

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Κατασκευή και κοστολόγηση πρότυπων
συνταγών σε εστιατόριο με παραδοσιακή
Ελληνική κουζίνα. Δημιουργία βάσης
δεδομένων για την διαχείριση πρότυπων
συνταγών.**

ΠΑΣΧΟΥ ΣΟΦΙΑ

ΠΑΤΟΥΧΑ ΦΩΤΕΙΝΗ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΑΛΚΙΒΙΑΔΗΣ

ΠΑΤΡΑ 2014

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Οι επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, τα τελευταία χρόνια αντιμετωπίζουν μια βαθιά κρίση λόγω των παγκόσμιων οικονομικών συνθηκών. Για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στην παρούσα κατάσταση θα πρέπει να εφαρμόσουν νέες πρακτικές και να βελτιώσουν τις ήδη υπάρχουσες. Η χρήση νέων τεχνολογιών, η συνεχής εκπαίδευση του προσωπικού και η σωστή έρευνα αγοράς αυξάνει τις πιθανότητες κερδοφορίας μιας επιχείρησης.

Το κλειδί για την επιτυχία και την κερδοφορία μιας επιχείρησης μαζικής εστίασης είναι η σωστή κοστολόγηση και η χρησιμοποίηση πρότυπων συνταγών. Με αυτούς τους δύο τρόπους η διοίκηση της επιχείρησης μπορεί να εξοικονομήσει χρήματα, ενέργεια και να βελτιώσει αισθητά την διαδικασία παραγωγής. Επίσης σημαντικό ρόλο μπορούμε να πούμε ότι έχει ο ακριβής καθορισμός κόστους των πρώτων υλών (food cost) αφού βοηθά στη διαμόρφωση της τελικής τιμής πώλησης ενός πιάτου και στην αποσαφήνιση του περιθωρίου κέρδους.

Σκοπός της παρούσας Πτυχιακής εργασίας είναι η μελέτη και η εξέλιξη των επιχειρήσεων μαζικής εστίασης ανά τα χρόνια, η σημασία του food and beverage management, το πόσο σημαντικός είναι ο σωστός σχεδιασμός του μενού, η κοστολόγηση και τέλος η κατασκευή και η χρήση πρότυπων συνταγών διάφορων ειδών κουζίνας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια ιστορική αναδρομή των επισιτιστικών επιχειρήσεων στον ελλαδικό χώρο, ξεκινώντας από την Αρχαία Ελλάδα και καταλήγοντας στο σήμερα. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρουμε τι είναι το εστιατόριο, τους χώρους του, την υποδομή του και τον εξοπλισμό. Επίσης αναλύεται ο σωστός σχεδιασμός για την καλύτερη λειτουργία ενός εστιατορίου.

Στο τρίτο κεφάλαιο, αρχικά εξετάζουμε και αναλύουμε το τμήμα food and beverage και το πόσο σημαντικό ρόλο έχει αυτό μέσα σε μια επιχείρηση. Στη συνέχεια παραθέτουμε το αντικείμενο, το ρόλο του f&b manager και τις αρμοδιότητες του. Μετά αναλύουμε το σχεδιασμό που είναι βασική προϋπόθεση για την επιτυχία των επισιτιστικών τμημάτων. Επίσης παρουσιάζουμε την οργάνωση, τη στελέχωση, τον συντονισμό, τη διεύθυνση, τον έλεγχο, την εκτίμηση και τη διόρθωση μιας επιχείρησης.

Στο τέταρτο κεφάλαιο ξεκινάμε με τη σύνθεση του εδεσματολογίου μιας επιχείρησης, αναφερόμαστε επίσης στο τι είναι το menu engineering, στη σύνθεση και στον έλεγχο της λειτουργίας του menu engineering και συνεχίζουμε με το food cost, τα είδη αυτού και πώς υπολογίζετε.

Στο πέμπτο κεφάλαιο προσδιορίζουμε τα πρότυπα και τις πρότυπες διαδικασίες δηλ.: πρότυπες συνταγές, πρότυπες αποδόσεις, πρότυπες μερίδες κτλ. Στη συνέχεια αναλύουμε τις πρότυπες συνταγές και τα πλεονεκτήματά τους και τέλος τη διαδικασία κοστολόγησης και ποια είναι η σωστή μέθοδος. Η εργασία αυτή τελειώνει με το έκτο κεφάλαιο που είναι η παρουσίαση πρότυπων συνταγών Κρητικής και Θρακιώτικης κουζίνας σε πίνακες.

Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1: Ιστορική αναδρομή επισιτιστικών επιχειρήσεων.....	6
1.1 Καταγωγή, πανδοχεία και καπηλειά στην Αρχαία Ελλάδα.....	6
1.2 Οι διατροφικές συνήθειες στο Βυζάντιο	7
1.3 Χάνια και Καραβάν Σεράγια	7
1.4 Αναγέννηση, Γαλλική Επανάσταση ... μέχρι σήμερα.....	8
Κεφάλαιο 2: Η επιχείρηση μαζικής εστίασης.....	10
2.1 Χώρος και υποδομή εστιατορίου	10
2.2 Κύριοι χώροι εστιατορίου	10
2.3 Βοηθητικοί χώροι εστιατορίου.....	11
2.4 Ο εξοπλισμός του εστιατορίου.....	12
2.4.1 Τα έπιπλα.....	12
2.4.2 Τα επιτραπέζια σκεύη.....	14
2.4.3 Ο ψαττισμός.....	15
2.5 Σχεδιασμός, κατασκευή, λειτουργία ενός εστιατορίου	16
2.6 Προσδιορισμός των βασικών αρχών διοίκησης και οργάνωσης	18
2.7 Η ιδανική σύγχρονη κουζίνα – Σχεδιασμός μιας λειτουργικής και αποδοτικής εγκατάστασης.....	19
2.7.1 Τα βασικά προβλήματα κατά τον σχεδιασμό μιας επαγγελματικής κουζίνας	19
2.7.2 Ο εξοπλισμός	20
2.7.3 Παράγοντες που επηρεάζουν την εγκατάσταση.....	20
2.7.4 Χώροι κουζίνας (προετοιμασίας και παραγωγής).....	21
Κεφάλαιο 3: Food and Beverage Management.....	23
3.1 Σημασία του τμήματος F&B.....	23
3.2 Food and Beverage Manager	24
3.3 Ο ρόλος του manager	26
3.4 Ο σχεδιασμός.....	27
3.5 Η οργάνωση	27
3.6 Η στελέχωση	28
3.7 Ο συντονισμός	28
3.8 Η διεύθυνση.....	28
3.9 Ο έλεγχος	29
3.10 Στόχοι του ελέγχου επισιτιστικών τμημάτων.....	30

