση όμως, ισχύει ο κανόνας του marketing, σύμφωνα με τον οποίο κανένα προϊόν δεν είναι κατάλληλο για όλους τους καταναλωτές. Οι συγκεκριμένες πελατειακές ομάδες που προτιμούν τα καινοτομικά προϊόντα, ενδιαφέρονται για την ένταξή τους στους ενημερωμένους και επίκαιρους καταναλωτές, δηλαδή στους «in».

Η καινοτομία μπορεί να ενισχύσει τις πωλήσεις όταν δεν βρίσκεται στο προϊόν, αλλά στο διαφημιστικό μήνυμα με το οποίο παρουσιάζεται. Πολλές επιχειρήσεις παρουσιάζουν με νέους πρωτότυπους τρόπους τα παλαιά προϊόντα τους, με σκοπό να συγκεντρώσουν την προσοχή των καταναλωτών ξανά σε αυτά, αλλά και να τους δώσουν μοντέρνα εικόνα.

4.1.10 Μειωμένος ανταγωνισμός

Ένας καταναλωτής θυμάται εύκολα το πλέον φημισμένο προϊόν, αυτό δηλαδή που θεωρείται προτιμότερο είτε εξαιτίας της ποιότητάς του είτε εξαιτίας ενός άλλου χαρακτηριστικού. Τότε, το προϊόν αυτό κερδίζει θέση προτεραιότητας στη μνήμη των καταναλωτών, με αποτέλεσμα να έχει μεγαλύτερη ζήτηση από τα ανταγωνιστικά. Σύμφωνα δε με την ίδια έρευνα, το δεύτερο σε φήμη προϊόν έχει τη μισή περίπου πελατεία από το πρώτο και το τρίτο την μισή από το δεύτερο.

Στα βιομηχανικά προϊόντα, η καινοτομία είθισται να συμβάλλει στην αύξηση των υπηρεσιών που προσφέρει ένα προϊόν. Ορισμένες φορές η καινοτομία αφορά στο σύνολο του προϊόντος, οπότε στην καινοτομία οφείλονται η υπηρεσίες που προσφέρει συνολικά το προϊόν. Για παράδειγμα τα κίτρινα αυτοκόλλητα χαρτάκια της 3M (προϊόν), τα οποία ξεκολλούν χωρίς να αφήνουν ίχνη και είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για σημειώσεις και υπενθυμίσεις (υπηρεσίες). Άλλες φορές η καινοτομία αφορά σε ένα στοιχείο του προϊόντος, οπότε αφορά στην προσφορά μίας συγκεκριμένης υπηρεσίας, όπως στην περίπτωση της εφαρμογής πέδησης με φρένα ABS, που βελτιώνει την ασφάλεια

(υπηρεσία) που προσφέρει το αυτοκίνητο (προϊόν).
(<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

Στις επιχειρήσεις εστίασης, αρκεί η τροποποίηση ενός στοιχείου του επίσημου προϊόντος, ώστε να επηρεαστεί το κεντρικό προϊόν. Τότε το συνολικό προϊόν γίνεται μοντέρνο, δίνει τη δυνατότητα κοινωνικής επίδειξης στον καταναλωτή του, αποτελεί εμπειρία που επιδρά θετικά στον συναισθηματικό κόσμο του καταναλωτή και στην πρώτη κατανάλωση ικανοποιεί την περιέργειά του. Δηλαδή η καινοτομία μπορεί να αποτελέσει με πολλαπλές λειτουργίες πρωταρχικό πλεονέκτημα του προϊόντος.

Τα καινοτομικά προϊόντα επιχειρήσεων εστίασης, όταν εμφανίζονται αποτελούν μοναδικότητα στην αγορά. Ο πελάτης που βρίσκει ενδιαφέρον στο προϊόν που προσφέρουν, δεν μπορεί να επιλέξει ανάμεσα σε άλλες ομοειδείς επιχειρήσεις, αλλά είναι υποχρεωμένος να καταναλώσει σε αυτές προκειμένου να δοκιμάσει το προϊόν αυτό. Για παράδειγμα, όταν στην Αθήνα λειτούργησε το πρώτο εστιατόριο κινέζικης κουζίνας, ένας καταναλωτής έπρεπε ή να επισκεφθεί αυτό, ή να μην δοκιμάσει κινέζικο φαγητό.

4.1.11 Δυναμική του πλεονεκτήματος της καινοτομίας

Τα καινοτομικά προϊόντα σπάνια αποδίδουν αμέσως. Απαιτείται μία περίοδος στην οποία το προϊόν θα κριθεί και θα συζητηθεί, ακριβώς εξαιτίας της πρωτοτυπίας του. Στο χρονικό διάστημα αυτό το προϊόν γίνεται γνωστό, χωρίς όμως να είναι απαραίτητη η με πληρωμή διαφήμιση.

