

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**“Η ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΗ ΤΕΧΝΗ ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΤΗΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ:
COSTA NAVARINO”**



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ: ΜΑΡΙΑ ΠΑΤΣΑΤΖΟΓΛΟΥ (Α.Μ. 4715)

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Δρ. ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ

ΠΑΤΡΑ – ΙΟΥΛΙΟΣ 2014

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

“ Δεν μπορεί κάποιος να σκεφτεί καλά, να αγαπήσει καλά, να κοιμηθεί καλά, αν δεν έχει φάει καλά”

Virginia Woolf (1882-1941)

Βρετανίδα συγγραφέας

Είμαστε Έλληνες, και σαν λαός που έχει μάθει να απολαμβάνει την ζωή, οι περισσότερες από τις πιο όμορφες στιγμές μας συνοδεύονται από πλούσια εδέσματα. Όλοι μας έχουμε μνήμες από την παιδική μας ηλικία ενός καλοστρωμένου τραπέζιου, περιτριγυρισμένο από συγγενείς ή από μία φιλική συνάθροιση, για να γιορτάσουμε ή ακόμα και για να δώσουμε μία πιο γευστική νότα στην καθημερινότητά μας.

Το φαγητό, εκτός από βιοτική ανάγκη, θεωρείται μία από τις σημαντικότερες απολαύσεις μας, κομμάτι της παράδοσής μας, τέχνη και τεχνική, ευημερία και ψυχαγωγία. Η χώρα μας, προικισμένη από τροφικές πρώτες ύλες, έχει αναπτύξει μία από τις πιο γευστικές κουζίνες διεθνώς. Η ποιότητα των πρώτων υλών και η μαεστρία της Ελληνίδας νοικοκυράς, που περνάει από γενιά σε γενιά, την κατατάσσει μέσα στις 10 καλύτερες κουζίνες του κόσμου, μία αλήθεια που πάνω απ’ όλα μόνο περηφάνια μπορεί να μας προσφέρει.

Ένας, λοιπόν από τους λόγους που επέλεξα να καταπιαστώ με το συγκεκριμένο θέμα πτυχιακής είναι η αγάπη μου για την Ελληνική κουζίνα και την απόλαυση που εκείνη προσφέρει στον επισκέπτη αλλά και όλους εμάς που την γευόμαστε καθημερινά. Το επάγγελμα επίσης που έχω ακολουθήσει είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με το φαγητό, την παροχή γευστικών υπηρεσιών και την ευχαρίστηση του πελάτη.

Διανύοντας πλέον τον δωδέκατο χρόνο της επαγγελματικής μου σταδιοδρομίας στον ξενοδοχειακό κι συγκεκριμένα επισιτιστικό χώρο, άρχισα να συνειδητοποιώ το γεγονός ότι για τους περισσότερους ανθρώπους η έννοια “φαγητό” μπορεί να έχει διαφορετική ερμηνεία (βιοτική ανάγκη, δημιουργία, ψυχαγωγία), όλες όμως έχουν σαν κοινό παρονομαστή την λέξη “απόλαυση”. Η συγκεκριμένη όμως λέξη, στον επιχειρηματικό κόσμο, μεταφράζεται και ως “κέρδος”.

Το κέρδος που αποφέρουν οι επισιτιστικές επιχειρήσεις στον επιχειρηματικό κλάδο, τις τοπικές κοινωνίες και την παγκόσμια οικονομία γενικότερα είναι ένα μεγάλο κεφάλαιο που θα μας απασχολήσει στην συγκεκριμένη εργασία. Ελπίζω κι εύχομαι να παρουσιάσω και να αναπτύξω όσο το δυνατόν καλύτερα κι αποτελεσματικά την εστιατορική τέχνη, την ανάπτυξη της στην χώρα μας σε συνδυασμό με την υπάρχουσα κατάσταση που επικρατεί διεθνώς, να μελετήσω, με τον πιο λεπτομερή τρόπο, το “φαινόμενο” ξενοδοχειακής επιχείρησης που φέρει το όνομα Costa Navarino, παρ’ όλες τις δυσκολίες που αντιμετωπίζω σαν άνθρωπος, επαγγελματίας και σπουδάστρια την συγκεκριμένη περίοδο της ζωής μου.

Τα τελευταία δύομισα χρόνια ζω κι εργάζομαι στη Μέση Ανατολή, γεγονός που με δυσκολεύει αρκετά στην εξεύρεση πληροφοριών (όσο αφορά στην βιβλιογραφία) και συνάμα στην συγγραφή της πτυχιακής μου εργασίας. Η έλλειψη ελεύθερου χρόνου, ο αυξημένος φόρτος εργασίας και οι γενικότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζει ένας οικονομικός μετανάστης στέκονται τροχοπέδη στα επιθυμητά αποτελέσματα. Όταν όμως θέλουμε κάτι πάρα πολύ όλο το σύμπαν συνωμοτεί για να το επιτύχουμε!

Με εκτίμηση

Μαρία Πατσατζόγλου

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

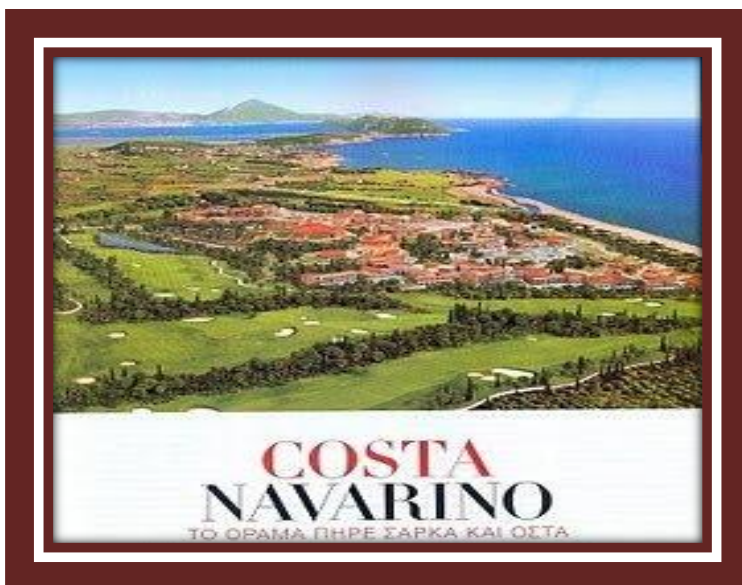
Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία παρουσιάζει, αναλύει και τεκμηριώνει την εστιατορική τέχνη, την ανάπτυξή της στον Ελλαδικό χώρο με αναφορά σε συγκεκριμένα παραδείγματα ξενοδοχειακών και μεμονωμένων επισιτιστικών επιχειρήσεων, την προσφορά της και το ποσοστό που κατέχει ο τουρισμός γενικότερα στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της χώρας μας (18% σύμφωνα με έρευνα του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, Σ.Ε.Τ.Ε) καθώς επίσης προτάσεις εξόδου από την κρίση που μαστίζει την χώρα μας και ήδη υπάρχουσες μελλοντικές επιχειρηματικές κινήσεις που πρόκειται να υλοποιηθούν.

Το μεγάλο και σημαντικότερο κομμάτι της παρούσας πτυχιακής είναι η μελέτη περίπτωσης της ξενοδοχειακής μονάδας “**Costa Navarino**”. Θα παρουσιαστούν αναλυτικά το όραμα δημιουργίας του ιδιοκτήτη της συγκεκριμένης επιχείρησης (καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος), η υλοποίηση και οι δυσκολίες που παρουσιάστηκαν κατά την διάρκεια αυτής, και αναλυτικά η περιγραφή και παρουσίαση του επισιτιστικού τμήματος με σαφήνεια, λεπτομέρεια κι εγκυρότητα.

Την συγκεκριμένη πτυχιακή θα μπορούσαμε να την χαρακτηρίσουμε θεωρητική, εμπειρική και ταυτόχρονα μελέτη περίπτωσης. Σαφέστατα μία πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση του θέματος θα έπρεπε να περικλείει και το κομμάτι της έρευνας. Όπως έχω ήδη αναφέρει, η έλλειψη χρόνου σε συνδυασμό με την μη επαρκή συλλογή πληροφοριών (η βιβλιογραφία περιορίζεται σε προσωπική εμπειρία, ηλεκτρονικές πηγές και ξένους συγγραφείς) διότι πλέον ο μόνιμος τόπος διαμονής κι εργασίας μου είναι το Κατάρ, συνέβαλλαν στο γεγονός ότι η συγγραφή της συγκεκριμένης πτυχιακής ήταν μία επίπονη και ιδιαίτερα χρονοβόρα διαδικασία.

Εν κατακλείδι, οι αναγνώστες θα έχουν την δυνατότητα να μεταφερθούν, έστω και νοητικά, σε έναν παρθένο ακόμη και πολλά υποσχόμενο τουριστικό προορισμό της χώρας μας και να γνωρίσουν από “κοντά” την Costa Navarino, μία μαγική περιοχή στην οποία είχα τύχη να εργαστώ, και που ήδη κατέχει σημαντική θέση στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη.

Καλή ανάγνωση!



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	4
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο.....	8
ΕΛΛΑΔΑ...ΕΝΑΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	8
1.1. Στοιχεία Ελληνικής Ομορφιάς	8
1.2. Στοιχεία Ελληνικού Τουρισμού	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°	11
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	11
ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥ ΕΠΙΣΙΤΙΣΜΟΥ	11
2.1. Τουρισμός Και Ελληνική Οικονομία	11
2.2. Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις - Η Οικονομική Σημασία Του Τμήματος Τροφίμων Και Ποτών (Food & Beverage Department)	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3°	15
Η ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΗ ΤΕΧΝΗ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	15
3.1. Αναφορά Στην Ελληνική Κουζίνα	15
3.2. Η Εστιατορική Τέχνη Και Οι Επισιτιστικές Επιχειρήσεις - Ορισμοί	16
3.2.1. Ιστορική Αναδρομή.....	17
3.3. Η Εξέλιξη Του Επισιτισμού Στην Ελλάδα - Παρουσίαση Αξιοσημείωτων Επισιτιστικών Επιχειρήσεων	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4°	29
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ	29
4.1. Η Διαδικασία Της Πρόβλεψης.....	29
4.2. Η Διαδικασία Της Οργάνωσης.....	30
4.3. Ο Ρόλος Της Διεύθυνσης.....	30
4.4. Το Οργανόγραμμα Ενός Εστιατορίου Και Τα Κύρια Τμήματα Του	32
4.5. Ανάλυση Των Κύριων Τμημάτων Του Εστιατορίου – Περιγραφές Θέσεων Εργασίας (Job Description).....	34
4.5.1. Οι Προϊστάμενοι Μιας Επισιτιστικής Επιχείρησης.....	34
4.5.2. Το τμήμα Της Κουζίνας.....	36

4.5.3. Το Τμήμα Εξυπηρέτησης - Παροχής Υπηρεσιών (Εστιατόριο - Μπαρ).....	38
4.5.4. Το Τμήμα Οικονομικών Υπηρεσιών (Λογιστήριο)	40
4.6. Βασικές Λειτουργίες Της Επισιτιστικής Επιχείρησης.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°	42
ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	42
5.1. Εισαγωγή Στο Εστιατόριο “Aroma” (all day dining restaurant)	42
5.2. Οργανόγραμμα Εστιατορίου	43
5.3. Συσχετισμός Εστιατορίου “Aroma” Με Μία Ελληνική Επισιτιστική Επιχείρηση	45
Εστιατόριο “Olive Garden”.....	45
Ομοιότητες – Διαφορές “Aroma” VS “Olive Garden”	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°	48
ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	48
6.1. Γαστρονομικός Τουρισμός - Τροφή Για Ανάπτυξη Από Τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.....	48
Εκδήλωση με θέμα Γαστροτουρισμός (HORECA 2013)	49
6.2. Γαστρονομικός Τουρισμός - Μοχλός Πολιτιστικής Και Οικονομικής Ανάπτυξης	49
6.3. Οι στόχοι για το "Ελληνικό Πρωινό"	50
6.4. Καιρός για δράση - Προτάσεις	51
6.5. Μελλοντικές Τουριστικές Επενδύσεις στην Ελλάδα	52
6.6. Ψηφιακή Επένδυση	53
Παρότρυνση για επένδυση στην τεχνολογία	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7°	55
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ - COSTA NAVARINO.....	55
7.1. Επισιτιστικό Τμήμα Του Navarino Dunes – Food & Beverage Department.....	56
7.2. Γαστρονομικές Καινοτομίες – Εστιατόριο “Omega”	63
7.3. Οργάνωση Μαζικών Εκδηλώσεων – “House of Events”, Costa Navarino	64
Συμπεράσματα – Επίλογος.....	65
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	66
Ελληνική Βιβλιογραφία	66
Ξένη Βιβλιογραφία.....	67
Διαδικτυακή Βιβλιογραφία	67
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	68
1.1. Οραματιστής Και Δημιουργός Της Costa Navarino. Καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος	68
Η αρχή.....	68

Το πρώτο φορτηγό.....	68
Μια πρόταση που τάραξε τα νερά.....	69
Η επένδυση στη Μεσσηνία.....	69
Μια πόλη στις ΗΠΑ.....	70
Τελευταίος χαιρετισμός στον Βασίλη Κωνσταντακόπουλο	70
Οι συμβουλές του	71
1.2. Ο Συνεχιστής Του Ονείρου Της Πύλου, Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος	72
Από τη Λωζάννη στην Πύλο με σχέδιο.....	72
1.3. Το Όνειρο Που Έγινε Πραγματικότητα, Navarino Dunes, Costa Navarino.....	73
The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino	74
The Westin Resort, Costa Navarino	74
Λοιπές προσφερόμενες υπηρεσίες του Navarino Dunes	75
Τουριστική ανάπτυξη με σεβασμό στο περιβάλλον.....	77
1.4. Ιδιοκτησία Και Διοίκηση - Costa Navarino.....	78
TEMES A.E.	78
Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc.....	78
1.5. Προσφορά Στην Ελλάδα - Τοπική Κοινωνία.....	79
Παγκόσμιες Διακρίσεις.....	79
Προβολή Της Ελληνικής Και Μεσσηνιακής Γαστρονομίας Στο Εξωτερικό	83
Συνεργασία Costa Navarino Με Διεθνείς Αεροπορικές Εταιρίες	84
Οι Θέσεις Εργασίας Και Οι Διακρίσεις Για Το Άριστο Εργασιακό Περιβάλλον	85

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Δικαιωματικά το μεγαλύτερο “ευχαριστώ” ανήκει στην εισηγήτρια της πτυχιακής μου κυρία Ζαφειροπούλου Αναστασία. Η κυρία Ζαφειροπούλου, παρόλο που ήμουν πολύ παλιά μαθήτριά της, με εμπιστεύτηκε ως άνθρωπο αλλά και ως επιμελή σπουδάστρια, μου ανέθεσε με ιδιαίτερη χαρά θέμα πτυχιακής ανάλογο της επιθυμίας και της επαγγελματικής μου εμπειρίας και παρόλη την τεράστια χιλιομετρική απόσταση που υπήρχε ανάμεσά μας ήταν πάντοτε πρόθυμη να μου παρέχει συμβουλές, διορθώσεις και υποδείξεις.

Ταυτόχρονα, επιθυμώ να ευχαριστήσω το προσωπικό της γραμματείας του τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και πολύ περισσότερο την κυρία Νικολέτα Τσιράκου η οποία υπομονετικά και με αστείρευτη κατανόηση με βοήθησε να ξεπεράσω δυσκολίες που σχετίζονταν ακόμη και με την πορεία της πτυχιακής μου εργασίας.

Ένα μεγάλο “ευχαριστώ”, θα ήθελα να χαρίσω στον Γιώργο Μπριλάκη (τέως Assistant Restaurant Manager στο Navarino Dunes και τωρινό Assistant F&B Manager στο Kempinski Residences and Suites, Doha, το ξενοδοχείο όπου εργάζομαι) ο οποίος με εφοδίασε με πολύ χρήσιμες πληροφορίες όσο αφορά στη μελέτη περίπτωσης της πτυχιακής μου, που αναφέρεται στην περιγραφή όλων των επισιτιστικών τμημάτων του Navarino Dunes.

Συνεχίζοντας, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Νικόλαο Φώσκολο (Communication & Marketing Manager στο Kempinski Residences and Suites, Doha) ο οποίος καθ’ όλη την χρονική διάρκεια παραμονής κι εργασίας μου στο Κατάρ, μου έχει σταθεί άξιος φίλος και συνεργάτης. Η βοήθειά του ήταν πολύτιμη κι είναι ιδιαίτερα εμφανής συγκεκριμένα στο κεφάλαιο της διεθνούς εμπειρίας (σύγκριση εστιατορίων), παρέχοντας μου σημαντικές πληροφορίες για το εστιατόριο “Aroma” (βραβευμένο εστιατόριο του Kempinski Residences and Suites, Doha, στο οποίο και εργαζόμουν).

Τελειώνοντας, δεν θα επέτρεπα στον εαυτό μου να μην ευχαριστήσω τον φίλο, “αδερφό” και συνοδοιπόρο στην Μέση Ανατολή ονόματι Γεράσιμος Διαμαντάτος (Lounge Supervisor στο Kempinski Residences and Suites, Doha) ο οποίος με τον συγκροτημένο χαρακτήρα και την απεριόριστη καλοσύνη και θετικότητα που εκπέμπει ήταν πάντοτε δίπλα μου, ειδικότερα όταν πίστευα ότι δεν θα τα καταφέρω!

Σας ευχαριστώ όλους, τον καθένα ξεχωριστά και για διαφορετικό λόγο, και τελευταία εμένα, που κατάφερα να εκπληρώσω ένα μεγάλο “θέλω” και καθήκον που είχα απέναντι στον εαυτό μου.

“Όταν εκπληρώνω τα καθήκοντα που έχω προς τον εαυτό μου, νοιώθω μια απέραντη ευχαρίστηση”.

Oscar Wilde (1854-1900)

Ιρλανδός συγγραφέας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

ΕΛΛΑΔΑ...ΕΝΑΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

1.1. Στοιχεία Ελληνικής Ομορφιάς

Η χώρα μας αποτελεί κορυφαίο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως. Η Ελλάδα κατατάσσεται ανάμεσα στους Top 10 τουριστικούς προορισμούς για το 2010 σύμφωνα με τη **Lonely Planet** (travel guides & travel information) και επίσης βρίσκεται στη δεύτερη θέση σύμφωνα με τα **Telegraph Travel Awards 2008** της Αγγλίας στην κατηγορία της Καλύτερης Ευρωπαϊκής Χώρας (www.telegraph.co.uk).

Την τελευταία δεκαετία, ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται σταθερά. Το 2004, 14,2 εκατομμύρια άτομα επισκέφθηκαν την Ελλάδα, αριθμός που αυξήθηκε σε 17 εκατομμύρια το 2008 και αναμένεται ότι οι επισκέπτες θα αυξηθούν σε 20 εκατομμύρια τα επόμενα χρόνια, σχεδόν το διπλάσιο του πληθυσμού της χώρας.

Η Ελλάδα διαθέτει περισσότερα από 15.000 χιλιόμετρα παραλίας, 190.000 ακτές και 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. Οι επισκέπτες ανακαλύπτουν ποικίλες επιλογές σε τομείς όπως η ιστιοπλοΐα και οι κρουαζιέρες, τα ταξίδια κινήτρων και οι αποδράσεις σαββατοκύριακου, που παρουσιάζουν νέες ευκαιρίες σε εξειδικευμένες (niche markets) κι ελκυστικές αγορές.

Παρθένες παραλίες, επιβλητικά βουνά, πλούσια ιστορία και παραδόσεις, θεαματικά τοπία και φημισμένη φιλοξενία είναι τα στοιχεία που προσελκύουν επισκέπτες από όλο τον κόσμο στον τόπο που γεννήθηκε η δημοκρατία.

Το μεσογειακό κλίμα της Ελλάδας είναι ιδανικό για τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Σήμερα μία από τις βασικές προτεραιότητες της Ελληνικής Πολιτείας είναι να δημιουργήσει μία δυναμική και βιώσιμη τουριστική υποδομή για όλες τις εποχές του χρόνου που θα ανταποκρίνεται στις προκλήσεις του 21ου αιώνα.

Σύμφωνα με το **Travel & Tourism Competitiveness Report** (2009), που δημοσιεύτηκε από το **World Economic Forum**, η Ελλάδα κατέχει συνολικά την 24^η θέση μεταξύ 133 χωρών και παράλληλα βρίσκεται στο Top 10 σε μία σειρά από σημαντικούς επιμέρους δείκτες όπως είναι ο διεθνής οργανισμός **Unesco**, ο οποίος υποστηρίζει ότι η χώρα μας κατέχει την 9^η θέση στην παγκόσμια κληρονομιά (World Heritage List).

Αυτή η κληρονομιά (ιστορικά μνημεία και τοποθεσίες φυσικού και θρησκευτικού κάλους) σε συνδυασμό με την φιλοξενία και την εργατικότητα των Ελλήνων, την ήδη υπάρχουσα τουριστική υποδομή (π.χ. Costa Navarino), τις μελλοντικές επενδύσεις (π.χ. Emerald Developments, εταιρεία κυπριακών συμφερόντων που προτίθεται να υλοποιήσει τουριστικό θέρετρο προϋπολογισμού 310 εκατ. ευρώ σε έκταση 1.600 στρεμμάτων στα νότια παράλια του δήμου Λάμπης στο νομό Ρεθύμνου) και την γευστικότητα και μοναδικότητα της Ελληνικής κουζίνας, μπορούν να βοηθήσουν την χώρα μας να βγει ίσως και κερδισμένη από την “επιδημία” της οικονομικής κρίσης που την μαστίζει τα τελευταία χρόνια.

Παρακάτω παρατίθενται απόψεις ξένων επαγγελματιών της Τουριστικής Βιομηχανίας (συμπεριλαμβανομένου κι ενός Έλληνα), που εξυμνούν τον πλούτο της χώρα μας και τονίζουν εμμέσως την παγκόσμια αναγνωρισιμότητα της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού (<http://www.investingreece.gov.gr>):

- *“Είμαστε ιδιαίτερα ευχαριστημένοι που η Starwood Hotels & Resorts έρχεται στην Ελλάδα, μία από τις κορυφαίες τοποθεσίες και ευρωπαϊκούς προορισμούς”.*

Roeland Vos
Πρόεδρος της Διεύθυνσης Ευρώπης, Αφρικής και Μέσης Ανατολής
Starwood Hotels & Resorts

- *“Ο λόγος που επένδυσα στην Ελλάδα είναι επειδή αγαπώ την Ελλάδα. Θα αποτελέσει την πιο σημαντική αγορά του τουρισμού γκολφ στη Μεσόγειο της επόμενης δεκαετίας. Το έργο μας περιλαμβάνει δύο γήπεδα γκολφ 18 οπών, ένα πολυτελές ξενοδοχείο 5 αστέρων, ένα συνεδριακό κέντρο, ένα ιαματικό θεραπευτικό κέντρο και μαρίνα”.*

Johann P. Bachmann
Διευθύνων Σύμβουλος
SWISS GOLF INVEST AG

- *“Όσον αφορά τον τουρισμό, η Ελλάδα έχει τα πάντα, για να λέμε την αλήθεια. Οι Έλληνες είναι ο πιο φιλόξενος λαός στην Ευρώπη, το φαγητό είναι θαυμάσιο και η Κρήτη διαθέτει το μεγαλύτερο ευρωπαϊκό καλοκαίρι. Και επειδή η Ελλάδα αποτελεί το θεμέλιο λίθο του Δυτικού Πολιτισμού, είμαστε ενστικτωδώς δεμένοι με τον πολιτισμό της”.*

LOYALWARD Ltd
Θυγατρική Εταιρία της Minoan Group PIC
Ηνωμένο Βασίλειο

- *“Η Κρήτη είναι ένας ευνοημένος τόπος με εντυπωσιακά τοπία, μοναδικό περιβάλλον και φυσική ομορφιά, φιλόξενο κόσμο και πλούσια ιστορία, μυθολογία και πολιτισμό. Όλα αυτά είναι εξαιρετικά στοιχεία για την ανάπτυξη ποιοτικού τουρισμού με πολυτελή θέρετρα ιδιαίτερου χαρακτήρα που θα αναδείξουν την Κρήτη στην πρώτη θέση των ποιοτικών τουριστικών προορισμών παγκοσμίως προσελκύοντας υψηλόμισθη πελατεία από όλο τον κόσμο. Η Emerald έχει εξασφαλίσει στη βόρεια παραλία της Κρήτης, μία χαρισματική έκταση γης (1,600 στρέμματα) σε μία από τις καλύτερες παραλίες της Ελλάδας, όπου σχεδιάζουμε να κατασκευάσουμε ένα θέρετρο ιδιαίτερων υψηλών προδιαγραφών. Έχοντας επενδύσει 310 εκατομμύρια Ευρώ, το θέρετρο θα περιλαμβάνει δύο πολυτελή Ξενοδοχεία 5 αστέρων, δύο ιαματικά θεραπευτικά κέντρα, ένα συνεδριακό κέντρο, ένα αθλητικό κέντρο κλπ και πολυτελή ακίνητη περιουσία”.*

Ja. Photiades
Πρόεδρος
EMERALD DEVELOPMENTS SA

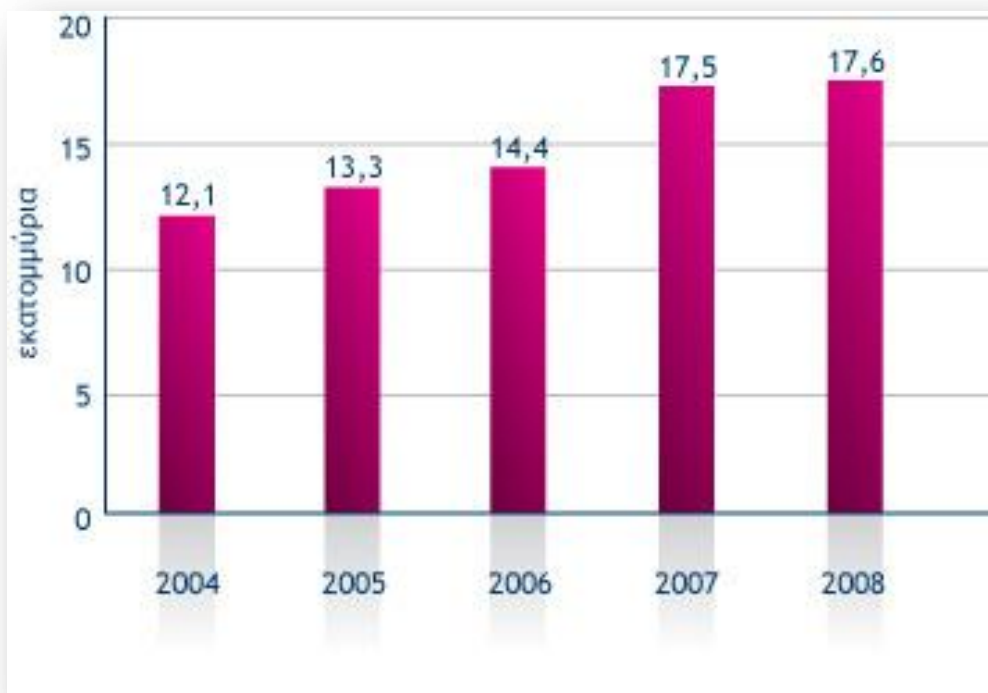
1.2. Στοιχεία Ελληνικού Τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί το 18% του ΑΕΠ της Ελλάδας, απασχολεί περισσότερα από 900.000 άτομα και είναι η μεγαλύτερη πηγή άδηλων πόρων της χώρας (36% το 2007).

Σήμερα λειτουργούν περισσότερα από 9.000 ξενοδοχεία στην Ελλάδα. Το γεωγραφικό εύρος των τουριστικών προορισμών είναι ιδιαίτερα μεγάλο εξαιτίας του γεγονότος ότι η Ελλάδα διαθέτει πάνω από 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. Επιπλέον, η μεγάλη ποικιλία σε φυσικά τοπία, ο μεγάλος αριθμός ιστορικών μνημείων και χωριών και η δυνατότητα πολλών δραστηριοτήτων υποδηλώνουν ότι οι ευκαιρίες ουσιαστικά είναι απεριόριστες.

Το 85% περίπου των επισκεπτών έρχονται από τη Δυτική Ευρώπη: 21,2% από το Ηνωμένο Βασίλειο, 17,5% από τη Γερμανία, 8,8% από την Ιταλία, 5,3% από τη Γαλλία, 5,2% από την Ολλανδία και 7,5% από σκανδιναβικές χώρες.

Επιπλέον, αυξάνονται όλο και περισσότερο οι επισκέπτες από την Ανατολική Ευρώπη και την Κίνα (<http://www.investingreece.gov.gr>).



Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού και Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.

ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥ ΕΠΙΣΙΤΙΣΜΟΥ

2.1. Τουρισμός Και Ελληνική Οικονομία

Ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας με σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (όπως αναφέρεται και παραπάνω) και στις επενδύσεις. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η εκτεταμένη ακτογραμμή και το φυσικό περιβάλλον είναι ορισμένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που καθιστούν την Ελλάδα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως, όπως είναι ήδη γνωστό. Παράλληλα, ο τουρισμός μαζί με τη ναυτιλία αποτελούν τους πιο εξωστρεφείς κλάδους της ελληνικής οικονομίας με ιδιαίτερα θετική συνεισφορά στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών.

Ο τουρισμός συμβάλλει στην προώθηση της κοινωνικής συνοχής προσφέροντας αναπτυξιακές και επιχειρηματικές ευκαιρίες ιδιαίτερα σε περιοχές της χώρας, όπως τις νησιωτικές, οι οποίες χαρακτηρίζονται από πληθυσμιακή συρρίκνωση, ενισχύοντας ταυτόχρονα το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων μέσα από τις θέσεις εργασίας που δημιουργεί. Η δραστηριότητα στον τουριστικό τομέα χαρακτηρίζεται ως εντάσεως εργασίας καθώς για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που σχετίζονται με τη ζήτηση από τους επισκέπτες χρησιμοποιείται συγκριτικά περισσότερη εργασία από κεφαλαιουχικό εξοπλισμό. Χαρακτηριστικό επίσης γνώρισμα αποτελεί η διακύμανση που επιδεικνύει στη διάρκεια του έτους λόγω της εποχικότητας της ζήτησης με αποτέλεσμα να αυξάνεται σημαντικά κατά τους θερινούς μήνες.

Ωστόσο, η εκτίμηση της απασχόλησης εμφανίζει δυσκολίες λόγω των ιδιαιτεροτήτων που χαρακτηρίζουν τον τουριστικό τομέα. Η κυριότερη σχετίζεται με το γεγονός ότι ο τουρισμός δεν αποτελεί ένα μεμονωμένο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας αλλά ενσωματώνει ένα μεγάλο εύρος από υπηρεσίες. Επομένως, για την εκτίμηση της απασχόλησης στον τουριστικό τομέα θα πρέπει να προσδιοριστούν οι οικονομικές δραστηριότητες (κλάδοι) που συμμετέχουν στην παραγωγή - διάθεση αγαθών και υπηρεσιών και που σχετίζονται με την τουριστική κατανάλωση.

2.2. Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις - Η Οικονομική Σημασία Του Τμήματος Τροφίμων Και Ποτών (Food & Beverage Department)

Οι **ξενοδοχειακές επιχειρήσεις**, το “ξενοδοχείο” γενικότερα είναι το σπίτι, το “καταφύγιο”, το κέντρο αναψυχής του τουρίστα, του περιηγητή και γενικότερα οποιασδήποτε άλλης κατηγορίας τουρίστα υπάρχει, με την παροχή υπηρεσιών να είναι ποικιλόμορφη έχοντας πάντα ως στόχο την ικανοποίηση του τουρίστα πελάτη. Ωστόσο, οι υπηρεσίες οι οποίες προσφέρονται στον πελάτη καθορίζονται από κάποια κριτήρια, τα οποία είναι τα εξής παρακάτω:

1. Ο τύπος του ξενοδοχείου, όπως για παράδειγμα μοτέλ, ξενοδοχείο αεροδρομίων, πόλεως, τουριστικά θέρετρα εποχικής λειτουργίας κλπ
2. Η κατηγορία - ποιότητα του ξενοδοχείου
 - Πολυτελείας
 - Πρώτης κατηγορίας (Α)
 - Δεύτερης κατηγορίας (Β)
 - Τρίτης κατηγορίας (Γ)
 - Τέταρτης κατηγορίας (Δ)
 - Πέμπτης κατηγορίας (Ε)
 - Πανδοχεία
3. Το μέγεθος της ξενοδοχειακής επιχείρησης
 - Μικρά
 - Μεσαία
 - Μεγάλα

Επιπλέον, οι υπηρεσίες οι οποίες παρέχονται εξαρτώνται πάλι από τον τύπο, την κατηγορία (στις μέρες μας υπάρχει και η κατηγοριοποίηση των ξενοδοχείων με αστέρια) και το μέγεθος της ξενοδοχειακής επιχείρησης. Οι συνηθέστερες όμως υπηρεσίες οι οποίες είναι και οι πιο βασικές και που συναντώνται σε όλων των ειδών τα ξενοδοχεία είναι οι παρακάτω:

1. Υπηρεσία ορόφων (καμαριέρες, καθαρίστριες, προϊστάμενοι ορόφων)
2. Υπηρεσία υποδοχής (receptionists, βαλέδες, παρκαδόροι, προϊστάμενοι υποδοχής)
3. Υπηρεσία επισιτισμού (σερβιτόροι, barmen, υπεύθυνοι εστιατορίων και μπαρ)

Δευτερευόντως υπάρχουν

4. Υπηρεσίες αναψυχής – ψυχαγωγίας (διασκεδαστές)
5. Υπηρεσίες καλλωπισμού (κομμωτήριο, γυμναστήριο, κέντρα αναψυχής)
6. Διάφορες άλλες υπηρεσίες (όπως parking, baby sitting κλπ)

Όλες οι παραπάνω υπηρεσίες, θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως άμεσες υπηρεσίες εφόσον οι τουρίστες έρχονται σε άμεση επαφή με αυτές. Υπάρχουν όμως και οι έμμεσες οι οποίες λειτουργούν σε ένα ξενοδοχείο και συμβάλλουν ως προς την ομαλή λειτουργία του και οι οποίες είναι οι εξής παρακάτω:

1. Διοικητικές υπηρεσίες
2. Οικονομικές υπηρεσίες
3. Υπηρεσίες συντήρησης
4. Υπηρεσίες καθαριότητας
5. Υπηρεσίες ασφαλείας
6. Διάφορες υπηρεσίες
7. Επιπλέον υπηρεσίες

Ας μην ξεχνάμε ωστόσο ότι οι υπηρεσίες διαφοροποιούνται στο μέγεθος, τον αριθμό και την ποιότητα, ανάλογα πάντα με την εκάστοτε ξενοδοχειακή τουριστική επιχείρηση.