3.11 Εκτίμηση και διόρθωση	31
3.12 Ποιότητα στις επισιτιστικές επιχειρήσεις	31
3.13 Διασφάλιση ποιότητας στις επισιτιστικές επιχειρήσεις	32
3.14 Έλεγχος της ποιότητας στο F&B.....	33
3.15 Η ποιότητα του προϊόντος του τμήματος F&B.....	33
3.16 Το marketing του F&B.....	34
Κεφάλαιο 4:Το μενού, ανάλυση κόστους λειτουργίας & food cost.....	36
4.1 Μενού	36
4.2 Menu engineering.....	38
4.3 Μηχανική μενού στην πράξη.....	40
4.4 Ανάλυση του κόστους Λειτουργίας – Κοστολόγηση	42
4.5 Τι είναι το Food Cost.....	47
4.5.1 Είδη food cost	47
4.5.2 Υπολογισμός του food cost.....	48
4.5.3 Παράγοντες που επηρεάζουν το food cost (κόστος υλικών)	48
4.6 Καθορισμός σωστής τιμής	49
4.6.1 Τρόποι καθορισμού σωστής τιμής	49
Κεφάλαιο 5: Καθιέρωση πρότυπων διαδικασιών	52
5.1 Υπολογισμός προτύπων.....	52
5.2 Πρότυπες προδιαγραφές αγορών	53
5.3 Πρότυπες συνταγές	53
5.4 Πρότυπες αποδόσεις	53
5.5 Πρότυπες μερίδες	54
5.6 Πρότυπο κόστος ανά μερίδα	55
5.7 Πρότυπες συνταγές	55
5.7.1 Πρότυπες συνταγές- Πλεονεκτήματα και τυπολογία.....	56
5.7.2 Τύποι πρότυπων συνταγών	57
5.7.3 Στοιχεία πρότυπης συνταγής.....	57
5.8 Γιατί χρειάζεται η κοστολόγηση	58
5.9 Η διαδικασία της κοστολόγησης είναι σημαντική για τους εξής λόγους:	58
5.10 Διαδικασία κοστολόγησης.....	58
5.11 Τύποι που χρησιμοποιούμε στις πρότυπες συνταγές:.....	62
5.12 Προϋπολογισμός	62
5.13 Οι πωλήσεις	63

5.14 Τα κέρδη	63
5.15 Εκπαίδευση για την παραγωγή	64
Κεφάλαιο6: Δημιουργία βάσεων δεδομένων με πρότυπες συνταγές Κρητικής και Θρακιώτικης κουζίνας	65
6.1 Βάση δεδομένων με πρότυπες συνταγές Κρητικής κουζίνας	65
6.2 Βάση δεδομένων με πρότυπες συνταγές Θρακιώτικης κουζίνας	73
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	80
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	80
INTERNET LINKS	80

Κεφάλαιο 1: Ιστορική αναδρομή επισιτιστικών επιχειρήσεων

Η εστίαση αποτελούσε ανέκαθεν μια από τις πιο σημαντικές δραστηριότητες του ανθρώπου, μιας και είναι άμεσα συνδεδεμένη με την καθημερινή ζωή και τις φυσικές ανάγκες επιβίωσης.

Στα Ομηρικά χρόνια ο θεσμός της φιλοξενίας και της υποδοχής ήταν ιερός, δημιουργήθηκε από την ανάγκη παροχής τροφής και στέγης και την έλλειψη πανδοχείων ή ξενοδοχείων σε όσους ταξίδευαν. Φιλοξενία είναι η εγκάρδια υποδοχή των ξένων και αποτελεί δείγμα κοινωνικότητας, ανθρωπιάς και πλούσιων συναισθημάτων. Το τυπικό της φιλοξενίας κατά τα Ομηρικά χρόνια περιελάμβανε υποδοχή και πρώτες περιποιήσεις, λουτρό, γεύμα, προσφορά διαμονής κ.ά. Στο τραπέζι φίλευαν τον ξένο, παραθέτοντάς του δείπνο ή γεύμα στο οποίο τηρούσαν μια διαδικασία, παραχωρούσαν στον ξένο τιμητική θέση, του έφερναν να πλυθεί πριν το φαγητό και του παραχωρούσαν εκλεκτή μερίδα φαγητού και ποτού.

1.1 Καταγωγή, πανδοχεία και καπηλειά στην Αρχαία Ελλάδα

Το καθημερινό φαγητό στα Ομηρικά χρόνια ήταν κυρίως κρέας, ψωμί και κρασί. Το κρέας μαγειρευόταν εντός της οικίας ή της αυλής. Άλλα βασικά προϊόντα διατροφής της εποχής ήταν το γάλα, το τυρί, το μέλι και τα λαχανικά. (Μάρας, 1997, σελ.14)¹

Στην Αρχαία Ελλάδα η φιλοξενία θεωρείτο πράξη αρετής. Όταν εμφανιζόταν ένας ξένος, ο κύριος του σπιτιού ή κατά τους αρχαίους Έλληνες "ξενοδόχος" ή "στεγανόμος", τον προσκαλούσε στο σπίτι του και παρέθετε γεύμα προς τιμή του.

Στην Ελλάδα, χώρα της φιλοξενίας και της γαστρονομίας το επίσημο γεύμα συνδυαζόταν με φιλοσοφική συζήτηση. Η εστίαση πολλές φορές συνδυαζόταν με διάφορες εκδηλώσεις, όπως τα Διονύσια ή τα Παναθήναια. Επίσης αξίζει να σημειωθεί η ιδιαίτερη θέση που κατείχε το σερβίρισμα του κρασιού στο τραπέζι από ειδικούς τραπεζοκόμους, τους οινοχόους.