Αυτό συμβαίνει διότι δεν υιοθετούν οι καταναλωτές με την ίδια ευκολία τα καινοτομικά προϊόντα. Σύμφωνα με έρευνα το 2,5% είναι πρόθυμοι να δοκιμάσουν τα καινοτομικά προϊόντα, ενώ το 13,5 παρουσιάζει τις αυτές διαθέσεις αρκετά σύντομα, δείχνοντας σεβασμό στην καινοτομία. Αυτό το 16% επηρεάζει το 34% των καταναλωτών που μπορεί να επιλέξουν μεν τα

καινοτομικά, αλλά προηγούμενα δοκιμασμένα προϊόντα. Ένα ακόμη ποσοστό 34% αντιμετωπίζει επιφυλακτικά τα νέα προϊόντα, προς τα οποία στρέφεται μόνο εφόσον θεωρηθούν ήδη δοκιμασμένα, ενώ το 16% προτιμά τα παραδοσιακά προϊόντα. (<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

Η καινοτομία αποτελεί ένα συγκριτικό πλεονέκτημα που έχει από τη φύση του περιορισμένη διάρκεια. Πρωτότυπο είναι το άγνωστο και ασυνήθιστο, το οποίο με την πάροδο του χρόνου γίνεται γνωστό και συνηθισμένο. Για το λόγο αυτό η καινοτομία – όπως τα πάντα στη ζωή – έχει ημερομηνία λήξης.

Τα επιτυχημένα καινοτομικά προϊόντα, συγκεντρώνουν τα βλέμματα των ανταγωνιστών, οι οποίοι σύντομα τοποθετούν ανταγωνιστικά προϊόντα στην αγορά. Αυτός είναι ένας ακόμη λόγος που περιορίζει τη διάρκεια του πλεονεκτήματος της καινοτομίας. Τα καινοτομικά προϊόντα όμως που στηρίζονται στον γραφικό χαρακτήρα του επιχειρηματία των επιχειρήσεων εστίασης, δύσκολα αντιμετωπίζουν ανταγωνισμό, αν και μπορούν να αντιμετωπίσουν το φαινόμενο που ονομάζεται «κόπωση της αγοράς», από την μη ανανέωση του προϊόντος.

Η καινοτομία ενός προϊόντος μπορεί να είναι τόσο σημαντική, ώστε να αλλάξει τις συνήθειες ζωής στον τομέα που καλύπτει το προϊόν. Έτσι το πρώτο κατάστημα “Mc Donald”, δεν οδήγησε απλά στην τροποποίηση σίτισης των κατοίκων των Η.Π.Α., αλλά επηρέασε και τις καταναλωτικές συνήθειες επισιτισμού σε πολλές χώρες του πλανήτη. Πολλά όμως καινοτομικά προϊόντα δεν είναι σε θέση να επηρεάσουν εκτεταμένα τμήματα της αγοράς, αλλά δημιουργούν παροδική μόδα και ο κύκλος τους αποδεικνύεται βραχύς. (www.servitoros.gr)

Η ποιότητα του προϊόντος είναι το στοιχείο που μπορεί να επιμηκύνει τον κύκλο ζωής του, σε συνδυασμό με τις αλλαγές των αναγκών και προτιμήσεων των καταναλωτών και με τη στάση των ανταγωνιστών.

Η καινοτομία του προϊόντος μπορεί να διαρκέσει περισσότερο εάν αυτό επιδέχεται περιοδικές αλλαγές. Το bar Β΄ Παθολογική για παράδειγμα, θα μπορούσε να προσθέσει ράντζα στη διακόσμηση της, να αντικαταστήσει το shaker του barman με μπόμπα οξυγόνου, να ορίσει ημέρα εφημερίας κλπ. Πρόκειται ασφαλώς για επιμονή στο αρχικό θέμα, το οποίο με συνεχείς ανανεώσεις μπορεί να παραμένει επίκαιρο, ενώ σε αντίθετη περίπτωση οι πελάτες θα το έβρισκαν παρωχημένο, σε μικρότερο χρονικό διάστημα.

4.1.12 Δημιουργία νέου προϊόντος

Ο σχεδιασμός κάθε προϊόντος πρέπει να έχει αφετηρία τις ανάγκες του καταναλωτή. Οι ανάγκες των καταναλωτών όμως δεν είναι εύκολο να αναλυθούν, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για ψυχολογικές και κοινωνικές ανάγκες. Ο εντοπισμός εξάλλου των αναγκών δεν οδηγεί με ακρίβεια κάποιον και στον τρόπο με τον οποίο θα τις ικανοποιήσει, ανατρέποντας τα συνήθως ισχύοντα.

Συχνά η ιδέα ενός πρωτότυπου προϊόντος αποτελεί αποτέλεσμα έμπνευσης, όπου συνδυάζεται η λογική με την φαντασία. Την ιδέα για ένα πρωτότυπο προϊόν μπορεί να πάρει ένας επιχειρηματίας από πελάτες, από επιστήμονες, από ειδικούς συμβούλους, από συνεργάτες, από ανταγωνιστές ή από τους εργαζόμενους. (www.in.gr)

Η δημιουργία ενός πρωτότυπου προϊόντος μπορεί να έχει αφετηρία:

- Την έρευνα των αναγκών της πελατείας, είτε με τη μέθοδο των ερωτηματολογίων, είτε με τη μέθοδο της παρατήρησης.