Στο σημείο όμως αυτό, είναι πολύ σημαντικό να αναφέρουμε ότι δεν είναι όλα τα τμήματα και οι υπηρεσίες ενός ξενοδοχείου το ίδιο κερδοφόρα. Το γεγονός αυτό είναι πολύ αναμενόμενο και λογικό αν αναλογιστούμε ότι όλοι οι τουρίστες, που επισκέπτονται τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ανεξαρτήτου είδους, δεν έχουν το ίδιο οικονομικό υπόβαθρο. Σε όλους όμως τους ανθρώπους υπάρχει η ίδια ανάγκη, της στέγασης και της σίτισης.

Αμέσως, λοιπόν, καταλαβαίνουμε, ότι από τα πιο σημαντικά και κερδοφόρα τμήματα μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης είναι το τμήμα ορόφων και το τμήμα του επισιτισμού ή διαφορετικά το τμήμα τροφίμων και ποτών (που είναι και το αντικείμενο της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας).

Η σημασία του τμήματος τροφίμων και ποτών είναι για τα ξενοδοχεία, χωρίς αμφισβήτηση, μεγάλη και πρωταρχικής σημασίας και το γεγονός αυτό δεν θα μπορούσε να αποτελεί εξαίρεση για τα ελληνικά ξενοδοχεία. Τα εστιατόρια, τα μπαρ και οι αίθουσες δεξιώσεων αποτελούν παράγοντες καθοριστικούς για μια ξενοδοχειακή μονάδα, σε ό, τι αφορά τόσο στα έσοδα της επιχείρησης όσο και στην διαμόρφωση της τελικής εικόνας για την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών. Βέβαια, η σημασία τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το μέγεθος της ξενοδοχειακής επιχείρησης και από το εάν και σε τι έκταση προσφέρει τις σχετικές υπηρεσίες.

Βάσει λοιπόν των στοιχείων έρευνας που διεξήγαγε η μεγαλύτερη εταιρία παγκοσμίως Ερευνών **“Horwath Consulting”** για τα ελληνικά ξενοδοχεία και δημοσιεύθηκε το 1994, τα τμήματα τροφίμων και ποτών συμμετέχουν στο μείγμα πωλήσεων στα ξενοδοχεία της χώρας με ποσοστά 38,9% και 10,7% αντιστοίχως. Οι πωλήσεις που προέρχονται από τα δωμάτια αντιπροσωπεύουν αντίστοιχα ποσοστό 45,6%, το οποίο, αν και μεγαλύτερο από κάθε κλάδο τροφίμων και ποτών ξεχωριστά, παρουσιάζεται μικρότερο εάν ο κλάδος ειδωθεί ενοποιημένα. Όπως φαίνεται και στον σχετικό παρακάτω Πίνακα 1, μόνο στα ξενοδοχεία της Αθήνας αλλάζει αυτό το δεδομένο, όπου το τμήματα τροφίμων και ποτών συμμετέχει με ποσοστό 42,8% στις πωλήσεις έναντι ποσοστού 48,9% που αναλογεί στο τμήμα των δωματίων. Αντιθέτως, αυξημένη παρουσιάζεται η σημασία του υπό εξέταση κλάδου στα παραθεριστικά ξενοδοχεία. Όσο και αν η σχετική παλαιότητα της έρευνας μειώνει την απόλυτη αξιοπιστία των στοιχείων που παρουσιάζονται, η σκιαγράφηση μιας γενικής εικόνας για το ρόλο του τμήματος τροφίμων και ποτών στα ξενοδοχεία μπορεί να επιτευχθεί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΟ (%) ΜΕΙΓΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

	ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΞΕΝ/ΧΕΙΑ ΑΘΗΝΑΣ	ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΤΙΚΑ ΞΕΝ/ΧΕΙΑ
ΔΩΜΑΤΙΑ	45,6	48,9	42
ΤΡΟΦΙΜΑ	38,9	31,8	40,6
ΠΟΤΑ	10,7	11	11,7
ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ	4,8	8,3	5,7
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100

(Πηγή: Έρευνα “Horwath” 1994, Food Service - Επαγγελματική Εστίαση, Τεύχος 1, Μάιος 1999, σελ.17)

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2
ΕΞΟΔΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΩΣ ΠΟΣΟΣΤΟ (%) ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΕΣΟΔΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

	ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΞΕΝ/ΧΕΙΑ ΑΘΗΝΑΣ	ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΤΙΚΑ ΞΕΝ/ΧΕΙΑ
ΤΡΟΦΙΜΑ & ΠΟΤΑ	17,9	19,9	15,7
ΔΩΜΑΤΙΑ	12,8	13	14,6

(Πηγή: Έρευνα “Horwath” 1994, Food Service - Επαγγελματική Εστίαση, Τεύχος 1, Μάιος 1999, σελ.18)

Το τμήμα τροφίμων και ποτών όμως δεν συμμετέχει μόνο στις πωλήσεις των ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας με το μεγαλύτερο ποσοστό σε σύγκριση με τα άλλα τμήματα. Στα έξοδα των τμημάτων (ως ποσοστό των συνολικών εσόδων, Πίνακας 1.2) έχει επίσης το μεγαλύτερο ποσοστό (17,9%) σε σχέση με το τμήμα των δωματίων (12,8%). Τα προηγούμενα στοιχεία είναι οι αριθμητικοί μέσοι όροι που προκύπτουν από το σύνολο του δείγματος και αφορούν στα ξενοδοχεία όλης της χώρας. Ακόμη μεγαλύτερη παρουσιάζεται η διαφορά αυτή στα ξενοδοχεία της Αθήνας, όπου το σχετικό ποσοστό είναι 19,9% έναντι 13%, ενώ αντιθέτως η διαφορά παρουσιάζεται μικρότερη του μέσου όρου στα παραθεριστικά ξενοδοχεία, όπου φθάνει συγκεκριμένα στο 15,7% για το τμήμα τροφίμων και ποτών έναντι του 14,6% για τα δωμάτια. Επισημαίνεται ότι στα έξοδα μισθών και εισφορών για τα τμήματα επισιτισμού και δωματίων περιλαμβάνεται το σύνολο εξόδων μισθοδοσίας (περιλαμβανομένων των εξόδων που αφορούν σε εισφορές ΙΚΑ για παράδειγμα), σχετικά με τα προαναφερόμενα τμήματα.

Εν κατακλείδι, τα προαναφερθέντα στατιστικά στοιχεία, όπως σημειώνεται και στην έρευνα της **Horwath Consulting**: “...δεν θα πρέπει με κανένα τρόπο να θεωρηθούν ως δεδομένο επίπεδο για οποιοδήποτε τουριστικό κατάλυμα στη χώρα αλλά ως κατευθυντήριες γραμμές βάσει των οποίων θα μπορέσει ο ξενοδόχος να συγκρίνει τα δικά του αποτελέσματα. Η προσπάθεια αυτή δεν αποσκοπεί στον καθορισμό τιμών ή τρόπων λειτουργίας για τον ξενοδοχειακό κλάδο”.

Το τμήμα τροφίμων και ποτών είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, σε σημείο που συχνά θεωρείται αδιανόητη η προσφορά καταλύματος για διανυκτέρευση χωρίς την ύπαρξη έστω στοιχειώδους και οργανωμένης παροχής υπηρεσιών επισιτισμού. Πρόκειται για ένα τμήμα που, εκτός από το γεγονός ότι είναι απαραίτητο μέσα σε μία ξενοδοχειακή επιχείρηση, μπορεί να συμβάλει το ίδιο καλά στην αναβάθμιση της συνολικής εικόνας τόσο των προσφερομένων υπηρεσιών αυτής (ξενοδοχειακής μονάδας), όσο και των κερδών της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Η ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΗ ΤΕΧΝΗ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

3.1. Αναφορά Στην Ελληνική Κουζίνα

Η ελληνική κουζίνα έχει μια μακρά παράδοση και οι γεύσεις της αλλάζουν ανάλογα με την εποχή που διανύουμε και την γεωγραφική περιοχή στην οποία βρισκόμαστε. Ιστορικά η ελληνική μαγειρική είναι πρόδρομος της Δυτικής κουζίνας και η εξάπλωση καθώς και η επιρροή αυτής, πραγματοποιήθηκε (μέσω της αρχαίας Ρώμης) σε όλη την Ευρώπη και πέρα από αυτήν.

Έχει επηρεαστεί από την κουζίνα πολλών χωρών όπως η Τουρκία, η Ιταλία και οι χώρες της ευρύτερης περιοχής των Βαλκανίων, αλλά οι Έλληνες έχουν αλληλεπιδράσει με το πέρασμα των αιώνων και έχουν προσθέσει τις δικές τους χαρακτηριστικές πινελιές, όπως αποδεικνύεται από διάφορα είδη γλυκών και μαγειρευτών φαγητών.

Η Ελλάδα έχει γαστρονομική παράδοση περίπου 4.000 χρόνων. Το πρώτο βιβλίο μαγειρικής στην ιστορία γράφτηκε στην Ελλάδα από τον Αρχέστρατο (320 π.Χ.). Η αρχαία ελληνική κουζίνα χαρακτηρίζεται από τη λιτότητά της και η “χρυσή τριάδα” που την χαρακτήριζε ήταν το σιτάρι, το ελαιόλαδο και το κρασί με βάση το κρέας, το οποίο όμως μαγειρευόταν σχεδόν σπάνια κατά την διάρκεια της εβδομάδας ενώ τα ψάρια ήταν το τιμώμενο πιάτο της καθημερινότητας.

Αυτή η τάση στην ελληνική διατροφή συνεχίστηκε και στα ρωμαϊκά κι οθωμανικά χρόνια. Το μόνο που έχει αλλάξει μέχρι σήμερα είναι το γεγονός ότι το κρέας αποτελεί πλέον για τους Έλληνες, αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής τους διατροφής. Λόγος αυτής της μεταστροφής (από το ψάρι στο κρέας) είναι η υπερτίμηση του φρέσκου ψαριού σε συνδυασμό με τον έντονο και γρήγορο ρυθμό ζωής των μεγαλουπόλεων (το μαγείρεμα ψαριού απαιτεί χρόνο και προσπάθεια). Το κρασί και το ελαιόλαδο όμως ήταν, είναι και θα είναι τα πλέον χαρακτηριστικά συστατικά της Ελληνικής μαγειρικής.



(<http://www.congrec.com/el/greece/cuisine>).

3.2. Η Εστιατορική Τέχνη Και Οι Επισιτιστικές Επιχειρήσεις - Ορισμοί

Με την πάροδο των χρόνων, ο άνθρωπος άρχισε να αντιλαμβάνεται ότι το φαγητό και η μαγειρική γενικότερα δεν αποτελούσαν μόνο μέσο για την ικανοποίηση της πείνας του αλλά και για την ικανοποίηση όλων των υπολοίπων αισθήσεών του. Η ανάγκη του ανθρώπου να μετατρέψει μια καθαρά φυσιολογική ανάγκη επιβίωσης σε κοινωνικό γεγονός είναι κριτήριο πολιτισμού, βιοτικού επιπέδου, κουλτούρας κι έμπνευσης.

Μέσα σε αυτά τα πλαίσια συνειδητοποίησης κι αντίληψης δημιουργήθηκαν οι όροι “μαγειρική”, “εστιατορική” κι όλα τα επακόλουθα τους (εστιατόριο, επισιτισμός, επισιτιστικές επιχειρήσεις). Στην συγκεκριμένη όμως εργασία, θα καταπιαστούμε με τον όρο “εστιατορική” κι “επισιτιστικές επιχειρήσεις” είτε ως μεμονωμένες επιχειρήσεις (εστιατόρια, ταβέρνες κλπ) είτε ως κομμάτι ενός ευρύτερου επιχειρηματικού συνόλου (ξενοδοχειακές επιχειρήσεις). Για να κατανοήσουμε όμως καλύτερα τους παραπάνω όρους θα πρέπει να δώσουμε και τους παρακάτω ορισμούς:

Εστιατορική είναι η τέχνη κατά την οποία βάσει ορισμένων κανόνων και κατά τρόπο επιδέξιο γίνεται η παράθεση των διαφόρων εδεσμάτων και ποτών στους πελάτες. Η εστιατορική τέχνη προέκυψε από την εξέλιξη των εγκαταστάσεων στους χώρους εστίασεως, από τη χρήση σκευών που χρησιμοποιούνται για εστίαση και από την τάση των ανθρώπων να ικανοποιούν το αίσθημα της πείνας τους κάτω από ορισμένους κανόνες τεχνικής.

Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις ως ανεξάρτητες μονάδες και τα επισιτιστικά τμήματα ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αποτελούν σημαντικό οικονομικό κλάδο της τουριστικής βιομηχανίας. Οι επισιτιστικές, όπως και οι λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις, είναι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών με σημαντικές ιδιαιτερότητες και η επιτυχία τους εξαρτάται από το πόσο αποτελεσματικά διοικούνται (Νικόλαος Κ. Σκούμιος, 2004).



3.2.1. Ιστορική Αναδρομή

Η εστίαση αποτελούσε ανέκαθεν μια από τις σημαντικότερες ανθρώπινες δραστηριότητες, μιας και είναι συνδεδεμένη με την καθημερινή ζωή και τις φυσικές ανάγκες επιβίωσης. Στην αρχαιότητα η διαρκής μετακίνηση των πληθυσμών από έναν τόπο σε έναν άλλον δημιούργησε την ανάγκη παροχής στέγης και τροφής, που με άλλα λόγια ονομάζεται **φιλοξενία**.

Οι γεωπολιτικές ανακατατάξεις και η ανάπτυξη των συγκοινωνιών και του εμπορίου δημιούργησαν νέες ανάγκες στέγασης και σίτισης, απαιτώντας μια πιο συστηματοποιημένη μορφή. Τα πανδοχεία που αρχικά ήταν οι πρώτες επιχειρήσεις που χορηγούσαν τροφή και ποτά στους ταξιδιώτες, σε συνδυασμό με την παροχή στέγης, εξειδικεύτηκαν σε καπηλεία.

Καπηλειό και **κάπηλος** είναι λέξεις αρχαϊζουσες και σημαίνουν ταβέρνα και ιδιοκτήτης αντίστοιχα. Η αισχροκερδής εκμετάλλευση όμως των πελατών από τους ιδιοκτήτες έκανε τις έννοιες αυτές συνώνυμες με την ανηθικότητα και την απληστία. Με τα χρόνια, όμως η συνεχιζόμενη αύξηση των μετακινήσεων και η λειτουργία περισσότερων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων δημιούργησε αντικειμενικότερες προϋποθέσεις βελτίωσης των συνθηκών σίτισης και διαμονής.

Η ιστορία του εστιατορίου χάνεται στα βάθη του αιγυπτιακού πολιτισμού κατά τον 6^ο με 5^ο αιώνα π.Χ., όπου δημόσια γεύματα προσφέρονταν στον λαό από τον Βασιλιά, στα οποία καταναλωνόντουσαν μεγάλες ποσότητες δημητριακών, χουρμάδων, βοδινού κρέατος και άλλων τοπικών προϊόντων.

Τα πρώτα εστιατόρια εμφανίστηκαν τον 11^ο αιώνα στην Κίνα, ενώ περίπου την ίδια περίοδο έκαναν την εμφάνισή τους και στον Ισλαμικό κόσμο. Στην Ευρώπη τα πρώτα εστιατόρια δημιουργήθηκαν τον 18^ο αιώνα (πανδοχεία και ταβέρνες υπήρχαν από την αρχαιότητα, απευθύνονταν όμως κυρίως σε ταξιδιώτες και όχι στους μόνιμους κατοίκους της περιοχής).

Στην Ελλάδα, κατεξοχήν χώρα της φιλοξενίας και της γαστρονομίας, το επίσημο γεύμα συνδυαζόταν είτε με φιλοσοφική συζήτηση (δειπνοσοφιστές) είτε με την απονομή τιμών σε νικητές των αγώνων ή επίσημα πρόσωπα. Για τον ίδιο λόγο, η εστίαση γινόταν και κατά την διάρκεια εκδηλώσεων όπως τα Διονύσια και Παναθήναια. Τα έξοδα αυτών των γευμάτων καλύπτονταν από εύπορους πολίτες κατόπιν κληρώσεως. Αξίζει να σημειώσουμε την ιδιαίτερη θέση που κατείχε το σερβίρισμα του κρασιού στο τραπέζι από ειδικούς τραπεζοκόμους, τους οινοχόους.

Τα χρόνια όμως περνούν και οι εποχές αλλάζουν, υπακούοντας πάντοτε στις επιταγές της εκάστοτε μόδας, τεχνολογίας και του εκσυγχρονισμού. Εις το όνομα του εκσυγχρονισμού, η εστιατορική τέχνη δεν παραμένει στάσιμη, εξελίσσεται καθώς εξελίσσεται κι ο άνθρωπος, οι χώροι εστίασεως, οι εγκαταστάσεις, τα σκεύη σερβιρίσματος, γενικότερα τα μέσα και τα αντικείμενα εξυπηρετήσεως.

Επομένως, είναι αυτονόητο ότι εφόσον ο πολιτισμός προχωρεί και πάρα πολλά μέσα αναπτύσσονται και τίθενται σε εφαρμογή στις σύγχρονες ξενοδοχειακές και εστιατορικές μονάδες, οφείλουμε όλοι να παρακολουθούμε την εξέλιξη και να προσπαθούμε για τον εκσυγχρονισμό, τη βελτίωση και τη χρησιμοποίηση όλων των μέσων που απαιτεί η σημερινή εξελισσόμενη εστιατορική τέχνη.

Οι κλασσικοί τρόποι και μέθοδοι παραθέσεως και σέρβις πρέπει να μεθοδεύονται και να χρησιμοποιούνται αντίστοιχα με τα τεχνικά μέσα και σκεύη που προσφέρονται σήμερα και να συμβαδίζουν με τις απαιτήσεις της σύγχρονης πελατείας (Νικόλαος Κ. Σκούμιος, 2004).

3.3. Η Εξέλιξη Του Επισιτισμού Στην Ελλάδα - Παρουσίαση Αξιοσημείωτων Επισιτιστικών Επιχειρήσεων

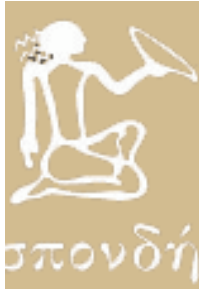
Η εστίαση πλέον είναι ένα καθαρά κοινωνικό γεγονός. Το προϊόν της καλύπτει όχι μόνο βασικές ανάγκες του ανθρώπου, όπως η επιβίωση, αλλά και ανάγκες όπως αυτή της αυτοπροβολής, του να δω και να με δουν, την ικανοποίηση του Εγώ, της φιλοξενίας. Όλα τα στοιχεία αυτών των αναγκών μας πηγαίνουν πολύ βαθιά πίσω στην Αρχαία Ελλάδα που υπήρξε ένας από τους χώρους που δημιούργησαν τον θεσμό της φιλοξενίας, με την δημιουργία μάλιστα μιας ξεχωριστής θεότητας, τον Ξένιο Δία. Η φιλοσοφία της **φιλοξενίας** προϋπόθετε την εστίαση και τον ύπνο και έγινε τρόπος ζωής για τους ανθρώπους, δείχνοντας έτσι ένα ανώτερο επίπεδο πολιτισμού.

Συνεχίζοντας με τον όρο **“φιλοξενία”**, τα εστιατόρια στις μέρες μας θα πρέπει να θεωρούν τους πελάτες ως φιλοξενούμενους και οι προσφερόμενες υπηρεσίες (σέρβις, γεύση, άνεση, περιβάλλον) θα πρέπει να ξεπερνούν τις προσδοκίες τους. Πλέον το επίπεδο του επισιτισμού στην χώρα μας έχει βελτιωθεί σημαντικά, έχοντας ξεφύγει από την παραδοσιακή Ελληνική ταβέρνα (χωρίς αυτό να σημαίνει τον “αφανισμό” της διότι η Ελληνική ταβέρνα αποτελεί ορόσημο της εθνικής μας κουζίνας), με την δημιουργία εστιατορίων υψηλών προδιαγραφών, γεγονός το οποίο αρμόζει σε μία παγκοσμίως αναγνωρίσιμη Ευρωπαϊκή χώρα.

Αρκετά χρόνια τώρα, η συνειδητοποίηση της οικονομικής προσφοράς και σημασίας του επισιτισμού στην χώρα μας έχει γίνει κοινώς αποδεκτή σε συνδυασμό με την ολοένα αυξανόμενη προσπάθεια, από την πλευρά των επιχειρηματιών, να προσφέρουν στον καταναλωτή - φιλοξενούμενο υπηρεσίες και φιλοξενία, η οποία να ξεπερνά τις προσδοκίες τους. Αφιερώνουν χρόνο και χρήμα για να ικανοποιήσουν τις γαστρονομικές απαιτήσεις και επιθυμίες ακόμα και των πιο απαιτητικών πελατών και για να κάνουν βέβαια την επιχείρησή τους πιο ελκυστική για καινούργιους πελάτες.

Η εξέλιξη του επισιτισμού στην Ελλάδα είναι προφανής ιδιαίτερα τα τελευταία 15 χρόνια. Σε οποιαδήποτε περιοχή, πόλη και γεωγραφικό διαμέρισμα κι αν βρεθεί κανείς, τα εστιατόρια (είτε ως μεμονωμένες επιχειρήσεις είτε ως κομμάτι μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης) είναι αναρίθμητα. Το μέγεθος πλέον της προσφοράς είναι τόσο μεγάλο, σε σημείο οι επιλογές να είναι τόσες πολλές, με αποτέλεσμα να μπερδεύουν και να δυσκολεύουν την διαδικασία της επιλογής.

Στις σελίδες που ακολουθούν, παρατίθενται πληροφορίες για τις καλύτερες επισιτιστικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, είτε ως μεμονωμένες εστιατορικές μονάδες είτε ως κομμάτι ενός επισιτιστικού τμήματος μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης, οι οποίες έχουν αφήσει, και συνεχίζουν δυναμικά, τις καλύτερες εντυπώσεις σε πελάτες και κριτικούς γευσίγνωστας.



Η συγκεκριμένη επισιτιστική επιχείρηση πέτυχε μέσα στο 2009 μεγάλο στόχο που είχε βάλει, τη βράβευση με ένα δεύτερο αστέρι **Michelin**. Εκτός από την κουζίνα, η “Σπονδή” φροντίζει πολύ και τις υπόλοιπες πλευρές της. Το γεγονός ότι κέρδισε και το βραβείο καλύτερης λίστας κρασιών (wine list) ταυτόχρονη συγκέντρωση πολλών αναμφισβήτητη λάμψη και ποιότητα.



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

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



ETRUSCO

ETTORE BOTRINI RESTAURANT

Σταθμός η περσινή χρονιά στην εξέλιξη του κερκυραϊκού εργαστηρίου γαστρονομίας, που βρίσκεται τώρα στην καλύτερή του στιγμή. Καινούργιος εξοπλισμός, εξαιρετικό σέρβις μα πάνω απ' όλα η εξέλιξη του ίδιου του σεφ (Έκτορας Μποτρίνι), ο οποίος είναι αυτή τη στιγμή το πιο δημιουργικό μυαλό στην Ελλάδα γαστρονομία.

Η επιβράβευσή του με τον τίτλο του καλύτερου Έλληνα σεφ για το 2008 από τους “Χρυσούς Σκούφους” σφραγίζει την ανοδική πορεία του “Etrusco”. Μερικές μόνο από τις μεγάλες του δημιουργίες είναι οι ψητές σαρδέλες με κρύο “κάρβουνο” λεβάντας και “σαν ρύζι” από αποστειρωμένο θαλασσινό νερό, οι 30 ποιητικές “γαρίδες κάτω απ’ το χιόνι”, το mystery pearl box κι ο τετραγωνισμός του αβγού.

(<http://etrusco.gr/estiatorio-kerkyra>)



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

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



(<http://www.belvederehotel.com/nobu-matushisa-mykonos.php>)

Calypso

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



(<http://www.eloundapeninsulaholidays.com>)



hytra

Φέτος η “Hytra” κάνει εντυπωσιακό άλμα, το πιο εντυπωσιακό για εστιατόριο των Αθηνών. Αιτία η μαθητεία του Στέφανου Κολυμάδη δίπλα στον μεγάλο Βάσκο σεφ Martin Berasategui (**3 αστέρια Michelin**).



Εξελιγμένη τεχνική, δημιουργικότητα και φινέτσα. Αυτό αποτυπώνεται περίτρανα στο γευσιγνωστικό μενού των 7 πιάτων. Κορυφαία ανάμεσά τους το μπαρμπούνι ψημένο με τα λέπια του μαζί με πουρέ κουνουπιδιού, μαύρα “βότσαλα” και σάλτσα αγγουριού, το στρείδι με ζελέ ρόκας και σάλτσα φινόκιο - λεμονόχορτου, το κονσομέ καλαμαριού με υγρό ραβιόλι και οι υγρές καραμέλες γιαουρτιού με μαρμέλαδα από πορτοκάλι, φρούτα του πάθους και μάνγκο με αφρό περγαμόντου.

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

Πιλ Πουλ

(ET JEROME SERRES)

Στις αρχές του 1900, κοντά στο φημισμένο εργοστάσιο καπέλων “πιλ πουλ” ο ιδιοκτήτης του Ηλίας Πουλόπουλος, σημείο αναφοράς της τότε αθηναϊκής κοινωνίας, ανέγειρε την πολυτελέστατη κατοικία του όπου κάθε συνεστίαση αποτελούσε κοσμικό γεγονός της εποχής. Η αυστηρή αρχιτεκτονική γραμμή του νεοκλασικού του Τσίλερ, η άψογη εσωτερική διακόσμηση, η θέα της Αθήνας και του βράχου της Ακρόπολης μάγευαν τους καλεσμένους του σπιτιού.

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





Vardis

Καινούργια δημιουργική Μεσογειακή κουζίνα από τον πολυβραβευμένο chef Δημήτρη Κοκκαλίδη και την ομάδα του, υπόσχεται το πολυτελέστατο εστιατόριο Vardis, που επί σειρά ετών δέχεται το διάσημο αστέρι **Michelin**, ικανοποιώντας και τις πιο απαιτητικές προσδοκίες.

Το εστιατόριο Vardis εκπροσωπεί μία κουζίνα που ισορροπεί ανάμεσα στις μοντέρνες συνταγές, τις μοναδικές τεχνικές και τα ολόφρεσκα και ποιοτικά υλικά. Τα gourmet πιάτα συμπληρώνονται από την σπάνια και εντυπωσιακή κάβα που απογειώνει αυτή την γαστρονομική εμπειρία.

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

Βαρούλκο

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

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





Η **“Ιθάκη”** βρίσκεται πάνω στην παραλία του Λαιμού της Βουλιαγμένης προσφέροντας στους πελάτες της μια μαγευτική θέα στη θάλασσα που κόβει την ανάσα. Ένα από τα πιο παλιά και διάσημα παραθαλάσσια εστιατόρια της Αθήνας με το πιο φρέσκο και καλοψημένο ψάρι, με όλα τα είδη sushi και με νόστιμα ζυμαρικά με θαλασσινά.

Συγκαταλέγεται στα καλύτερα εστιατόρια της Ελλάδος και έχει φιλοξενήσει τις πιο σημαντικές προσωπικότητες του διεθνούς jet set, από την Αθηνά Ωνάση έως τον Bill Clinton και από τον Sean Connery στον Julio Iglesias και τον Leonardo Di Caprio.

Δημιουργικά και καλοφτιαγμένα ορεκτικά είναι στη διάθεσή σας ενώ ακόμη και το κρέας, όπως το κότσι, είναι θεσπέσιο. Τα επιδόρπια είναι η αποκορύφωση του υπέροχου γεύματος, όπως η εύγευστη μους γάλακτος ή η κρεμ μπρουλέ που είναι πολύ γευστική, ελαφριά και στην σωστή ποσότητα. Μεγάλη ποικιλία κρασιών και φοβερή εξυπηρέτηση. Ένας μαγευτικός χώρος, που πρέπει να επισκεφτεί απαραιτήτως οποιοσδήποτε ασχολείται επαγγελματικά με την γαστρονομία και την εστιατορική, για να ζήσει μία αξέχαστη εμπειρία μοναδικών γεύσεων, άψογου σέρβις και απaráμιλλου κάλους της τοποθεσίας στην οποία και βρίσκεται.

<http://www.ithakirestaurantbar.gr>

Premiere

Στον δέκατο όροφο του ξενοδοχείου “**Athenaum InterContinental**”, με φόντο τον Αθηναϊκό ουρανό και ένα εντυπωσιακό πανόραμα της Ακρόπολης, το βραβευμένο με τρεις “**Χρυσούς Σκούφους**” (2006-2008) **Premiere**, υπόσχεται να καταπλήξει τους λάτρεις της υψηλής γαστρονομίας με αυθεντικές Μεσογειακές γεύσεις.



Σχεδιασμένο με γνώμονα την ποιότητα και τη γεύση, το μενού του **Premiere** βασίζεται στα πιο φρέσκα εποχιακά υλικά. Η ομάδα του **Premiere**, αναζητά καθημερινά ό, τι πιο εκλεκτό και ετοιμάζει γευστικά εδέσματα που ικανοποιούν ακόμα και τα πιο ιδιαίτερα γούστα.

Εκτός από τις εξαίσιες γαστριμαργικές προτάσεις του, το **Premiere** φιλοξενεί μία από τις πιο πλούσιες λίστες κρασιών της Αθηναϊκής σκηνής με ετικέτες που καλύπτουν τις πιο σημαντικές οινοπαραγωγικές περιοχές του κόσμου. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι στο εστιατόριο πραγματοποιούνται καθ’ όλη την διάρκεια του χρόνου βραδιές γευσιγνωσίας επιλεγμένων κρασιών.

Η βεράντα του **Premiere**, που φημίζεται για την εντυπωσιακή της θέα, είναι ιδανική για φαγητό ή ποτό τις καλοκαιρινές βραδιές καθώς επίσης και τις ζεστές βραδιές του φθινοπώρου και της άνοιξης. Μία επίσκεψη θα σας κάνει να αποδράσετε ολοκληρωτικά από την καθημερινότητα της πόλης!

<http://www.ichotelsgroup.com/intercontinental/hotels/gb/en/athens/athha/hoteldetail>



Με σήμα την ελιά και θέα που κόβει την ανάσα, ο τελευταίος όροφος του “**Titania Hotel**” είναι μια “υψηλή” απόδραση στο κέντρο της Αθήνας, από τον καφέ του πρωινού μέχρι τις προσεγγμένες γεύσεις για γεύμα ή δείπνο.

Το “**Olive Garden**” θα ήταν η πρώτη στάση για να ξεκινήσω την ξενάγηση των νεοαφιχθέντων στην Αθήνα φίλων μου, μιας και είναι το πρώτο εστιατόριο στο οποίο απασχολήθηκα επαγγελματικά και διδάχτηκα την έννοια της εστιατορικής τέχνης, της ομαδικής εργασίας και της ξενοδοχειακής αντίληψης.



Σε αυτόν τον “κρεμαστό ελαιώνα” του κέντρου θα τους μιούσα στα εμβληματικά χρώματα της ελιάς που κοσμεί το χώρο, θα τους σύστηνα τη νοστιμιά της ελληνικής και της μεσογειακής κουζίνας, θα τους παρακολουθούσα περήφανη να εκστασιάζονται από τη θέα του ηλιοβασιλέματος, της Ακρόπολης και του Λυκαβηττού και θα εμπιστευόμουν το επαγγελματικό σέρβις για να τους περιποιηθεί.

Για τους Αθηναίους άλλωστε, όσους ανακαλύπτουν ξανά το ιστορικό και εμπορικό κέντρο και όσους δεν το εγκατέλειψαν ποτέ, αυτή η θεαματική τσάτσα με τις κομψές πινακίδες στη διακόσμηση αλλά και μια αίσθηση νησιού την ώρα του δειλινού, είναι κοινό διαχρονικό μυστικό. Είναι το στέκι τους από νωρίς το πρωί για καφέ, ένα διάλειμμα από τη δουλειά ή τα ψώνια, η κατάληξη μετά τη θεατρική ή την κινηματογραφική έξοδο. Κι αν η εκπληκτική θέα θα αρκούσε για την απογείωση, οι λογικές τιμές και οι φρέσκες ελληνικές πρώτες ύλες δίνουν ώθηση γι' ακόμα παραπάνω!

(http://www.titania.gr/EL/estiatoria_athina)



DIONYSOS
BY THE ACROPOLIS



Θέση

Σταθερός “σκοπός” εδώ και τέσσερις δεκαετίες, στο νότιο φυλάκιο της Ακρόπολης, εκεί που ο ορίζοντας γίνεται ένα με τον Ιερό Βράχο.

Ατμόσφαιρα και Ιστορία

Οι προσωπικότητες που έχουν περάσει από τη σάλα του πολλές και αξιοσημείωτες. Πολυτέλεια, ζεστό ξύλο, γλυκός φωτισμός και θέα που λειτουργεί ως μαγνήτης. Έλληνες πολιτικοί, επιχειρηματίες, πρίγκιπες και βασιλιάδες τρώνε δίπλα σας.