Εκείνη την εποχή υπήρχαν τα καταγώγια τα οποία χτίζονταν κοντά σε ναούς ή όπου διοργανώνονταν γιορτές και αγώνες, όπως στην Αρχαία Ολυμπία, τους Δελφούς και την Επίδαυρο. Αξίζει να σημειωθεί η ύπαρξη του Καταγώγιου Ασκληπιείου Επιδαύρου το οποίο λειτουργούσε ως ξενώνας. Πρόκειται για ένα κτίριο με χρηστικό ρόλο το οποίο χτίστηκε στο τέλος του 4^{ου} ή στις αρχές του 3^{ου}π.Χ.

Οι Αρχαίοι Έλληνες συνήθιζαν να περπατούν πολύ, αξίζει να σημειωθεί ότι κάθε πέντε χρόνια κατέφθανε πλήθος κόσμου στην Ολυμπία περπατώντας, έτσι εμφανίστηκαν και τα πρώτα πανδοχεία στην ύπαιθρο, ήταν ιδιωτικά και κερδοσκοπικά, αντίθετα από τα καταγώγια τα οποία τα οποία συνήθως ήταν δημόσια και αφιλοκερδή.

Οι πελάτες των πανδοχείων ήταν οικονομικά ασθενείς συνήθως άρα και οι υπηρεσίες που προσέφεραν ήταν αντίστοιχες, στη συνέχεια όμως οι υπηρεσίες τους βελτιώθηκαν και αυξήθηκαν με προσφορά υπηρεσιών σίτισης.

Οι Αρχαίοι Έλληνες αρχικά έτρωγαν καθιστοί, αλλά με την πάροδο του χρόνου συνήθιζαν να τρώνε ξαπλωμένοι σε ανάκλιτρα και οι γυναίκες καθισμένες. Η συνήθεια να τρώει κανείς ξαπλωμένος, αν και άγνωστη στην Ομηρική εποχή, ήταν παρόλα αυτά πολύ παλιά, όπως αποδεικνύεται από τα ζωγραφισμένα αγγεία του 7^{ου} αιώνα. Μπροστά στον κάθε συνδαιτυμόνα τοποθετούσαν ένα τραπέζι, επάνω στο οποίο υπήρχε ένα πιάτο κι' ένα ποτήρι. Τις σούπες ζωμούς τις έτρωγαν με κουτάλι, ενώ το πιρούνι ήταν άγνωστο και το αντικαθιστούσαν με τα χέρια. Υπήρχε πολυάριθμο προσωπικό και απόλυτη εξυπηρέτηση. Έτρωγαν ορεκτικά, κρέας, πουλερικά, ψάρια, σαλάτες, φρούτα και καρπούς.

Τα καπηλειά ήταν αρχικά είδος ταβέρνας όπου προσέφεραν κυρίως κρασί αλλά και φαγητό, το κεντρικό τους προϊόν ήταν η διασκέδαση. Δεδομένου ότι υπήρχε ζήτηση πρόσθεσαν στις υπηρεσίες τους και την προσφορά στέγης στους ταξιδιώτες. Οι Ρωμαίοι ονόμαζαν τα

¹ Μάρας Αθανάσιος Γ. (1997), Οργάνωση – Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων, Αθήνα:INTERBOOKS

καπηλεία *campona* και *ganea*. Το επάγγελμα του καπήλου θεωρείτο ανέντιμο και η λέξη φέρει την έννοια του κλέφτη ακόμα και σήμερα. Παρουσίαζε δε τέτοια ομοιότητα με το επάγγελμα του πανδοχέα, ώστε δημιουργήθηκε σύγχυση στον κόσμο, με αποτέλεσμα και τη δυσφήμιση του επαγγέλματος του πανδοχέα. (Λαλούμης, 1998)

Οι αρχαίοι Αθηναίοι, όπως γενικά όλοι οι αρχαίοι Έλληνες αγαπούσαν πολύ το κρασί και το καλό φαγητό. Και αν η αριστοκρατία διασκέδαζε στα συμπόσια τρώγοντας και κυρίως πίνοντας, το αντίστοιχο για τους απλούς ανθρώπους ήταν οι ταβέρνες και τα καπηλεία, στα οποία ήταν ελεύθερη η είσοδος για όλους. Μια τέτοια ταβέρνα εντοπίστηκε στην Αρχαία Αγορά της Αθήνας από τον Αμερικανό αρχαιολόγο Τ. Λέσλι Σιρ Τζούνιορ κατά τις ανασκαφές της Αμερικανικής Αρχαιολογικής σχολής.

1.2 Οι διατροφικές συνήθειες στο Βυζάντιο

Οι βυζαντινοί δεν είχαν τη συνήθεια του πρωινού. Έτρωγαν το «άριστον», το πρώτο φαγητό της ημέρας, όχι το πρωί, όπως οι Αρχαίοι Έλληνες, αλλά γύρω στο μεσημέρι. Ακολουθούσε το γεύμα το απόγευμα και το βράδυ, πριν βασιλέψει ο ήλιος, το δείπνο, που ήταν κανόνα το πιο μεγάλο και δαπανηρό. Το πιο σημαντικό στοιχείο της καθημερινής διατροφής ήταν το ψωμί. Έτρωγαν ψωμί μαζί με το τυρί, συνήθιζαν να τρώνε ελιές, τις οποίες διατηρούσαν σε άλμη ή σε ξύδι.