- Ô Τον συνδυασμό στοιχείων προϊόντων. Έτσι έχουν δημιουργηθεί εστιατόρια τα οποία προσφέρουν σουβλάκια ανοικτά (μη τυλιγμένα) τα οποία έχουν τεράστια ομοιότητα με τις πίτσες. Συνδυασμοί μπορούν να γίνουν σε όλα τα στοιχεία του προϊόντος.
- Ô Την αλλαγή του μεγέθους ή της λειτουργίας κάποιου στοιχείου του προϊόντος. Για παράδειγμα θα μπορούσε να λειτουργήσει ένα εστιατόριο όπου έχουν καταταμηθεί οι μερίδες σε μικρότερα τεμάχια όπου τα εδέσματα θα πωλούντο σε ιδιαίτερα μικρές ποσότητες, και ο πελάτης θα μπορούσε να συνδυάσει πολλά εδέσματα σε ένα πιάτο. (www.servitoros.gr)

Το πρωτότυπο προϊόν προηγείται της εποχής του και επηρεάζει τον σχεδιασμό αναλόγων προϊόντων στο μέλλον, δηλαδή επηρεάζει την εποχή του. Όταν όμως προηγείται πολύ από την εποχή του, η υπερβολική ένταση της καινοτομίας δυσχεραίνει την επικοινωνία της επιχείρησης με την πελατειακή ομάδα στόχο, η οποία δεν μπορεί αλλά και δεν διατίθεται να προσπαθήσει να αντιληφθεί την χρησιμότητα του προϊόντος. Για παράδειγμα, είναι πολύ πιθανό στο μέλλον να λειτουργήσουν εστιατόρια στη χώρα μας, όπου θα σερβίρονται χάπια αντί φαγητού, ή κρέας αλόγου. Η λειτουργία τους σήμερα όμως δεν πιθανολογεί και την εμπορική τους επιτυχία. Για το λόγο αυτό η ιδέα δεν πρέπει να απομακρύνεται ιδιαίτερα από τον προβληματισμό, το σύστημα αξιών και την κουλτούρα της κοινωνικής ομάδας στην οποία ανήκει η υποψήφια πελατεία του.

Η αποδοχή και υλοποίηση μίας ιδέας δεν είναι κάτι το εύκολο και απλό. Ιδιαίτερα στις περιπτώσεις των καινοτομικών προϊόντων, όπου γίνεται ιδιαίτερα δύσκολη η εκτίμηση της πιθανής ζήτησης του προϊόντος όταν προωθηθεί στην αγορά, δεδομένου ότι δεν υπάρχουν συγκριτικά στοιχεία για αυτό το προϊόν.

Καθοριστικό στοιχείο για την εκτίμηση της μελλοντικής ζήτησης, αποτελεί ο εντοπισμός:

- της βασικής χρησιμότητας της καινοτομίας,
- του βαθμού που διαφοροποιεί το προϊόν και
- της πελατειακής ομάδας που θα το καταναλώσει.

(<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

Επίσης πρέπει να εκτιμηθεί η μελλοντική θέση του προϊόντος στην αγορά, για να εκτιμηθεί και ο κύκλος ζωής του. Δηλαδή πρέπει να εκτιμηθεί η αξία του προϊόντος, δηλαδή η διαφορά του υλικού και ψυχικού κόστους σε σχέση με το όφελος που προσφέρει.

Πρέπει να εκτιμηθεί το μέγεθος της ομάδας στόχου και ο βαθμός επανάληψης της κατανάλωσης. Οι επιχειρήσεις εστίασης έχουν περιορισμένα περιθώρια πωλήσεων, διότι συνήθως λειτουργούν λίγες ώρες της ημέρας και έχουν περιορισμένο εμβαδόν. Για το λόγο αυτό η δημιουργία σταθερής πελατείας παίζει τεράστιο ρόλο στον χρόνο που αυτές μπορούν να επιζήσουν.

Οι πελάτες επανέρχονται στις επιχειρήσεις αυτές ανάλογα με:

- το βαθμό που μένουν ευχαριστημένοι,
- το βαθμό που δεν υπάρχουν ανταγωνιστικές επιχειρήσεις,
- το βαθμό που επαναλαμβάνουν τις νυκτερινές τους εξόδους,

(<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

Έτσι η πελατεία μίας επιχείρησης εστίασης, αποτελείται από πελάτες που έρχονται για πρώτη φορά και από πελάτες που ορισμένοι επανέρχονται κατά μέσο όρο κάθε ημέρα, άλλοι κάθε δύο ημέρες, άλλοι κάθε τρεις ημέρες, κ.ο.κ.

Με το σκεπτικό ότι με την πάροδο του χρόνου οι πρωτοαφικνούμενοι πελάτες ελαττώνονται, η σημασία της επανάληψης της κατανάλωσης αυξάνει.

Στο σημείο αυτό να εντοπίσουμε τον ρόλο του συμπληρωματικού προϊόντος και το ρόλο της προώθησης πωλήσεων, με στόχο την επαναφορά της ήδη υπάρχουσας πελατείας. Για παράδειγμα, μετά την κατανάλωση, μπορεί να δίνεται μία κάρτα στους πελάτες, η οποία θα προσφέρει κάποια πλεονεκτήματα, όπως δυνατότητα κράτησης του τραπέζιού της αρεσκείας τους, μειωμένες τιμές, κλπ., ώστε να επανέλθουν σύντομα.

Για να μειωθεί ο κίνδυνος μη επιτυχίας μίας καινοτομικής επιχείρησης εστίασης, ειδικά στην περίπτωση που η επένδυση είναι μεγάλη, μπορεί να γίνει δοκιμή της καινοτομίας σε ένα κατάστημα όπου συγκεντρώνεται η ομάδα στόχος, ώστε να εκτιμηθεί η αντίδρασή της στο συγκεκριμένο προϊόν. Στην περίπτωση δηλαδή που έχει σχεδιαστεί ένα εστιατόριο που πρόκειται να λειτουργήσει στο Κολωνάκι και να σερβίρει μόνο vodka, σαμπάνια και χαβιάρι, και που ασφαλώς απευθύνεται σε ελιτίστικη πελατεία, μπορεί να οργανώσει μία ειδική βραδιά σε ένα πολυτελές εστιατόριο της αυτής περιοχής όπου θα προσφέρεται αυτό ακριβώς το προϊόν, ώστε να εκτιμηθεί η αντίδραση της πελατείας.