Το φαγητό

Κλασική διεθνής και μεσογειακή κουζίνα, που σημαίνει πιλάφι μιλανέζα και Σατομπριάν αλλά και αρνίσιο φιλέτο με γλυκάδια με μια υπόξινη και αρωματική σάλτσα λεμονιού με φρέσκια ρίγανη. Το μενού έχει ανανεώσει επί το ελληνικότερων (ως προς τα υλικά και κάποιους συνδυασμούς) ο εξαιρετικός σεφ Αχιλλέας Παπαχρήστος. Δροσερές σαλάτες, καλό ελαιόλαδο στο φαγητό και θαυμάσια γλυκά.

Εξαιρετική τιμή για το εστιατόριο ήταν και ο “Χρυσός Σκούφος” που απέκτησε, άξια ανταμοιβή των προσπαθειών και της αγάπης προσωπικού, πελατών και του ιδιοκτήτη του κύριου Βλάσση Σταθοκωστόπουλου.

<http://www.stathokostopoulosgroup.gr>



Μετά την παραπάνω παρουσίαση, των πιο πολυβραβευμένων και ιστορικών εστιατορίων της Αθήνας (είτε ως μεμονωμένες επισιτιστικές επιχειρήσεις είτε ως τμήματα μεγάλων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων), μπορούμε να κατανοήσουμε καλύτερα το επίπεδο της γαστρονομίας (και του γενικότερου κλάδου του επισιτισμού) που επικρατεί τις τελευταίες δεκαετίες στην χώρα μας. Η προσπάθεια ανάδειξης της συνεχόμενης ανάπτυξης των επισιτιστικών επιχειρήσεων είναι πλέον εμφανής, όχι μόνο στην παραπάνω κατηγορία εστιατορίων αλλά και στις ταβέρνες, τα μεζεδοπωλεία και σε οποιαδήποτε άλλη κατηγορία εστιατορίου καλύπτει τις γαστρονομικές απαιτήσεις και ανησυχίες των σημερινών Ελλήνων.

Όλες οι παραπάνω επισιτιστικές επιχειρήσεις (κι ακόμα περισσότερες) αποτελούν τα “διαμάντια” της σημερινής Ελληνικής γαστρονομίας και εστιατορικής τέχνης. Οι αξιέπαινες επιχειρηματικές προσπάθειες των σημερινών ξενοδόχων και ιδιοκτητών εστιατορίων, αποδίδουν καρπούς και ανεβάζουν ολοένα και περισσότερο τον πήχη για την συνεχόμενη εκπαίδευση και κατάρτιση των ατόμων που απασχολούνται επαγγελματικά σε τέτοιου είδους επισιτιστικές επιχειρήσεις.

Είναι πολύ χαρμόσυνο το γεγονός, ότι η χώρα μας διαθέτει πολύ ενημερωμένο και οργανωμένο δημόσιο εκπαιδευτικό σύστημα σπουδών (όπως για παράδειγμα το Α.Τ.Ε.Ι Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και η Α.Σ.Τ.Ε.), με αποτέλεσμα οι απόφοιτοι τέτοιων σχολών να προσαρμόζουν την συγκεκριμένη τεχνογνωσία και πρακτική στην επαγγελματική τους καθημερινότητα. Άμεσοι επωφελούμενοι είναι οι ίδιοι (απόφοιτοι τουριστικών σχολών και μελλοντικοί αλλά και τωρινοί εργαζόμενοι-επαγγελματίες), οι επιχειρήσεις και φυσικά οι πελάτες των επισιτιστικών επιχειρήσεων.

Σημαντικός καρπός ενός οργανωμένου εκπαιδευτικού συστήματος σπουδών είναι το γεγονός ότι η τεχνογνωσία που διδάσκεται στις τουριστικές σχολές, μία μέρα θα χρησιμοποιηθεί σαν καθημερινή πρακτική αλλά ακόμη περισσότερο σαν μεθοδολογία οργάνωσης και διοίκησης ενός εστιατορίου ή μπαρ ή γενικότερα μιας επισιτιστικής επιχείρησης. Όταν μία επιχείρηση δεν είναι οργανωμένη και διοικείται με λάθος τρόπο, δεν δύναται ταυτόχρονα να είναι και αποδοτική. Στο κεφάλαιο που ακολουθεί, αναλύεται η οργάνωση και διοίκηση ενός εστιατορίου (επισιτιστικής επιχείρησης), τα άτομα που την υποστηρίζουν και εργάζονται μέσα σε αυτή καθώς επίσης και οι πιο βασικές της λειτουργίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ

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

4.1. Η Διαδικασία Της Πρόβλεψης

Η Πρόβλεψη (budgeting) είναι ο ακρογωνιαίος λίθος της διοίκησης. Η διοίκηση στηρίζεται στο budget. Τα προγράμματα δράσης είναι η συνισταμένη της εργασίας των προβλέψεων που οφείλει να κάνει κάθε επιχείρηση. Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις όποια μορφή και μέγεθος και αν έχουν, έχουν την ανάγκη να γνωρίζουν την πορεία των εργασιών τους, τους στόχους που πρέπει να επιτευχθούν, τη διαδικασία ανάπτυξής τους και τα μέσα δράσης τους. Όλα αυτά περιλαμβάνονται στα προγράμματα δράσης (action plans). Αυτά έχουν διαφορετικές μορφές, έκταση και διάρκεια και ανάλογα με την περίπτωση αποτελούνται από μια σειρά ειδικά προγράμματα από τα οποία τα κυριότερα είναι τα εξής παρακάτω (Λαλούμης Δ., 2002):

- **Το πρόγραμμα παραγωγής** το οποίο καθορίζει τις προβλέψεις της επιχείρησης σχετικά με την παραγωγή, την μεταποίηση και την προσφορά αγαθών και υπηρεσιών.
- **Το πρόγραμμα πωλήσεων**, που προβλέπει τις πωλήσεις μέσα στην καθορισμένη χρονική περίοδο με βάση την κατάσταση της αγοράς.
- **Το πρόγραμμα εφοδιασμού** το οποίο περιλαμβάνει τις προβλέψεις εφοδιασμού της επιχείρησης για τα απαραίτητα υλικά αγαθά (ποτά, υλικά για την παρασκευή γευμάτων κλπ.).
- **Πρόγραμμα χρηματοοικονομικό**, που περιέχει προβλέψεις ταμιακής διαθεσιμότητας, προϋπολογισμού επενδύσεων και διαφημίσεων κλπ.
- **Το χρηματοπιστωτικό πρόγραμμα**. Σκοπός του είναι ο προσδιορισμός των προβλέψεων για τις ανάγκες της επισιτιστικής επιχείρησης σε κεφάλαια κίνησης. Πιθανές δαπάνες για τον ανεφοδιασμό τους, τη συντήρησή τους, τις ανακαινίσεις, τις αντικαταστάσεις κινητού εξοπλισμού. Για παράδειγμα, το έτος 2012 στόχος της “Χ” επιχείρησης είναι να αλλάξει την επίπλωση της τραπεζαρίας και το 2013 να πραγματοποιήσει μερική αλλαγή της κουζίνας. Οι στόχοι χρειάζονται οικονομικό προγραμματισμό και κεφάλαια χωρίς όμως η επιχείρηση να υπερχρεωθεί.

Η ανάγκη της πρόβλεψης στις επισιτιστικές μονάδες είναι επιτακτική. Μπορούμε να τις διακρίνουμε σε βραχυπρόθεσμες, μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες. Οι διάφοροι διευθυντές τμημάτων ασχολούνται με ετήσιες και τριετείς προβλέψεις. Τα μεσαία στελέχη με εβδομαδιαίες και μηνιαίες προβλέψεις, τα κατώτερα στελέχη με καθημερινές προβλέψεις.

4.2. Η Διαδικασία Της Οργάνωσης

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

Τα κυριότερα καθήκοντα τα οποία η οργάνωση πρέπει να φέρει εις πέρας είναι ο καταμερισμός της εργασίας, η διαμόρφωση βαθμίδων εξουσίας και η εξίσωση εξουσίας και ευθύνης.

Πιο ειδικά με την οργάνωση σχηματίζεται μια σειρά λειτουργικών μονάδων ή τμημάτων, που το καθένα είναι υπεύθυνο για μια ιδιαίτερη φάση μιας λειτουργίας και προσδιορίζονται σχέσεις εξουσίας μεταξύ τους (ανθρώπων - ομάδων ή τμημάτων) που περιλαμβάνουν όρια ευθύνης και υπευθυνότητας, αγωγούς επικοινωνίας και όρια λήψης αποφάσεων.

Κατά την πορεία δε της ανάπτυξης ολόκληρης της δομής της ξενοδοχειακής επιχείρησης πρέπει να δίνεται προσοχή και σε θέματα όπως είναι ο βαθμός αποκέντρωσης που πρέπει να υπάρχει, τα όρια άσκησης εποπτείας, ο έλεγχος, η μεταβίβαση εξουσίας και η αλυσίδα μεταβίβασης εντολών (Ηγουμενάκης Ν., 1991).

4.3. Ο Ρόλος Της Διεύθυνσης

Μετά την κατάρτιση των προγραμμάτων δράσης (την εκτέλεση εργασίας προβλέψεως) κατά τον καθορισμό της γενικής οργανωτικής διάρθρωσης της εργασίας, χρειάζεται και μια καθοδήγηση για την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης. Έτσι δίνονται ορισμένες οδηγίες και κατευθύνσεις για εκτέλεση.

Αυτό ονομάζεται Διεύθυνση. Η διεύθυνση (management) με την παροχή σχετικών οδηγιών και κατευθύνσεων βάζει σε κίνηση ολόκληρο το έμψυχο υλικό της δεδομένης επισιτιστικής επιχείρησης με σκοπό να επιτευχθούν οι στόχοι που επιδιώκονται. Πολύ σημαντική θέση μέσα σε μία επιχείρηση έχουν αυτοί που διευθύνουν (managers) και που δημιουργούν και δίνουν τις κατευθύνσεις και τις οδηγίες για εκτέλεση από το υπόλοιπο προσωπικό.

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

- **Προγραμματισμός** δηλαδή η κατάρτιση των προγραμμάτων δράσης που έχουμε αναφέρει
- **Οργάνωση της εργασίας** που αφορά μια σπουδαία εργασία της διεύθυνσης. Αυτή συνίσταται στον εντοπισμό των αναγκών της επιχείρησης και τον καθορισμό του είδους και του αριθμού των θέσεων εργασίας, το είδος και τον αριθμό του προσωπικού που είναι αναγκαίο για να επιτευχθούν οι στόχοι αυτής, την ικανοποίηση των αναγκών και τέλος την στελέχωση των θέσεων εργασίας (επιλογή – πρόσληψη) με το κατάλληλο προσωπικό. Οι προαγωγές, η συνταξιοδότηση των υπαλλήλων, η λήψη μέτρων ασφαλείας, η ασφάλιση του προσωπικού και η μισθοδοσία του.

- **Συναλλαγές.** Έργο της διεύθυνσης είναι επίσης το θέμα των πωλήσεων και των εμπορικών συναλλαγών γενικότερα. Το ίδιο συμβαίνει και στον τομέα της ξενοδοχειακής επιχείρησης όπου φυσικά οι συναλλαγές είναι και εκεί από τα πιο σημαντικά θέματα. Η σημασία είναι τεράστια διότι δεν αρκεί να παραχθεί ένα προϊόν (να ιδρυθεί ένα για παράδειγμα ένα ξενοδοχείο) πρέπει αυτό και να πουληθεί (η παροχή φιλοξενίας). Η πώληση γίνεται για να πάει το προϊόν στους καταναλωτές και για να το έχουν στην διάθεσή τους θα πρέπει ο επιχειρηματίας να πετύχει δηλαδή να “φθάσει” το ξενοδοχείο στον καταναλωτή ή το αντίθετο. Με λίγα λόγια, η διεύθυνση έχει και άλλα καθήκοντα, αυτά της διαφήμισης, των δημοσίων σχέσεων και της επιλογής των κατάλληλων μεθόδων πώλησης στο κατάλληλο κοινό – πελατεία.
- **Ο συντονισμός** είναι η εναρμόνιση όλων των μέσων που χρησιμοποιεί η επιχείρηση (άνθρωποι, κεφάλαιο, εγκαταστάσεις, υλικά, μέσα κάθε είδους) για την επιδίωξη των σκοπών της επιχείρησης. Ο συντονισμός αφορά κυρίως την ενιαία δράση και κατεύθυνση όλων των απασχολούμενων στην επιχείρηση ανθρώπων και ειδικότερα των στελεχών της (κυρίως αυτών που έχουν θέσεις προϊσταμένων σε ανώτερες βαθμίδες). Με τον συντονισμό όλες οι προσπάθειες συγκλίνουν προς το κοινό σκοπό. Αποφεύγονται οι παρεκκλίσεις από αυτόν και την διαφορετική πορεία των επιμέρους ατόμων. Με το συντονισμό υλοποιείται η αρχή της ενότητας της κατεύθυνσης δηλαδή η ύπαρξη μιας μοναδικής και ενιαίας κατεύθυνσης στην πορεία των εργασιών της επιχείρησης.

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

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

- **Ο έλεγχος.** Το έργο του ελέγχου σε μια επιχείρηση πετυχαίνεται με την παρακολούθηση της κίνησης και της αποδοτικότητας των διαφόρων κλάδων εκμετάλλευσης. Γίνεται με την μέτρηση των επιτευξέων, τη σύγκριση με τα όσα είχαν προγραμματιστεί και την διάρθρωση των λαθών (αποκλίσεων ώστε να εξασφαλισθεί η υλοποίηση των επιχειρηματικών στόχων σύμφωνα με τα προγράμματα. Από τη στιγμή που τα προγράμματα τεθούν σε εφαρμογή ο έλεγχος γίνεται απαραίτητος για να μετρηθεί η πρόοδος τους και να διαπιστωθούν οι αποκλίσεις από αυτά και να γίνουν οι σχετικοί διορθωτικοί χειρισμοί.

Ο έλεγχος αποτελεί βασικά ένα σύστημα επαναπληροφόρησης. Ο έλεγχος γίνεται για να επιβεβαιωθεί ότι το κάθε τι γίνεται σύμφωνα με το πρόγραμμα που δόθηκε, τις οδηγίες που εκδόθηκαν και τις αρχές που καθορίστηκαν. Ο έλεγχος έχει σαν αντικείμενο να εντοπίσει τις αδυναμίες και τα σφάλματα προς το σκοπό της διόρθωσης αλλά και να εμποδιστεί η επανάληψή τους.

4.4. Το Οργανόγραμμα Ενός Εστιατορίου Και Τα Κύρια Τμήματα Του

Όπως κάθε επιχείρηση, έτσι και οι επισιτιστικές επιχειρήσεις και κυρίτερα οι μεγάλοι μεγέθους, βασίζουν την λειτουργία τους σε κάποιο οργανόγραμμα. Σύμφωνα με τον Χαράλαμπο Κανελλόπουλο (1990):

“Το Οργανόγραμμα είναι στατική και δεοντολογική απεικόνιση του οργανισμού”. Το οργανόγραμμα δείχνει:

- Διαχωρισμό της εργασίας στα συστατικά της: τομείς, τμήματα και άτομα.
- Ιεραρχία.
- Την φύση της εκτελούμενης εργασίας ανάλογα με τον περιγραφικό τίτλο.
- Την ταξινόμηση σε ομάδες συστατικών με βάση την λειτουργία, περιοχή ή το προϊόν.
- Τα επίπεδα διοίκησης με βάση τα διαδοχικά στρώματα ανωτέρων και υφισταμένων”.

Κατά τον Σωτήρη Καρβούνη (2000):

“Η οργανωτική δομή μιας επιχείρησης δείχνει την μεταβίβαση υπευθυνότητας (εξουσιοδότηση) στις διάφορες λειτουργικές μονάδες της εταιρίας και είναι στην πραγματικότητα ένα διάγραμμα που συχνά αναφέρεται και ως Οργανόγραμμα”.

Ο Ernest J. Dale (1978) υποστηρίζει ότι:

“Το Οργανόγραμμα είναι απλά ένα διάγραμμα των τυπικών σχέσεων εξουσίας. Δείχνει από τον τίτλο της θέσης μέχρι το ποιος αναφέρεται σε ποιόν. Το οργανόγραμμα δείχνει ποιος έχει εξουσία πάνω σε ποιόν αλλά δεν δείχνει την έκταση αυτής της εξουσίας ή τα καθήκοντα που κάθε άτομο αναμένεται να εκτελεί εκτός μέχρι του σημείου που αυτά υπονοούνται από τους τίτλους των θέσεων”.

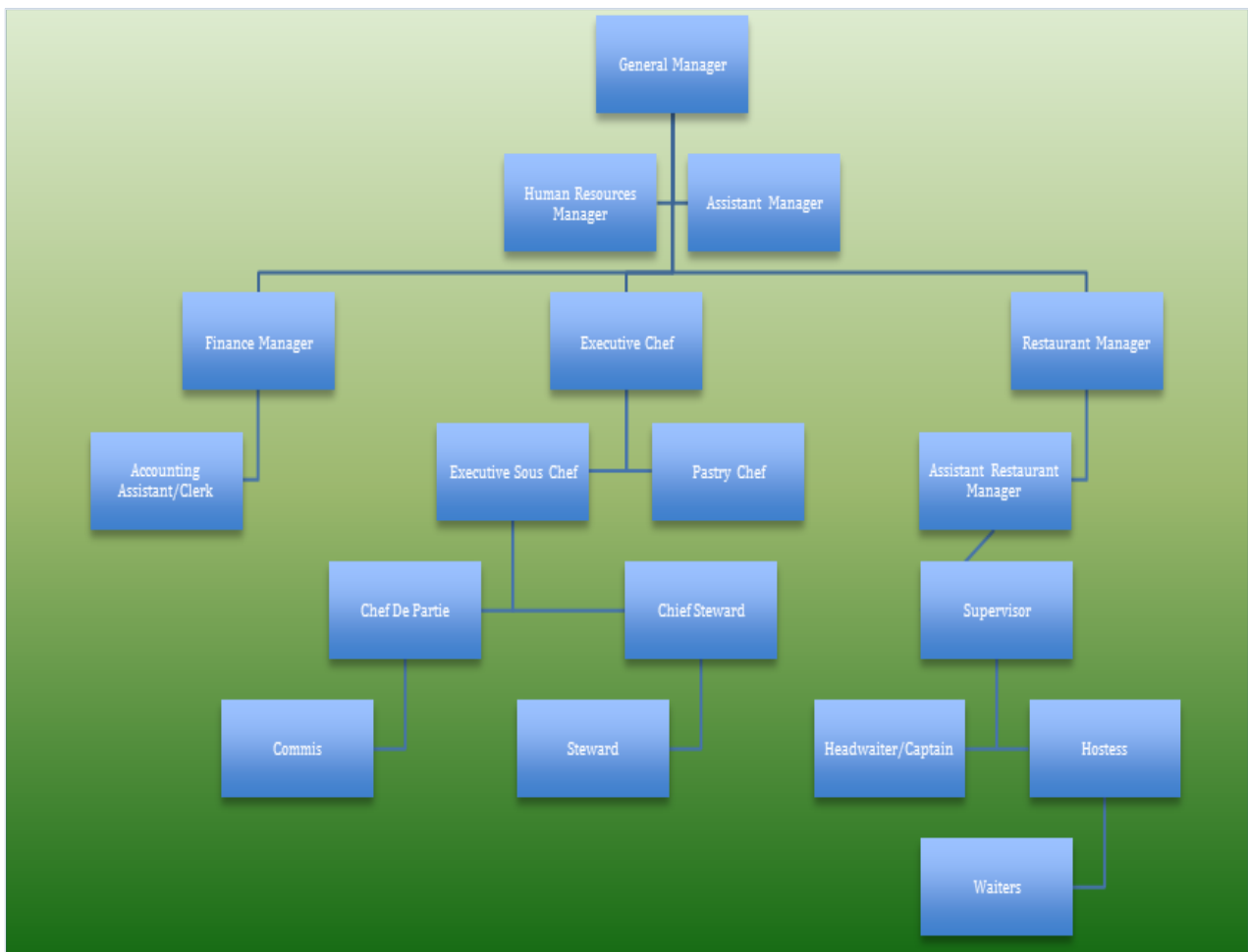
Σύμφωνα με τον John W. Stokes (1972):

“Το Οργανόγραμμα είναι ένα σχέδιο της οργανωτικής δομής μιας επιχείρησης που δείχνει σε ποιόν αναφέρεται κάθε μέλος της επιχείρησης ανάλογα με την ιεραρχία που υπάρχει και τον τρόπο με τον οποίο είναι οργανωμένη αλλά και ποιος αναφέρεται σε αυτό το μέλος. Φανερώνει επίσης τους διαύλους επικοινωνίας μέσα στην επιχείρηση και είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για το μάνατζμεντ”.

Τελειώνοντας, κατά τον Robert M. Fulmer (1978):

“Το Οργανόγραμμα είναι ο σκελετός της οργάνωσης. Χρησιμοποιείται ευρέως και είναι κατάλληλο για την εφαρμογή των οργανωτικών αρχών. Είναι ένας τρόπος για να εξηγούνται καθαρά οι σχέσεις πάνω στις οποίες βασίζεται η πρόοδος”.

Ένα τυπικό οργανόγραμμα εστιατορίου μεγάλου μεγέθους δίνεται παρακάτω.



Christian V. A., Restaurant Management Handbook, Cornell University, School of Hotel Administration, New York, 1972

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειώσουμε ότι αναλόγως με το είδος και το μέγεθος της επιχείρησης, οι θέσεις και τα καθήκοντα του βοηθού διευθυντή εστιατορίου (assistant manager) καθώς επίσης και του διευθυντή ανθρωπίνου δυναμικού (human resources manager), καλύπτονται από τον ίδιο τον διευθυντή της επιχείρησης (general manager).

Επίσης, μία διαπίστωση η οποία είναι άξια σημασίας, είναι το γεγονός ότι το εστιατόριο ή γενικότερα μία επισιτιστική επιχείρηση μεγάλου μεγέθους, αποτελείται από τρία τμήματα τα οποία είναι τα εξής παρακάτω:

- Το τμήμα παρασκευής εδεσμάτων, με επικεφαλή τον Σεφ
- Το τμήμα παροχής υπηρεσιών και εξυπηρέτησης του πελάτη, με επικεφαλή τον Μαιτρ
- Το τμήμα οικονομικών υπηρεσιών, με επικεφαλή τον Προϊστάμενο Λογιστηρίου

4.5. Ανάλυση Των Κύριων Τμημάτων Του Εστιατορίου – Περιγραφές Θέσεων Εργασίας (Job Description)

Συνεχίζοντας, θα αναλύσουμε τα κυριότερα χαρακτηριστικά, καθήκοντα και υποχρεώσεις των τριών προϊσταμένων μιας επισιτιστικής επιχείρησης, των υπολοίπων θέσεων εργασίας καθώς επίσης και θα περιγράψουμε τα κυριότερα τμήματα αυτής.

4.5.1. Οι Προϊστάμενοι Μιας Επισιτιστικής Επιχείρησης

Διευθυντής Εστιατορίου (Restaurant Manager). Είναι υπεύθυνος για την οικονομική πορεία του εστιατορίου και την γενικότερη απόδοση του. Ασκεί το μάνατζμεντ και την πολιτική εξετάζοντας τον τοπικό ανταγωνισμό και βρίσκοντας νέες πηγές για δημιουργία και νέες ιδέες. Στην περίπτωση που δεν υπάρχει συγκεκριμένο άτομο για τον τομέα του μάρκετινγκ το ασκεί ο ίδιος, παρακολουθεί τις τάσεις της γαστρονομίας και τις μεταβολές στις διατροφικές συνήθειες της πελατείας. Ελέγχει τα αποτελέσματα του εστιατορίου και αναπροσαρμόζει την πολιτική της επιχείρησης. Είναι υπεύθυνος για την καλή αποθήκευση, την ιδεώδη προετοιμασία και την καλύτερη εξυπηρέτηση (service) για τη διαφήμιση και τις πωλήσεις του εστιατορίου.

Συνεργάζεται με το λογιστήριο στη διενέργεια ελέγχου και ακατάπαυστα παρακολουθεί τα έσοδα και έξοδα της επιχείρησης ενώ είναι επίσης επιφορτισμένος με τον δύσκολο ρόλο να επιτελεί μια αποδοτική λειτουργία έτσι ώστε να συνεισφέρει στο καθαρό λειτουργικό κέρδος της επιχείρησης.

Τα προσόντα του πρέπει να είναι πολυποίκιλα όπως να είναι μορφωμένος, να έχει ισχυρή προσωπικότητα και να είναι πρακτικός άνθρωπος. Επίσης, θα πρέπει να είναι κοινωνικός διότι καθημερινά συναναστρέφεται με πολλούς ανθρώπους, να είναι δίκαιος και να έχει καλή εργασιακή φιλοσοφία.

Ο Διευθυντής του Εστιατορίου εργάζεται πολλές ώρες. Πρέπει να έχει οράματα, ηγετικές ικανότητες και να είναι παράδειγμα προς μίμηση. Σκέπτεται παρά πολύ, κάνει έλεγχους στο εστιατόριο για να διαπιστώσει εάν οι χώροι είναι καθαροί, εάν το προσωπικό είναι στη θέση του και η εξυπηρέτηση σωστή. Πραγματοποιεί συχνά συναντήσεις (meetings) μαζί με τους προϊσταμένους των επιμέρους τμημάτων. Καταρτίζει τον προϋπολογισμό της επιχείρησης, κάνει αξιολόγηση των τμηματάρχων οι οποίοι με τη σειρά τους αξιολογούν τους υπάλληλους των τμημάτων.

Οι αρμοδιότητες του Διευθυντή Εστιατορίου μπορούν να ομαδοποιηθούν στις εξής δραστηριότητες:

- **Προγραμματισμός & Οργάνωση** για βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες περιόδους (προϋπολογισμοί, αναφορές αποτελεσμάτων, επιλογή προϊσταμένων, σχεδιασμός εκπαιδευτικών προγραμμάτων, νέων προϊόντων, μενού, επικοινωνιακών συστημάτων, επίβλεψη εργασιών, κατάρτιση του πλάνου μάρκετινγκ (marketing plan), διενέργεια προβλέψεων, αξιολόγηση των προϊσταμένων, κλπ.).
- **Διοίκηση Προσωπικού** σε συνεργασία και με τον Προσωπάρχη. Αυτή αφορά ζητήματα όπως η περιγραφή και η θέσπιση στόχων της θέσης εργασίας των επιμέρους προϊσταμένων, η πρόσληψη και απόλυσή τους, η ανάπτυξη και εκπαίδευσή τους, η καθιέρωση συναντήσεων για επίλυση προβλημάτων, η γνώση και εφαρμογή του εργατικού δικαίου, τα προγράμματα αδειών, εφαρμογή της πολιτικής του εστιατορίου στα ζητήματα του προσωπικού κλπ.
- **Δραστηριότητες Πωλήσεων & Προώθησης.** Ο Διευθυντής εντοπίζει τις περιόδους χαμηλής ζήτησης, σχεδιάζει προγράμματα εκδηλώσεων & προώθησής τους,

ανανεώνει τα μενού που προσφέρονται (σε συνεργασία με τον αρχιμάγειρα), προωθεί τα νέα προγράμματα και ιδέες, παρακολουθεί τον ανταγωνισμό, αναπροσαρμόζει τις τιμές των πιάτων ανάλογα με τη ζήτηση, σχεδιάζει συστήματα υποστήριξης των πωλήσεων και υποκίνησης του προσωπικού.

- **Έλεγχος.** Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται οι δραστηριότητες οι σχετικές με τον έλεγχο του κόστους των τμημάτων αλλά και των προϊόντων και υπηρεσιών σε σχέση με τα πρότυπα-στόχους. Εξετάζονται τα έξοδα προσωπικού, οι παραγωγικότητες, η αποδοτικότητα του συστήματος αγορών, η εναρμόνιση με τα πρότυπα και τις πολιτικές που θέτει το μάνατζμεντ του εστιατορίου και τους στόχους κερδοφορίας, καθώς βέβαια και η ποιότητα των τροφίμων, των ποτών και της εξυπηρέτησης.

Βοηθός Διευθυντή (Assistant Manager). Βοηθά τον Διευθυντή του Εστιατορίου στην εκτέλεση των καθηκόντων του. Τα όρια των αρμοδιοτήτων του ποικίλουν ανάλογα με την περίπτωση.

Προσωπάρχης (People Services Manager). Είναι υπεύθυνος για όλα τα θέματα προσωπικού της επιχείρησης, έχοντας στενή συνεργασία και συμβουλευτικό ρόλο δίπλα στον Διευθυντή του Εστιατορίου για τα θέματα αυτά. Καθιερώνει και επιθεωρεί συχνά όλες τις πρακτικές και τις πολιτικές της επιχείρησης που σχετίζονται με τις σχέσεις με το προσωπικό και προτείνει στην διεύθυνση οποιεσδήποτε καινοτομίες ή αλλαγές.

Είναι υπεύθυνος για την εκπλήρωση τέτοιων πολιτικών που μπορεί να συνεπάγονται επίσκεψη, συμβούλευση, σύσκεψη ή συνάντηση με τους προϊστάμενους των τμημάτων του εστιατορίου για την ανταλλαγή σχετικών απόψεων και πληροφοριών. Προετοιμάζει γραπτώς διαδικασίες για έγκριση από την διεύθυνση και τις εκδίδει αφού του δοθεί εντολή. Μπορεί να διαπραγματεύεται ή να βοηθά την διεύθυνση για να καταλήξει σε συμφωνίες που αφορούν συμβάσεις εργασίας.

Επιθεωρεί συχνά την πληροφόρηση που σχετίζεται με αλλαγές στις συμφωνίες με τις ενώσεις και συμβουλεύει την διεύθυνση και επιβλέπει οποιεσδήποτε αλλαγές. Προετοιμάζει εκδόσεις που αφορούν διαδικασίες σχετικές με αυτές τις συμφωνίες με τις ενώσεις εργαζομένων, όταν χρειάζεται. Εφόσον του ζητηθεί, ερμηνεύει τις συμβάσεις εργασίας στα μέλη του προσωπικού ώστε να γίνει κατανοητό το περιεχόμενό τους.

Επιπλέον, είναι υπεύθυνος για διάφορες λειτουργίες που αφορούν το προσωπικό όπως απασχόληση, ασφάλιση, εκπαίδευση, βραβεία εργαζομένων, αρχεία προσωπικού, αποζημίωση ανεργίας, ασφάλεια, αποζημίωση εργαζομένων και πολλές άλλες διαδικασίες που αφορούν τις σχέσεις εργοδοσίας - εργαζομένων.

Μία ακόμη αρμοδιότητα του **Προσωπάρχη** είναι η πραγματοποίηση συνεντεύξεων με τους πιθανώς μελλοντικούς εργαζομένους/συνεργάτες στην εκάστοτε εταιρία, γι' αυτό και διατηρεί πολλών ειδών επαφές με τοπικά γραφεία εξεύρεσης προσωπικού και διάφορες πηγές εργασίας. Είναι επίσης υπεύθυνος για την εκπαίδευση και ανάπτυξη των άλλων μελών του τμήματος προσωπικού, εάν υπάρχουν, στην εκπλήρωση των καθημερινών τους εργασιών. Μπορεί να επωμιστεί και οποιαδήποτε άλλα ειδικά καθήκοντα του αναθέσει η διεύθυνση του εστιατορίου που σχετίζονται με ζητήματα προσωπικού.

4.5.2. Το τμήμα Της Κουζίνας

Το τμήμα παραγωγής φαγητών ή **Κουζίνα** αποτελεί την “καρδιά” της επισιτιστικής επιχείρησης και αντικείμενό του είναι η διαδικασία παραγωγής και προετοιμασίας των φαγητών που απαιτούνται για να καλύψουν τις ανάγκες του εστιατορίου ή διαφορετικά η μαζική παραγωγή φαγητών.

Σχετικά με τον όρο αυτό, ορισμένοι υποστηρίζουν ότι υπάρχει μαζική παραγωγή όταν πρέπει να υλοποιηθούν είκοσι πέντε τουλάχιστον παραγγελίες ατόμων που επιθυμούν να γευματίσουν. Άλλοι υποστηρίζουν ότι αναφέρεται σε κάθε προσπάθεια παροχής τροφής σε ανθρώπους μακριά από το σπίτι τους (κάτι τέτοιο θα μπορούσε να περιλαμβάνει και οικογενειακές συγκεντρώσεις).

Σύμφωνα με τον L. Kotschevar (1988), ο όρος “μαζική παραγωγή φαγητών” σημαίνει “οργάνωση επαγγελματιών” οι οποίοι με την χρήση ειδικών μέσων και εγκαταστάσεων παράγουν φαγητά για να καταναλωθούν από τρίτους. Αυτή η οργάνωση είναι αρκετά πολύπλοκη και απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις στον τομέα της παραγωγής αλλά και σε άλλα θέματα όπως είναι οι προμήθειες πρώτων υλών, ο σχεδιασμός του μενού, η ανάπτυξη συστημάτων και τεχνικών πωλήσεων.

Η σχέση και η συνάφεια της κουζίνας με το εστιατόριο δεν επηρεάζεται από το μέγεθος ή την μορφή οργάνωσης της επιχείρησης. Στις ανεξάρτητες επισιτιστικές επιχειρήσεις αλλά και στις ξενοδοχειακές μονάδες, η ύπαρξη του εστιατορίου ταυτίζεται με την ύπαρξη της κουζίνας όπως και στις περιπτώσεις εκείνες όπου το εστιατόριο προμηθεύεται έτοιμα (προπαρασκευασμένα) φαγητά από μονάδες μαζικής παραγωγής (στην περίπτωση αυτή απαιτείται μια “δευτερεύουσα κουζίνα”).