Το τραπέζι που έτρωγαν οι Βυζαντινοί λεγόταν και «τάβλα». Είχε σχήμα στρογγυλό ή τετράγωνο και είχε πρακτική σημασία γιατί συνήθιζαν να τοποθετούν στη μέση την πινακίδα με τα φαγητά έτσι ώστε οι καθήμενοι να απέχουν εξίσου. Την περίοδο αυτή εμφανίζεται το τραπεζομάντηλο το οποίο ήταν και ένδειξη της κοινωνικής και οικονομικής θέσης του οικοδεσπότη, καθώς επίσης και των πιρουνιών τουλάχιστον στην Αυτοκρατορική αυλή. Το σερβίρισμα γινόταν από προσωπικό διαφορετικής βαθμίδας δηλαδή την πρώτη ίσως μορφή ιεραρχίας σε αυτόν τον τομέα. Τα φαγητά πρωτοσερβίρονταν από αριστερά και ο επικεφαλής «Δομestίκης», που θα μπορούσε σήμερα να έχει τη θέση του “Maitre d’ hotel”, επέβλεπε τη διαδικασία.

1.3 Χάνια και Καραβάν Σεράγια

Την εποχή της Τουρκοκρατίας, οι ξενώνες κατασχέθηκαν ή καταστράφηκαν και τα πανδοχεία σταδιακά έπαψαν να λειτουργούν. Τη φιλοξενία προσέφεραν τα «Χάνια» και τα «Καραβάν Σεράγια» .

Τα καραβάν σεράγια ήταν αρχικά αξιόλογα οικοδομήματα, οι ταξιδιώτες πλήρωναν ελάχιστα για τον ύπνο και το φαγητό τους, ενώ αν ήταν φτωχοί δεν χρειαζόταν να πληρώσουν. Τα καραβάν σεράγια κτίστηκαν από θρησκευτική παρόρμηση, η οποία όμως όταν παρήλθε, σε συνδυασμό με την οικονομική αναποτελεσματικότητά τους, οδήγησε στην παρακμή και την ερείπωσή τους.

Τα χάνια ήταν φτωχικά οικήματα, βρίσκονταν στην ύπαιθρο, σε στρατηγικά σημεία διαδρομών. Τα χάνια τα έχτιζε το Τουρκικό κράτος, Τούρκοι μεγιστάνες αλλά και άνθρωποι του λαού για λόγους θρησκευτικούς.

Εκτός από τα χάνια, λειτουργούσε έντονα ο θεσμός της ιδιωτικής ξενίας. Υπάρχουν πολλές μαρτυρίες αλλοδαπών που επισκέφθηκαν εκείνη την εποχή την Ελλάδα, οι οποίοι αναφέρονται με ενθουσιασμό, στην ιδιωτική, αφιλοκερδή φιλοξενία των Ελλήνων και στη ζεστή φιλοξενία των μοναχών και με αγανάκτηση για τα χάνια και τα καπηλεία της εποχής.

1.4 Αναγέννηση, Γαλλική Επανάσταση ... μέχρι σήμερα

Κατά την περίοδο της Αναγέννησης τα τραπέζια άρχισαν να στολίζονται με μεγαλοπρέπεια και τα φαγητά αντανakλούσαν τον πλούτο και την καλαισθησία της εποχής. Τα γεύματα ήταν πλούσια, ιδιαίτερα στις αριστοκρατικές αυλές, με περιφερόμενα φαγητά σε δίσκους και με τη συνοδεία κρασιού και μπύρας που κάνει για πρώτη φορά την εμφάνισή της σε αυτήν την εποχή. Τα ζώα μεσαίου μεγέθους ψήνονταν ολόκληρα και έτσι τα έφερναν στο τραπέζι, ενώ τα πουλιά τα σκέπαζαν πάλι με τα φτερά τους. Ως ένα σημαντικό δείγμα φαντασμαγορικής μαγειρικής αναφέρονται τα επιχρυσωμένα και επαργυρωμένα παγώνια που παρουσιάστηκαν σε γεύμα των αρχόντων της Φεράρα και από το στόμα των οποίων, από μανία μεγαλοπρέπειας που ικανοποιούσε περισσότερο το μάτι και όχι τον ουρανίσκο, έβγαιναν φλόγες.

Σταθμός για την σύγχρονη ευρωπαϊκή κουζίνα θεωρείται το 1533 στην Γαλλία, όπου ο Δούκας της Ορλεάνης και αργότερα βασιλιάς Ερρίκος β' της Γαλλίας παντρεύτηκε την 13χρονη Αικατερίνη των Μεδίκων, η οποία έφερε στην γαλλική αυλή μερικούς από τους καλύτερους μαγείρους της Ιταλίας. Από τότε η γαλλική μαγειρική επιβλήθηκε σε όλες τις αυλές της Ευρώπης και επικράτησε σε όλο τον κόσμο. Τα ονόματα των μεγάλων Γάλλων μαγείρων αφθονούν στην ιστορία της γαστρονομίας. Τρανό παράδειγμα ο Μπεςσαμέλ, μετρ ντ' οτέλ του Λουδοβίκου ΙΔ'.

Τεράστιας σημασίας γεγονός αποτέλεσε η αποικιοκρατία στην Αμερική. Μερικοί μιλούν για τη σημασία της με θαυμασμό, καθώς άλλαξε τη συνέχεια της ιστορίας του Δυτικού πολιτισμού. Η μεγάλη αλλαγή δεν ήταν μόνο οικονομική, η ουσιαστική αλλαγή ήταν διατροφική: μεταβλήθηκε ολοκληρωτικά ο γευστικός χάρτης των λαών της Ευρώπης και αυτό γιατί πολλά σημερινά βασικά δομικά υλικά της σημερινής κουζίνας πριν το 1492 ήταν άγνωστα.

Η ταβέρνα Cole's ordinary στη Βοστώνη αναφέρεται ως η πρώτη επισιτιστική εκμετάλλευση που ιδρύθηκε από τον S.Cole το 1634 στις Αμερικάνικες αποικίες τότε της Αγγλίας.