Η ημερομηνία έναρξης λειτουργίας μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο για την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Να ληφθεί υπόψη το χαρακτηριστικό γνώρισμα των επιχειρήσεων αυτών, στις οποίες οι πελάτες προτιμούν εκείνες που έχουν μεγάλη ζήτηση. Έτσι η έναρξη λειτουργίας με εντυπωσιακό εορτασμό εγκαινίων μίας επώνυμης discothèque στην Κέρκυρα το 1987 την 1^η Αυγούστου, όταν ήδη η τουριστική περίοδος είχε φτάσει στο ζενίθ, κατέληξε να κερδίσει αυτή η επιχείρηση τη διαρκή προτίμηση του συχνά διασκεδάζοντος κοινού, για περισσότερο από 14 μήνες. (<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

Τα καινοτομικά, είναι κατά κανόνα προϊόντα με ιδιαιτερότητες που περιορίζουν αριθμητικά την πιθανή πελατεία. Είναι σημαντικό για την επιτυχία του προϊόντος, η επιχείρηση να λειτουργήσει σε μία περιοχή αποδεκτή από την κατά περίπτωση πελατεία. Οι πελάτες των επιχειρήσεων εστίασης δεν προτιμούν πάντα την περιοχή όπου διαμένουν για την νυκτερινή τους έξοδο, αλλά συχνά επιλέγουν περιοχές που βρίσκονται μακριά από τον τόπο διαμονής τους. Έτσι παρουσιάζεται το φαινόμενο οι κάτοικοι ελιτίστικων περιοχών της πρωτεύουσας όπως το Παλαιό Ψυχικό και η Εκάλη να επιλέγουν συχνά επιχειρήσεις εστίασης σε παραθαλάσσιες συνοικίες του Σαρωνικού. Είναι σημαντικό να εγκατασταθεί μία επιχείρηση εστίασης σε περιοχή αποδεκτή για αντίστοιχη κατανάλωση, από την πελατειακή ομάδα στην οποία απευθύνεται.

4.1.13 Ειδίκευση των επιχειρήσεων

Ένα εστιατόριο εύκολα εξαφανίζεται ανάμεσα στην εκτεταμένη προσφορά του κλάδου. Ένα εστιατόριο όμως το οποίο θεωρείται ότι είναι ειδικευμένο και για το λόγο αυτό ποιοτικά ανώτερο στο αντικείμενο της ειδίκευσής του, μπορεί να πάρει αξιόλογη θέση στη μνήμη του καταναλωτή. (<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

Έτσι εστιατόρια όπως «Τα Κεφτεδάκια», «Τα Φιλετάκια», «Ο Τσολιάς» (με προφανή ειδίκευση στο ψητό αρνί) κ.α., διατήρησαν και διατηρούν ικανοποιητική πληρότητα, δεδομένου ότι όταν οι πελάτες επιθυμούν ένα αντίστοιχο προϊόν, εύκολα θυμούνται τα προαναφερόμενα εστιατόρια, τα οποία όμως προσέφεραν και προσφέρουν αξιόλογες γεύσεις στα διαφημιζόμενα μέσα από την ονομασία τους προϊόντα. Στην περίπτωση που η ποιότητα των προϊόντων τους ήταν προβληματική, τότε οπωσδήποτε σταδιακά θα έχαναν την πελατεία τους.

Η ειδίκευση μπορεί να αφορά σε κάποιο στοιχείο του υλικού προϊόντος , αλλά μπορεί να αφορά στο συνολικό προϊόν. Τέτοια εστιατόρια φέρουν ονομασίες όπως «Το Βολιώτικο Τσιπουράδικο», «Το Μεζεδοπωλείο» κλπ.

Ειδικευμένα είναι επίσης τα εθνικά εστιατόρια, τα οποία προσφέρουν παραδοσιακά εδέσματα διαφόρων εθνών, όπως κινέζικης, μεξικάνικης ή ινδικής κουζίνας. Η ειδίκευση επίσης μπορεί να επεκταθεί στην ηλικία (discothèque retro) ή σε άλλα χαρακτηριστικά των πελατών (Hard Rock Cafe).

Στο βαθμό όμως που λειτουργεί ένα σύνολο εστιατορίων κάποιας ειδίκευσης (π.χ. κινέζικης κουζίνας), τα εστιατόρια αυτά ανταγωνίζονται το ένα το άλλο.

Οι ειδικευμένες επιχειρήσεις, συνήθως μπορούν να συγκεντρώσουν τη δράση τους σε συγκεκριμένο προϊόν, όπου με τον καιρό βελτιώνονται τόσο η τεχνογνωσία παραγωγής του, όσο και η ποιότητά του. Έτσι το εστιατόριο «Τα Φιλετάκια» είναι εύκολο με την πάροδο του χρόνου να επικεντρώσει την προσοχή του στο κύρια προσφερόμενο έδεσμα, δηλαδή τα κομμάτια φιλέτου, ώστε να βελτιώσει την ποιότητα και τιμή των προμηθειών του, όπως και τους τρόπους μαγειρέματος του συγκεκριμένου αυτού εδέσματος, αλλά και γενικότερα την παραγωγική διαδικασία ώστε το προϊόν του πέρα από ειδικό να θεωρείται και ποιοτικά ασυναγώνιστο. Οι ειδικές επιχειρήσεις κατά συνέπεια, είναι επιχειρήσεις για τις οποίες συνίσταται ιδιαίτερα η φιλοσοφία διοίκησης ολικής ποιότητας.