Το τμήμα της κουζίνας θεωρείται ως το πιο τεχνικό τμήμα της επισιτιστικής επιχείρησης και απαιτεί υψηλό βαθμό οργάνωσης (Ζαχαρίας Τζωρακολευθεράκης, 1999).

Οι θέσεις των υπαλλήλων κουζίνας και τα καθήκοντά τους στο Τμήμα Παραγωγής Φαγητών είναι τα ακόλουθα (Ομαδική Εργασία μεταπτυχιακών φοιτητών στην Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, 2000):

Αρχιμάγειρας (Chef): Προϊστάμενος και υπεύθυνος για το συντονισμό και τη διεύθυνση της παρασκευής των φαγητών είναι ο Αρχιμάγειρας (Chef) και η θέση αυτή απαιτεί πολύ περισσότερες ικανότητες από αυτές που φανερώνει ο τίτλος της. Ο αρχιμάγειρας είναι υπεύθυνος για όλο το προσωπικό της κουζίνας γι' αυτό και εμπλέκεται στην πρόσληψη και αξιολόγησή τους. Συντονίζει τις εργασίες του προσωπικού της κουζίνας και ελέγχει συνεχώς τα αποτελέσματα.

Επιπλέον, είναι ο κατεξοχήν υπεύθυνος για την προετοιμασία, την ποιότητα και την παρουσίαση όλων των πιάτων καθώς επίσης και για την τήρηση των κανόνων υγιεινής και καθαριότητας σε όλους τους χώρους της κουζίνας και σε όλες τις εργασίες προετοιμασίας. Φροντίζει για την τέλεια ποιότητα, παρουσίαση, γεύση και οσμή του κάθε πιάτου που βγαίνει από την κουζίνα. Φροντίζει να ακολουθούνται τα πρότυπα (standards) είτε αυτά αφορούν τις αγορανομικές διατάξεις (των οποίων και είναι γνώστης), είτε αφορούν τον τρόπο παρασκευής συνταγών ή ακόμα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε τροφίμου.

Επίσης, ο Chef μαζί με τον Διευθυντή του εστιατορίου δημιουργούν τα μενού και κοστολογούν τις μερίδες ενώ είναι και αρμόδιος να καθορίσει τις ακριβείς ποσότητες υλικών που απαιτούνται για την παρασκευή τους (τόσο βραχυχρόνια όσο και για μεγάλα διαστήματα) και τις ανάγκες σε προσωπικό της κουζίνας.

Παράλληλα είναι υπεύθυνος για την επίτευξη και διατήρηση των απαιτούμενων περιθωρίων κέρδους τα οποία, μαζί με τον Διευθυντή του εστιατορίου, έχουν θέσει κατά την κοστολόγηση. Σύμφωνα λοιπόν με τα περιθώρια κέρδους πρέπει να μπορεί να περιορίζει στο ελάχιστο τις φθορές, τις αλλοιώσεις, την φύρα των τροφίμων (butcher test), να προβλέπει και να υπολογίζει σωστά τις μερίδες, να τηρεί τα πρότυπα, να ελέγχει αποτελεσματικά το προσωπικό του και τον εξοπλισμό της κουζίνας και να γνωρίζει πολύ καλά τις τιμές και τις ποιότητες των τροφίμων στην αγορά.

Πέραν όμως αυτών των αρμοδιοτήτων και τεχνικών θεμάτων, ο αρχιμάγειρας παίζει πρωταρχικό ρόλο στη διαμόρφωση της ποιότητας του φαγητού όπως αυτήν την αντιλαμβάνεται ο πελάτης. Πρόκειται για την ίδια την “τέχνη” της μαγειρικής καθώς και για την ικανότητα να συνδυάζει τις γεύσεις και να παρουσιάζει όμορφα και δλεαστικά πιάτα.

Ο Chef χρειάζεται ακόμα να έχει γνώσεις υπεύθυνου προμηθειών σε σχέση με τα τρόφιμα. Επιπρόσθετα, να μπορεί να προσφέρει ένα ολοκληρωμένο και σωστά παρουσιαζόμενο ανταγωνιστικό μενού το οποίο και να ανανεώνεται συχνά ανάλογα με τις νέες γαστρονομικές τάσεις, την εποχή του έτους και τη ζήτηση. Εξαιτίας άλλωστε της πολυπλοκότητας αυτής της θέσης και της σημασίας της για την επιτυχία ενός εστιατορίου, υπάρχουν ειδικές σχολές καθώς και τιμητικές διακρίσεις και παράσημα για τους πολύ καλούς Chef. Επομένως, η επιλογή ενός καλού αρχιμάγειρα είναι ένα καίριο θέμα που απασχολεί άμεσα τον Διευθυντή του εστιατορίου εφόσον επηρεάζει σημαντικά την εικόνα της επισιτιστικής επιχείρησης.

Βοηθός Αρχιμάγειρα (Sous Chef): Η συγκεκριμένη θέση εργασίας έχει σχεδόν της ίδιες απαιτήσεις γνώσεων και υπευθυνοτήτων με την θέση του Αρχιμάγειρα. Ο βοηθός αρχιμάγειρα πρέπει να αναφέρεται καθημερινά στον προϊστάμενο του και η επιτυχία του εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το γεγονός να μπορεί να αντικαταστήσει τον Chef του, σε περίπτωση απουσίας του, και να διατελέσει την ίδια ακριβώς εργασία με αυτόν (Chef). Πρέπει να είναι ηγέτης για το υπόλοιπο προσωπικό του καθώς επίσης και παράδειγμα προς μίμηση.

Συνεχίζοντας, θα πρέπει να είναι εξαιρετικά ικανός να βοηθάει τον αρχιμάγειρα κάτω από συνθήκες μεγάλης πίεσης. Με αυτόν τον τρόπο, εκτός από την επίτευξη της ομαλής και επιτυχημένης διεξαγωγής της εργασίας του, δίνει “μαθήματα” παραδειγματισμού και αφοσίωσης στην εργασία στο χαμηλότερο από εκείνον προσωπικό.

Μάγειρας Ζαχαροπλαστικής και Αρτοποιίας (Pastry Chef): Φροντίζει την ετοιμασία ζεστών και κρύων γλυκών, παγωτών, την παραγωγή ζύμης και αρτοσκευασμάτων. Η δουλειά του μάγειρα ζαχαροπλαστικής είναι εξαιρετικά λεπτεπίλεπτη διότι για την παρασκευή όλων των παραπάνω εδεσμάτων χρειάζεται εξαιρετική λεπτομέρεια και υπομονή. Στην παρασκευή γλυκισμάτων, μία μονάχα παραπάνω κουταλιά ζάχαρης να προστεθεί κατά λάθος μπορεί να οδηγήσει στην αποτυχία του επιθυμητού αποτελέσματος.

Υπεύθυνος Λάντζας (Chef Steward): Είναι υπεύθυνος για όλο το προσωπικό της λάντζας, την εκπαίδευση και καθοδήγησή τους στο πώς να χρησιμοποιούν όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικά τα εργαλεία τους (καθαριστικά υγρά, μηχανήματα καθαριότητας, αποστείρωσης κλπ) για ένα καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

Τελειώνοντας, είναι υπεύθυνος όλων των παραγγελιών ειδών εξοπλισμού (πορσελάνινα σκεύη, πιάτα, ποτήρια, μαχαιροπήρουνα, εξοπλισμό κουζίνας) καθώς επίσης και της διαδικασίας καταμέτρησης και παρακολούθησης όλων των απωλειών (σπάσιμο ειδών εστιατορικού εξοπλισμού)

Αποστειρωτές Σκευών (Stewards και Pot Washers): Αρμόδιοι για την καθαριότητα των σκευών.

4.5.3. Το Τμήμα Εξυπηρέτησης - Παροχής Υπηρεσιών (Εστιατόριο - Μπαρ)

Το αντικείμενο του Τμήματος Εξυπηρέτησης - Παροχής Υπηρεσιών είναι το σερβίρισμα του φαγητού στους πελάτες εφόσον η κουζίνα το έχει ετοιμάσει. Από το παραπάνω είναι ευνόητο το πόσο σημαντικό είναι για την λειτουργία του τμήματος αυτού αλλά και της επισιτιστικής επιχείρησης ως σύνολο, η αρμονική και στενή συνεργασία μεταξύ αυτών των δύο τμημάτων.

Είναι το τμήμα που ασχολείται περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο και σχεδόν αποκλειστικά θα μπορούσε να ειπωθεί, με τις σχέσεις και την επαφή με τον πελάτη. Αυτό κάνει προφανές και την μεγάλη σημασία του. Η επιτυχής λειτουργία του εστιατορίου στηρίζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στην ικανότητα καθενός εργαζομένου σε αυτό το τμήμα να παραδώσει το προϊόν στον πελάτη κατά τρόπο ικανοποιητικό για τον τελευταίο.

Κάθε μέλος του προσωπικού του τμήματος αυτού που παίζει οποιοδήποτε ρόλο στην εξυπηρέτηση του πελάτη και προσφέρει άμεση υπηρεσία, έχει μερίδιο της ευθύνης για την καλή σχέση με τους πελάτες. Από την στιγμή που ο Διευθυντής τραπεζαρίας ή ο σερβιτόρος μπορεί να αποτελεί την μοναδική προσωπική επαφή που έχει ο πελάτης με το προσωπικό της επισιτιστικής επιχείρησης, αυτός αντιπροσωπεύει το μάντζμεντ του εστιατορίου αλλά και τους εργαζομένους που απασχολούνται στα άλλα τμήματα δηλαδή την κουζίνα, το λογιστήριο, τις αποθήκες κλπ (back of the house) και έχουν το δικό τους μερίδιο και ευθύνη, ακόμα και έμμεση, για την παραγωγή του προϊόντος και την προσφορά του στον πελάτη. Ο πελάτης έχει την τάση να κρίνει το σύνολο του προσωπικού της επισιτιστικής επιχείρησης από την ποιότητα των υπηρεσιών που του παρέχονται στην τραπεζαρία.

Μια ιδιαιτερότητα του Τμήματος Εξυπηρέτησης - Παροχής Υπηρεσιών, η οποία και συναντάται βέβαια και στην κουζίνα αλλά είναι πιο έντονη σε αυτό το τμήμα, είναι η δυσκολία καθορισμού του αριθμού των εργαζομένων που πρέπει να δουλεύουν σε αυτό, σε κάθε εστιατορική μονάδα γενικά. Γενικότερα πάντως, υποστηρίζεται ότι ο αριθμός αυτός εξαρτάται από τους ακόλουθους παράγοντες (Dunnovan L. Sapienza, James R. Abbey, Jerome J. Valen, 1977):

- Έκταση του χώρου λειτουργίας της τραπεζαρίας
- Αριθμός των ατόμων (πελατών) που εξυπηρετούνται καθημερινά
- Ωράριο λειτουργίας
- Επίπεδο (standard) της υπηρεσίας που παρέχεται
- Περιεχόμενο του μενού
- Χρονική περίοδος (τουριστικές περιοχές)
- Ικανότητες των εργαζομένων του τμήματος

Οι θέσεις των εργαζομένων και οι αρμοδιότητές τους στο Τμήμα Εξυπηρέτησης - Παροχής Υπηρεσιών είναι οι εξής παρακάτω (Ομαδική Εργασία μεταπτυχιακών φοιτητών στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, 2000):

Διευθυντής Τραπεζαρίας (Maitre): Είναι επαγγελματίας με πείρα, γνώστης της εστιατορικής τέχνης και των προεκτάσεών της. Πρέπει να διαθέτει άψογη εμφάνιση, φιλική και εξυπηρετική συμπεριφορά, να έχει ιδιαίτερη ευχέρεια στην επικοινωνία με ανθρώπους και να κατέχει γνώσεις Δημοσίων Σχέσεων και ξένων γλωσσών. Επιπλέον χρειάζεται να είναι ιδιαίτερα ικανός ώστε από τη μία πλευρά να δημιουργεί άνετη ατμόσφαιρα για τους πελάτες και από την άλλη να βεβαιώνεται για τη σωστή συμπεριφορά των σερβιτόρων.

Πιο αναλυτικά, τα κύρια καθήκοντα του Διευθυντή Τραπεζαρίας με τους πελάτες είναι τα ακόλουθα (Cornell University, The Essentials of Good Table Service, 1975):

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

Υπεύθυνος Υποδοχής Εστιατορίου (Hostess): Συνήθως έως σχεδόν πάντα, η συγκεκριμένη θέση καταλαμβάνεται από το θηλυκό φύλο. Η Υπεύθυνη Υποδοχής εστιατορίου είναι η πρώτη καθώς επίσης και η τελευταία εντύπωση του εστιατορίου που δίνεται στον πελάτη. Εκτός από το καλωσόρισμα και τη συνοδεία που παρέχει στους πελάτες, κατά την είσοδό τους στο εστιατόριο, μέχρι την στιγμή που εκείνοι θα καθίσουν στο τραπέζι είναι επίσης υπεύθυνη και για πολλές άλλες εργασίες και η θέση της χαρακτηρίζεται ως θέση “κλειδί”.

Η Hostess φροντίζει για την καθαριότητα των μενού, πραγματοποιεί τις κρατήσεις των πελατών, σχεδιάζει το πλάνο της σάλας (αντιστοίχιση τραπεζιών ανάλογα με τις κρατήσεις – floor plan), λύνει κάθε απορία επικείμενου πελάτη μέσω τηλεφώνου ή μέσω του internet (emails, reservations) και είναι πάντοτε παρούσα κατά την διάρκεια του σέρβις, πρόθυμη να παρέχει τις υπηρεσίες της εφόσον γνωρίζει πολύ καλά την εστιατορική τέχνη.

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

Τραπεζοκόμοι (Waiters – Dining Assistants): Παίρνουν την παραγγελία από τους συνδαιτυμόνες ή τους βοηθούν να επιλέξουν κάποιο πιάτο, τους σερβίρουν σύμφωνα με τις αρχές και τις τεχνικές της εστιατορικής, απαντούν στις ερωτήσεις τους, τους προσφέρουν τις υπηρεσίες που απαιτούνται και τέλος παρουσιάζουν στους συνδαιτυμόνες τον λογαριασμό. Γνώστες της εστιατορικής, πάντα πρόθυμοι, γρήγοροι, ευπαρουσίαστοι και καθαροί.

Βοηθοί Τραπεζοκόμων (Assistant Waiters - Busboys): Αντικείμενο της εργασίας τους είναι να βοηθούν τους τραπεζοκόμους στο στρώσιμο και το καθάρισμα των τραπεζιών. Συναντώνται και αυτοί, όπως και οι αρχιτραπεζοκόμοι, σε μεγάλα εστιατόρια με υψηλού επιπέδου υπηρεσίας τραπεζιού.

4.5.4. Το Τμήμα Οικονομικών Υπηρεσιών (Λογιστήριο)

Το λογιστήριο πραγματοποιεί τις χρεώσεις των πελατών, πληρώνει τους μισθούς των εργαζομένων του εστιατορίου και τους λογαριασμούς που παρουσιάζονται στην επιχείρηση για οτιδήποτε αγοράζει, διατηρεί βιβλία για έσοδα και δαπάνες και καταρτίζει οικονομικές καταστάσεις για τις λειτουργίες της επισιτιστικής επιχείρησης.

Επικεφαλής του τμήματος είναι ο **Προϊστάμενος Οικονομικών Υπηρεσιών ή Προϊστάμενος Λογιστηρίου (Chief Accountant)**, που είναι ένας επαγγελματίας λογιστής με σημαντική πείρα, ο οποίος επιβλέπει και συντονίζει τους βοηθούς του - υπαλλήλους του τμήματος για την εκτέλεση των καθηκόντων. Στο προσωπικό του τμήματος αυτού ανήκουν και οι ταμίες του εστιατορίου (Cashiers).

Σε αντίθεση με τους άλλους εργαζομένους που ανήκουν στο Λογιστήριο, ο ταμίας εργάζεται στον χώρο λειτουργίας του Τμήματος Εξυπηρέτησης (τραπεζαρία) και συνεργάζεται στενά με τους εργαζομένους σε αυτό το τμήμα. Η θέση του βρίσκεται κοντά στο σημείο εξόδου των φαγητών από την κουζίνα στην τραπεζαρία και αντικείμενο της δουλειάς του είναι να λαμβάνει και να καταγράφει όλα τα μετρητά για τους λογαριασμούς που πληρώνονται και να χρεώνει τα ποσά στις πιστωτικές κάρτες, στην περίπτωση που οι πελάτες του εστιατορίου επιθυμούν να πληρώσουν με αυτό τον τρόπο. Ο ταμίας μπορεί επίσης να είναι υπεύθυνος για την πώληση διαφόρων άλλων ειδών όπως τσιγάρων, εφημερίδων, μικρών αναμνηστικών κλπ (Dunnovan L. Sapienza, James R. Abbey, Jerome J. Valen, 1977).

4.6. Βασικές Λειτουργίες Της Επισιτιστικής Επιχείρησης

Σε μια επισιτιστική επιχείρηση εκτελούνται ορισμένες συγκεκριμένες λειτουργίες για τις οποίες η οργάνωση του εστιατορίου έχει συσταθεί έτσι ώστε να βοηθά στην πραγματοποίησή τους. Οι λειτουργίες αυτές είναι οι ακόλουθες:

- **Διοίκηση** δηλαδή ο καταμερισμός των ευθυνών και αρμοδιοτήτων στα μέλη του προσωπικού και ο ορισμό τους ως υπεύθυνα εργαζόμενα άτομα για την εκτέλεση των καθηκόντων τους. Η διαδικασία της διοίκησης πραγματοποιείται από τον Διευθυντή του εστιατορίου.
- **Προσωπικό** δηλαδή οτιδήποτε έχει να κάνει με τον ανθρώπινο παράγοντα στην επιχείρηση και περιλαμβάνει την προσέλκυση, επιλογή και εκπαίδευση του προσωπικού καθώς επίσης και την διαδικασία τερματισμού της εργασίας, την διατήρηση των απαραίτητων αρχείων προσωπικού και άλλα συναφή προς το προσωπικό θέματα. Η εργασία αυτή πραγματοποιείται από τον Υπεύθυνο Προσωπικού με την συνεργασία φυσικά και του Διευθυντή εστιατορίου.
- **Σχεδιασμός Μενού** δηλαδή δημιουργία εκ των προτέρων των μενού με τα διάφορα πιάτα που θα προσφέρονται στους πελάτες λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών, το κόστος και την κερδοφορία, τα φαγητά που διατίθενται γενικότερα στην αγορά, τους περιορισμούς του εξοπλισμού μαγειρέματος, την ποικιλία και απήχηση στους πελάτες, τους παράγοντες διατροφής.
- **Αγορές** δηλαδή η προμήθεια των απαραίτητων υλικών για την παρασκευή των φαγητών που προσφέρονται στο μενού αλλά και λινών, ασημικών, γυαλικών και άλλων προμηθειών που επηρεάζουν την απόδοση της επιχείρησης.
- **Παραλαβή** δηλαδή επιβεβαίωση ότι η επισιτιστική επιχείρηση παραλαμβάνει τις προμήθειες που αγόρασε όπως ακριβώς τις ζήτησε, με τις προδιαγραφές που έχει θέσει (αριθμός, βάρος, ποιότητα).

- **Αποθήκευση**, που σημαίνει τοποθέτηση των αγαθών που παραλήφθηκαν στον κατάλληλο, ανάλογα με την φύση του καθενός προϊόντος, αποθηκευτικό χώρο το γρηγορότερο δυνατό μετά την παραλαβή.
- **Προετοιμασία** φαγητών και θερμική επεξεργασία (μαγείρεμα) δηλαδή οι απαραίτητες διεργασίες που πρέπει να γίνουν ώστε τα τρόφιμα που αγοράστηκαν να καθίστανται έτοιμα για μαγείρεμα όπως για παράδειγμα καθαρισμός από κόκαλα, κόψιμο σε κομμάτια αλλά και έκθεση των τροφών στη διαδικασία μαγειρέματος.
- **Παροχή Υπηρεσίας**, που σημαίνει με ποιο τρόπο προσφέρεται το φαγητό στον πελάτη (υπηρεσία τραπεζιού, αυτοεξυπηρέτηση, υπηρεσία από τον πάγκο της επισιτιστικής επιχείρησης), σε σχέση πάντα με το πώς το προτιμά αυτός, την ώρα που παραβρίσκεται στο εστιατόριο και στην τιμή που επιθυμεί να πληρώσει.
- **Υγιεινή και Ασφάλεια** δηλαδή λήψη όλων των απαραίτητων μέτρων για την αποφυγή διάδοσης μολύνσεων ή ασθενειών μέσω του φαγητού και την αποφυγή ατυχημάτων στους εργαζομένους κατά την εκτέλεση των καθηκόντων τους αλλά και στους πελάτες.
- **Συντήρηση και Επιδιορθώσεις**, που σημαίνει συχνός έλεγχος και φροντίδα των μηχανημάτων του εστιατορίου και “θεραπεία” των οποιωνδήποτε ελαττωμάτων τους ώστε να βρίσκονται στην καλύτερη δυνατή κατάσταση.
- **Λογιστική** (περιλαμβανομένων του ελέγχου κόστους και των διαδικασιών που αφορούν τον προϋπολογισμό) δηλαδή χρήση οικονομικών, κατά κύριο λόγο, πληροφοριών για την άσκηση ελέγχου και τη λήψη αποφάσεων που αφορούν την απόδοση και την κερδοφορία της επιχείρησης από το μανάτζμεντ αυτής (John W. Stokes, 1972).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα αναφερθώ στην προσωπική μου επαγγελματική εμπειρία σε εστιατόριο μεγάλης Ευρωπαϊκής αλυσίδας ξενοδοχείων (Kempinski, Hoteliers since 1897) και συγκεκριμένα στο εστιατόριο “**Aroma**” του ξενοδοχείου Kempinski Residences & Suites, Doha (Qatar). Από τον Ιανουάριο 2012 εργάζομαι στο Kempinski Residences & Suites, Doha ως Food & Beverage Hostess (υπεύθυνη υποδοχής και κρατήσεων εστιατορίου), σκαρφαλώνοντας στην ιεραρχία (Ιανουάριος 2013) στην θέση Food & Beverage Coordinator/ Events (συντονίστρια επισιτιστικών τμημάτων και υπεύθυνη διοργάνωσης εκδηλώσεων).

5.1. Εισαγωγή Στο Εστιατόριο “**Aroma**” (all day dining restaurant)

Το εστιατόριο “**Aroma**”, του οποίου το όνομα προέρχεται από την Ελληνική λέξη “**άρωμα**”, είναι ένα εστιατόριο Ευρωπαϊκών προδιαγραφών με μεσογειακή κουζίνα, η οποία επικεντρώνεται περισσότερο σε Γαλλικές και Ιταλικές “νότες” μαγειρικής. Έχει βραβευτεί με τέσσερα βραβεία, από το περιοδικό **Time Out Awards**, μέσα στα δύομιση χρόνια λειτουργίας του και θεωρείται από τα καλύτερα εστιατόρια της Ντόχας, παρόλο που σε απόσταση αναπνοής υπάρχει μεγάλος και σκληρός ανταγωνισμός (Spice Market Restaurant, W Doha, Starwood Hotels & Resorts).

Το εστιατόριο “**Aroma**”, όντας και το μοναδικό εστιατόριο του ξενοδοχείου, προσφέρει στους πελάτες του γεύματα καθ’ όλη τη διάρκεια της ημέρας. Το πρωινό (breakfast) σερβίρεται από τις 06.30 μέχρι και της 11 το πρωί σε μορφή μπουφέ και στοιχίζει 26 ευρώ για τους πελάτες που το πρωινό δεν περιλαμβάνεται στην τιμή του δωματίου τους καθώς επίσης και για τους εξωτερικούς πελάτες.

Το μεσημεριανό γεύμα (lunch ή business lunch), το οποίο και αποτελεί ένα από τα πιο δημοφιλή γεύματα της Ντόχα λόγω της χαμηλής τιμής του σε σχέση με την ποιότητα του φαγητού που προσφέρει, σερβίρεται από τις 12 το μεσημέρι μέχρι και της 3 το απόγευμα. Το μενού του μεσημεριανού γεύματος αποτελείται από μία επιλογή πιάτων (ορεκτικό, κυρίως γεύμα και γλυκό) και ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει και να δημιουργήσει το δικό του μεσημεριανό γεύμα τριών πιάτων, στην τιμή των 18 ευρώ! Στην συγκεκριμένη τιμή περιλαμβάνεται και καφές ή τσάι.



Η μέση χρονική διάρκεια σεργιρίσματος του παραπάνω γεύματος είναι μία μόνο ώρα κι αυτό για να προσελκύσουμε όλο και περισσότερους υπαλλήλους εταιριών οι οποίοι στο διάλλειμα τους θα έρθουν να γευματίσουν σε εμάς.

Να μην ξεχάσω να προσθέσω μία πολύ σημαντική λεπτομέρεια η οποία μας ξεχωρίζει αισθητά από τους ανταγωνιστές μας. Το συγκεκριμένο μενού ανανεώνεται κάθε μήνα με αποτέλεσμα οι σχεδόν καθημερινοί μας πελάτες να μην βαριούνται την περιορισμένη γκάμα των πιάτων μας. Με αυτό τον τρόπο, και οι πελάτες μας παραμένουν πιστοί στην επιλογή τους και η εταιρία διατηρεί την φήμη που έχει δημιουργήσει στην πάροδο των χρόνων.

Συνεχίζοντας, το δείπνο σεργιρίεται από τις 7 το απόγευμα μέχρι και τις 11 το βράδυ. Οι πελάτες έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν μέσα από μια αρκετά ικανοποιητική κάρτα φαγητού (a la carte menu) ό,τι εκείνοι επιθυμούν, χωρίς να περιορίζονται σε συγκεκριμένες επιλογές, όπως γίνεται για παράδειγμα στο μεσημεριανό γεύμα.

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, οι συνταγές της μεσογειακής μας κουζίνας μεταφέρουν τους πελάτες μας στην Ευρώπη, και συγκεκριμένα στην Ιταλία και τη Γαλλία. Η επιλογή των πιάτων από το Σεφ δεν είναι τυχαία. Η εταιρία **Kempinski**, ως η πρώτη Ευρωπαϊκή αλυσίδα ξενοδοχείων, τιμά την παράδοση της μέσω της γαστρονομίας και προσπαθεί να την μεταφέρει στους πελάτες της σε όποια χώρα κι αν βρίσκονται τα ξενοδοχεία της. Το Ευρωπαϊκό πνεύμα που την διακατέχει αποτελεί και την πιο σημαντική μελλοντική της αποστολή: να παραμείνει η πρώτη (χρονολογικά) και η καλύτερη (ποιοτικά) Ευρωπαϊκή αλυσίδα ξενοδοχείων.

5.2. Οργανόγραμμα Εστιατορίου

Η σύνθεση προσωπικού του εστιατορίου “**Aroma**” δεν διαφέρει σχεδόν καθόλου από ένα τυπικό οργανόγραμμα εστιατορίου. Στην κορυφή της ιεραρχίας βρίσκεται ο Food & Beverage Manager (διευθυντής επισιτιστικών τμημάτων) ο οποίος είναι υπεύθυνος για την εύρυθμη λειτουργία όλων των επισιτιστικών τμημάτων του ξενοδοχείου σε συνεργασία φυσικά με τον Assistant Food & Beverage Manager (βοηθός διευθυντή επισιτιστικών τμημάτων).

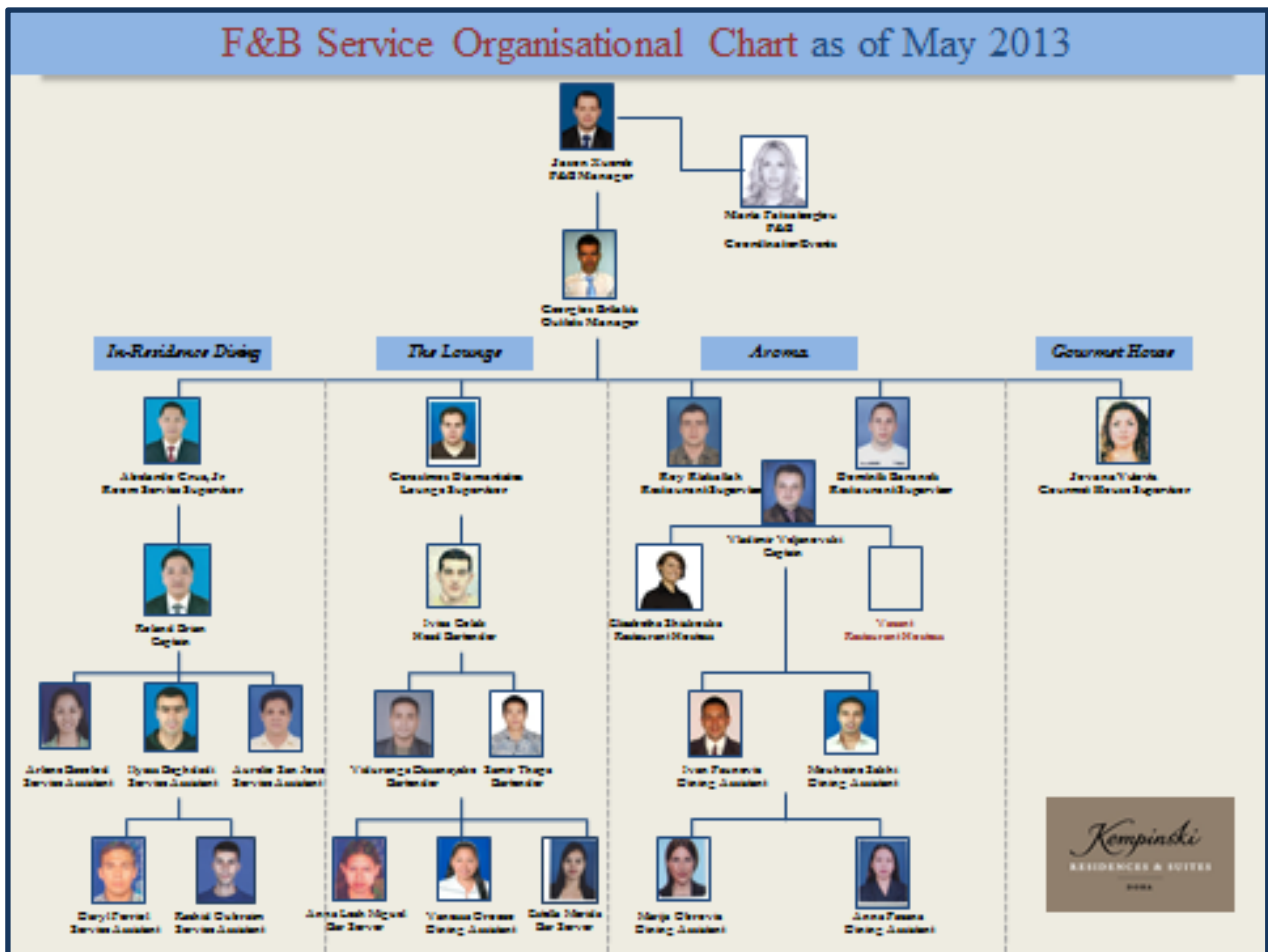
Οι Supervisors του εστιατορίου οι οποίοι και καλύπτουν την επίβλεψη του προσωπικού κατά την διάρκεια όλων των ωρών λειτουργίας του, βρίσκονται σε συνεχή συνεργασία κι επαφή με τους δύο παραπάνω μάντζερ. Βασικά χαρακτηριστικά των αρμοδιοτήτων ενός Supervisor (επιβλέπων – επόπτης εστιατορίου) είναι τα εξής παρακάτω:

- Επίβλεψη προσωπικού για την διασφάλιση της εύρυθμης λειτουργίας όλων των γευμάτων του εστιατορίου
- Εκπαίδευση του προσωπικού σύμφωνα με τα στάνταρντ εκπαίδευσης της εταιρίας
- Διαχείριση παραπόνων των πελατών κλπ.

Με την εύρυθμη συνεργασία όλων των παραπάνω στελεχών αλλά και σεργιτόρων και του προσωπικού της κουζίνας, καταφέραμε και αποσπάσαμε τα δύο τελευταία χρόνια 4 βραβεία τα οποία και αντάμειψαν τους κόπους και την άψογη συνεργασία μας.

Στο σημείο όμως αυτό δεν θα επεκταθώ σε κουραστικές περιγραφές εργασίας διότι έχω ήδη αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο. Παρακάτω παρατίθενται το οργανόγραμμα όλου του προσωπικού των επισιτιστικών τμημάτων του Kempinski Residences & Suites, Doha.

Οργανόγραμμα Προσωπικού Επισιτιστικών Τμημάτων του ξενοδοχείου Kempinski Residences & Suites, Doha (Μάιος 2013)



5.3. Συσχετισμός Εστιατορίου “Aroma” Με Μία Ελληνική Επισιτιστική Επιχείρηση

Για να καταλήξουμε σε συμπεράσματα αναφορικά με τις ομοιότητες και τις διαφορές ανάμεσα σε μία ελληνική επισιτιστική επιχείρηση και το εστιατόριο “Aroma” στη Μέση Ανατολή (Κατάρ), θα πρέπει αρχικά να διαλέξουμε μία επιχείρηση της ίδιας κουζίνας και δυναμικότητας καθώς επίσης και της ίδιας τοποθεσίας (εστιατόριο ξενοδοχείου πόλεως).

Ένας πολύ καλός συσχετισμός είναι το εστιατόριο “Olive Garden” του ξενοδοχείου “Τιτάνια”, στο κέντρο της Αθήνας, στο οποίο είχα την τύχη και την τιμή να εργαστώ στο ξεκίνημα της καριέρας μου, πριν ακόμη ξεκινήσω τις σπουδές μου στο Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πατρών.