Σημαντικό ρόλο στην εξάπλωση των εστιατορίων, έπαιξε και η Γαλλική επανάσταση. Κορυφαίοι μάγειρες της αυλής των Λουδοβίκων ανοίγουν δικά τους εστιατόρια κι έτσι κατά τον 17^ο αιώνα η εστίαση αρχίζει να παίρνει πιο επίσημο χαρακτήρα. Στη Γαλλία το 1765 εμφανίζεται το εστιατόριο ως επιχείρηση από τον μεγάλο σεφ Boulanger, σε αυτό μπορούσε κανείς να γευτεί ξεχωριστά πιάτα, με ιδιαίτερη προτίμηση προς τις σουπές, σε ιδιαίτερα υψηλές τιμές για την εποχή. Το Delmonico's στην Ν. Υόρκη ήταν ένα από αυτά. (Μάρας, 1997, σελ.15)²

Οι μεγαλύτερες αλλαγές όμως, συντελέστηκαν κατά τον 18^ο αιώνα, όταν άρχισαν οι ευρωπαϊκές πόλεις να εισέρχονται στη βιομηχανική εποχή και η οικονομική δραστηριότητα να παρουσιάζει δυναμική εξέλιξη. Αξίζει να σημειωθεί ότι στις αρχές του 18^{ου} αιώνα εκδίδεται στο Παρίσι « Ο νέος βασιλικός και αστικός μάγειρας » (“Le nouveau cuisinier royal et bourgeois”), την ίδια εποχή ο διάσημος Μπριγιά Σαβαρέν έγραψε την «Φυσιολογία του γούστου» (“Physiologie du gout”).³

Η ανθρώπινη συμπεριφορά προσαρμόζεται στις νέες συνθήκες ζωής και νέοι χώροι εστίασης καλούνται να καλύψουν τις ανάγκες της. Η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου έχει ως αποτέλεσμα το «πάντρεμα» διαφόρων τύπων κουζίνας και την διάδοση των εθνικών εστιατορίων (ελληνικών, ιταλικών, κινέζικων).

Στο Ναύπλιο, ως πρώτη ελληνική πρωτεύουσα, αναπτύχθηκαν τα πρώτα εστιατόρια που στην πρώτη τους μορφή δεν παρείχαν τίποτε άλλο εκτός από ένα πιάτο φαγητό σε ένα μικρό

²Μάρας, Αθανάσιος Γ. (1997), Οργάνωση – Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων, Αθήνα:INTERBOOKS

³Hector (2013), Πέρασμα Στη Μαγειρική Ιστορία, <http://www.fridge.gr/70496/stiles/mageiriki-istoria/>

χώρο. Πιο συγκεκριμένα αναφέρεται το ξενοδοχείο “ Λοκάντα του Κολοκοτρώνη ” που το διέυθυνε ένας Ιταλός και είναι η πρώτη αναφορά για οργανωμένο χώρο εστίασης στον ελλαδικό χώρο.

Ο 20^{ος} και η αρχή του 21^{ου} αιώνα έχουν στιγματιστεί από μια πληθώρα πρώτων υλών που έχουν σαν αποτέλεσμα τη δημιουργία χιλιάδων διαφορετικών παρασκευών. Στις μέρες μας πια το εστιατόριο αποτελεί όχι μόνο χώρο προσφοράς ποτών και εδεσμάτων αλλά και σημείο αναφοράς της κουλτούρας ενός τόπου και χώρο διασκέδασης.

Κεφάλαιο 2: Η επιχείρηση μαζικής εστίασης

Θα ξεκινήσουμε με μια μικρή αναφορά στο τι είναι το εστιατόριο. Με τον όρο «εστιατόριο» προσδιορίζεται ένας χώρος με κατάλληλη διαμόρφωση από τον οποίο διατίθενται έναντι αμοιβής διάφορα φαγητά καθώς και ποτά, τα οποία μπορεί να καταναλωθούν στον ίδιο ή σε διαφορετικό χώρο. Αναλύοντας τον παραπάνω σύντομο ορισμό, παρατηρούμε ότι με αυτόν προσδιορίζονται ουσιαστικά δύο έννοιες:

Η πρώτη αναφέρεται σε έναν χώρο κατάλληλα διαμορφωμένο και εξοπλισμένο, στον οποίο σιτίζεται ο άνθρωπος. Η δεύτερη αναφέρεται στην επιχείρηση η οποία διαθέτει έναντι αμοιβής διάφορα φαγητά που παρασκευάζονται για να καταναλωθούν είτε στο δικό της είτε σε άλλο χώρο. Είναι δηλαδή μια οικονομική μονάδα, που μπορεί να λειτουργεί αυτόνομα ή ως τμήμα μιας άλλης μεγαλύτερης μονάδας (ξενοδοχείο, πλοίο κλπ).

Με την έννοια της επιχείρησης, το εστιατόριο πραγματοποιεί μια σειρά σύνθετων εργασιών όπως:

- Τον εφοδιασμό της με τις αναγκαίες πρώτες ύλες
- Την παραγωγή προϊόντων για διάθεση/πώληση
- Την διάθεση/πώληση των προϊόντων που είτε παρήγαγε είτε προμηθεύτηκε.

2.1 Χώρος και υποδομή εστιατορίου

Η δημιουργία και λειτουργία ενός εστιατορίου προϋποθέτει κατάλληλη κτιριακή υποδομή με ανάλογη διαμόρφωση χώρων, ώστε να εξυπηρετούνται τόσο οι λειτουργικές ανάγκες της επιχείρησης όσο και οι πελάτες. Οι απαραίτητοι χώροι για την εύρυθμη λειτουργία ενός εστιατορίου είναι:

- Ο χώρος παραγωγής (κουζίνα)
- Ο χώρος διάθεσης/πώλησης (κυρίως εστιατόριο)
- Ο ενδιάμεσος χώρος υπηρεσίας που δημιουργείται μεταξύ της κουζίνας και του κυρίως εστιατορίου, γνωστός ως office.

Οι χώροι του εστιατορίου διακρίνονται σε κύριους και βοηθητικούς. Κύριοι είναι εκείνοι οι οποίοι έχουν ως αποστολή την άμεση παραγωγή και πώληση των γευμάτων ενώ βοηθητικοί όσοι έχουν έμμεση σχέση και συμβολή στην παραγωγή των γευμάτων. **Κύριοι** χώροι της μονάδας θεωρούνται η κουζίνα και η τραπεζαρία, ενώ **βοηθητικοί** θεωρούνται το office, η λάντζα εστιατορίου, λάντζα κουζίνας, κάβα ημέρας, αποδυτήρια και τουαλέτες προσωπικού, γραφεία, τουαλέτες κοινού, χώροι αποθήκευσης, ιματιοθήκη, ταμείο, είσοδος προσωπικού και εμπορευμάτων.