4.2 Θεματικές επιχειρήσεις

Όταν ο καταναλωτής επιλέγει το κατάλληλο κατά τη γνώμη του προϊόν που ικανοποιεί κάποιες ανάγκες του, συνδέει το προϊόν αυτό με την τρέχουσα κατάστασή του. Ένα προϊόν με ασαφή προτερήματα, σπάνια ενδιαφέρει τους καταναλωτές. Η καινοτομία λοιπόν, δεν πρέπει να απομακρύνει ιδιαίτερα τον

καταναλωτή από τα γνωστά πρότυπα προϊόντα. Όταν δημιουργείται πρόβλημα αντίληψης του προϊόντος, τότε ο καταναλωτής αντιδρά και απορρίπτει το προϊόν.

Η συνδυασμένη καινοτομία γύρω από μία κεντρική ιδέα, μπορεί εύκολα να γίνει αντιληπτή από τον καταναλωτή. Η υπερβολή σε έντονες ανομοιογενείς πρωτοτυπίες, δημιουργεί συμπλέγματα μη κατανοητά και κατά συνέπεια επικίνδυνα για τον καταναλωτή.

Η συνδυασμένη καινοτομία γύρω από μία ιδέα, αφορά σε ένα πλέγμα πρωτοτυπιών, που προκύπτουν από μία ειδική προσέγγιση του συνολικού προϊόντος. Όπως για παράδειγμα το προϊόν των εστιατορίων «Αρχαίων Γεύσεις». Στα εστιατόρια αυτά, τα προσφερόμενα φαγητά, η ενδυμασία των σερβιτόρων, τα ποτά, τα σκεύη και άλλα επιμέρους προϊόντα, είναι όμοια με αυτά που κατανάλωναν και χρησιμοποιούσαν οι αρχαίοι Έλληνες. Τα καταστήματα που πρωτοτυπούν γύρω από ένα θέμα, λέγονται θεματικά.

Υπάρχουν τεράστιες θεματικές τουριστικές επιχειρήσεις στον κόσμο, όπως η Disneyland, οι Waterlands (επιχειρήσεις με πισίνες, νεροτσουλήθρες κλπ), το χωριό του Μπούα κ.α.. Θεματικές επιχειρήσεις συναντάμε και στο χώρο των νυκτερινών κέντρων, όπως η μπουάτ «Μουσική Αποθήκη» (τσουβάλια και κασόνια αντί για καθίσματα), οι δισκοθήκες «Εργοστάσιο» (ρομποτική φωτιστικών και εργοστασιακά μηχανήματα), «Φυλακή» (κάγκελα και σερβιτόροι δεσμοφύλακες), κλπ. Επίσης στα bar όπως η «Β΄ Παθολογική» (σερβιτόροι με ιατρική μπλούζα και cocktails με ονομασία αντιβιοτικών), το Καρνάγιο (με παρασκευαστήριο ποτών σε ένα καίκι που εξόκειλε) κλπ.

Στον κόσμο των ξενοδοχείων μόλις τα τελευταία χρόνια παρουσιάστηκαν θεματικές επιχειρήσεις, όπως το ξενοδοχείο πάγου, το Κάπα κλάμπ, τα ξενοδοχεία τέχνης, υποβρύχια ξενοδοχεία, κλπ.

4.2.1 Ο επιχειρηματίας

Το πρωτότυπο προϊόν δεν έχει παρελθόν στην αγορά και για αυτό το λόγο η επένδυση σε αυτό δείχνει επίφοβη. Αυτό δικαιολογείται ιστορικά, δεδομένου ότι, ειδικά στα βιομηχανικά προϊόντα, υπάρχουν πολλές περιπτώσεις καινοτομικών προϊόντων που ατύχησαν. Έτσι μπορούμε να θυμηθούμε την αποτυχία στην αγορά της φωτογραφικής μηχανής της Polaroid με ονομασία Polarvision που χρησιμοποιούσε στιγμιαία εμφανιζόμενο φιλμ, το αμφίβιο αυτοκίνητο Amficar, κλπ. (<http://www.dratte.gr/ARTHRA>)

Στη πράξη παρατηρείται ότι οι επιχειρήσεις ζητούν στελέχη με φαντασία και δυναμικές προτάσεις που αφορούν σε καινοτομικά προϊόντα, αλλά σχεδόν ποτέ δεν πραγματοποιούν τις καινοτόμες ιδέες, επιμένοντας στις παλιές και σίγουρες.

Βέβαια, όλοι γνωρίζουν ότι «τα πάντα ρεί» και όταν μία επιχείρηση δεν εξελίσσεται, τότε είναι σίγουρο ότι σε κάποιο χρονικό διάστημα τα προϊόντα της θα είναι ξεπερασμένα και οι πωλήσεις της θα μειώνονται. Το καινοτόμο όμως είναι άγνωστο και για το λόγο αυτό επικίνδυνο.