Εστιατόριο “Olive Garden”

Το συγκεκριμένο εστιατόριο πάντοτε θα κατέχει ξεχωριστή θέση μέσα στην καρδιά μου, και όχι γιατί αποτελεί το πρώτο εστιατόριο στο οποίο εργάστηκα με αφοσίωση επί 6 συναπτά έτη αλλά γιατί είχα την τύχη να συνεργαστώ με πραγματικούς επαγγελματίες οι οποίοι μου μεταλαμπάδευσαν την αγάπη τους για τον επισιτισμό και τα ξενοδοχεία γενικότερα. Η αγάπη αυτή, ειδικά σε έναν νέο άνθρωπο που εκείνη τη στιγμή κάνει τα πρώτα του επαγγελματικά βήματα, είναι ιδιαίτερα πολύτιμη. Ο λόγος είναι εμφανής: αν δεν αγαπάς αυτό που κάνεις, όσο καλό κι αν είναι το αποτέλεσμα της εργασίας σου, δεν πρόκειται ποτέ να αντλήσεις χαρά από αυτή...

Το “Olive Garden” ήταν καθημερινά ανοιχτό (και συνεχίζει μέχρι σήμερα) και πρόσφερε στους πελάτες του μεσημεριανό γεύμα και δείπνο. Στις αρχές της λειτουργίας του, η κάρτα του βραδινού γεύματος προσφερόταν και στο μεσημεριανό. Με το πέρασμα όμως των μηνών άρχισε να γίνεται αισθητή η ανάγκη ενός μεσημεριανού μενού, λιγότερο “φορτωμένο” με πολυσύνθετες συνταγές και υψηλές τιμές. Έτσι και έγινε!

Μετά από πολυάριθμες γευσιγνωσίες, καθημερινές συναντήσεις του Διευθυντή Τραπεζαρίας (Restaurant Manager) και του Σεφ και κατ’ επέκταση όλου του προσωπικού (διότι η γνώμη όλων μας ήταν ιδιαίτερα σεβαστή), δημιουργήθηκε ένα μεσημεριανό μενού με συνταγές καθημερινές, απλές και εύγευστες και φυσικά Μεσογειακές (με νότες Ελληνικές).

Επαγγελματίες όλων των χώρων (δικηγόροι, τραπεζικοί, καλλιτέχνες κλπ) έκαναν καθημερινά αισθητή την παρουσία τους, λόγω και του κομβικού σημείου του ξενοδοχείου “Τιτάνια” (δίπλα στη Λυρική Σκηνή, κέντρο διασκέδασης Rex, θέατρα). Το σέρβις ήταν πολύ γρήγορο και ιδιαίτερα περιποιητικό κάτι το οποίο ενθουσίαζε τους πελάτες με αποτέλεσμα να γίνονται σχεδόν καθημερινοί.

Η ιεραρχία του προσωπικού δεν διέφερε σχεδόν καθόλου από ένα τυπικό οργανόγραμμα εστιατορίου ξενοδοχειακής επιχείρησης. Η μοναδική διαφορά ήταν ότι εκτός από σερβιτόρους υπήρχαν και βοηθοί σερβιτόρων με αποτέλεσμα οι πρώτοι να έχουν περισσότερο χρόνο στη διάθεσή τους για την περιποίηση των πελατών. Στο σημείο αυτό να σημειώσω και το εξής σημαντικό: όλοι ήμασταν απόφοιτοι ή φοιτητές Τουριστικών Σχολών.

Το πιο σημαντικό απ’ όλα όμως ήταν το πνεύμα συνεργασίας που διακατείχε όλο το προσωπικό. Όλοι ήμασταν πρόθυμοι να κάνουμε τα πάντα, να βοηθήσουμε ο ένας τον άλλο,

πάντοτε με αγάπη και σεβασμό. Σαφέστατα πάντοτε υπήρχε και ο ανταγωνισμός, υγιής και παραγωγικός.

Ομοιότητες – Διαφορές “Aroma” VS “Olive Garden”

Μετά από 14 χρόνια απασχόλησής μου στη ξενοδοχειακή βιομηχανία, και συγκεκριμένα στο τμήμα του επισιτισμού, οφείλω να ομολογήσω ότι οι ομοιότητες ανάμεσα σε μία Ελληνική επισιτιστική επιχείρηση και μίας άλλης εις την αλλοδαπή, είναι πολύ περισσότερες από τις διαφορές. Το μέγεθος των ομοιοτήτων αυτών, κατά την προσωπική μου άποψη, έγκειται στο γεγονός ότι το συγκεκριμένο τμήμα (επισιτισμός) έχει κοινά χαρακτηριστικά λειτουργίας σε όλα τα μέρη του πλανήτη.

Πιο συγκεκριμένα, θα ήθελα να αναφερθώ στα εξής παρακάτω:

Κοινά χαρακτηριστικά – Ομοιότητες

- Το πάθος που διακατέχει τους εργαζόμενους, για την παροχή υπηρεσιών στο κομμάτι του επισιτισμού, είναι εμφανές ανεξαρτήτου χώρα προέλευσης, θρησκείας, ηθών και εθίμων
- Οι τεχνικές και θεωρητικές γνώσεις όλων των υπαλλήλων είναι κοινές (τρόποι σερβιρίσματος, γνώσεις φαγητών και ποτών, ξενοδοχειακή αντίληψη)
- Οι “θυσίες” και δοκιμασίες των υπαλλήλων της επισιτιστικής βιομηχανίας, στις οποίες και πρέπει να υπόκεινται σχεδόν καθημερινά, είναι εξίσου κοινές (αρκετές ώρες ορθοστασίας, νυχτερινή εργασία καθώς επίσης και σε ημέρες Θρησκευτικών κι Εθνικών εορτών, εκτεταμένες ώρες εργασίας)
- Η “μαγεία” του επισιτιστικού κλάδου είναι διάχυτη παντού, ανεξαρτήτως γεωγραφικού μήκους και πλάτους όπου και μπορεί να βρίσκεται η επιχείρηση/ξενοδοχείου
- Η δομή (θέσεις εργασίας) του προσωπικού είναι ακριβώς η ίδια, με ακριβώς τα ίδια καθήκοντα και υποχρεώσεις απέναντι στον εργοδότη και τους πελάτες της επιχείρησης

Διαφορές

- Η διάχυτη “σπιρτάδα” των Ελλήνων υπαλλήλων είναι πραγματικότητα! Σαφέστατα και συνάντησα συναδέλφους οι οποίοι ήταν σχετικά γρήγοροι κατά τη διάρκεια του σέρβις, θα πρέπει όμως να ομολογήσω ότι, σε σχέση με τους Έλληνες συναδέλφους μου, δεν βρίσκονταν στο ίδιο επίπεδο ταχύτητας είτε πρόκειται για χειρωνακτικές εργασίες, είτε για απορρόφηση καινούριων γνώσεων και τεχνικών διαδικασιών.
- Η ανοχή που έδειχναν οι μάντζερς στα λάθη/παραλείψεις του κατώτερου προσωπικού (waiting staff) βρίσκεται σε μεγαλύτερη βαθμίδα σε σχέση με τη χώρα μας. Φυσικά και η ανοχή αυτή θεωρείται κάπως δικαιολογημένη, διότι όλοι εργαζόμασταν σε μία πολύ μικρή χώρα της Μέσης Ανατολής, μακριά από τους αγαπημένους μας ανθρώπους και την όμορφη καθημερινότητά μας. Η ανοχή όμως αυτή, αποτελούσε και τροχοπέδη για την εύρυθμη λειτουργία του τμήματος.
- Οι ώρες λειτουργίας των επισιτιστικών τμημάτων στο εξωτερικό, και συγκεκριμένα στο Κατάρ, είναι πολύ μειωμένες σε σχέση με τη χώρα μας. Οι περισσότεροι πελάτες ξεκινούν το δείπνο τους από τις 7μμ, με αποτέλεσμα ένα εστιατόριο να λειτουργεί μέχρι και τις 11.30μμ. Επίσης, να μην ξεχάσω να αναφέρω ότι και τα μπαρ (περιορισμένα σε αριθμό στο σύνολό τους) δεν παραμένουν ανοιχτά μέχρι τις πρώτες πρωινές ώρες, όπως συνηθίζεται στην Ελλάδα μας.

- Κανόνες συμπεριφοράς, που πρέπει να ακολουθούνται πιστά από τους υπαλλήλους, με στόχο την αποφυγή σοβαρών προβλημάτων με τις τοπικές Αρχές της χώρας, όπως φυλάκιση, απέλαση από τη χώρα και πολύ υψηλά πρόστιμα. Συμπεριφορές που πρέπει να αποφεύγονται είναι οι εξής παρακάτω:
 1. Σε τραπέζι, όπου όλοι οι συνδαιτυμόνες είναι γένους θηλυκού, καλό θα ήταν και το προσωπικό, που πρόκειται να σερβίρει το συγκεκριμένο τραπέζι, να είναι έχει το ίδιο φύλο.
 2. Απαγορεύεται να σερβίρουμε αλκοόλ σε κυρία, η οποία είναι ντυμένη με την παραδοσιακή θρησκευτική ενδυμασία (abaya), έστω και αν εκείνη μας παρακαλέσει ή φιλοδώρησει ανάλογα.
 3. Απαγορεύεται να σερβίρουμε αλκοόλ σε άτομα ηλικίας κάτω των 21 ετών.
 4. Απαγορεύεται οι γένους αρσενικού να κοιτάζουν κατάματα τις ντόπιες κυρίες καθώς επίσης να τις χαιρετούν διά χειραψίας, ειδικότερα όταν είναι ντυμένες με την παραδοσιακή θρησκευτική ενδυμασία.
 5. Δεν είναι επιτρεπτό να μοιραζόμαστε τις θρησκευτικές μας απόψεις και πεποιθήσεις με τους ντόπιους Μουσουλμάνους πελάτες μας.

Τελειώνοντας αυτό το κεφάλαιο, θα ήθελα να τονίσω ότι η εργασία σε μία επισιτιστική επιχείρηση και οι συνθήκες της είναι σχεδόν πανομοιότυπες, είτε κάποιος εργάζεται στην Ελλάδα είτε σε κάποια χώρα του εξωτερικού. Να μην ξεχνάμε όμως, ότι είναι αρκετά σημαντικό προσόν, για την επαγγελματική πορεία ενός υπαλλήλου που εργάζεται στον τουρισμό, τουλάχιστον για κάποια χρόνια της ζωής του να εργαστεί στο εξωτερικό για να αποκτήσει πολύπλευρες γνώσεις κι εμπειρίες σε επαγγελματικό και προσωπικό επίπεδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Παρόλη την κρίση που μαστίζει την χώρα μας, οι προοπτικές ανάπτυξης πάντα υπήρχαν, υπάρχουν και θα υπάρχουν. Ειδικότερα στον τομέα των επισιτιστικών, έναν τομέα που ποτέ δεν πρόκειται να έρθει αντιμέτωπος με υπερβολικά ζημιογόνες καταστάσεις (το φαγητό είναι βασική βιοτική ανάγκη του ανθρώπου), παρά μόνο το είδος των πολυτελέστατων και ακριβών εστιατορίων που προαναφέρθηκαν, οι προοπτικές ανάπτυξης είναι αρκετές και αισιόδοξες. Μερικές από τις πιο σημαντικές, θα αναλυθούν στις παρακάτω παραγράφους.

6.1. Γαστρονομικός Τουρισμός - Τροφή Για Ανάπτυξη Από Τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων



ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ο ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) ξεκινά μια στοχευόμενη επικοινωνιακή καμπάνια με στόχο την ανεύρεση οικονομικών πόρων που θα στηρίξουν την υλοποίηση του σχεδίου μάρκετινγκ για την ελληνική γαστρονομία. Με επιπλέον 500.000 τουρίστες, ένα δισεκατομμύριο ευρώ στο ΑΕΠ και 50.000 νέες θέσεις εργασίας, μπορεί να συμβάλει η ελληνική γαστρονομία, τόσο μέσω συνεργασιών του τουριστικού και του επισιτιστικού κλάδου όσο και μέσω της αξιοποίησης των εξαγωγίμων επώνυμων προϊόντων, αναβαθμίζοντας παράλληλα το εγχώριο τουριστικό προϊόν.

Αυτό ήταν το συμπέρασμα της εκδήλωσης του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) “Γαστροτουρισμός, Τροφή για Ανάπτυξη”, στο πλαίσιο της 8ης έκθεσης HORECA. Σκοπός της εκδήλωσης ήταν η ανάδειξη της σημασίας της καμπάνιας ανεύρεσης οικονομικών πόρων για την υλοποίηση του έργου “Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού”.

Κατά τη διάρκεια της πρώτης συνεδρίας αναλύθηκαν καλές πρακτικές συνεργασίας του τουριστικού και του επισιτιστικού κλάδου, ενώ επισημάνθηκε ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι σε θέση να ωθήσει τον πρωτογενή τομέα προς την παραγωγή ποιοτικότερων προϊόντων, τα οποία θα προβάλλονται και θα προωθούνται μέσω των ξενοδοχείων. Κατά τη δεύτερη συνεδρία υπογραμμίστηκε ότι τα επώνυμα ελληνικά προϊόντα έχουν δυναμική προβολή στις διεθνείς αγορές και παρατηρείται διαρκώς αυξανόμενο ενδιαφέρον από το ξένο εν δυνάμει τουριστικό κοινό. Γι' αυτό τα ελληνικά σημεία εστίασης στο εξωτερικό θα πρέπει άμεσα να βελτιωθούν και να αρχίσουν να χρησιμοποιούν ποιοτικές πρώτες ύλες.

Σύμφωνα με τη σχετική μελέτη που ο ΣΕΤΕ παρουσίασε το 2009, η ελληνική γαστρονομία μπορεί με στοχευόμενες ενέργειες Μάρκετινγκ, να αναδειχθεί και να καθιερωθεί ως ένας από τους βασικούς λόγους προσέλκυσης τουριστών στην Ελλάδα. Η καμπάνια ανεύρεσης οικονομικών πόρων για την υλοποίηση του έργου αυτού παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων που συνδέονται με τη γαστρονομία, άμεσα ή έμμεσα.

Η πρωτοβουλία αυτή του ΣΕΤΕ αποτελεί αφορμή για συστράτευση όλων όσοι υπηρετούν υπεύθυνα τον ελληνικό τουρισμό, καθώς από την υλοποίηση ενός τέτοιου σχεδίου θα ωφεληθεί το σύνολο του τουριστικού τομέα και όλων των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων και οργανισμών. Παρακάτω δίδονται πληροφορίες σχετικά με την εκδήλωση που πραγματοποίησε ο ΣΕΤΕ στην ετήσια έκθεση HORECA στις 08.02.2013.

Εκδήλωση με θέμα Γαστροτουρισμός (HORECA 2013)

Τροφή για ανάπτυξη, με σκοπό την προώθηση της πρωτοβουλίας για τη σύνδεση της γαστρονομίας με το μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού πραγματοποίησε στη HORECA ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) την Παρασκευή 8 Φεβρουαρίου 2013.

Με ομιλητές εκπροσώπους των κλάδων του τουρισμού και της γαστρονομίας θα πραγματοποιήθηκαν δύο συνεδρίες με τίτλους “Ενισχύοντας την ταξιδιωτική εμπειρία. Καλές πρακτικές και ευκαιρίες συνεργασίας του τουριστικού και επισιτιστικού κλάδου” και “Αξιοποίηση επώνυμων προϊόντων για την ενίσχυση του τουρισμού”.

Στην προσπάθεια αυτή ο ΣΕΤΕ έχει ήδη αποκλειστικούς συνεργάτες την Aegean Airlines και τη Eurobank, ενώ πρόσφατα προστέθηκαν ως υποστηρικτές οι εταιρείες Edenred, METAXA, Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Ελευθέριος Βενιζέλος, Αθηναϊκή Ζυθοποιία και ο Σύνδεσμος Ελληνικού Οίνου.

6.2. Γαστρονομικός Τουρισμός - Μοχλός Πολιτιστικής Και Οικονομικής Ανάπτυξης

“Μια αγκινάρα μπορεί να προσελκύσει 500.000 επιπλέον τουρίστες. Πώς; Αναδεικνύοντας την ελληνική γαστρονομία ως έναν από τους κύριους λόγους για να επισκεφθούν τη χώρα μας περισσότεροι τουρίστες”.

Αυτό είναι το μήνυμα του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) που κατακλύζει τις τελευταίες εβδομάδες εφημερίδες και περιοδικά. Με τρόπο απλό και γευστικό, ο ΣΕΤΕ προσπαθεί να αναδείξει τη σημασία της ελληνικής γαστρονομίας για το ελληνικό τουριστικό προϊόν συνολικά, βασιζόμενος σε επιστημονική έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2009. Σύμφωνα με αυτή, με 400.000 ευρώ επένδυση σε ενέργειες μάρκετινγκ, η γαστρονομία μπορεί μέσα σε πέντε μόλις χρόνια να γίνει ένας από τους κύριους λόγους επιλογής της Ελλάδας ως προορισμού διακοπών. Και γιατί όχι, όταν η χώρα μας έχει να επιδείξει μια πλουσιότατη μεσογειακή κουζίνα, βασισμένη σε αγνά πρωτογενή υλικά της ελληνικής υπαίθρου που άλλες χώρες δεν μπορούν να έχουν, λόγω κλίματος, και αντί αυτού τα εισάγουν ή επισκέπτονται τη χώρα μας για να τα γευθούν από κοντά; Γιατί όχι όταν γαστρονομία, περιβάλλον, πολιτισμός και παράδοση συνδυάζονται εξαιρετικά σε όλα τα μήκη και πλάτη της πατρίδας μας;

Είναι πλέον περισσότερο από εμφανής η ανάγκη να φύγουμε από το τρίπτυχο “**ήλιος - θάλασσα - Greek Souvlaki**” και να οδηγήσουμε τον ελληνικό τουρισμό σε νέους ορίζοντες και νέα πεδία δραστηριότητας. Ο λεγόμενος γαστρονομικός τουρισμός αρχίζει να σχηματοποιείται και στην Ελλάδα και να συγκροτεί έναν πολλά υποσχόμενο πυλώνα τουριστικής ανάπτυξης όπου αν συνδυαστεί με τους ήδη υπάρχοντες στη χώρα, θα μπορέσει να αναβαθμίσει αισθητά το συνολικό τουριστικό προϊόν σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Και αυτό μπορεί να συμβεί διότι η γαστρονομία, όταν βασίζεται σε ντόπια υλικά και

παραδοσιακές μεθόδους παρασκευής, μπορεί από μόνη της να αποτελέσει επαρκή λόγο για να επισκεφθεί κάποιος μια ξένη χώρα.

Τα οφέλη από την ανάπτυξη του συγκεκριμένου είδους τουρισμού είναι πολλαπλά. Από τη μια αναβαθμίζεται το τουριστικό μας προϊόν, καθώς ξενοδοχεία και ξενώνες θα προσφέρουν πλέον ένα ποιοτικά ανώτερο αλλά και “διαφορετικό” πρωινό σε σχέση με το τυποποιημένο που προσφέρουν σήμερα, και από την άλλη τοπικοί αγροτικοί παραγωγοί έχουν την ευκαιρία να αυξήσουν τα εισοδήματά τους καθώς θα προσφέρουν τα προϊόντα τους σε μια ολοένα αναπτυσσόμενη αγορά.

Προθήκες με τοπικά παραδοσιακά προϊόντα θα μπορούσαν να βρίσκονται σε κάθε χώρο υποδοχής ξενοδοχείων και καλάθια προϊόντων θα μπορούσαν να προσφέρονται ως δώρα καλωσορίσματος στους τουρίστες ή ως ευχαριστήρια προσφορά λίγο πριν φύγουν. Ο τουρίστας που γνωρίζει και έλκεται από τα τοπικά προϊόντα θα ενθαρρύνεται να τα αναζητήσει και στη χώρα του και, αν δεν υπάρχουν, θα ζητήσει από τα τοπικά του καταστήματα να τα εισάγουν. Αυτό σημαίνει εκτίναξη των ρυθμών παραγωγής, διάθεσης και πώλησης αυτών των προϊόντων αλλά και τεράστια δυναμική αύξησης των ελληνικών εξαγωγών, ειδικά τώρα που η χώρα χρειάζεται απεγνωσμένα συνάλλαγμα.

Παράλληλα, τα ποσοστά ανεργίας στην ύπαιθρο θα μειωθούν και νέοι άνθρωποι από τα αστικά κέντρα της χώρας ίσως προτιμήσουν τη μετάβαση τους στην ύπαιθρο για το ξεκίνημα μια νέας αγροτικής ή κτηνοτροφικής επιχείρησης παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων.

Τέλος, η συνολική εικόνα του ελληνικού τουρισμού θα αναβαθμιστεί, οι ξένοι τουρίστες θα έχουν μια πιο ολοκληρωμένη εμπειρία από την σύντομη επίσκεψή τους στην πατρίδα μας, αυτή η αίσθηση εντοπιότητας - ελληνικότητας του πρωινού ή του γεύματος (σε συνδυασμό με ελληνικό κρασί ή λικέρ) θα τους μείνει αξέχαστη και ο “γαστρονομικός πατριωτισμός” θα αποφέρει επιπλέον έσοδα στην εθνική οικονομία αξιοποιώντας απλά τις δικές μας δυνάμεις! Φαίνεται ότι την συγκεκριμένη προοπτική την αφουγκράστηκαν σχεδόν αμέσως ο Δήμαρχος και οι ξενοδόχοι της Σαντορίνης, γι’ αυτό και ανακήρυξαν με κάθε επισημότητα το 2013 έτος γαστρονομίας για το νησί!

6.3. Οι στόχοι για το "Ελληνικό Πρωινό"



Τη συμμετοχή 350 ξενοδοχείων στο πρόγραμμα “Ελληνικό Πρωινό” μέχρι το τέλος του 2013 έχει θέσει ως στόχο το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΞΕΕ). Ήδη έχουν ενταχθεί 67 ξενοδοχεία και σε ορίζοντα τριετίας υπάρχει η πρόβλεψη το πρόγραμμα “Ελληνικό Πρωινό” του ΞΕΕ να προσφέρεται σε 1.000 ξενοδοχεία.



Μέσα στο 2013 θα έχουν υπογραφεί ακόμη δέκα Τοπικά Σύμφωνα “Ελληνικό Πρωινό”, ανεβάζοντας το συνολικό αριθμό των περιοχών της χώρας που συμμετέχουν στο πρόγραμμα σε 18. Τα πρώτα οκτώ είναι η Μεσσηνία, ο Βόλος, η Χαλκιδική, η Λέσβος, η Σαντορίνη, η Νάξος, η Ρόδος και η Κως.

Σύμφωνα με τον πρόεδρο του ΞΕΕ Γιώργο Τσακίρη, το όραμα του Επιμελητηρίου είναι το “Ελληνικό Πρωινό” να αποτελέσει τη γέφυρα μεταξύ τουρισμού και τοπικής παραγωγής ώστε όλη η κοινωνία να απολαύσει τις ωφέλειες του τουρισμού στη χώρα μας.

6.4. Καιρός για δράση - Προτάσεις

Όσον αφορά στο τι πρέπει η Πολιτεία να πράξει για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού, πρώτα απ’ όλα θα πρέπει να ακούσει και να επεξεργαστεί σοβαρά τις προτάσεις των αρμοδίων φορέων όπως αυτές του ΣΕΤΕ. Στη συνέχεια θα πρέπει να συνδράμει στην υλοποίηση εκστρατείας ενημέρωσης προς τις μικρομεσαίες κυρίως τουριστικές επιχειρήσεις για τα οφέλη της προμήθειας ελληνικών τοπικών προϊόντων τόσο για τους ίδιους όσο και για την εθνική οικονομία.

Χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο, το Υπουργείο Τουρισμού θα μπορούσε να δημιουργήσει μια ιστοσελίδα που θα παρουσιάζει με τρόπο απλό στους ξένους τουρίστες ελληνικά προϊόντα γαστρονομίας σε αντιστοιχία με τον τόπο που παράγονται, τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά, την παράδοση και το περιβάλλον της περιοχής, καθώς και ποια ξενοδοχεία προσφέρουν μια ολοκληρωμένη γαστριμαργική εμπειρία. Αυτά τα ξενοδοχεία θα πιστοποιούνται από τον ΕΟΤ ως ξενοδοχεία που παρέχουν Ελληνικό Παραδοσιακό Πρωινό ανώτατης ποιότητας σε συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς. Με αυτό τον τρόπο, ξενοδοχεία που δεν έχουν ενταχθεί μέχρι τότε στην προσπάθεια, θα πεισθούν για την ένταξη τους, καθώς τα οφέλη θα είναι εμφανή.

Τέλος, για να μπορέσουν οι μονάδες να βάλουν στην άκρη τα φθηνά τυποποιημένα πρωινά, βασισμένα σε συμπυκνωμένους χυμούς και βουτυράκια δανέζικου τύπου και να προμηθευτούν ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα, θα πρέπει να εξεταστεί και η μείωση του εγχώριου κόστους μεταφοράς αυτών των προϊόντων, όπως και το φορολογικό καθεστώς που τα διέπει, προκειμένου το κόστος να προσεγγίσει το κόστος των πολύ φθηνότερων εισαγόμενων.

Αλλά και σε επίπεδο Δημοσίων Σχέσεων, ο ΕΟΤ θα μπορούσε να μεθοδεύσει τη χρήση ελληνικών προϊόντων και την παρασκευή ελληνικών παραδοσιακών συνταγών σε μεγάλης τηλεθέασης εκπομπές μαγειρικής χωρών - στόχων όπως της Μ. Βρετανίας ή της Ρωσίας.

Άλλη μια ιδέα τόσο για την προώθηση της ελληνικής γαστρονομίας και του ελληνικού πολιτισμού στο εξωτερικό, όσο και για την άμβλυνση της κακής δημοσιότητας που περιβάλλει την Ελλάδα τα τελευταία χρόνια είναι το θεματικό εστιατόριο. Συγκεκριμένα, μια αλυσίδα εστιατορίων σε πολλές σημαντικές πρωτεύουσες και πόλεις του κόσμου που θα φέρνει σε επαφή τον πελάτη όχι μόνο με την ελληνική γαστρονομία, αλλά και με τη μουσική, το θέατρο, τη μοντέρνα καλλιτεχνική παραγωγή της Ελλάδας, που δεν θα περιορίζεται σε αρχαίο και βυζαντινό διάκοσμο, αλλά θα δείχνει όλη την πολιτιστική διαδρομή της Ελλάδας, με διαφορετικά αυθεντικά αντικείμενα σε κάθε εστιατόριο, με ελληνική μουσική κάθε είδους, με οθόνες που θα προβάλλουν όχι μόνο σποτάκια αλλά ταινίες και σειρές από την Ελλάδα, εκπομπές από το αρχείο της ΕΡΤ, θεατρικές παραστάσεις κάθε είδους και ερασιτεχνικά βίντεο τραβηγμένα με προσωπική κάμερα και με ζωντανή σύγχρονη και παλαιότερη ελληνική μουσική.

Η συγκεκριμένη ιδέα θα μπορούσε να χρηματοδοτηθεί από Έλληνες του εξωτερικού και του εσωτερικού ή να διαφημιστεί μέσω των κρατικών δομών και καναλιών επικοινωνίας ως **“Experience the real Greece in your city”** (“ζήστε την εμπειρία της πραγματικής Ελλάδας στην πόλη σας”), με τη μόνη κρατική παρέμβαση να είναι η παραχώρηση αντικειμένων και υλικού από τα αρχεία της ΕΡΤ και άλλων κρατικών φορέων.

Συνοψίζοντας, θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο γαστρονομικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει από μόνος του λόγο επίσκεψης ξένων τουριστών στην πατρίδα μας. Μπορεί επίσης να συνδυαστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε το τελικό τουριστικό προϊόν να συνθέτει μια μοναδική εμπειρία πολιτισμού και αναψυχής που θα ξεκινά από τα αξιοθέατα, το περιβάλλον, την ιστορία και την παράδοση του τόπου μας και θα καταλήγει στο πιάτο του.

Σαν αποτέλεσμα, ο τουρίστας θα έχει κάθε λόγο να επισκεφθεί ξανά και ξανά τη χώρα μας και μάλιστα διαφορετικούς τόπους ώστε να δοκιμάσει διαφορετικές παραδοσιακές συνταγές και προϊόντα, με ό, τι αυτό συνεπάγεται για την εθνική μας οικονομία και για τη νέα προσπάθεια που κάνουμε ως χώρα να στηριχτούμε στις δικές μας δυνάμεις. Η βασική επιδίωξη κάθε τουριστικού προορισμού είναι να τον “ερωτευτεί” ο τουρίστας ώστε να ξαναγυρίσει σε αυτόν. Και ως γνωστόν, ο έρωτας περνά από το στομάχι...

6.5. Μελλοντικές Τουριστικές Επενδύσεις στην Ελλάδα

Παρακάτω παρατίθενται πληροφορίες για μελλοντικές τουριστικές επενδύσεις στην χώρα μας, σύμφωνα με συνέντευξη που παραχώρησε στην εφημερίδα **“Εξπρές”** ο πρόεδρος του Πανεπιστημίου Αιγαίου Πάρης Τσάρτας, στα πλαίσια του 3ου Συνεδρίου **“Δικαίου του Τουρισμού”**, που ολοκληρώθηκε στα τέλη Νοεμβρίου της προηγούμενης χρονιάς στη Χαλκιδική και κάλυπτε πάσης φύσεως νομικά ζητήματα για τον τουριστικό κλάδο.

“Τουλάχιστον οι μισές επενδύσεις που προσδοκούμε στην Ελλάδα τα επόμενα χρόνια θα αφορούν τον τουρισμό”, προέβλεψε ο πρόεδρος του Πανεπιστημίου Αιγαίου Πάρης Τσάρτας. Επομένως, για να μετουσιωθεί το ενδιαφέρον των επενδυτών σε έργα τουριστικής ανάπτυξης αλλά και να “ξεπαγώσουν” επενδυτικές προτάσεις που λιμνάζουν εδώ και χρόνια, ο συντονιστής του συνεδρίου, καθηγητής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης Αχ. Κουτσουράδης, εισηγείται την προέγκριση επενδύσεων εφόσον ένα αίτημα δεν έχει απαντηθεί σε εύλογο χρονικό διάστημα και τη συγκρότηση επιτροπής με διοικητικές αρμοδιότητες.

Ενδεικτικά, τουλάχιστον έξι επενδύσεις εκκρεμούν λόγω της αυξημένης γραφειοκρατίας οι οποίες είναι οι εξής παρακάτω:

- **Project Atalanti Hills.**
Επένδυση ύψους 2 δισεκατομμυρίων ευρώ στην οποία περιλαμβάνονται 3 ξενοδοχειακές μονάδες 5 αστέρων, 5.000 τουριστικές κατοικίες, 13 γήπεδα τένις και 3 γήπεδα γκολφ.
- **Arkoudi Island Resort**
Εταιρία Βρετανικών συμφερόντων για την τουριστική ανάπτυξη του νησιού **Αρκούδι** στο Ιόνιο, το οποίο βρίσκεται μεταξύ Λευκάδας και Ιθάκης, προϋπολογισμού 400 εκατομμυρίων ευρώ.
- **Trident Investment Group - Grand Hotels & Resorts SA**
Ελληνοαμερικανικών συμφερόντων για το **Olympia Resort**, προϋπολογισμού 300 εκατομμυρίων ευρώ, στην περιοχή της Ολυμπίας.
- **Όμιλος Λεπτού**
Κυπριακών συμφερόντων εταιρία η οποία σχεδιάζει επενδύσεις συνολικού προϋπολογισμού 500 εκατομμυρίων ευρώ στην Κρήτη, την Πάρο και τη Σαντορίνη.

- **Emerald Developments**

Κυπριακών συμφερόντων εταιρία η οποία προτίθεται να υλοποιήσει τουριστικό θέρετρο προϋπολογισμού 310 εκατομμυρίων ευρώ σε έκταση 1.600 στρεμμάτων στα νότια παράλια του δήμου Λάμπης στο νομό Ρεθύμνου.

- **Οικογένεια Ρότσιλντ**

Επένδυση στο Μεγανήσι της Λευκάδας σε έκταση άνω των 2.600 στρεμμάτων.

“Στο συνέδριό μας ακούστηκαν παράπονα για ανεπίτρεπτες καθυστερήσεις από επώνυμους τουριστικούς επιχειρηματίες, που αφορούσαν μεγάλες επενδύσεις”, επιβεβαιώνει ο κύριος Κουτσοουράδης. Συνεχίζοντας επισημαίνει ότι πρέπει να υπάρξει ειδική αρχή η οποία να γίνεται δέκτης των παραπόνων για τις γραφειοκρατικές αγκυλώσεις - καθυστερήσεις στις εγκρίσεις, ελέγχους, αδειοδοτήσεις και ούτω καθεξής και να έχει την αρμοδιότητα όχι μόνο να κάνει συστάσεις αλλά και να παρεμβαίνει άμεσα.

Παράλληλα, δεν είναι σπάνιο το φαινόμενο επενδυτές να αποχωρούν υπό το βάρος των γραφειοκρατικών αγκυλώσεων. *“Είναι ανεπίτρεπτο να μην λαμβάνεται πολύ συχνά απάντηση και να ισχύει **σιωπηρή απόρριψη** επειδή η διοίκηση ολιγώρησε και ο πολίτης να πρέπει να στραφεί πια στα διοικητικά δικαστήρια, υπερφορτώνοντάς τα, ενώ επιβαρύνεται ταυτόχρονα με χρήμα και απώλεια χρόνου. Η διοίκηση πρέπει να υπηρετεί τον πολίτη και όχι να μετακυλίζει σε βάρος του τις αδυναμίες της”,* καταλήγει ο κύριος Κουτσοουράδης.

6.6. Ψηφιακή Επένδυση



Το έργο **Digi-Lodge** είναι μια καινοτομία με την υποστήριξη του Ελληνικού κράτους, σχεδιασμένη να επιταχύνει τις “ψηφιακές” επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού της χώρας, ειδικά σε εγκαταστάσεις καταλυμάτων με κρατική άδεια λειτουργίας (ξενοδοχεία, καταλύματα, μοτέλ, ενοικιαζόμενα δωμάτια, κλπ.). Η εκτεταμένη εισαγωγή σύγχρονων εργαλείων ΤΠΕ (Τεχνολογία Πληροφοριών και Επικοινωνίας) σε ξενοδοχεία και άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις προσελκύει όλο και περισσότερους επισκέπτες υψηλότερης προστιθέμενης αξίας και επίσης βελτιώνει την απόδοση της ξενοδοχειακής διαχείρισης.