2.2 Κύριοι χώροι εστιατορίου

Στην **κουζίνα** τοποθετούνται οι συσκευές, τα μηχανήματα και όλος ο απαραίτητος εξοπλισμός για την επεξεργασία των πρώτων υλών και την παραγωγή των εδεσμάτων. Επίσης υπάρχουν και οι απαραίτητοι αποθηκευτικοί χώροι. Η διάταξη των συσκευών και των μηχανημάτων, η διάνοιξη των διαδρόμων ροής των πρώτων υλών και του προσωπικού και γενικότερα η όλη οργάνωση γίνεται με βάση τις εργασίες που πρέπει να εκτελούνται σε κάθε τμήμα της κουζίνας, δηλαδή:

- την προμήθεια και αποθήκευση των πρώτων υλών
- την επεξεργασία των πρώτων υλών
- την παρασκευή
- τον χωρισμό των ποσοτήτων των εδεσμάτων σε μερίδες
- την διάθεση/διανομή των εδεσμάτων
- τις συμπληρωματικές εργασίες (πλύσιμο σκευών, καθαρισμός χώρου κ.τ.λ.)

Η κουζίνα πρέπει να βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο με την τραπεζαρία για καθαρά λειτουργικούς και οικονομικούς λόγους (εξοικονόμηση χρόνου και κόπου, σωστό service). Η επιφάνειά της καταλαμβάνει κατά γενικό κανόνα το 1/3 της σάλας και για τη διαμόρφωσή της παίζουν σημαντικό ρόλο τα γεύματα που θα παρασκευάζονται. Ενδεικτικές διαστάσεις στους χώρους παραγωγής ορίζουν πως ο διάδρομος ανάμεσα σε δύο πάγκους εργασίας - που είναι παράλληλοι μεταξύ τους – πρέπει να είναι 1,20 μέτρα. Ο διάδρομος ανάμεσα στην πλάτη του εργαζόμενου, όπου υπάρχουν μηχανήματα και την μπροστινή πλευρά, όπου ολοκληρώνεται η παρασκευή του πιάτου πρέπει να είναι τουλάχιστον 1,10 μέτρα. Οι πάγκοι στη γραμμή παραγωγής πρέπει να είναι 1,8 μέτρα σε ευθεία.

Στον **χώρο διάθεσης/πώλησης (τραπεζαρία)** διατίθενται τα εδέσματα που παράγονται στην κουζίνα. Είναι ο κύριος χώρος παράθεσης των γευμάτων και εκτέλεσης της εστιατορικής τεχνικής. Επίσης διατίθενται ποτά, αλκοολούχα ή μη, γλυκίσματα, φρούτα και γενικότερα ότι είναι προς πώληση. Στην τραπεζαρία αναπτύσσεται ο εξοπλισμός των επίπλων κατά τέτοιο τρόπο ώστε να παρέχει σωστή λειτουργικότητα στο εργαζόμενο προσωπικό αλλά και άνεση στους πελάτες. Η ικανοποίηση του πελάτη πρέπει να κυριαρχεί στο χώρο αυτό, αυτό δεν αφορά μόνο την δημιουργία ευχάριστης ατμόσφαιρας. Η έννοια της παροχής υπηρεσιών ποιότητας προσδιορίζει μια σειρά από ενέργειες που γίνονται με σκοπό να καλύψουν στο μέγιστο και με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις ανάγκες των πελατών.

2.3 Βοηθητικοί χώροι εστιατορίου

Ο **χώρος υπηρεσίας (office)**, είναι ένας βοηθητικός χώρος που παρεμβάλλεται μεταξύ της κουζίνας και της τραπεζαρίας. Στον χώρο αυτό γίνονται διάφορες εργασίες οι οποίες δεν χρειάζεται να γίνονται αντιληπτές από τον πελάτη, όπως η απόθεση του ιματισμού που έχει χρησιμοποιηθεί, η τακτοποίηση των λουλουδιών, η αποθήκευση ειδών καθαρισμού κ.ά. Το office διαθέτει ράφια και ντουλάπες με συρτάρια, όπου φυλάσσονται τα σκεύη καθημερινής χρήσης που είναι απαραίτητα για την λειτουργία του εστιατορίου. Επίσης, η παρεμβολή του office εμποδίζει να εισέρχονται οσμές από την κουζίνα προς την τραπεζαρία όταν ανοίγουν και κλείνουν οι πόρτες. Στην Ελλάδα δεν συναντάμε συχνά το office σε παλαιότερες επιχειρήσεις, οι νεότεροι όμως επιχειρηματίες δημιουργούν το χώρο αυτό, γιατί βελτιώνει την λειτουργικότητα της επιχείρησής τους.

Η **λάντζα του εστιατορίου** ανήκει οργανικά, ως βοηθητικός χώρος, στο πλέγμα της τραπεζαρίας, τουλάχιστον όσον αφορά το προσωπικό και τα καθήκοντα του. Χωροταξικά συμπεριλαμβάνεται στον ευρύτερο χώρο του μαγειρείου λόγω της φύσης της εργασίας και των εγκαταστάσεων που απαιτούνται. Ο χώρος πλήσης των σκευών του εστιατορίου ορίζεται σε 3τ.μ. ανά 50-100 καθημένων πελατών και σε 1τ.μ. επιπλέον για κάθε 100 καθημένους. Είναι ο πρώτος βοηθητικός χώρος που πρέπει να συναντά το προσωπικό της τραπεζαρίας εισερχόμενο στο χώρο του office και αυτό για την άμεση απαλλαγή του από τα σκεύη προς πλήση.

Στην **λάντζα κουζίνας** πλένονται τα σκεύη της κουζίνας (βαριά λάντζα). Ο χώρος πλήσης των σκευών της κουζίνας είναι 3τ.μ. ανά 50-100 καθημένων πελατών, ενώ δίνεται 1τ.μ. επιπλέον για κάθε 100 καθημένους πελάτες.