Οι επιχειρηματίες συνήθως επιλέγουν ένα cocktail από στοιχεία προϊόντων επιχειρήσεων που ήδη λειτουργούν και θεωρούν ότι πραγματοποίησαν μία πρωτότυπη επιχείρηση. Ο επιχειρηματίας για παράδειγμα που αποφασίζει να ιδρύσει ένα νέο εστιατόριο, επιλέγει μία περιοχή εστιατορίων, κάποια επίπλωση που είδε στη Γαλλία, κάποια διακόσμηση που είδε στην Αμοργό, τα προϊόντα που του άρεσαν στις διάφορες γαστρονομικές περιηγήσεις του και πιστεύει ότι έχει δημιουργήσει ένα πρωτότυπο εστιατόριο. Είναι γεγονός ότι έχει δημιουργήσει ένα νέο εστιατόριο, που για τον καταναλωτή όμως είναι ομοειδές με πολλά άλλα.

Ένα πρωτότυπο εστιατόριο θα ήταν αυτό που κάποιο στοιχείο του προϊόντος του εμφανίζεται για πρώτη φορά. Για παράδειγμα ένα εστιατόριο που

πληρώνεται μόνο με επιταγές, ή ένα εστιατόριο που μαγειρεύει λουλούδια. Το ερώτημα είναι ποιος επιχειρηματίας είναι αυτός που εμπιστεύεται τη μία ή την άλλη ιδέα για να προχωρήσει στην εφαρμογή της; Διότι στην περίπτωση του μη πρωτότυπου εστιατορίου, ο επιχειρηματίας είδε το πείραμα να επιτυγχάνει. Τα εστιατόρια της Γαλλίας, της Αμοργού και των γαστρονομικών εμπειριών του επιχειρηματία, είχαν πελάτες και πραγματοποιούσαν έσοδα. Εκείνο των επιταγών ή το άλλο των λουλουδιών, δεν έχουν επαληθευτεί στη πράξη. Αυτό δείχνει να δημιουργεί αυξημένο ρίσκο στην αποδοτικότητα της επένδυσης. Λογικό, αν σκεφτεί κανείς ότι το νέο πάντα πιθανολογεί κινδύνους. Τα πράγματα όμως δεν είναι έτσι.

Το πρωτότυπο προϊόν, ειδικά στην εποχή μας που είναι εποχή του χορτασμένου καταναλωτή, έχει τα δικά του κίνητρα, ενώ ταυτόχρονα δεν χρειάζεται να το διαφημίσει κανείς διότι είναι αυτοδιαφημιζόμενο.

Ορισμένα καινοτομικά προϊόντα έχουν θετικές πρωτοτυπίες, δηλαδή ευχάριστες για τον καταναλωτή. Αυτά τα προϊόντα σαφώς υπερέχουν των παραδοσιακών ανταγωνιστικών προϊόντων. Στη Ρόδο για παράδειγμα λειτουργεί το μοναδικό στην Ελλάδα πλωτό εστιατόριο με το όνομα «Κοντίκι». Είναι ευχάριστο να τρως κανείς το καλοκαίρι μέσα στο νερό και δίπλα στα κότερα, ώστε η καινοτομία να λειτουργεί ασφαλώς θετικά.

4.2.2 Χωροθέτηση καινοτομικών προϊόντων στην αγορά

Η χωροθέτηση στην αγορά (www.epivoutious.com) κύρια έχει να κάνει με την τοποθέτηση του προϊόντος στο μυαλό των υποψηφίων καταναλωτών. Χωροθέτηση είναι η πράξη του σχεδιασμού της προσφοράς μίας επιχείρησης, έτσι ώστε να καταλάβει ένα ξεχωριστό και ικανοποιητικό χώρο στο μυαλό των καταναλωτών. *Χωροθέτηση μίας εστιατοριακής επιχείρησης, είναι η*

προτεραιότητα στην επιλογή αυτού του εστιατορίου από μία συγκεκριμένη ομάδα ατόμων, όταν πρόκειται να κάνουν εστιατοριακή κατανάλωση.

Η καινοτομία μπορεί να παίζει καθοριστικό ρόλο στην χωροθέτηση ενός προϊόντος εστίασης. Σημαντικό είναι η καινοτομία να είναι τέτοια, ώστε η επιχείρηση να ξεχωρίζει από το σύνολο των ανταγωνιστικών.

Η πρώτη επιχείρηση μπορεί να μην επιλέγεται με βάση την ποιότητά της από τον καταναλωτή, αλλά με βάση κάποιο άλλο χαρακτηριστικό, όπως η χαμηλή τιμή, η καλύτερη εξυπηρέτηση, κλπ. Έτσι μία επιχείρηση εστίασης μπορεί να επιδιώξει μία ξεχωριστή θέση στην αγορά σε σχέση με την ποιότητα του υλικού προϊόντος της, σε σχέση με την χαμηλή τιμή της, σε σχέση με την καλύτερη εξυπηρέτηση, σε σχέση με την καλύτερη αξία της ή σε σχέση με την πρωτοτυπία της. Για παράδειγμα, ένας καταναλωτής ανάλογα με τη στιγμή και την παρέα, θυμάται εύκολα και προτείνει μία ταβέρνα που έχει καλό κρασί, ένα εστιατόριο της γειτονιάς με καλές τιμές, ή ένα εστιατόριο όπου