Ο τομέας του τουρισμού στην Ελλάδα άργησε να αξιοποιήσει τα πλεονεκτήματα των σύγχρονων τεχνολογιών και υπηρεσιών μέσω **Internet** προκειμένου να προσελκύσει τουρίστες σε μεγαλύτερους όγκους και με μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία.

Τα μικρού και μεσαίου μεγέθους ξενοδοχεία στοχεύουν κατά κανόνα στις διακοπές ελληνικών οικογενειών ενώ πολλά μεγαλύτερα ξενοδοχεία εξαρτώνται έντονα από τους διοργανωτές ταξιδιών (tour operators). Ως αποτέλεσμα, τα ξενοδοχεία και οι πανσιόν στην Ελλάδα απέτυχαν να αποκτήσουν άμεση πρόσβαση σε ευρύτερη πελατεία τουριστών και επισκεπτών από το εξωτερικό.

Πράγματι, μόνο το 74 % των ξενοδοχείων στην Ελλάδα έχουν πρόσβαση στο **Internet** και ο αριθμός αυτός πέφτει στο 37 % για τους μικρούς ξενώνες. Επιπλέον, μόνο 63 % των ξενοδοχείων διαθέτει ιστοσελίδα (30 % για τα μικρότερα καταλύματα), περίπου 71 % των διαθέσιμων ιστοσελίδων ξενοδοχείων δεν παρέχει ηλεκτρονικά λεπτομέρειες για τη διαθεσιμότητα δωματίων, περίπου 77 % παρουσιάζει έλλειψη πληροφοριών σχετικά με τις τιμές ενώ πάνω από 67 % των κρατήσεων πραγματοποιείται μέσω παραδοσιακών καναλιών

Παρότρυνση για επένδυση στην τεχνολογία

Ένας από τους βασικούς στόχους της πρωτοβουλίας είναι να παροτρύνει για επενδύσεις στην τεχνολογία ακόμα και στα μικρότερα καταλύματα και οικογενειακά ξενοδοχεία σε όλη την Ελλάδα. Το έργο **Digi-Lodge** προσφέρει συγχρηματοδότηση ιδιωτικών επενδύσεων σε τεχνολογίες της πληροφορίας και των επικοινωνιών, προκειμένου να τις βοηθήσει:



- Να ενισχύσουν την παρουσία τους στο **Internet** και τη διεθνή τους έκθεση
- Να αυξήσουν τις ηλεκτρονικές κρατήσεις μέσω πλήρως αυτοματοποιημένων ηλεκτρονικών συναλλαγών
- Να μειώσουν τις επιπτώσεις της εποχικότητας και να αυξήσουν τη ροή τουριστών σε όλη τη διάρκεια του έτους
- Να αυξήσουν τη συνολική ποιότητα υπηρεσιών μέσω της παροχής διευκολύνσεων όπως WiFi και ψηφιακή διασκέδαση
- Να βελτιώσουν σημαντικά την επιχειρηματική απόδοση μέσω του εκσυγχρονισμού υποστηρικτικών λειτουργιών (back office).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ - COSTA NAVARINO



Μεσσηνία. Τόπος παρθένος, παραδεισένιος. Βλάστηση πλούσια κι απέραντη, μέχρι εκεί που σταματάει να αντιλαμβάνεται το ανθρώπινο μάτι. Εικόνες της φύσης μαγικές, άγριες.

Άνθρωποι φιλόξενοι και γελαστοί, πάντοτε πρόθυμοι να σε καλωσορίσουν στον όμορφο αυτό τόπο. Ιδιαίτερα η συμπεριφορά των ντόπιων κατοίκων, μου έκανε τρομερή εντύπωση διότι η Μεσσηνία δεν έχει να παρουσιάσει ισχυρά δείγματα ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και γενικότερου τουρισμού, παρά μονάχα μετά την δημιουργία του πολυτελέστατου ξενοδοχειακού συγκροτήματος **Costa Navarino**.

Φυσικά η ιστορία που στιγματίζει την περιοχή είναι τεράστια. Πολιτισμός, ήθη και έθιμα, που μας ταξιδεύουν στην εποχή του βασιλιά της Πύλου Νέστωρα και την Ναυμαχία του Ναβαρίνου (20 Οκτωβρίου του 1827), κατά την διάρκεια της Ελληνικής Επανάστασης (1821-1832).

Όταν έστειλα το βιογραφικό μου (στην εταιρία **Costa Navarino, Navarino Dunes**), δεν είχα καν φανταστεί ότι στην συγκεκριμένη περιοχή θα ζούσα το καλύτερο καλοκαίρι της ζωής μου. Χώροι πολυτελέστατοι με σεβασμό στο περιβάλλον και την τοπική αρχιτεκτονική. Χρώματα γήινα, που σε ταξιδεύουν στην παραδοσιακή ελληνική κουλτούρα και φιλοξενία.

Πάντοτε θα αναπολώ με νοσταλγία τις στιγμές που έζησα στο συγκεκριμένο **resort** και σαν άνθρωπος αλλά περισσότερο σαν επαγγελματία του τουρισμού. Οι στιγμές αυτές, στάθηκαν εφιαλτήριο της διεθνούς επαγγελματικής μου καριέρας κι ο λόγος επιλογής της συγκεκριμένης ξενοδοχειακής μονάδας, ως σημαντικό κομμάτι της πτυχιακής μου εργασίας (Μελέτη Περίπτωσης), θα γίνει περισσότερο κατανοητός με την ανάπτυξη όλων εκείνων των πληροφοριών που θα παρατεθούν παρακάτω και θα αναδείξουν, τις πρωτοφανείς για τα Ελληνικά δεδομένα ομορφιές της **Costa Navarino**, που πλέον πολυσυζητούνται από επισκέπτες, μόνιμους κατοίκους της περιοχής αλλά και εργαζομένους σε αυτή.

7.1. Επισιτιστικό Τμήμα Του Navarino Dunes – Food & Beverage Department

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να αναφερθώ εκτενέστερα στο επισιτιστικό κομμάτι του Navarino Dunes, το οποίο και απαριθμεί 19 τμήματα στο σύνολό του. Οι επισκέπτες του θέρετρου έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ανάμεσα σε διαφορετικά είδη εστιατορίων, τα οποία είναι διάσπαρτα σε όλη σχεδόν την έκταση του resort. Παρακάτω δίνονται πληροφορίες για όλα τα επισιτιστικά τμήματα του Navarino Dunes:

M O R I A S
RESTAURANT

Ο επισκέπτης του ξενοδοχείου The Westin, μπορεί να ξεκινήσει την ημέρα με ένα πλήρες ελληνικό πρωινό, επιλέγοντας μέσα από φρέσκα, τοπικά προϊόντα όπως γευστικότερα γιαούρτια, διάφορες ποικιλίες μελιού, σπιτικές μαρμελάδες, τυριά και αλλαντικά από γειτονικά αγροκτήματα. Το καθημερινό υγιεινό μενού είναι σχεδιασμένο από ειδικούς στη συνεργασία των τροφών ώστε να δημιουργεί ενέργεια και ευεξία. Όσο προχωρά η μέρα, η έμφαση μετατοπίζεται σε παραδοσιακά ελληνικά πιάτα και εκλεκτή διεθνή κουζίνα με σύγχρονη θεματική.



“Morias” Restaurant - All day dining restaurant

P E R O

Στο ξενοδοχείο The Romanos, το πρωινό ξεκινάει με ένα αναζωογονητικό χυμό από φρεσκοκομμένα και φρεσκοστυμμένα πορτοκάλια της περιοχής, καθώς εξερευνείτε τον πλούσιο μπουφέ με τα άφθονα μεσηνιακά προϊόντα. Το βράδυ προσφέρεται ευρεία επιλογή διεθνών πιάτων και έχετε τη δυνατότητα να επιλέξετε εσείς οι ίδιοι ένα μπουκάλι από το αγαπημένο σας κρασί από την walk-in κάβα μας.



“Pero” Restaurant - All day dining restaurant



Καθώς απλώνεται αργά η νύχτα, οι εικόνες και οι ήχοι της **Costa Navarino** γίνονται όλο και περισσότεροι μαγικοί από τη βεράντα του **Anax**, με πανοραμική θέα φυσικά του ηλιοβασιλέματος στο Ιόνιο Πέλαγος.

Το όνομά του (Άναξ: βασιλιάς), σε συνδυασμό με την αρχοντική διακόσμηση κι επίπλωση, μας μεταφέρει στην Αρχαία Ελλάδα, μέσα στο παλάτι του βασιλιά Νέστορα και στην μαγεία μιας περασμένης εποχής.



“Anax” Lounge Bar

1827

LOUNGE & BAR

Στο **1827** ο πελάτης μπορεί να ανακαλύψει την τέχνη του σερβιρίσματος του τσαγιού, με τα εξαιρετικά χαρμάνια της **Jing Tea**, και να δοκιμάσει ένα από τα αποστάγματα βότκας μας ή ένα εξωτικό **Jasmine Pearl Martini**, σε ένα κομό περιβάλλον όπου κυριαρχούν το σκούρο ξύλο και η πέτρα. Το “**1827**” πήρε την ονομασία του από ένα από τα πιο σημαντικά γεγονότα της Ελληνικής Επανάστασης, τη διάσημη Ναυμαχία η οποία έλαβε χώρα στον κοντινό κόλπο του Ναυαρίνο το 1827. Στη ναυμαχία του Ναυαρίνο ο συμμαχικός στόλος των Αγγλικών, Γαλλικών και Ρωσικών δυνάμεων, έχοντας λάβει την εντολή να αποτρέψει τη λεηλασία της Πελοποννήσου από τον Ιμπραήμ πασά, συνέτριψε την τουρκοαιγυπτιακή αρμάδα, οριστικοποιώντας και την έκβαση της Επανάστασης.



“1827” Lounge & Bar



Ένα παραδοσιακό εδεσματολόγιο, εμπνευσμένο από την πλούσια γαστρονομική κληρονομιά της Ελλάδας, παρουσιάζεται με μια μοντέρνα άποψη και συμπληρώνεται με εκλεκτά κρασιά από κάθε γωνιά της χώρας. Το μεσημεριανό μενού περιλαμβάνει μεγάλη ποικιλία ορεκτικών, υγιεινές σαλάτες από φρέσκα τοπικά λαχανικά και σπιτικά ψητά εδέσματα, ενώ το βράδυ μπορείτε να ανακαλύψετε μια νέα εκδοχή των κλασικών ελληνικών πιάτων της Μεσοηνιακής κουζίνας.



“Eleon” Restaurant



Μία παμπ αφιερωμένοι για τους λάτρεις των σπορ. Οι πελάτες του **3 Admirals** μπορούν να απολαύσουν παγωμένες μπύρες παίζοντας μπιλιάρδο, και να επιλέξουν μέσα από μία μεγάλη γκάμα από ελληνικές μπύρες, από το μοναδικό ζυθοποιείο της Μεσσηνίας. Τα σημαντικότερα αθλητικά γεγονότα κάθε περιόδου προβάλλονται μόνο εδώ, και μία κράτηση για ένα γύρο μπιλιάρδου θεωρείται ιδανική επιλογή από τους λάτρεις αυτού!



“3 Admirals” Bar



Το **“Romanos” Pool Bar** αποτελεί και το κυρίως μπαρ του The Romanos. Οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν cocktails και ελαφριά σνακς καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας, και να κολυμπήσουν κάτω από τον ζεστό ήλιο της Μεσσηνίας μέχρι το μπαρ για ένα ποτήρι παγωμένου ελληνικού ροζέ, ένα δροσιστικό καλοκαιρινό cocktail, ή παραδοσιακά τοπικά σνακ με την δημιουργική πινελιά των σεφ.



“Romanos” Pool Bar

The Westin Pool Bar

Στο **“The Westin” Pool Bar**, οι πελάτες μπορούν να απολαύσουν τη μαγευτική θέα του κόλπου της Πύλου πίνοντας ένα από τα Smart Drinks μας, παρασκευασμένα συνδυάζοντας υγιεινά εκχυλίσματα, π.χ. γύρη μέλισσας και Aloe Vera. Δίπλα από την παιδική πισίνα, η οικογενειακή θαλπωρή είναι εμφανής. Όλοι θα βρουν κάτι στο υγιεινό μενού, ακόμη και οι μικρότεροι, όπως Mocktails, σέικ και σπιτικό τσάι αλλά και εδέσματα κατευθείαν από το μπάρμπεκιου.



“The Westin” Pool Bar



Στο “**Lagoon**” **Pool Bar** ο επισκέπτης μπορεί να χαλαρώσει δίπλα στην πισίνα, να γευθεί μία Μαργαρίτα με σαφράν, ένα Martini με βασιλικό και μέλι και άλλα αναζωογονητικά cocktails. Οι επιλογές του μενού περιλαμβάνουν δροσιστικά ροφήματα που συνδυάζουν υγιεινά συστατικά όπως πλούσια σε βιταμίνες, γύρη συγκεντρωμένη από την ευρύτερη περιοχή ή εκχύλισμα Aloe Vera, την οποία σύστηνε στις θεραπείες του ο πασίγνωστος Έλληνας ιατρός της αρχαιότητας, Διοσκουρίδης, και η οποία χρησιμοποιείτο για αιώνες στην βοτανική ιατρική. Ψητές λιχουδιές, όπως η Ψαριά της Ημέρας και σουβλάκια μαριναρισμένα στη δικιά μας “συνταγή της γιαγιάς” σερβίρονται κατευθείαν από τη σχάρα, συνοδευμένα με χωριάτικη σαλάτα από φρέσκα λαχανικά τοπικής παραγωγής.



“The Lagoon” Pool Bar

BARBOUNI BARTENTA

Δίπλα στα κρυστάλλινα γαλάζια νερά του Ιονίου και πάνω στην παραλία The Dunes, το “**Barbouni**” προσφέρει μία μεγάλη ποικιλία από υγιεινά σάντουιτς, φρέσκα ψάρια και γευστικά σνακ. Οι λουόμενοι έχουν την επιλογή να απολαύσουν τα γευστικότερα φρέσκα ψάρια με τη συνοδεία παγωμένων ελληνικών κρασιών ή αναψυκτικών, είτε στον κυρίως χώρο του εστιατορίου ή στο μπαρ ή ακόμη και στην ξαπλώστρα τους. Το μπαρμπούνι, ένα από τα ιδιαίτερος εκτιμημένα ψάρια κατά την αρχαιότητα, εκτός από το να δίνει την ονομασία του στο μπαρ, είναι πιθανό, ανάλογα με την Ψαριά της Ημέρας, να συμπεριλαμβάνεται και στον κατάλογο του συγκεκριμένου επισιτιστικού τμήματος.



“Barbouni” Restaurant

Η ονομασία **Bartenta** αναφέρεται σε ένα πολύ μικρό επισιτιστικό τμήμα, το οποίο θα έμπαινε σε λειτουργία από την καλοκαιρινή κιάλας σαιζόν του 2011, και το οποίο θα σέρβιρε τους λουόμενους διάφορους φυσικούς χυμούς και σάντουιτς. Δεδομένου όμως ότι το Barbouni έχει ήδη στο δυναμικό του ένα χώρο μπαρ, η παραγωγή όλων των παραπάνω προϊόντων για τους επισκέπτες της παραλίας, πραγματοποιείται εξ’ ολοκλήρου από το Barbouni και η Bartenta έχει παραμείνει μόνο στα χαρτιά.

da luigi

Το “**Da Luigi**” είναι το ιταλικό εστιατόριο του θέρετρου το οποίο και αποπνέει το πάθος και τη ζεστασιά της κουζίνας της γειτονικής μας χώρας. Η δημιουργικότητα και η ποικιλία της Ιταλικής κουζίνας, από τις Άλπεις μέχρι τη Σικελία, πρωταγωνιστούν στις επιλογές à la carte και στις πίτσες που φτιάχνονται με τον παραδοσιακό ιταλικό τρόπο. Στον εσωτερικό χώρο του εστιατορίου ο χαρακτηριστικός διάκοσμος με τα τούβλα και τα πολύχρωμα πλακάκια σας προσφέρουν την εμπειρία ενός αυθεντικού ιταλικού εστιατορίου, ενώ η εμπειρία αυτή μπορεί να συνδυαστεί με την αγαπημένη ελληνική παράδοση των θερινών σινεμά, αφού μπορείτε να απολαύσετε το γεύμα σας, παρακολουθώντας ταυτόχρονα μία ταινία στην οθόνη προβολής στην περιοχή της Agora.



“Da Luigi” Restaurant



Η ειδικότητα του εστιατορίου **Flame** είναι τα ξεχωριστά πιάτα με μπριζόλες, μαγειρεμένα από ντόπιο κρέας εξαιρετικής ποιότητας με υπέροχη γεύση και άρωμα. Κλασσικά αλλά και signature αλλαντικά και κρέατα, κάποια από αυτά αποκλειστικής παραγωγής μας, σερβίρονται πάνω σε ξύλινες πιατέλες συνοδευμένα από φρεσκότατα υλικά από τοπικούς παραγωγούς. Πολλά από τα μυρωδικά και τα λαχανικά μαζεύονται από τους σεφ από τους κήπους που καλλιεργούνται ειδικά για το εστιατόριο.



“Flame” Restaurant

The Diner
AMERICAN DINING

Στο **The Diner** ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να ζήσει το αξεπέραστο στυλ ενός αμερικάνικου δείπνου της δεκαετίας του '60, με αγαπημένα ψητά και παχύρρευστα milkshakes. Οι περισσότεροι πελάτες διασκεδάζουν περνώντας το απόγευμα ή το βράδυ τους σε ένα αυθεντικό αμερικάνικο σκηνικό υπό τους ήχους της ροκ εν ρολ, παίζοντας bowling, video games ή απολαμβάνοντας μία ταινία στη οθόνη του κινηματογράφου.



“The Diner” Restaurant

Souvlakerie

Η **Souvlakerie** αποτελεί την πλέον Ελληνική μεριά του θέρετρου. Το παραδοσιακό ελληνικό σουβλάκι, τυλιγμένο σε ψημένη πίτα ή σε καλαμάκι, και συνοδευμένο με χρυσαφένιες μυρωδάτες πατάτες, τηγανισμένες σε Μεσσηνιακό έξτρα παρθένο ελαιόλαδο κι αρωματισμένες με ρίγανη μαζεμένη με το χέρι, καθώς και άλλα αγαπημένα ελληνικά πιάτα είναι οι σπεσιαλιτέ του μαγαζιού. Τοποθετημένη σε κεντρικό σημείο στην Agora, η Souvlakerie έχει τραπεζάκια στον εσωτερικό αλλά και στον εξωτερικό χώρο προκειμένου να απολαύσετε τα πιο δημοφιλή ελληνικά σνακ οποιαδήποτε ώρα της ημέρας.



“Souvlakerie”

KAFENIO & DELI

Εδώ ξαναζωντανεύει το παλιό αυθεντικό καφενείο, σε συνδυασμό με τη σύγχρονη ελληνική νοοτροπία σε ό, τι αφορά τον καφέ. Μία στάση για έναν δροσιστικό φραπέ και μια παρτίδα τάβλι ή για έναν απολαυστικό ελληνικό φτιαγμένο με τον παραδοσιακό τρόπο στη χόβολη, είναι συνήθως αναπόφευκτη, διότι το **Kafeneio & Deli** αποτελεί και το πιο κεντρικό σημείο συνάντησης στην Agora, στο σημείο που συναντιούνται τα δύο ξενοδοχεία του θέρετρου.



“Kafeneio & Deli”

NARGILE

LEBANESE CUISINE - BAR & LOUNGE

Ένα σαγηνευτικό περιβάλλον βγαλμένο από τις 1000 και 1 νύχτες. Τα αρώματα, οι εικόνες και οι ήχοι της Μέσης Ανατολής ζωντανεύουν όσο το διάσημο λιβανέζικο ψωμί, οι σαλάτες και τα ψητά της φίνας λιβανέζικης κουζίνας τέρπουν τον ουρανίσκο. Η απόλαυση του καπνίσματος, ενός αυθεντικού ναργιλέ σε ένα σαγηνευτικό ανατολίτικο περιβάλλον, θεωρείται μοναδική εμπειρία.



“Nargile” Restaurant



Ιαπωνική fusion κουζίνα και χαλαρωτικός lounge χώρος για cocktails. Εξαιρετικές γεύσεις, αξεπέραστη ποιότητα και ένα ταξίδι στο χρόνο. Η φιλοσοφία του **Inbi** έγκειται στο σεβασμό στις αυθεντικές ιαπωνικές γεύσεις και παραδόσεις σε συνδυασμό με την αίσθηση του στυλ προκειμένου να σας παρέχει την απόλυτη εμπειρία ενός εξαιρετικού δείπνου. Το Inbi προσφέρει όλες τις σπεσιαλιτέ ενός ποιοτικού εστιατορίου sushi μέσα σε μια κομψή και κοσμοπολίτικη ατμόσφαιρα, ενώ μοναδικά cocktails σερβίρονται στον υπέροχο χώρο του lounge.



"Inbi Restaurant"



Taverna, το μεγαλείο της απλότητας! Αυθεντικές ελληνικές γεύσεις με μενού εμπνευσμένο από σπιτικές συνταγές και πιάτα μαγειρεμένα με μεγάλη φροντίδα και περηφάνια. Μία γευστική εμπειρία που βασίζεται σε φρεσκότατα προϊόντα της περιοχής, μαγειρεμένα σύμφωνα με τις παραδοσιακές συνταγές της μεσσηνιακής καθώς και γενικότερα της ελληνικής κουζίνας.



"Taverna"

Enoteca

Η **Enoteca** αποτελεί το **wine bar** του θέρετρου και φιλοξενεί τα πάντα για τα μεσσηνιακά κρασιά. Τα μυστικά του καλού κρασιού, το πιο αναγνωρισμένο και παραδοσιακό προϊόν της Μεσσηνίας, μπορούν να γίνουν γνωστά, σε όσους πελάτες αποφασίσουν να παρακολουθήσουν τις προγραμματισμένες, κατά καιρούς, γευσιγνωσίες κρασιού, υπό την καθοδήγηση του sommelier μας, γευόμενοι παράλληλα υπέροχα σνακ.



Στην Μεσσηνία, από την αρχαιότητα ακόμα, εξαιτίας του ιδανικού κλίματος και του πολύ καλού εδάφους, παράγονται εξαιρετικής ποιότητας κρασιά.

Στο σημείο αυτό, θα ήθελα να συμπληρώσω ότι υπάρχει κι ένα εικοστό επισιτιστικό τμήμα, τα Ελληνικής παραγωγής παγωτά **Kayak**, το οποίο όμως δεν συμμετέχει στα έσοδα της Costa Navarino όσο αφορά στο κομμάτι του επισιτισμού, διότι η διαχείριση του τμήματος και η ιδιοκτησία ανήκουν σε άλλη Ελληνική εταιρία. Η **Kayak** έχει ως στόχο την προβολή του καλού Ελληνικού παγωτού και πάντοτε χρησιμοποιεί μόνο τοπικά προϊόντα, συγκεκριμένα για το κατάστημά της στην Costa Navarino. Η δημιουργία νέων γεύσεων, με στοιχεία μονάχα της Ελληνικής και Μεσσηνιακής γαστρονομικής παράδοσης, έχουν σαν αποτέλεσμα μια σειρά προϊόντων φτιαγμένα αποκλειστικά γι' αυτήν τη συνεργασία.

7.2. Γαστρονομικές Καινοτομίες – Εστιατόριο “Omega”

Το εστιατόριο **Omega**, λειτούργησε για 2 χρονιές (2011 – 2012) και ο χώρος όπου στεγαζόταν έχει πλέον έχει μετατραπεί στην Ελληνική Ταβέρνα. Το μενού του Omega, εμπνευσμένο από τη διάσημη δίαιτα Ωμέγα, προσέφερε πιάτα που βασιζόνταν κυρίως στη σωστή ισορροπία των λιπαρών οξέων Ωμέγα-3 και Ωμέγα-6, ενώ το μεγαλύτερο μέρος των



συστατικών ήταν προσεκτικά επιλεγμένα από τη γύρω περιοχή. Επιπλέον, οι πελάτες του είχαν την ευκαιρία να γίνουν γνώστες της υγιεινής διατροφής συνδυασμένη άψογα με τη νόστιμη, δημιουργική κουζίνα παρακολουθώντας τα μαθήματα μαγειρικής από τους εξειδικευμένους Chef.

Μία γαστριμαργική εμπειρία που όλοι πρέπει να ζήσουμε κάποια στιγμή της ζωής μας. Όλο το μενού ήταν σχεδιασμένο σύμφωνα με την δίαιτα Omega, όπως ανέφερα και

παραπάνω. Η πρωτοτυπία του Omega concept βασίζεται στην Omega δίαιτα της Dr Άρτεμις Σιμοπούλου. Έχει τις ρίζες της στην αρχαία κρητική διατροφή και στην ισορροπημένη κατανάλωση Ωμέγα 3 και Ωμέγα 6 λιπαρών οξέων. Τα συστατικά που χρησιμοποιούνται περιέχουν ισορροπημένη αναλογία σε Ωμέγα-3 και Ωμέγα-6, η οποία συναντάται στην παραδοσιακή διατροφή των Ελλήνων εδώ και αιώνες και της οποίας τα οφέλη έχουν αναγνωρισθεί μέσα από πλήθος επιστημονικών μελετών.

Όλα τα υλικά που χρησιμοποιούνταν αντιπροσωπεύουν την εντοπιότητα της περιοχής. Το Omega στόχευε στο να αποτελέσει και πηγή έμπνευσης για τους τοπικούς παραγωγούς και ένα θετικό παράδειγμα που θα προάγει τα τοπικά, αγνά προϊόντα και τις βιώσιμες καλλιέργειες που βρίσκονται εδώ και αιώνες στην καρδιά της Ελληνικής διατροφής. Από το μπροστά στην κουζίνα και στα χέρια του Executive Chef του Costa Navarino Δόξη Μπεκρή!

Ο σολομός, το αβοκάντο, οι φακές, το παντζάρι, οι ξηροί καρποί, τα αυγά και το κρέας από κοτόπουλα ελευθέρως βοσκής και πολλά ακόμη υλικά γίνονται οι πρώτες ύλες, που μεταμορφώνονται σε απίστευτα γαστριμαργικά πιάτα και συνδυάζουν τη μοναδική γεύση με τις ευεργετικές για τον οργανισμό ιδιότητες. Όμως στο Omega δεν ήταν μόνο το αποτέλεσμα που κάνει τη διαφορά, αφού σχεδόν όλες οι πρώτες ύλες, εντασσόμενες στη λογική της 100 Mile Diet, προέρχονται από απόσταση όχι μεγαλύτερη των 100χλμ. από την Costa Navarino, ενώ σχεδόν όλα τα λαχανικά φθάνουν στο πιάτο κατευθείαν από τους κήπους των εγκαταστάσεων.

Επιπλέον, στην υπέροχη κουζίνα του **Omega** παραδίδονται μαθήματα μαγειρικής στους επισκέπτες από τους Guest Chefs με στόχο τη μετάδοση των βάσεων της “Δίαιτας Ωμέγα”, δημιουργώντας προτάσεις υψηλής γαστρονομίας. Να μην ξεχάσω να αναφέρω ότι μερικά από τα πιο γνωστά ονόματα που παρέλασαν από την εκπληκτική κουζίνα του Ωμέγα είναι οι εξής παρακάτω:

- **Dr. Fedon Lindberg** (ειδικός στην Internal Medicine)
- **Konstantin Filippou** – Konstantin Filippou Restaurant
- **Lefteris Lazarou** – “Barούλκο”
- **Ronny Portoulidis** – “Duke Restaurant”
- **Ettore Botrin** – “Etrusco Restaurant Group”
- **Χριστόφορος Πέσκιας** – “Π Box”
- **Κωνσταντίνα Φάκλαρη** – “Balthazar”
- **Γεωργιάννα Χιλιαδάκη και Νίκος Ρούσσο** – “Funky Gourmet”
- **Theodore Kyriakou** – “More”

7.3. Οργάνωση Μαζικών Εκδηλώσεων – “House of Events”, Costa Navarino

Στο σημείο αυτό, θα ήταν μεγάλη παράλειψη να μην αναφερθώ στο τμήμα της οργάνωσης μαζικών εκδηλώσεων (banquet) της Costa Navarino.

Το υψηλής αισθητικής συνεδριακό κέντρο (House of Events) μπορεί να φιλοξενήσει, σε ένα χώρο που χαρακτηρίζεται από άνεση και κομψότητα έως και 1600 προσκεκλημένους. Η υπηρεσία concierge διοργάνωσης εκδηλώσεων μπορεί να μετατρέψει αυτόν τον ευέλικτο, σε ό, τι αφορά τη διαμόρφωσή του, χώρο σε αυτό ακριβώς που ο κάθε πελάτης έχει φανταστεί για το γάμο, το συνέδριο ή την εκδήλωση προώθησης του. Με επιφάνεια μεγαλύτερη των **5.000 μ²**, το House of Events συμπεριλαμβάνει την αίθουσα **Great Hall**, με οροφή που αγγίζει τα 9μ, καθώς και 11 αίθουσες εκδηλώσεων (επιφάνειας 50μ² έως 200μ² η καθεμία) ενώ βρίσκεται ανάμεσα στο **The Westin Resort Costa Navarino** και στο **The Romanos, a Luxury Collection Resort** προσφέροντας άμεση και ιδιωτική πρόσβαση και από τα δύο ξενοδοχεία.



“Great Hall”

Κάθε εκδήλωση που λαμβάνει χώρα στο **House of Events** εγγυάται αποτελεσματικές υπηρεσίες που έχουν ως επίκεντρο την ικανοποίηση των προσωπικών αναγκών του κάθε πελάτη. Εκτός από το Internet υψηλών ταχυτήτων, τον οπτικοακουστικό εξοπλισμό και το πλήρως εξοπλισμένο business centre η υπηρεσία concierge θα καταβάλει ιδιαίτερη προσπάθεια προκειμένου να σχεδιάσει ένα ιδιαίτερο μενού για τους προσκεκλημένους. Οι συμμετέχοντες στην εκδήλωση μπορούν να έχουν πρόσβαση σε μία μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων και εγκαταστάσεων, ανάμεσα στις οποίες το, επιφάνειας 4.000μ², Anazoe Spa και τα δύο signature γήπεδα του γκολφ.

Οι απευθείας πτήσεις από επιλεγμένους προορισμούς του εξωτερικού προς τον Διεθνή Αερολιμένα Καλαμάτας, προσφέρουν εύκολη σύνδεση με τα μεγάλα Ευρωπαϊκά κέντρα ενώ, παράλληλα, η Καλαμάτα είναι και ιδανικός προορισμός για πτήσεις charter. Το House of

Events διαθέτει το σύνολό του 12 αίθουσες εκδηλώσεων και ο μέγιστος αριθμός πελατών, που μπορεί να φιλοξενήσει, ανέρχεται στους 1.600.

Συμπεράσματα – Επίλογος

Η Ελλάδα είναι ένας τόπος όμορφος και παραγωγικός. Αναμφισβήτητα, ο τουρισμός αποτελούσε, αποτελεί και πάντα θα αποτελεί, μία από τις σημαντικότερες πηγές “πλούτου” και εισοδήματος για τους κατοίκους της. Πιο συγκεκριμένα, οι υπάλληλοι των επισιτιστικών τμημάτων/επιχειρήσεων, προβλέπεται να έχουν πάντοτε εργασία, ανεξαρτήτως περιόδων οικονομικής κρίσης, διότι ο Έλληνας δεν πρόκειται ποτέ να σταματήσει να χαίρεται τη ζωή και τις γενικότερες ομορφιές της πατρίδας του, συμπεριλαμβανομένου και του καλού φαγητού και διασκέδασης.

Σύμφωνα με όσα γράφτηκαν στις παραπάνω σελίδες, είναι παραπάνω από εμφανής η εξέλιξη του επισιτισμού στην Ελλάδα, η ποιότητα αυτής καθώς επίσης και η γενικότερη υποδομή της, είτε αναφερόμενοι σε εστιατόρια ξενοδοχειακών επιχειρήσεων/συγκροτημάτων είτε σε μεμονωμένες επιχειρήσεις εστίασης, βραβευμένες ή μη.

Η υποδομή της χώρας μας, δεν έχει να ζηλέψει τίποτα παραπάνω από εκείνες του εξωτερικού. Στην ανάλυση που έγινε σε προηγούμενες σελίδες (Διεθνής Εμπειρία Επισιτιστικής Επιχείρησης), είναι παραπάνω από προφανές ότι η λειτουργία μίας Ελληνικής επισιτιστικής επιχείρησης, λειτουργεί σχεδόν πανομοιότυπα με μία ομοειδή της στο εξωτερικό.

Πιο συγκεκριμένα, στη μελέτη περίπτωσης, σχετικά με την περιγραφή του επισιτιστικού τμήματος (Food & Beverage) της **Costa Navarino**, παρατηρούμε ότι οι πολυάριθμες επιλογές κουζίνας που έχει ο πελάτης που την επισκέπτεται, είναι πλήρως εναρμονισμένες με τις τυχόν απαιτήσεις του για διαφορετικές γεύσεις που σε ταξιδεύουν σε άλλες μεριές του πλανήτη (Ιταλική, Γιαπωνέζικη, Αραβική κουζίνα κλπ), καθώς και με την ικανοποίησή του για τοπικές Μεσοσηνιακές γεύσεις, αλλά και τη γενικότερη Ελληνική παραδοσιακή κουζίνα.