Η **κάβα ημέρας** είναι ο προσωρινός αποθηκευτικός χώρος του εστιατορίου όσον αφορά τα κρασιά, τις μπίρες, τα αναψυκτικά και τα άλλα ποτά, τα οποία είναι τοποθετημένα σε ράφια, ψυγεία και ντουλάπια με κατάλληλη διαρρύθμιση. Ανήκει οργανικά και λειτουργικά στην υποδομή της τραπεζαρίας και την ευθύνη διαχείρισης και αποθήκευσης των προϊόντων την έχει εξειδικευμένος υπάλληλος. Δεν έρχεται σε επαφή με τους πελάτες, αλλά εξυπηρετεί μέσω των σερβιτόρων.

Γραφείο, στον χώρο αυτό προγραμματίζονται όλες οι διοικητικές λειτουργίες του εστιατορίου.

Τουαλέτες προσωπικού και κοινού είναι για πάρα πολλούς και με το δίκιο τους, το βαρόμετρο εκτίμησης όλης της επιχείρησης. Η κατασκευή τους πρέπει να είναι από κάθε άποψη άριστη. Η διάκριση σε ανδρών – γυναικών γίνεται με βάση τα τ.μ.

Χώροι αποθήκευσης, είναι βασικό οι χώροι να είναι ανάλογοι με την συχνότητα της χρήσης τους. Έτσι, συντηρήσεις, καταψύξεις, οικονομείο, συμβαδίζουν ανάλογα με τα είδη που φιλοξενούν και τις ενδεδειγμένες από την υγειονομική διάταξη θερμοκρασίες.

Ιματιοθήκη, ως γνωστόν είναι ο απαραίτητος χώρος για αυτού του είδους τις επιχειρήσεις. Βρίσκεται πάντα στο συγκρότημα της κεντρικής εισόδου του εστιατορίου.

Ταμείο, ο χώρος που βρίσκεται μεταξύ του παρασκευαστηρίου και της τραπεζαρίας. Εδώ γίνεται ο έλεγχος των παραγγελιών και η έκδοση των λογαριασμών των πελατών. Σε περιπτώσεις ανεξάρτητων μικρών εστιατορίων, το ταμείο βρίσκεται στο χώρο της τραπεζαρίας.

Είσοδος προσωπικού και εμπορευμάτων, καθαρός χώρος στον οποίο βρίσκεται η ζυγαριά και λειτουργεί ως χώρος ελέγχου εμπορευμάτων.

2.4 Ο εξοπλισμός του εστιατορίου

Ο εξοπλισμός και η ατμόσφαιρα του εστιατορίου είναι πολύ σημαντικοί παράγοντες για την εντύπωση που αποκομίζει ένας πελάτης όταν εισέρχεται στο εστιατόριο. Έτσι, απαιτείται μεγάλη προσοχή κατά την επιλογή του κατάλληλου εξοπλισμού και συντελεί στην επιτυχία του εστιατορίου ως επιχείρηση.

Ο εξοπλισμός του εστιατορίου περιλαμβάνει

- Τα έπιπλα
- Τον ιματισμό
- Τα σκεύη

2.4.1 Τα έπιπλα

Τα έπιπλα του εστιατορίου είναι τα τραπέζια (στρογγυλά, τετράγωνα ή παραλληλόγραμμα, διθέσια, τετραθέσια, εξαθέσια), σκευοθήκες (table de service), τα βοηθητικά σκεύη σερβιρίσματος (queridon), τα καθίσματα και διάφορα άλλα.

Τραπέζια

Ο σωστός καθορισμός τους και η διάταξή τους στον διαθέσιμο χώρο μπορεί να αποδειχθεί λανθασμένη ή σωστή επιλογή με ότι αυτό συνεπάγεται. Τα στρογγυλά τοποθετούνται στις γωνίες για διευκόλυνση της κυκλοφορίας και τη μέγιστη κάλυψη του χώρου και τα τετράγωνα δίνουν τη δυνατότητα δημιουργίας πολλών θέσεων.

Τα τραπέζια έχουν περίπου τις ακόλουθες διαστάσεις:

- Τραπέζια τετράγωνα για δύο άτομα, με πλευρά 0,65 μέτρα
- Τραπέζια τετράγωνα για τέσσερα άτομα, με πλευρά 0,90 – 1 μέτρο
- Τραπέζια παραλληλόγραμμα τεσσάρων θέσεων (οι πελάτες κάθονται στις δύο πλευρές), με διαστάσεις 1,20 * 0,75 μέτρα
- Τραπέζια παραλληλόγραμμα για περισσότερα από τέσσερα άτομα. Για κάθε άτομο υπολογίζεται χώρος 0,75 – 0,80 μέτρα περίπου
- Τραπέζια στρογγυλά για έξι άτομα, με διάμετρο 0,90 μέτρα περίπου.

Σκευοθήκες (tables de service)

Η σκευοθήκη είναι ένα έπιπλο που εξυπηρετεί τον τραπεζοκόμο στο σέρβις. Είναι ένα είδος μπουφέ (στο επάνω μέρος φέρει συρτάρια) όπου ο υπάλληλος του εστιατορίου έχει τοποθετήσει επάνω όλα τα όργανα και σκεύη που μπορεί να χρειαστεί κατά το σερβίρισμα. Τέτοια είναι τα πιάτα, τα μαχαιροπήρουνα, τα διάφορα ménages (λαδόξυδο, οδοντογλυφίδες, αλατοπίπερα, σάλτσες) και λινά. Η σειρά με την οποία τοποθετούνται τα μαχαιροπήρουνα μέσα στα συρτάρια είναι καθαρά λειτουργική και δεν πρέπει να διαφοροποιείται.