Ένα εστιατόριο μπορεί να διαφοροποιηθεί με πολλούς τρόπους, αλλά δεν μπορεί να κερδίσει ένα μεγάλο μερίδιο της αγοράς. Μία ιδέα διαφοροποίησης μπορεί να επεκταθεί σε μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς, με ομοειδή καταστήματα της ίδιας εταιρίας ή συνεργατών, κάτι που σήμερα γίνεται συχνά με τη μέθοδο δικαιόχρησης ή franchising. Στην περίπτωση αυτή το πλεονέκτημα της καινοτομίας εξαντλείται γρήγορα, διότι μετά την πρώτη εντύπωση των πρώτων καταστημάτων, τα επόμενα είναι επανάληψη και κατά συνέπεια μη καινοτομικά. Η καινοτομία κατά συνέπεια συνίσταται στις αλυσίδες επιχειρήσεων εστίασης, μόνο στην περίπτωση που συνίσταται σε σημαντική βελτίωση του προϊόντος και όχι όταν δημιουργεί απλά εντυπωσιασμό. (www.servitoros.gr)

4.2.3 Συμπεράσματα

Η προσεκτικά οροθετημένη πρωτοτυπία του προϊόντος των επιχειρήσεων εστίασης ψυχαγωγικού χαρακτήρα, μπορεί να προσφέρει διαφημιστική δύναμη, ποιότητα και μείωση του ανταγωνισμού. Οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να καταλάβουν ένα σημαντικό τμήμα της αγοράς και να διατηρήσουν κάποιο ρόλο σε αυτήν επί μακρόν. Το πλεονέκτημα αυτό όμως σταδιακά εξαφανίζεται, όταν η πρωτοτυπία εξασθενεί με τον χρόνο και όταν ανταγωνιστικές επιχειρήσεις αντιγράφουν την καινοτομία. Για το λόγο αυτό, πρέπει να δίνεται διαχρονικά η δέουσα σημασία στην ποιότητα όλων των στοιχείων του προϊόντος, υλικών και άυλων.

Βιβλιογραφία

- & Dahlgaard, J., Park Dahlgaard, S. (2005), *"The metrology of TQM, in the best on quality"*, International Academy of Quality, ASQ Press, Milwaukee, WI
- & Dahlgaard, J.J., Park Dahlgaard, S. (2006), *"Lean production, six sigma quality, TQM and company culture – a critical review"*, *TQM Magazine*, January, Vol. 2
- & De Coninck-Smith, N. (1991), *"Restructuring for efficiency in the public sector"*, *The McKinsey Quarterly*, Vol. 4.
- & Genigeorgis C and Sofos J., Inactivating Human Pathogens by Processing and Packaging. Proceeding: International Conference on «*Veterinary Aspects of Meat Production, Processing and Inspection*». 1998
- & Grönroos, C. (2000), *"Service Management and Marketing"*, Wiley & Sons, Chichester
- & Kollberg, B., Elg, M., Lindmark, J. (2005), *"Design and implementation of a performance measurement system in Swedish health care services: a multiple case study of six development teams"*, *Quality Management in Health Care*, Vol. 14 No.2
- & McAdam, R., O'Neil, E. (1999), *"Taking a critical perspective to the European Business Excellence Model using a balanced scorecard approach: a case study in the service sector"*, *Managing Service Quality*, Vol. 9 No.3.
- & Mortimore S. and Wallace C, «*HACCP a Practical Approach*», Chapman & Hall, New York. 1994
- & Neely, A., Gregory, M., Platts, K. (1995), *"Performance measurement system design"*, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 15.

- & Patrick Montana & Bruce Charnov. «Μάνατζμεντ». Κλειδάριθμος 1993
- & Pierson and Corlett, «*HACCP Principles and Applications*», Chapman & Hall, New York. 1992
- & Sobek, D.K., Jimmerson, C. (2004), “*A3 Reports: Tool for Process Improvement and Organizational Transformation, Proceedings of the 2004 Industrial Engineering Research Conference*”, Houston, TX
- & Sullivan, P., Miller, A. (2003), “*The new QAA framework and the EFQM excellence model: a way forward for universities*”, HESDA Briefing paper 106, January
- & Αμβροσιάδης Ι, Τζάρος Ν, «*Οδηγός καταναλωτή για ασφαλή μεταχείριση τροφίμων ή εφαρμογή του HACCP σε οικιακό επίπεδο*». Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα. 2004
- & Αμβροσιάδης Ιωάννης, «*Εφαρμογή και Έλεγχο του συστήματος HACCP*» Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.2005
- & Αναστασίου Αναστάσιος «*Οργάνωση – περιβάλλον οργάνωσης εστίασης*» Διοικητική Ενημέρωση. Τεύχος 17, Μάιος 2000.
- & Αναστασίου Αναστάσιος «*Πνευματικός πολιτισμός που αφορά στην ηγεσία προσωπικού*» Διοικητική Ενημέρωση. Τεύχος 13, Ιανουάριος 1999. Σελ. 114-125
- & Ανδρεάδης Π, Παπαϊωάννου Γ, «*Υγιεινή και ασφάλεια των εργαζομένων: οδηγός τεχνικού ασφαλείας*» Εκδόσεις Ιων, Αθήνα. 2004
- & Αρβανιτογιάννης Ι., Σάνδρου Δ., Κούρτης Λ., «*Ασφάλεια Τροφίμων Εφαρμογή της ανάλυσης Επικινδυνότητας και Κρίσιμων Ορίων Ελέγχου HACCP στις βιομηχανίες τροφίμων και ποτών*», Εκδόσεις University Studio Press, Θεσσαλονίκη 2001