Στο μέλλον, και πιο συγκεκριμένα στην τριετία 2015 – 2018, προβλέπονται μεγάλες και οικονομικά δαπανηρές επενδύσεις στον ξενοδοχειακό τομέα της χώρας μας, γεγονός που θα συμβάλλει δυναμικά και στην περαιτέρω εξέλιξη του επισιτισμού αλλά και στην προβολή της χώρας μας στο εξωτερικό.

Με εκτίμηση,

Μαρία Πατσατζόγλου

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

- **“Εστιατορική Τεχνική & Διοίκηση”**, Νικόλαος Κ. Σκούμιος (εκδόσεις: Interbooks)
- **“Εστιατορική Τεχνική: Οργάνωση και Λειτουργία Επισιτιστικών Επιχειρήσεων και Μαζικών Εκδηλώσεων”**, Λαλούμης – Στεφανακίδης 2005 (ΟΤΕΚ – Αθήνα)
- **“Διοίκηση Ξενοδοχείων - Hotel Management”**, Λαλούμης Δημήτρης (εκδόσεις: Σταμούλη)
- **“Οργάνωση - Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων”**, Μάρας Αθανάσιος 1997, (εκδόσεις: Interbooks)
- **“F & B στα Ξενοδοχεία: Μεγιστοποιήστε την Κερδοφορία του Τμήματος”**, Τουριστική Αγορά, Τεύχος 148, Μάρας Αθανάσιος (Μάιος 2002)
- **“Η Επικοινωνιακή Πολιτική των Επιχειρήσεων: Προβλήματα και Ιδιαιτερότητες”**, Δρ. Μάντζαρης Γιάννης (2003)
- **“Τουριστική Οικονομία”**, Ηγουμενάκης Ν. 1997 (εκδόσεις: Interbooks)
- **“Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων”**, Τζωρακολευθεράκης Ζαχαρίας 1999, (εκδόσεις: Interbooks)

Ξένα Βιβλιογραφία

- **“The Essentials of Good Table Service”**, Cornell University (1975)
- **“How to Manage a Restaurant Or Institutional Food Service”**, John W. Stokes
(February 1982)

Διαδικτυακή Βιβλιογραφία

- <http://www.telegraph.co.uk>, (Telegraph Travel Awards 2008)
- <http://whc.unesco.org>
- <http://www.investingreece.gov.gr>
- <http://www.iobe.gr>, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)
- <http://e-travelnews.blogspot.gr>
- <http://www.thestar.com>
- <http://presscode.gr>
- <http://www.xrimatistirio.gr>
- <http://www.costanavarino.com>
- <http://www.tharrosnews.gr>, Ηλεκτρονική Εφημερίδα της Καλαμάτας και της Μεσσηνίας
- <http://www.portnet.gr>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

1.1. Οραματιστής Και Δημιουργός Της Costa Navarino. Καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος

Από μικρός στα βάσανα, έδωσε και κέρδισε πολλές μάχες. Η τελευταία με τον καρκίνο ήταν άνιση. Στις 25 Ιανουαρίου 2011 ο καπετάν Βασίλης ξεκίνησε το τελευταίο του μπάρκο για την αιωνιότητα. Τον κατευόδωσαν χιλιάδες άνθρωποι, πλούσιοι και φτωχοί, ανώνυμοι και επώνυμοι.

Ένα αμούστακο παιδί που έφυγε σχεδόν διωγμένο από το χωριό του κατάφερε να εξελιχθεί σε σπουδαίο επιχειρηματία στη θάλασσα και τη στεριά. Λένε ότι όταν ο φτωχός πλουτίσει χάνει πολλά γνωρίσματά του, ξεχνά την καταγωγή του, ξεχνά το παρελθόν του, χάνει την ανθρωπιά του.

Δεν ξέρω αν είναι εξαίρεση του κανόνα, όμως ο καπετάν Βασίλης έμεινε απλός άνθρωπος μέχρι τα τέλη της ζωής του. Χωρίς δημόσιες σχέσεις, χωρίς φρουρές και σωματοφύλακες, δεν προκάλεσε ποτέ την κοινωνία και τους συνανθρώπους του. Δε χρειαζόταν να περάσει από λαβύρινθους γραμματέων για να τον συναντήσεις. Σήκωνε ο ίδιος το τηλέφωνό του και σε περίπτωση που βρισκόταν σε κάποια δουλειά, σου τηλεφωνούσε όταν έβλεπε την κλήση.

Κρίμα για τη Μεσσηνία, κρίμα για την Ελλάδα που έφυγε αυτός ο άνθρωπος. Θα μπορούσε να προσφέρει ακόμα πολλά πράγματα...

Η αρχή

Ο καπετάν Βασίλης γεννήθηκε το έτος 1935 στο Διαβολίτσι Μεσσηνίας. Τα παιδικά του χρόνια ήταν δύσκολα. Ήταν το τρίτο παιδί της οικογένειας του Κώστα Κωνσταντακόπουλου (και της Ευσταθίας Εξαρχοπούλου.

Σε ηλικία δεκατριών χρόνων (1948) ο Βασίλης Κωνσταντακόπουλος πήγε στην Αθήνα, ανήμερα της Υπαπαντής, στις 2 Φεβρουαρίου. Στην περιοχή **Μύλους** θα πρωτοδεί θάλασσα. Το σπίτι που έμενε ήταν στον Κολωνό. Κάθε ημέρα έπαιρνε το λεωφορείο της γραμμής 10, που έκανε τη διαδρομή Βοτανικός - Ιπποκράτους. Κατέβαινε στη στάση Αραχώβης και πήγαινε στην πλατεία Εξαρχείων όπου μοίραζε σε σπίτια γάλα της εταιρίας **ΕΒΓΑ**. Στη συνέχεια, έπιανε δουλειά στις 7.30 σε μία βιοτεχνία κουμπιών στη διασταύρωση Περικλέους και Ευαγγελιστρίας. Μετά την εργασία στη βιοτεχνία, κατευθυνόταν στην πλατεία Κουμουνδούρου όπου ήταν το νυχτερινό Γυμνάσιο όπου και φοιτούσε. Με το τραμ της γραμμής 4 πήγαινε στο Ρουφ και στη συνέχεια με τα πόδια κατέληγε κατάκοπος στο σπίτι του στο Βοτανικό. Τον Ιούνιο του 1953 (18 ετών) πρωτομπάρκάρισε. Όπως εξομολογήθηκε ο ίδιος, έτσι ξεκίνησε το όμορφο ταξίδι του στη ναυτιλία, ταξίδι γεμάτο μεγάλες συγκινήσεις, αγωνίες, λαχτάρεις και χαρές. Έπειτα εξελίχθηκε σε όλες τις βαθμίδες της ναυτικής ιεραρχίας. Το έτος 1962 συναντά την Κάρμεν, η οποία τον παντρεύτηκε, όπως συνήθιζε να λέει ο ίδιος, και απέκτησαν τρία αγόρια. Τον Κωνσταντίνο το 1969, τον Αχιλλέα το 1971 και τον Χρήστο το 1974.

Το πρώτο φορτηγό

Η καριέρα του καπετάν Βασίλη ως εφοπλιστή ξεκίνησε σε ηλικία 27 ετών. Τότε απέκτησε ένα μικρό φορτηγό πλοίο, με δάνειο που πήρε από τον ίδιο τον πωλητή και στη συνέχεια του το χρονοαύλωσε. Το 1974 ίδρυσε την εταιρεία **Costamare Shipping SA**. Όταν άρχισε η ναυτιλιακή κρίση, την περίοδο 1982 - 1984, ο καπετάν Βασίλης αγόρασε οκτώ πλοία. Η συνολική τους αξία δεν υπερέβαινε την αξία που θα τα αγόραζαν σε διαλυτήριο πλοίων. Μετά τη χρεοκοπία της εταιρίας τακτικών γραμμών **Ελληνικής** του Γρ. Καλλιμανόπουλου, προσέλαβε το εξειδικευμένο προσωπικό της και προσπάθησε να εισέλθει δυναμικά στην

αγορά των τακτικών γραμμών ως ναυλωτής πλοίων σε εταιρίες που εξυπηρετούσαν ήδη τις γραμμές. Μέσα σε μία εικοσαετία η εταιρία γιγαντώθηκε μιας και κατά την διάρκεια αυτών των χρόνων ανανεώθηκε σημαντικά ο στόλος με νεότερα πλοία. Το έτος 2000 η **Costamare** διαχειριζόταν 35 πλοία των οποίων η μεταφορική ικανότητα έφθανε το 1.560.000 dwt (νεκρό φορτίο).

Το 1996 ο καπετάν Βασίλης εξελέγη πρόεδρος (ο τέταρτος στη σειρά) της **Helmepea** (Ελληνική Ένωση Προστασίας Θαλάσσιου Περιβάλλοντος) και στη συνέχεια το 2000 ανακηρύχθηκε επίτιμος πρόεδρος στο μεγαλύτερο κοντέινερ. Από τις αρχές του 2000 η εταιρία κατήρτισε ένα μεγαλεπήβολο επενδυτικό σχέδιο, το οποίο και προσέγγισε το 1 δισεκατομμύριο δολάρια, για την κατασκευή νεότευκτων πλοίων μεταφοράς κοντέινερ. Μάλιστα το 2006 η εταιρία παρέλαβε το μεγαλύτερο πλοίο μεταφοράς εμπορευματοκιβωτίων. Το μήκος του μεγαλύτερου πλοίου μεταφοράς εμπορευματοκιβωτίων στον κόσμο ήταν ίσο με τέσσερα γήπεδα ποδοσφαίρου και μπορούσε να μεταφέρει 9.500 εμπορευματοκιβώτια. Το προηγούμενο μεγαλύτερο πλοίο κοντέινερ το είχε παραλάβει το 2000 πάλι ο καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος. Με άλλα λόγια μέσα στα επόμενα χρόνια όχι μόνο εξασφαλίστηκε η απόσβεση των πλοίων αλλά και κατοχύρωσε κέρδη 300 εκατομμυρίων δολαρίων.

Μια πρόταση που τάραξε τα νερά

Η εταιρία που έχει δημιουργήσει απασχολεί αποκλειστικά Έλληνες ναυτικούς, που σε ετήσια βάση ξεπερνούν τους 1.000 (όλων των ειδικοτήτων), οι οποίοι, εκτός από το Ναυτικό Απομαχικό Ταμείο, είναι ασφαλισμένοι σε ιδιωτική ασφαλιστική εταιρεία για να εισπράξουν στο μέλλον (όταν συνταξιοδοτηθούν) εφάπαξ 80.000 ευρώ. Τη ναυτιλιακή εταιρία του ομίλου, που δημιούργησε ο Βασίλης Κωνσταντακόπουλος, διευθύνει ο γιος του Κωνσταντίνος ενώ με τις επενδύσεις εκτός ναυτιλίας ασχολείται ο δεύτερος γιος του Αχιλλέας και με το εργοστάσιο εξόρυξης και επεξεργασίας ορυκτών ο τρίτος γιος Χρήστος. Ο όμιλος Κωνσταντακόπουλου διαθέτει συμμετοχές στην αεροπορική εταιρεία **Aegean Airlines** ενώ είχε και μεγάλο ποσοστό μετοχών στη First Business Bank τις οποίες πώλησε το 2006 στον εφοπλιστή Β. Ρέστη. Ο καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος στην αρχή του 2005 τάραξε στην κυριολεξία τα νερά, όταν στην κοπή της πύλας του Ναυτικού Επιμελητηρίου Ελλάδος, απαντώντας σε πρόσκληση του υπουργού Εργασίας Π. Παναγιωτόπουλου να επενδύσουν οι εφοπλιστές στην πατρίδα τους, τόλμησε να καυτηριάσει την ελληνική γραφειοκρατία. Λίγο αργότερα διατύπωσε δημόσια την πρότασή του να δημιουργηθεί από την κυβέρνηση γραφείο υποδοχής μεγάλων επενδύσεων. Ο πρωθυπουργός Κ. Καραμανλής αφουγκράστηκε τις απόψεις του και τον κάλεσε σε ιδιαίτερη συνάντηση στο Μέγαρο Μαξίμου, ύστερα από μερικές εβδομάδες, στις 5 Απριλίου 2005, και συζήτησαν αναλυτικά για το τι ακριβώς απαιτείται ώστε να διευκολυνθούν οι εφοπλιστές και οι άλλοι ιδιώτες να επενδύσουν στην Ελλάδα. Η πίκρα του καπετάν Βασίλη ήταν δικαιολογημένη από την ταλαιπωρία που είχε υποστεί για την προσπάθειά του να επενδύσει στην ξηρά.

Η επένδυση στη Μεσσηνία

Το 1997 οραματίστηκε μία μεγάλη τουριστική επένδυση στην ιδιαίτερη πατρίδα του, τη Μεσσηνία, όπου το συνολικό κόστος θα υπερέβαινε στην πρώτη φάση τα 300 εκατομμύρια ευρώ και η ολοκλήρωσή της τα 600 εκατομμύρια ευρώ. Ωστόσο από τότε αντιμετώπισε τεράστια προβλήματα με την έκδοση αδειών με αποτέλεσμα να περνούν τα χρόνια και να κατατρίβεται καθημερινά για τη διεκπεραίωσή τους, τη μια στην Αρχαιολογική Υπηρεσία, την άλλη στην Πολεοδομία και τη μεθεπόμενη στους διαδρόμους κάποιου υπουργείου. Τα γρανάζια της γραφειοκρατίας κύλησαν, μόλις τον Ιούνιο του 2006, και η επένδυση το 2010 ολοκληρώθηκε εν μέρει. Η επένδυση περιλαμβάνει δύο πολυτελή ξενοδοχεία, δύο γήπεδα γκολφ, συνεδριακό κέντρο, μονάδες θαλασσοθεραπείας, μια τεχνητή λίμνη και πολλές άλλες εκπλήξεις για τους επισκέπτες.

Μια πόλη στις ΗΠΑ

Ο καπετάν Βασίλης δε διέθετε μόνο καράβια. Κατασκεύασε στη Βόρεια Ελλάδα εργοστάσιο εξόρυξης και επεξεργασίας ορυκτών. Η βιομηχανία **ΓΕΩ** λειτουργεί στα Γρεβενά. Αυτό που δεν είναι γνωστό στην Ελλάδα είναι ότι χωρίς γραφειοκρατικές διαδικασίες ο Β. Κωνσταντακόπουλος έχει δημιουργήσει στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής μία σύγχρονη πόλη, που η συνολική της έκταση είναι 2.000 τετραγωνικά μέτρα και η κεντρική της λεωφόρος φέρει το όνομα της Μελίνας Μερκούρη. Επίσης, σε άλλη Πολιτεία έχει αγοράσει 16.000 στρέμματα στα οποία έχει δημιουργήσει έναν πρότυπο αμπελώνα και όλη την παραγωγή την έχει προπωλήσει για μια δεκαετία. Ο ίδιος δήλωνε ότι δε θα αφήσει τα καράβια για να γίνει ξενοδόχος και βιομήχανος αλλά αναμφισβήτητα η υψηλή του ρευστότητα, το οργανωμένο επιτελείο και το ανά τον κόσμο συνεργαζόμενο δίκτυο ανθρώπων και εταιριών προεξοφλούσε την επιτυχία των επιχειρηματικών του κινήσεων.

Τελευταίος χαιρετισμός στον Βασίλη Κωνσταντακόπουλο

Τον τελευταίο χαιρετισμό τους στον καπετάν Βασίλη Κωνσταντακόπουλο απέτισαν στον Ιερό Ναό Μεταμορφώσεως του Σωτήρος, στη Λεωφόρο Συγγρού, χιλιάδες επώνυμοι και ανώνυμοι πολίτες. Άνθρωποι που γνώριζαν ή απλώς είχαν ακούσει για τον καπετάν Βασίλη, που ξεκίνησε πουλώντας κουμπιά, μοιράζοντας γάλα, εργάστηκε ως ναύτης και με το πείσμα και τη δυναμική του έφτιαξε έναν από τους μεγαλύτερους και ισχυρότερους επιχειρηματικούς ομίλους στη χώρα, σε θάλασσα και στεριά.

Παρόντες στη νεκρώσιμη ακολουθία πλήθος ανθρώπων της Ελληνικής πολιτικής σκηνής. Επίσης, παραβρέθηκε σύσσωμη η πολιτική ηγεσία της Μεσσηνίας. Παρόντες και δεκάδες Έλληνες εφοπλιστές, με έδρα τους τόσο την Ελλάδα όσο και το εξωτερικό.

“Ο πατέρας μας είχε αστείρευτη ενέργεια και όρεξη για ζωή και δημιουργία. Είχε κοφτερό και πρακτικό μυαλό και διαίσθηση αλλά και την τόλμη και το θάρρος να παίρνει πολύ γρήγορες και σωστές αποφάσεις για σημαντικά πράγματα. Έβρισκε γρήγορα την ουσία σε ό, τι θέμα κι αν του έθετες, έδινε πολύ απλές λύσεις και εξηγήσεις για πράγματα εξαιρετικά πολύπλοκα ή δύσκολα να εξηγηθούν. Μπορούσε πολύ γρήγορα να συνδεθεί συναισθηματικά με το συνομιλητή του και να του εμπνεύσει εμπιστοσύνη και σεβασμό. Ήταν πάντα αληθινός και ντόμπρος, ήταν πάντα ο εαυτός του”, ανέφερε στην επικήδεια ομιλία του ο Αχιλλέας, ένας από τους τρεις γιους του καπετάν Βασίλη.

Ο καπετάν Βασίλης, όπως αναφέρθηκε, πάντοτε έλεγε και δημοσίως ότι την προκοπή της οικογένειάς του τη χρωστούσε στην Κάρμεν. Από την αρχή πίστεψε σ' εκείνον και στις δυνατότητές του όταν ακόμη δεν είχαν ούτε σπίτι για να μείνουν. Παράλληλα, του έδειξε απεριόριστη εμπιστοσύνη που τον βοήθησε να ανοίξει όσο μπορούσε τα φτερά του, να ρισκάρει και να δει τη “μεγάλη εικόνα”. *“Αυτό συνέχισε να κάνει η μητέρα μας κάθε μέρα δίπλα του, να τον στηρίζει, να τον συμβουλεύει, να τον προσέχει και να τον αγαπάει”,* ανέφερε ακόμη ο Αχιλλέας.

Οι συμβουλές του

Ολοκληρώνοντας τον επικήδειο λόγο του ο Αχιλλέας σημείωσε: “Θέλουμε να μοιραστούμε μαζί σας κάποιες συμβουλές που μας έλεγε και έκανε πράξη ο ίδιος, δείχνοντάς σας με τα δικά του λόγια τη φιλοσοφία του”.

- Δεν υπάρχουν εύκολα και δύσκολα, υπάρχουν μονό γνωστά και άγνωστα.
- Να μη στενοχωριέστε για όσα γίνονται και όσα δεν γίνονται.
- Εάν κάποιος σας εξαπατήσει, να αντιδράσετε, αλλά να μη στενοχωρηθείτε. Να ευχαριστείτε τον Θεό που δεν σας έκανε απατεώνα η αχάριστο.
- Όταν έχετε κάτι δύσκολο να κάνετε, άπαξ και το αποφασίσετε, να είσατε από τσιμέντο.
- Να έχετε την κατάρα μου αν χαιρετήσετε ποτέ κάποιον συνεργάτη σας καθιστοί.
- Να μη με μαλώνετε γιατί άμα πεθάνω αύριο, θα έχετε τύψεις και δε θέλω να δυστυχήσετε.
- Το καλό όνομα θέλει πολλά χρόνια για να γίνει και μία στιγμή για να χαλάσει.
- Να είστε επιφυλακτικοί όπου ακούτε πολλά μπράβο και να ελέγχετε πάντα τα πολύ καλά νέα.
- **Όποιος έχει πόρους και μπορεί να ονειρεύεται, οφείλει και να δημιουργεί.**

Και μια συμβουλή που του είπε ο δικός του ο πατέρας, ο παππούς ο Κωστής: “Παιδί μου όταν γεννήθηκες, εσύ έκλαιγες και όλοι οι άλλοι γελοούσαν. Κοίτα να ζήσεις έτσι ώστε όταν έρθει η ώρα να πεθάνεις, όλοι να κλαίνε και εσύ να γελάς”.



Καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος

1.2. Ο Συνεχιστής Του Ονείρου Της Πύλου, Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος

Τον καιρό που προσπαθούσε να υλοποιήσει το όραμά του, ο Βασίλης Κωνσταντακόπουλος στην Costa Navarino, είχε στείλει επιστολή σε όσους αντιδρούσαν αναφέροντας ότι: “Εκτός από τη θέληση έχω και την οικονομική δυνατότητα να πραγματοποιήσω το όνειρό μου για τη Μεσσηνία. Και θα το πραγματοποιήσω, ή αν ο Θεός αποφασίσει διαφορετικά, ο Αχιλλέας”. Αυτή η ώρα ήρθε. Ο 38χρονος Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος, διευθύνων σύμβουλος της εταιρίας **TEMEΣ** (Τουριστικές Επιχειρήσεις Νομού Μεσσηνίας) στην οποία και ανήκει η Costa Navarino, ξεκίνησε δίπλα στον πατέρα του από το 1997. Λέγεται ότι ο καπετάν Βασίλης τον διάλεξε για την επένδυση αυτή γιατί του έμοιαζε στον δυναμισμό. Αυτός θα σηκώσει τώρα μόνος του το βάρος της συνέχισης και ολοκλήρωσης της επένδυσης, που οραματίστηκε ο πατέρας του.

Σήμερα λειτουργεί το πρώτο τουριστικό συγκρότημα **Navarino Dunes** και **Bay**, που περιλαμβάνει δύο ξενοδοχειακές μονάδες και αθλητικές εγκαταστάσεις και διαχειρίζεται η διεθνής αλυσίδα **Starwood Hotels & Resorts** αλλά το συνολικό project περιλαμβάνει την ανάπτυξη και άλλων δύο συγκροτημάτων (Navarino Blue, Navarino Hills), που προγραμματίζονται σε οριζόντα πενταετίας. Το μεγάλο στοίχημα όμως του Αχιλλέα Κωνσταντακόπουλου είναι η δημιουργία (μέχρι το 2013) του πρώτου υπόσκαφου ξενοδοχείου στον κόσμο, στο Navarino Bay.

Μαζί με αυτή τη μεγάλη επένδυση όμως, ο Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος “κληρονόμησε” και τις έντονες αντιδράσεις, που καθυστέρησαν την υλοποίηση του project επί 13 χρόνια αλλά και την παρακαταθήκη με τα ισχυρά ερείσματα, που είχε στις εκάστοτε κυβερνήσεις, λόγω των φιλικών του δεσμών με πολιτικούς όπως ο Κώστας Καραμανλής, ο Αντώνης Σαμαράς, ο Μιχάλης Ρέππας και ο Γιώργος Σουφλιάς.

Για να αντιμετωπίσει τις αντιδράσεις αυτές, ο Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος μεταφύτευσε 6.500 υπεραιώνια ελαιόδεντρα για την παραγωγή λαδιού από τους ντόπιους ενώ το επιχειρηματικό του πλάνο προβλέπει την αξιοποίηση όλων των διαθέσιμων εναλλακτικών πηγών ενέργειας της περιοχής, με την κατασκευή φωτοβολταϊκού πάρκου, ισχύος 11.963,2 KW για τις ενεργειακές ανάγκες του Costa Navarino και την κατασκευή δύο υδατοδεξαμενών για τις ανάγκες υδροδότησης.

Με την κατασκευή του φωτοβολταϊκού πάρκου λέγεται ότι ο Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος μπαίνει και στην αγορά της ενέργειας, με την εταιρεία “**Κυνηγός Α.Ε.**”, που ίδρυσε για τον σκοπό αυτό. Έτσι, όσοι γνωρίζουν πρόσωπα και πράγματα δεν αποκλείουν ενεργό συμμετοχή στο μέλλον της εταιρείας του Αχιλλέα Κωνσταντακόπουλου, σε επενδύσεις στις ΑΠΕ (Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας).

Πέρα από την επένδυση αυτή ο Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος ήταν αυτός που έβαλε ο πατέρας του στην **Aegean Airlines**, όταν οι φίλοι του “καπετάν Βασίλη”, Θανάσης και Πάνος Λασκαρίδης, του πρότειναν να μπει στον χώρο των αερομεταφορών. Ο Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος, κατέχει το 6,39% των μετοχών της Aegean Airlines κι αυτή η συμμετοχή αποδείχθηκε υπερπολύτιμη για την Costa Navarino καθώς η Aegean “άνοιξε” την αεροπορική σύνδεση Αθήνας – Καλαμάτας για την εξυπηρέτηση των πελατών της Costa Navarino ακόμα κι αν υπήρχε μεγάλο ρίσκο σ’ αυτή την κίνηση. Υπήρχε η εγγύηση του Αχιλλέα ότι η γραμμή δεν θα είναι ζημιογόνος για την Aegean και σε περίπτωση που ήταν, τη ζημιά θα την καλύπτει εκείνος.

Από τη Λωζάννη στην Πύλο με σχέδιο

Όταν ξεκινούσε η επένδυση στην Πύλο με την Costa Navarino, ο Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος σπούδαζε στη Λωζάννη Τουριστικές Επιστήμες στο πανεπιστήμιο **Ecole Hoteliere De Lausanne**. Λες και ο πατέρας του αλλά και ο ίδιος, τα είχαν σχεδιάσει όλα με την κάθε λεπτομέρεια. Ο κατάλληλος άνθρωπος στην κατάλληλη θέση και με τις ανάλογες σπουδές.

Σήμερα, το “αφεντικό” της Costa Navarino έχει μία αξιοζήλευτη στρατηγική για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Έχει αναγάγει σε στόχο την προστασία της φύσης και την οικολογική συνείδηση, απαντώντας έτσι εμμέσως στους όποιους αρχικούς πολέμιους.

Γνωρίζει άριστα το “παιχνίδι” των δημοσίων σχέσεων, φροντίζει σχεδόν πάντα να τα έχει καλά με την όποια πολιτική εξουσία και μάλιστα ρίχνει ακόμα και τους τόνους όταν κάποιοι του θυμίζουν την πολύχρονη και μεγάλη περιπέτεια της γραφειοκρατίας που χρειάστηκε να υπερπηδηθεί για να γεννηθεί τελικά η Costa Navarino.



Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος

“Δεν έφταιγε μόνο το Δημόσιο γι’ αυτό αλλά κάποιες φορές και εμείς οι ίδιοι που αλλάζαμε τους σχεδιασμούς μας”, όπως υποστηρίζει ο ίδιος.

Πλέον στόχος είναι οι νέες επενδύσεις και φυσικά η επιτυχής πορεία του τουριστικού εγχειρήματος στη Μεσσηνία.

Ο ίδιος (1995 έως σήμερα) είναι διευθύνων σύμβουλος στην εταιρία Κοστετέρα, στην ΑΤΟΕΕ εταιρία επενδύσεων, συμμετοχών και ανάπτυξης ακινήτων, στην TEMES AE (Navarino). Μέλος του ΔΣ στην Costamare, στη Gel Shipmanagment SA (διαχείριση πλοίων), στη ΓΕΩ Ελλάς ΑΜΜΑΕ και μέλος του ΔΣ στην Αεροπλοΐα Αιγαίου (Aegean), στην Auto Hellas (Hertz), τις εταιρίες του Βασιλάκη, στην Αμαθούς Ελλάς ΑΕ, στην Εμπορική, στη CYBORCO PLC και στην ΑΤΕ.

1.3. Το Όνειρο Που Έγινε Πραγματικότητα, Navarino Dunes, Costa Navarino

Η Costa Navarino αποτελεί τον πρώτο ολοκληρωμένο, περιβαλλοντικά υπεύθυνο τουριστικό προορισμό υψηλών προδιαγραφών στην Ελλάδα. Αναπτύσσεται στη Μεσσηνία, σε ένα από τα πιο μαγευτικά παραθαλάσσια τοπία της Μεσογείου. Στο κέντρο της φιλοσοφίας της Costa Navarino είναι ο σεβασμός για το περιβάλλον, τις παραδόσεις και την τοπική κοινωνία. Δημιουργούνται υποδομές που θα διαφυλάσσουν και θα προβάλλουν το φυσικό πλούτο και την αυθεντική φυσιογνωμία της περιοχής, με όραμα να καθιερωθεί η Μεσσηνία ως τουριστική περιοχή υψηλής ποιότητας και παγκοσμίου φήμης.

Η πρώτη φάση της **Costa Navarino** αναπτύσσεται σε δύο παραθαλάσσιες εκτάσεις, το **Navarino Dunes** και το **Navarino Bay**. Το Navarino Dunes περιλαμβάνει δύο ξενοδοχειακές μονάδες 5 αστέρων, το “**The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino**” και το “**The Westin Resort, Costa Navarino**”. Τα δύο ξενοδοχεία διαχειρίζεται η **Starwood Hotels & Resorts**.

Τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, που είναι εμπνευσμένος από τα τοπικά αρχιτεκτονικά στοιχεία και τα παλιά αρχοντικά της Μεσσηνίας, έχει αναλάβει το Γραφείο Μελετών Αλέξανδρου Ν. Τομπάζη, το οποίο φημίζεται για την έμφαση που δίνει στην εφαρμογή των αρχών της βιοκλιματικής αρχιτεκτονικής και της χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας.

Τη μελέτη της εσωτερικής αρχιτεκτονικής και design του συγκροτήματος έχει εκπονήσει η εξειδικευμένη εταιρεία MKV DESIGN, της αρχιτέκτων Μαρίας Βαφειάδη, με έδρα το Λονδίνο, η οποία είναι γνωστή στο διεθνή τουριστικό χώρο για τον επιτυχημένο συνδυασμό πρωτοποριακών ιδεών με στοιχεία που αντλούνται από το περιβάλλον και την ιστορία του χώρου.

The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino

Ανάμεσα σε κατάφυτους ελαιώνες και με θέα τα νερά του Ιονίου, 320 δωμάτια και σουίτες, καθώς και η επιβλητική Royal Villa Koroni, δημιουργούν ένα διακριτικό και φιλόξενο περιβάλλον αυθεντικής πολυτέλειας. Όλα τα deluxe δωμάτια έχουν ανεμπόδιση θέα στη θάλασσα και το γκολφ και διαθέτουν μεγάλες βεράντες. Τα infinity rooms έχουν ιδιωτικές πισίνες υπερχείλισης. Οι Villas (82 m² έως 192 m²) περιλαμβάνουν συνδεδεμένα δωμάτια, θέα στην πισίνα ή τη θάλασσα, τόσο από το μπάνιο όσο και από το υπνοδωμάτιο και διαθέτουν υπηρεσία μπάτλερ, μπανιέρα υπερχείλισης και έναν εξωτερικό χώρο διαμορφωμένο με ξύλινο δάπεδο και τζάκι. Οι Villas επιπλέον προσφέρουν τζακούζι και ιδιωτικούς υπαίθριους χώρους με barbeque. Η Royal Villa Koroni των 660 μ² προσφέρει επιπλέον υπηρεσία μπάτλερ, σουίτα θαλασσοθεραπείας με σάουνα, ιδιωτικό γυμναστήριο και ειδικά διαμορφωμένο media room.

Η Royal Villa Koroni βραβεύτηκε στην απονομή των European Hotel Design Awards 2010 στην κατηγορία «Best Suite, Interior Design of the Year».

Το The Romanos, a Luxury Collection Resort, βραβεύθηκε ως «Favourite Overseas Leisure Hotel: Europe, Asia Minor and the Russian Federation» στον καθιερωμένο θεσμό Condé Nast Traveller Readers' Travel Awards 2011, της γνωστής αγγλικής έκδοσης.

Οι γαστρονομικές επιλογές περιλαμβάνουν εστιατόριο που λειτουργεί καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας και σερβίρει παραδοσιακή και ethnic κουζίνα με βάση τα τοπικά βιολογικά προϊόντα, ελληνική ταβέρνα και μια πλούσια κάβα κρασιών. Ειδικά διαμορφωμένοι υπαίθριοι χώροι barbeque δίνουν τη δυνατότητα για προσωπικές γευστικές δημιουργίες. Άνετοι καθιστικοί χώροι, chill-out μπαρ, library μπαρ, ιδιωτικά αίθρια και πολυάριθμα pool-bars, προσφέρουν μοναδικές ευκαιρίες χαλάρωσης με θέα το Ιόνιο Πέλαγος.

The Westin Resort, Costa Navarino

Με θέα τους αμμόλοφους και τα νερά του πελάγους, 444 deluxe δωμάτια, οικογενειακά δωμάτια και σουίτες (40 m² έως 80 m²), με συνδεδεμένους χώρους καθώς και η Royal Villa Methoni, δημιουργούν την ατμόσφαιρα της αυθεντικής Μεσσηνιακής φιλοξενίας. Τα περισσότερα deluxe δωμάτια έχουν ανεμπόδιστη θέα στη θάλασσα και διαθέτουν μεγάλες πλακόστρωτες βεράντες ενώ σχεδόν όλες οι ισόγειες κατοικίες έχουν ιδιωτικές πισίνες υπερχειλίσης. Τα οικογενειακά δωμάτια διαθέτουν walk-in ντουλάπες και ευέλικτα διαχωριστικά για μεγαλύτερη άνεση ενώ οι ευρύχωρες σουίτες διαθέτουν επιπλέον free standing μπανιέρες και μεγάλους υπαίθριους χώρους. Η επιβλητική Royal Villa Methoni των 625 μ² προσφέρει υπηρεσία butler, σάουνα, media room, ιδιωτικό γυμναστήριο και εξωτερικό χώρο barbeque.

Εστιατόρια που σερβίρουν διεθνή και ελληνική κουζίνα, bar & grill δίπλα στην πισίνα και ένα κλασικό αμερικανικό εστιατόριο προσφέρουν στους καλεσμένους τη δυνατότητα να διαλέξουν από μια μεγάλη ποικιλία γαστρονομικών απολαύσεων. Στιγμές χαλάρωσης υπόσχονται οι πισίνες με επικλινείς επιφάνειες πρόσβασης που θυμίζουν παραλία, οι μεγάλες κεντρικές πισίνες με pool-bars, τα lounge και chill-out μπαρ, η βιβλιοθήκη, το ρουστίκ χειμερινό σαλόνι, καθώς και πλήθος υπαίθριων καθιστικών χώρων με θέα στις πισίνες και τη θάλασσα.

Λοιπές προσφερόμενες υπηρεσίες του Navarino Dunes

Στο Navarino Dunes λειτουργεί επίσης το πρώτο signature γήπεδο γκολφ 18 οπών στην Ελλάδα, το The Dunes Course, σχεδιασμένο από τον Bernhard Langer (πρώην πρωταθλητή US Masters και αρχηγό της Ευρωπαϊκής ομάδας στο Ryder Cup) σε συνεργασία με την European Golf Design. Τον Οκτώβριο του 2011 ξεκίνησε να λειτουργεί επίσης το παραθαλάσσιο γήπεδο γκολφ 18 οπών του Navarino Bay, το The Bay Course, το οποίο έχει σχεδιάσει ο Robert Trent Jones Jr. Τη διαχείριση και των δύο έχει αναλάβει η Troon Golf, μία από τις κορυφαίες εταιρείες διαχείρισης πολυτελών γηπέδων γκολφ.

Στο Navarino Dunes βρίσκεται το Anazoe Spa, έκτασης 4.000 τ.μ., το οποίο προσφέρει μία πλήρη σειρά εξειδικευμένων θεραπειών, αξιοποιώντας τα εξαιρετικά φυσικά συστατικά της περιοχής. Ένα από τα μοναδικά χαρακτηριστικά του spa είναι η αναβίωση των αρχαίων τοπικών πρακτικών. Πρόκειται για θεραπείες (oleotherapy®) που στηρίχθηκαν σε περιγραφές που βρέθηκαν χαραγμένες σε πινακίδες με τη Γραμμική Β' γραφή στο ανάκτορο του Νέστορος και χρονολογούνται από την εποχή του Ομήρου. Το Anazoe Spa περιλαμβάνει επίσης floating pools, ice-grotto rooms, mist showers και σάουνες με βότανα, θαλασσοθεραπεία, καθώς και προγράμματα κινησιοθεραπείας και θερμικών αγωγών.

Το Navarino Dunes φιλοξενεί επίσης το αυτόνομο συνεδριακό κέντρο House of Events, χωρητικότητας 1.700 συνέδρων, εσωτερικές και εξωτερικές αθλητικές εγκαταστάσεις, κέντρο ψυχαγωγίας, την κεντρική πλατεία Agora με καταστήματα και εστιατόρια καθώς και ένα ευρύ φάσμα αθλητικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων για όλες τις ηλικίες. Εκεί, στο Kafenio, μπορεί κανείς να απολαύσει ελληνικό καφέ στη χόβολη και γλυκά του κουταλιού, ενώ στη Souvlakerie, θα γευτεί το γνωστό σουβλάκι στην καλύτερη εκδοχή του με πρώτες ύλες της περιοχής.

Όσον αφορά στις γαστρονομικές επιλογές, οι επισκέπτες της EnoTeca μπορούν να γνωρίσουν την πλούσια ποικιλία των ελληνικών κρασιών, με δοκιμές και συνοδευτικά πιάτα που ολοκληρώνουν αυτήν τη γευσιγνωστική και οινογνωστική εμπειρία με έμφαση στις αυθεντικές γεύσεις και τα τοπικά προϊόντα. Οι νέες γαστρονομικές προτάσεις στους χώρους περιλαμβάνουν επίσης, το εστιατόριο Nargile με επιρροές από τη Μέση Ανατολή ενώ το lounge bar & εστιατόριο Inbi που λειτουργεί από το 2011 στο Navarino Dunes, προτείνει ασιατικές γεύσεις στους επισκέπτες του.

Η boutique Kayak στην Agora προσφέρει τα γνωστά ελληνικά παγωτά που διακρίνονται για τους εμπνευσμένους συνδυασμούς γεύσεων, από υψηλής ποιότητας αγνά και εκλεκτά υλικά. Το Omega, μια νέα γαστρονομική εμπειρία, που περιλαμβάνει μενού βασισμένα στη Δίαιτα Ωμέγα και μαθήματα μαγειρικής ξεκίνησε φέτος τη λειτουργία του στην Costa Navarino.

Στο εστιατόριο Eleon με πιάτα της ελληνικής κουζίνας, οι επισκέπτες δοκιμάζουν νέες γεύσεις στους ιδιωτικούς εξωτερικούς χώρους barbeque. Επίσης, η ελληνική κουζίνα εμπλουτίζεται με κλασικές επιλογές μαγειρευτών φαγητών που έχουν παρουσία και σε άλλους χώρους εστίασης ενώ τα μενού για τους μικρούς επισκέπτες περιλαμβάνουν μεγαλύτερη ποικιλία προτάσεων σε όλα τα εστιατόρια (σε σύγκριση με την πρώτη χρονιά λειτουργίας του resort, χρησιμοποιώντας τα πιο αγνά συστατικά της περιοχής. Στο ιταλικό εστιατόριο Da Luigi, παραδοσιακές συνταγές που έχουν επιλεγεί από την πλούσια ιταλική κουζίνα, με βάση τα τοπικά προϊόντα των διαφόρων περιοχών, προστίθενται στο μενού. Τέλος, στην παραλία του Navarino Dunes, όσοι επιθυμούν μπορούν να απολαύσουν ελαφριά γεύματα και δροσιστικές επιλογές στο Barbouni, με θέα στο ηλιοβασίλεμα.

Το εναλλασσόμενο φυσικό περιβάλλον και το ήπιο κλίμα της Μεσσηνίας προσφέρουν τη δυνατότητα για πολλές δραστηριότητες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Στο Navarino Outdoors προσφέρονται υπαίθριες δραστηριότητες όπως πεζοπορία, ποδηλασία και mountain bike στο Navarino Outdoors, πολλαπλά σπορ με ρακέτες στο Navarino Racquet Academy, καθώς και μία μεγάλη ποικιλία υδάτινων δραστηριοτήτων, όπως surfing, wind surfing, kite surfing, καταδύσεις, στο Navarino Sea. Παιδιά και νέοι μπορούν να διασκεδάσουν στις τσουλήθρες του υδάτινου πάρκου και σε άλλες εγκαταστάσεις. Στο σύγχρονο, αθλητικό κέντρο του Navarino Dunes έχουν διαμορφωθεί εγκαταστάσεις μπόουλινγκ, σκουός, badminton και μπάσκετ.

Για τις μικρές ηλικίες, έχει δημιουργηθεί ο παιδικός σταθμός Cocoon και το SandCastle, ένα ειδικά σχεδιασμένο κέντρο που προσφέρει δυνατότητες διανυκτέρευσης, καθώς και συναρπαστικές δραστηριότητες αναψυχής και εκπαίδευσης. Τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό έχει κάνει η αρχιτέκτων Πολυάννα Παρασκευά. Τα παιδιά διευρύνουν τους ορίζοντές τους μέσα από την εξερεύνηση και τη δημιουργία, με διαδραστικά παιχνίδια που βασίζονται στις παραδόσεις και την ιστορία της περιοχής.

Στο άμεσο μέλλον αναμένεται να λειτουργήσει η δεύτερη περιοχή της Costa Navarino, το Navarino Bay, όπου θα βρίσκεται το πρώτο Banyan Tree Resort στην Ευρώπη και ταυτόχρονα θα αποτελεί το πρώτο υπόσκαφο ευρωπαϊκό all-pool-villa resort.

Την έμπνευση για τη σχεδίαση του Navarino Bay έδωσε η αρχαιότερη μορφή αρχιτεκτονικής της περιοχής, οι θολωτές κατασκευές. Τα κτίρια θα είναι υπόσκαφα, πλήρως ενταγμένα στο φυσικό τοπίο, με αποτέλεσμα το Navarino Bay να αποτελέσει τον πρώτο υπόσκαφο τουριστικό προορισμό στην Ευρώπη. Η βασική σχεδιαστική ιδέα θα χρησιμοποιεί στο μέγιστο δυνατό βαθμό φυσικά υλικά, προστατεύοντας το περιβάλλον και τους πολύτιμους φυσικούς πόρους.

Τουριστική ανάπτυξη με σεβασμό στο περιβάλλον

Στην Costa Navarino, αναγνωρίζοντας τη σημαντική συμβολή του φυσικού περιβάλλοντος στη διαμόρφωση τουριστικού προϊόντος υψηλής ποιότητας, η τουριστική ανάπτυξη βασίζεται σε αυστηρούς κανόνες περιβαλλοντικής προστασίας και διαχείρισης. Με στόχο τη δημιουργία ενός αειφόρου, πρότυπου τουριστικού προορισμού που θα διαφυλάσσει και θα προβάλλει το φυσικό πλούτο και την αυθεντική φυσιογνωμία της Μεσσηνίας, η TEMES, με την υλοποίηση μιας σειράς περιβαλλοντικών δράσεων, έχει θέσει την προστασία του περιβάλλοντος ως προτεραιότητα σε όλα τα στάδια της ανάπτυξης της Costa Navarino, από το σχεδιασμό και την κατασκευή μέχρι τη λειτουργία των μονάδων.

Η TEMES σε συνεργασία με την Ελληνική Ορνιθολογική Εταιρεία, μέσω ειδικού Μνημονίου Συνεργασίας, την τοπική αυτοδιοίκηση και άλλους οργανισμούς και φορείς, υλοποιεί εκτεταμένα προγράμματα για την προστασία των σημαντικών βιοτόπων της περιοχής, την ενίσχυση της βιοποικιλότητας και τη διατήρηση και ανάδειξη του Μεσσηνιακού τοπίου καθώς και μια σειρά δράσεων για την παρακολούθηση και προστασία της θαλάσσιας χελώνας Caretta Caretta, του Αφρικανικού χαμαιλέοντα και των σπάνιων πτηνών του υδροβιότοπου της Γιάλοβας.

Επίσης, έχει ξεκινήσει η λειτουργία του περιβαλλοντικού παρατηρητηρίου για την κλιματική αλλαγή στη Μεσόγειο του Navarino Environmental Observatory (N.E.O) εντός της Costa Navarino. Πρόκειται για πρότυπο συνεργασίας μεταξύ της Ακαδημίας Αθηνών, του Πανεπιστημίου της Στοκχόλμης και της TEMES. Παράλληλα με τη λειτουργία του N.E.O., λειτουργεί ένας διαδραστικός περιβαλλοντικός εκθεσιακός χώρος, το Navarino Natura Hall by Hellenic Postbank, με στόχο την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού και ιδιαίτερα των νέων σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος. Ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα που συνδυάζουν το παιχνίδι με τη γνώση, σχεδιάζονται για τα παιδιά. Στο Navarino Natura Hall by Hellenic Postbank, θα μπορούν να μάθουν τα πάντα γύρω από το περιβάλλον, την Μεσσηνιακή γη και τους κατοίκους της με έναν απλό και ταυτόχρονα διασκεδαστικό τρόπο.

Η συμμετοχή και η ευημερία της τοπικής κοινωνίας αποτελούν θεμελιώδη στόχο της ανάπτυξης της Costa Navarino. Η TEMES, δουλεύοντας μαζί με τους τοπικούς φορείς, αναπτύσσει ένα ευρύτατο πρόγραμμα κοινωνικής ευθύνης, προωθώντας εκπαιδευτικές δράσεις, διαφυλάσσοντας την πολιτιστική κληρονομιά του τόπου, στηρίζοντας τοπικές επιχειρήσεις και προϊόντα, δημιουργώντας νέες ευκαιρίες επιχειρηματικής δραστηριότητας και επενδύοντας σε έργα υποδομών στην ευρύτερη περιοχή της Μεσσηνίας. Ήδη η συμβολή της Costa Navarino στην απασχόληση είναι σημαντική, καθώς με την πρώτη φάση λειτουργίας του Navarino Dunes δημιουργήθηκαν περίπου 1.200 νέες θέσεις εργασίας.

Η TEMES A.E. είναι ο φορέας ανάπτυξης της Costa Navarino, του πρώτου ολοκληρωμένου τουριστικού προορισμού υψηλών προδιαγραφών στην Ελλάδα, που συμβάλλει στην καθιέρωση της Μεσσηνίας ως τουριστικής περιοχής υψηλής ποιότητας και παγκοσμίου φήμης. Στην καρδιά της φιλοσοφίας της εταιρείας είναι ο σεβασμός για το περιβάλλον, τις παραδόσεις και την τοπική κοινωνία.

1.4. Ιδιοκτησία Και Διοίκηση - Costa Navarino

TEMES A.E.

Η TEMES A.E. (Τουριστικές Επιχειρήσεις Μεσσηνίας) είναι ο φορέας ανάπτυξης της Costa Navarino, του πρώτου ολοκληρωμένου τουριστικού προορισμού υψηλών προδιαγραφών στην Ελλάδα, που συμβάλλει στην καθιέρωση της Μεσσηνίας ως τουριστικής περιοχής υψηλής ποιότητας και παγκοσμίου φήμης. Στην καρδιά της φιλοσοφίας της εταιρείας είναι ο σεβασμός για το περιβάλλον, τις παραδόσεις και την τοπική κοινωνία.

Ο πρόεδρος του ομίλου TEMES, Αχχιλέας Κωνσταντακόπουλος, έχει σχεδιάσει την υλοποίηση νέων επενδυτικών προγραμμάτων, τουλάχιστον 100 εκατ. ευρώ για την τριετία 2014-16. Ένα από τα πιο σημαντικά μελλοντικά έργα της είναι η πρώτη υπόσκαφη υπερποτελή ξενοδοχειακή μονάδα της Ευρώπης στο τουριστικό θέρετρο της Costa Navarino.

Το υπόσκαφο ξενοδοχείο θα αποτελείται από πολυτελείς βίλες και θα μοιάζει πάρα πολύ με το χωριό των hobbit, που έχει ήδη ζωντανέψει μέσα από τα βιβλία του Τζον Ρόναλντ Ρούελ Τόλκιν (“The Lord of the Rings” & “Hobbit”), θα διοικείται πιθανότητα από τον Ταϊλανδέζο οίκο Banyan Tree που ειδικεύεται στη διαχείριση ξενοδοχειακών μονάδων παρόμοιου είδους. Το ξενοδοχείο Banyan Tree του Costa Navarino θα κατασκευαστεί στο δεύτερο συγκρότημα/περιοχή του θέρετρου, το οποίο θα φέρει την ονομασία Navarino Bay, και εκτιμάται ότι θα είναι έτοιμο προς τα τέλη του 2016.

Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc.

Η Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. είναι μια από τις πρωτοπόρες εταιρείες ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και αναψυχής στον κόσμο με περισσότερες από 1100 ιδιοκτησίες σε περίπου 100 χώρες. Οι πελάτες της μπορούν να επιλέξουν μεταξύ εννέα διαφορετικών αλυσίδων που περιλαμβάνουν ξενοδοχεία, θέρετρα αναψυχής, spa και κατοικίες.

Τα τελευταία πέντε χρόνια η Starwood έχει διπλασιάσει παγκοσμίως των αριθμό πολυτελών δωματίων της, για να ανταποκριθεί στην αυξανόμενη παγκόσμια ζήτηση. Η διεθνής αλυσίδα έχει τον μεγαλύτερο αριθμό πολυτελών ξενοδοχείων στον κλάδο, διαθέτοντας περισσότερα από 160 πολυτελή ξενοδοχεία που λειτουργούν ως St. Regis, Luxury Collection και W.

Η Starwood διαχειρίζεται έντεκα ξενοδοχεία στη χώρα μας μέσω της αλυσίδας Sheraton, Westin και Luxury Collection όπως ακολουθούν:

- **Sheraton Rhodes Resort**
- **Hotel Grande Bretagne, Athens**
- **The Westin Athens Astir Palace Beach Resort**
- **Arion Resort & Spa, Astir Palace, Athens**
- **Santa Marina Resort & Villas, Mykonos**
- **Blue Palace Resort & Spa, Elounda**
- **Mystique, Oia**
- **The Westin Resort, Costa Navarino**
- **The Romanos, Costa Navarino**
- **Vedema Resort**
- **King George, Athens**

1.5. Προσφορά Στην Ελλάδα - Τοπική Κοινωνία

Παγκόσμιες Διακρίσεις

Μία από τις πιο σημαντικές προσφορές της Costa Navarino στην τοπική κοινωνία αλλά και στην ευρύτερη περιοχή της Μεσσηνίας (και της Ελλάδας κατ' επέκταση) είναι οι πολυάριθμες διακρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, που δικαιωματικά κατατάσσουν την περιοχή στο επίκεντρο του παγκόσμιου χάρτη αλλά και την Costa Navarino στις πρώτες θέσεις των καλύτερων τουριστικών θέρετρων της Μεσογείου.

Παρακάτω παρατίθενται όλα τα βραβεία και διακρίσεις που έχει αποκτήσει η Costa Navarino, από την πρώτη χρονιά λειτουργίας της (2010) μέχρι και σήμερα:



The Romanos - Reception

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ - ΜΕΣΣΗΝΙΑ

- 2013 EHMA Sustainability Award by Diversey, **Costa Navarino**
- Δημοφιλείς Ταξιδιωτικοί Προορισμοί για το 2012 – Travel & Leisure (ΗΠΑ) **Costa Navarino**
- 20 κορυφαίοι προορισμοί ανά τον κόσμο για το 2011 - National Geographic Traveler (ΗΠΑ), **Costa Navarino & Μεσσηνία**

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

- **Holiday Check Quality Selection 2013**
Ανάμεσα στα καλύτερα προτεινόμενα ξενοδοχεία της Ευρώπης Costa Navarino
The Westin Resort, Costa Navarino
- **The Green Key eco label**
The Westin Resort, Costa Navarino
- **Best Workplaces 2013**
Ανάμεσα στις κορυφαίες επιχειρήσεις με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον
The Westin Resort & The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **Senses Wellness Awards 2013**
Το καλύτερο ξενοδοχειακό Περιβάλλον 2013
The Westin Resort & The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **Hottest Travel Destinations of 2012 – Travel & Leisure (USA)**
The Westin Resort & The Romanos, a Luxury Collection Resort - Costa Navarino

- **Βραβεία Hôtel & Lodge 2012 (Γαλλία)**
Costa Navarino, 2^η θέση, κατηγορία: Resorts
- **Diners Club Magazin (Γερμανία)**
Τα Καλύτερα Παραθαλάσσια Ξενοδοχεία της Ευρώπης 2012
The Westin Resort, Costa Navarino - Φιναλίστ
- **Condé Nast Traveller Reader's Travel Awards 2012 (Μ. Βρετανία)**
Ανάμεσα στα "Καλύτερα Ξενοδοχεία στο Εξωτερικό: Ευρώπη, Μικρά Ασία, Ρωσική Ομοσπονδία"
The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **CNNGo**
Τα Καλύτερα Παραθαλάσσια Resorts του Κόσμου
The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **Condé Nast Traveller Reader's Travel Awards 2011 (Μ. Βρετανία)**
Καλύτερο Ξενοδοχείο στο Εξωτερικό: Ευρώπη, Μικρά Ασία, Ρωσική Ομοσπονδία
("Favourite Overseas Leisure Hotel: Europe, Asia Minor and the Russian Federation")
The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **Gold List 2012**
Τα Καλύτερα Ξενοδοχεία του Κόσμου 2012 - Condé Nast Traveller (Μ. Βρετανία)
The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **Hot List 2011**
Τα Καλύτερα Νέα Ξενοδοχεία του Κόσμου 2011
Costa Navarino
- **Hot List 2011**
Τα Καλύτερα Νέα Ξενοδοχεία του Κόσμου 2011 - Condé Nast Traveller (Μ. Βρετανία)
The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **Hot List 2011**
Τα Καλύτερα Νέα Ξενοδοχεία του Κόσμου 2011 – Condé Nast Traveler (ΗΠΑ)
The Westin Resort & The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **It List 2011**
Τα Καλύτερα Νέα Ξενοδοχεία του Κόσμου 2011 – Travel & Leisure (ΗΠΑ)
The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **Πιστοποιητικό Διάκρισης 2011**
TripAdvisor
The Westin Resort & The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **Τα Καλύτερα Νέα Ξενοδοχεία της Ευρώπης 2010**
The Sunday Times (Μ. Βρετανία)
The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **Geo Saison (Γερμανία)**
Τα 100 Καλύτερα Ξενοδοχεία της Ευρώπης
The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino

ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ & DESIGN

- **Ευρωπαϊκά Βραβεία Hotel Design 2010**
Καλύτερη Σουίτα, Εσωτερικός Σχεδιασμός του Έτους
Royal Villa Koroni, The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino
- **Βραβεία MIPIM 2011**
Κατηγορία “Hotel & Tourism Resorts”
Navarino Dunes, Costa Navarino – Φιναλίστ
- **Παγκόσμιο Φεστιβάλ Αρχιτεκτονικής (WAF) Βραβεία 2011**
Κατηγορία “Διακοπές”
SandCastle – Φιναλίστ
- **Παγκόσμιο Φεστιβάλ Αρχιτεκτονικής (WAF) Βραβεία 2011**
Κατηγορία “Μάθηση”
Cocoon – Φιναλίστ
- **Ελληνική εκπροσώπηση για το Βραβείο Mies Van der Rohe 2011**
Cocoon – Φιναλίστ
- **Αρχιτεκτονικά Βραβεία ΔΟΜΕΣ 2011**
Cocoon – Έπαινος
- **Restaurant & Bar Design Awards 2012**
Barbouni (K-Studio) - Φιναλίστ
Inbi (MKV Design) – Φιναλίστ
- **Mies van der Rohe Award 2013**
Barbouni (K-Studio) – Υποψηφιότητα

ΣΠΑ

- **Hot List 2011**
Condé Nast Traveler (USA)
Anazoe Spa, Costa Navarino
- **The Sunday Times Style magazine (UK)**
Οδηγός Σπα 2011 για τα Καλύτερα Σπα ανά τον κόσμο
Anazoe Spa, Costa Navarino



Anazoe Spa

ΓΚΟΛΦ

- **Golf Journal Travel Awards 2013**
“Newcomer of the Year 2013”
The Bay Course & The Dunes Course, Costa Navarino
- **Tiger Woods PGA TOUR 12: The Masters**
Το μοναδικό γήπεδο γκολφ στην ηπειρωτική Ευρώπη που συμπεριλαμβάνεται ανάμεσα σε 16 από τα καλύτερα γήπεδα γκολφ ανά τον κόσμο
The Dunes Course, Costa Navarino
- **Golf World (M. Βρετανία)**
“Τα 100 καλύτερα γήπεδα γκολφ στην Ευρώπη, 2011”
The Dunes Course, Costa Navarino
- **Golf Monthly (M. Βρετανία)**
“Τα 50 καλύτερα γήπεδα γκολφ στην ηπειρωτική Ευρώπη, 2011”
The Dunes Course, Costa Navarino
- **Golf World (M. Βρετανία)**
“Τα πιο συναρπαστικά νέα γήπεδα γκολφ του κόσμου, 2011”
The Dunes Course, Costa Navarino
- **Robb Report (ΗΠΑ)**
“Τα καλύτερα γήπεδα του κόσμου 2012”
The Bay Course, Costa Navarino

NAVARINO ICONS

- **Red dot Awards**
Communication design 2012

NAVARINO VINEYARDS

- **AWC Vienna**
Silver Award
Kotyle

Προβολή Της Ελληνικής Και Μεσσηνιακής Γαστρονομίας Στο Εξωτερικό

Ήδη από το 2012 η **Πρεσβεία της Ελλάδας στις Η.Π.Α.**, μαζί τη σειρά **Navarino Icons** από την **Costa Navarino**, καθώς και σε συνεργασία με τα γνωστά καταστήματα **Dean & DeLuca**, παρουσίασαν την πλούσια ελληνική γαστρονομική παράδοση σε εκδήλωση με τίτλο: **“Διατροφή και προϊόντα του Ελληνικού Πάσχα”** στο πλαίσιο του προγράμματος της Πρεσβείας: **“Υγεία, Διατροφή και Φυσική Κατάσταση”**.

Η εισαγωγή στην εκδήλωση έγινε από την Πρεσβευτή Σύμβουλο της Πρεσβείας για πολιτιστικά θέματα, κυρία Ζωή Κοσμίδου η οποία αναφέρθηκε στις παραδόσεις του Ελληνικού Πάσχα με σκοπό να γνωρίσουν οι παρευρισκόμενοι τον πλούτο των ελληνικών προϊόντων και τις παραδόσεις, τα ήθη και έθιμα που συνδέονται με αυτή τη θρησκευτική περίοδο. Η



Navarino Icons

Η εκδήλωση τόνισε παράλληλα, τη σπουδαιότητα της ελληνικής υγιεινής διατροφής, η οποία αναδεικνύεται και μέσα από τις πατροπαράδοτες συνήθειες των ημερών του Πάσχα, όπως αυτό γιορτάζεται στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Με την παρουσία της τίμησε την εκδήλωση η γνωστή συγγραφέας κυρία **Joan Nathan**, η οποία έχει γράψει δέκα βιβλία μαγειρικής, αρθρογραφεί συχνά σε σημαντικά αμερικανικά ΜΜΕ και έχει βραβευθεί με το **“Silver Spoon Award”** από το περιοδικό **Food Arts**. Η Nathan ανέλυσε τα οφέλη της ελληνικής διατροφής και εξήγησε πώς τα ελληνικά προϊόντα μπορούν να αποτελέσουν καταλυτικό παράγοντα μίας πλήρους και εξισορροπημένης διατροφής. Ανέφερε χαρακτηριστικά πως *“Οι πρόγονοί μας στην Ανατολική Μεσόγειο ήξεραν πώς να τρέφονται σωστά, το επεξεργασμένο φαγητό δεν αποτελούσε μέρος της διατροφής τους”*.

Η σειρά **Navarino Icons** περιλαμβάνει προϊόντα εμπνευσμένα από την πλούσια παράδοση, την ιστορική κληρονομιά και τη φύση της Μεσσηνίας. Όπως στην καρδιά της φιλοσοφίας της Costa Navarino βρίσκεται ο σεβασμός για το περιβάλλον, τις παραδόσεις και την τοπική κοινωνία, έτσι και μέσω των Navarino Icons, προάγονται ο πολιτισμός και οι γεύσεις της Μεσσηνίας, με στόχο να μεταφέρουν την αυθεντική φυσιογνωμία της περιοχής σε όλο τον κόσμο.

Τα **Navarino Icons** διατίθενται στα εξής παρακάτω σημεία:

- **Harrods** (Λονδίνο)
- **Julius Meinl am Graben** (Βιέννη)
- **Dean & DeLuca** (ΗΠΑ, Σιγκαπούρη και ανά τον κόσμο)
- **Hellenic Duty Free Shops**
- **Attica** (Golden Hall & City Link)
- **Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, Μουσείο Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας**
- **Παντοπωλείο της Θεσσαλονίκης**
- **Cellar & Bottega** (Κύπρος) και σε άλλα γνωστά σημεία στην Ελλάδα και το εξωτερικό

Συνεργασία Costa Navarino Με Διεθνείς Αεροπορικές Εταιρίες

Η **Costa Navarino** έχει ήδη ξεκινήσει συνεργασία με τη Lufthansa, με στόχο την προβολή των ελληνικών προϊόντων σε επιβάτες από όλο τον κόσμο. Η σειρά προϊόντων **Navarino Icons** βρίσκεται (από την 1^η Φεβρουαρίου 2012) στο **Lufthansa Business Lounge** του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών. Έτσι όσοι το επισκέπτονται θα μπορούν να δοκιμάσουν σε πρώτη φάση το θυμαρίσιο μέλι, το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο και το αλάτι με δενδρολίβανο, ενώ σταδιακά θα έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν όλες τις Μεσσηνιακές γεύσεις και την πλούσια ελληνική γαστρονομική παράδοση.

Η σειρά προϊόντων που διατίθεται ήδη στα **Hellenic Duty Free Shops**, έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον ελλήνων και ξένων ταξιδιωτών. Τα αντικείμενα είναι εμπνευσμένα από την πλούσια παράδοση, την ιστορική κληρονομιά και τη φύση της Μεσσηνίας. Όπως στην καρδιά της φιλοσοφίας της Costa Navarino βρίσκεται ο σεβασμός για το περιβάλλον, τις παραδόσεις και την τοπική κοινωνία, έτσι και μέσω των Navarino Icons, προάγονται ο πολιτισμός και οι γεύσεις της Μεσσηνίας, μεταφέροντας την αυθεντική φυσιογνωμία της περιοχής στα σπίτια όλου του κόσμου.

Το Lufthansa Business Lounge προσφέρει τη δυνατότητα σε επισκέπτες από όλο τον κόσμο, μίας νέας γευστικής εμπειρίας και μία τελευταία γεύση από Ελλάδα, με τα καλύτερα προϊόντα από κάθε γωνιά της χώρας μας.

Τα προϊόντα Navarino Icons δημιουργούνται από τοπικούς παραγωγούς και αγγαιοπλάστες, με σεβασμό στον πολιτισμό, στην ιστορία του τόπου και στις συνταγές που έχουν περάσει από γενιά σε γενιά, χρησιμοποιώντας παραδοσιακές μεθόδους, σε μικρές ποσότητες και με αυστηρό ποιοτικό έλεγχο σε κάθε στάδιο της μέσα από τα αντικείμενα τέχνης, που έχουν δημιουργηθεί από αγγαιοπλάστες, αντλώντας την έμπνευσή τους από τα 4.500 χρόνια ιστορικής κληρονομιάς. Κεραμικά ζάρια, κούκλες και ζώα που κατείχαν σημαντικό ρόλο στην αρχαιότητα, καθώς και κεραμικά πιάτα με βώλους αλλά και παζλ με Μυκηναϊκές τοιχογραφίες περιλαμβάνονται στη συλλογή.

Με αυτό το πρόγραμμα, η Lufthansa στοχεύει στην παρουσίαση τόσο των τοπικών προϊόντων, όσο και στην ιστορία της περιοχής παραγωγής και καλλιέργειας τους, ενώ παράλληλα επιθυμεί να προσελκύσει τους φιλοξενούμενούς της να δοκιμάσουν τα προϊόντα ενώ ξεκουράζονται στο ανανεωμένο Business Lounge της Lufthansa.

Οι Θέσεις Εργασίας Και Οι Διακρίσεις Για Το Άριστο Εργασιακό Περιβάλλον

Ο Βασίλης Κωνσταντακόπουλος “έφυγε” από τη ζωή ένα χρόνο μετά την ολοκλήρωση του έργου του στη Μεσσηνία, στα 76 του χρόνια. Άφησε πίσω μία αυτοκρατορία στη θάλασσα και στη στεριά και τρεις διαδόχους. Τον Αχιλλέα, που “κινεί” το **Costa Navarino**, τον Κωνσταντίνο και τον Χρήστο.

“Πρέπει να σας γίνει συνείδηση ότι η φιλοσοφία του εύκολου κέρδους και της αρπαχτής δεν έχει μέλλον. Αν το έκανα εγώ, δεν θα είμαστε εδώ τώρα”. Η φράση αυτή του “πατριάρχη” της οικογένειας έχει μείνει χαραγμένη στη μνήμη και των τριών αγοριών και ιδιαίτερα για τον Αχιλλέα έχει γίνει οδηγός ζωής.

Δεν είναι τυχαίο ότι η Costa Navarino βρίσκεται ανάμεσα στις κορυφαίες επιχειρήσεις με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον, και μοναδική στον τουριστικό τομέα, σύμφωνα με την έρευνα που διοργάνωσε το **Great Place to Work® Institute Hellas**. Η αξιολόγηση των **“Best Workplaces 2013”** πραγματοποιήθηκε για 11η συνεχή χρονιά και δημοσιεύθηκε στις 7 Απριλίου 2013 στον Τύπο.

Στην έρευνα και αξιολόγηση, η οποία έγινε σε συνεργασία με το **ALBA Graduate Business School**, διακρίθηκαν 25 επιχειρήσεις οι οποίες χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες ανάλογα με τον αριθμό των εργαζομένων τους. Ανάμεσα στις επιχειρήσεις που διακρίθηκαν και απασχολούν περισσότερους από 250 εργαζόμενους, βρίσκεται και η **Costa Navarino**, ο διεθνής τουριστικός προορισμός υψηλών προδιαγραφών που αναπτύσσεται στη Μεσσηνία, σε ένα από τα πιο μαγευτικά παραθαλάσσια τοπία της Μεσογείου με 4.500 χρόνια ιστορίας.

Με την πρώτη φάση λειτουργίας της Costa Navarino δημιουργήθηκαν περίπου 1.200 νέες θέσεις εργασίας. Το εργασιακό περιβάλλον αποτελεί βασικό όχημα για την επιτυχία και η Costa Navarino είναι ένας χώρος όπου μέσω της αδιάλειπτης εκπαίδευσης, υπάρχει συνεχής εξέλιξη και επιβράβευση. Στόχος της εταιρείας είναι η δημιουργία ενός κλίματος δημιουργικότητας, αλληλοσεβασμού αλλά και χαράς. Η εταιρεία προσπαθεί να αξιοποιεί κάθε αφορμή για την ενίσχυση των σχέσεων μεταξύ των εργαζομένων, μέσα από πρωτοβουλίες όπως οι μηνιαίες βραβεύσεις των συνεργατών, οι εκδηλώσεις κοινωνικής αλληλεγγύης και η Ετήσια Γιορτή Συνεργατών. Ιδιαίτερα μεγάλη έμφαση δίνεται στη συνεχή εκπαίδευση και ανάπτυξη των εργαζομένων, καθώς και στη διασφάλιση της αμφίδρομης επικοινωνίας, μέσω πολιτικής “ανοικτής πόρτας”, προγραμμάτων coaching και mentoring και έκδοσης μηνιαίου περιοδικού. Παράλληλα, οι συνεχείς προσπάθειες διασφάλισης άριστων εργασιακών συνθηκών πλαισιώνονται από σειρά ειδικών παροχών και προνομίων.



Φωτογραφία Προσωπικού – Pre-opening