- & Γεωργάκης Σ., Βαρελντζής, Αμβροσιάδης, «*Τεχνολογία Τροφίμων Ζωικής Προέλευσης*», (Β ' έκδοση), Έκδοση Σύγχρονη Παιδεία, Αθήνα 2002
- & Γιαννάκου Ζωή «*Αρχαία Ελληνική και Βυζαντινή Κουζίνα*», Πτυχιακή εργασία ΤΕΙ Πάτρας, 2001.
- & Ελληνικό Λέντρο Αναδιανομής Καινοτομίας 2006.
- & Ευμορφόπουλος Ε, «*Εισαγωγή στα συστήματα διαχείρισης Ποιότητας – Περιβάλλον – Ασφάλειας τροφίμων*» Σεμινάριο Καινοτομείν – Επιχειρείν, Αθήνα 2005
- & Ζευγαρίδης Σπύρος. «*Οργάνωση και Διοίκηση*». Κυριακίδη. Θεσσαλονίκη 1983.
- & Καλογρίδου – Βασιλειάδου Δ, «*Κανόνες Ορθής Υγιεινής Πρακτικής για τις επιχειρήσεις τροφίμων*», Γενικοί – Ειδική έκδοση University Studio Press. Θεσσαλονίκη 1999
- & Καραϊωάννογλου Πρόδρομος Γ, «*Υγιεινή του κρέατος. Επιθεώρηση των σφαγίων των θηλαστικών*» (Β ' έκδοση), Εκδόσεις Αδερφών Κυριακίδη Α.Ε, Θεσσαλονίκη 2004
- & Κέντρο Επιχειρηματικής & Τεχνολογικής Ανάπτυξης Δυτικής Ελλάδος, «*Οδηγός HACCP για τις Επιχειρήσεις Τροφίμων & Ποτών*» Πάτρα 2004.
- & Κομίλης Π. «*Διερεύνηση Αναπτυξιακών Δυνατοτήτων*» Αθήνα 1986
- & Λογοθέτης Ν. «*Μάνατζμεντ Ολικής Ποιότητας*», Interbooks, Αθήνα 1992
- & Παπαδημητρίου Θανάσης «*Αρχές Μάρκετινγκ*», Αθήνα 1988
- & Πρακτικά Ημερίδας «*Ασφάλεια και υγιεινή στα τρόφιμα*», Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Καλαμάτας 2005.
- & Πρακτικά του 4^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Τεχνολογίας Τροφίμων «*Πρόσβαση στις χρήσιμες τεχνολογίες και βελτίωση της ασφάλειας τροφίμων – διατροφής (τόμος II)*», Αθήνα 2005.

- & Σημειώσεις από σεμινάριο της Κτηνιατρικής Μέριμνας Ελλάδος (ΚΤΗΜΕΛ Α.Ε) με θέμα: «*Ανάπτυξη Συστήματος HACCP και Συστήματα ποιότητας*», Αθήνα Απρίλιος 2006.
- & Σημειώσεις μαθημάτων «*Οργάνωση*» και «*Λειτουργία Μαγειρείου, Υγιεινή στα Επισιτιστικά Τμήματα*» της σχολής SELECTIKA Αθήνα 1999.
- & Σημειώσεις Σεμιναρίου Εκπαίδευσης Επιθεωρητών Συστήματος HACCP, «*Σχεδιασμός, Εισαγωγή και Επιθεώρηση Συστήματος HACCP*», του τομέα εκπαίδευσης TUV AUSTRIA HELLAS, Αθήνα Ιούνιος 2006.
- & Σημειώσεις του μαθήματος Διασφάλιση Ποιότητας Αγροτικών Προϊόντων, «*Εισαγωγή στο HACCP και ISO*», Λαλάς Σταύρος, 2004
- & Σημειώσεις του μαθήματος, «*Παραγωγή και Μεταποίηση Ζωικών Προϊόντων*», Καλογήρου Γεώργιος 2003
- & Σμέρου Αγγελική «*Εφαρμογή του συστήματος HACCP στη βιομηχανία κρεάτων και πουλερικών*», Πτυχιακή εργασία ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας, Φλώρινα 2006
- & Σταθόπουλος Ν. Αθανάσιος «*Δυναμικότητα των Επιχειρήσεων*», Τιμο, Αθήνα 1970
- & Τζία Κ., Παππά Φ., «*Ανάλυση Επικινδυνότητας στα Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου σε Χώρους Μαζικής Εστίασης*», Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα 2005
- & Τζία Κ., Τσιαπούρης Α., «*Ανάλυση Επικινδυνότητας στα Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου (HACCP) στη βιομηχανία Τροφίμων*», Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα 1996
- & Τσιότρας Γ, «*Βελτίωση Ποιότητας*» Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα 1995
- & Ψηφιακό κέντρο έρευνας 2006

& Ιστοσελίδες:

- Ô www.chefinlove.gr
- Ô www.compupress.gr
- Ô www.dratte.gr/ARTHRA
- Ô www.efet.gr
- Ô www.elais.gr
- Ô www.elot.gr
- Ô www.epicurious.com
- Ô www.forumltd.gr
- Ô www.gourmet.gr
- Ô www.haccp.org
- Ô www.hirc.gr
- Ô www.iatrotek.org
- Ô www.in.gr
- Ô www.iso.ch
- Ô www.ktimel.gr
- Ô www.lifenet.gr
- Ô www.minagric.gr
- Ô www.moody.gr
- Ô www.nea.gr
- Ô www.nestor.com.gr
- Ô www.patris.gr
- Ô www.sagety.meet.org
- Ô www.servitoros.gr
- Ô www.skiadas.gr
- Ô www.syntages.gr
- Ô www.tastfood.gr
- Ô www.vrc.gr