Βοηθητικά σκεύη σερβιρίσματος (gueridon)

Τα βοηθητικά σκεύη σερβιρίσματος είναι μικρά κυλιόμενα τραπέζια με ρόδες, είναι μικρά τραπέζια διαφορετικών διαστάσεων (συνήθως 40-45 εκ. πλάτος και 75-80 εκ. ύψος) και συνήθως χρησιμοποιούνται κατά την εκτέλεση του ομώνυμου αγγλικού τρόπου σερβιρίσματος. Επίσης, με τα τραπέζια αυτά μεταφέρονται από την κουζίνα επάνω σε πιατέλες οι παρασκευές που έχουν ζητηθεί. Τοποθετούνται δίπλα στα τραπέζια και ακολουθεί το σερβίρισμα των παρακαθήμενων πελατών.

Μια σειρά από κινούμενα τραπέζια αυτού του είδους, ανταποκρίνονται σε διαφορετικό τρόπο εξυπηρέτησης και έχουν την ανάλογη κατασκευή. Διατίθενται κυλιόμενα τραπέζια για ζεστά ή κρύα ορεκτικά, για γλυκίσματα, για φλεγόμενες παρασκευές, για κόψιμο μερίδων ή τεμαχισμό κρεάτων.

Καθίσματα

Τα καθίσματα σε ένα εστιατόριο, πρέπει πάνω από όλα να είναι αναπαυτικά και γερά. Διατίθενται σε μεγάλη ποικιλία σχεδίων, χρωμάτων και υλικών για να προσαρμόζονται σε κάθε ανάγκη. Οι διαστάσεις των καθισμάτων συνήθως είναι οι εξής: ύψος της έδρας από το έδαφος 0,46 μέτρα, ύψος καθίσματος από το έδαφος μέχρι την κορυφή 1 μέτρο περίπου και διαστάσεις της έδρας 0,45*0,45 μέτρα.

Άλλα έπιπλα

Υπάρχουν και άλλα έπιπλα που κατατάσσονται σε αυτή την κατηγορία που δεν έχουν άμεση σχέση με τη λειτουργία του εστιατορίου, συντελούν όμως στην πλήρη εξυπηρέτηση των πελατών του. Τέτοια έπιπλα είναι τα φωτιστικά, οι κρεμάστρες, τα διακοσμητικά κ.ά.

Παρατηρήσεις για τα έπιπλα

2.4.2 Τα επιτραπέζια σκεύη

Τα επιτραπέζια σκεύη ενός εστιατορίου διακρίνονται σε τρεις ομάδες ανάλογα το υλικό το οποίο έχουν κατασκευαστεί, μπορεί να είναι μεταλλικά, πορσελάνινα ή γυάλινα.

Κυριότερα μεταλλικά σκεύη ή ανοξείδωτα

Πιατέλες οβάλ & στρογγυλές

Δίσκοι σερβιρίσματος και μεταφοράς

Καφετιέρες, τσαγιέρες, γαλατιέρες

Ζαχαριέρες, βουτυριέρες, δοχεία μαρμελάδας

Κάδοι για τον πάγο, ρεσό, θήκες για οδοντογλυφίδες

Σπάτουλες για το σερβίρισμα

Μαχαίρια, κουτάλια, πιρούνια

Σουπιέρες κ.ά.

Κυριότερα πορσελάνινα σκεύη

Πιάτα (διάφορα μεγέθη)

Σαλατιέρες

Πιατέλες οβάλ και στρογγυλές

Φλιτζάνια και πιατάκια

Καφετιέρες, τσαγιέρες, γαλατιέρες

Ζαχαριέρες, βουτυριέρες, δοχεία μαρμελάδας

Αλατιέρες, πιπεριέρες

Σουπιέρες κ.ά.

Κυριότερα γυάλινα σκεύη

Ποτήρια νερού

Ποτήρια κρασιού

Ποτήρια μπίρας

Ποτήρια για αφρώδη κρασιά

Ποτήρια για αλκοολούχα ποτά

Διάφορα μπολ για παγωτά και γλυκίσματα

Καράφες νερού ή κανάτες

Παρατηρήσεις για τα σκεύη

Στην αγορά υπάρχει μεγάλο πλήθος από σκεύη σε μεγάλη ποικιλία σχεδίων και τιμών. Είναι προτιμότερο να αγοράζονται σκεύη κλασσικού τύπου, για να είναι ευκολότερη η αντικατάστασή τους σε περίπτωση που φθαρούν. Είναι πολύ βασικό να υπάρχει ομοιομορφία στο τραπέζι, διότι δίνουν την πρώτη εντύπωση στον πελάτη.

2.4.3 Ο ιματισμός

Ο όρος ιματισμός προσδιορίζει όλα τα υφασμάτινα είδη που καλύπτουν λειτουργικές ανάγκες του εστιατορίου. Ο άλλος όρος, που είναι και ο πιο γνωστός, είναι λινά. Τα είδη αυτά είναι τα τραπεζομάνηλα, τα επιτραπεζομάνηλα (nappeyron), υποτραπεζομάνηλα (molleton), πετσέτες φαγητού, πετσέτες υπηρεσίας, δισκόπανα, ξεσκονόπανα, πετσέτες ποτηριών και ασημικών.

Τραπεζομάνηλα

Το τραπεζομάνηλο, είναι από τα κυριότερα είδη από τα λινά. Συνήθως, το χρώμα τους είναι λευκό. Πρέπει να είναι πολύ καλής ποιότητας και πάντα καθαρά και σιδερωμένα καλά. Οι συνήθεις διαστάσεις τους είναι 1,4 – 1,5 μέτρα για κάθε πλευρά. Στην αγορά προσφέρονται και βαμβακερά τραπεζομάνηλα σε στερεότυπες διαστάσεις, καθώς και τραπεζομάνηλα από ενισχυμένο χαρτί. Τα χάρτινα, διατίθενται σε ρολά μήκους 25 μέτρων και κόβονται στο επιθυμητό μήκος.

Επιτραπεζομάνηλα

Το επιτραπεζομάνηλο, είναι ένα τραπεζομάνηλο μικρού μήκους που τοποθετείται επάνω στο κύριο τραπεζομάνηλο και έχει τετράγωνο σχήμα. Οι διαστάσεις του είναι όσο είναι η επιφάνεια του τραπεζιού και χρησιμεύει για να προστατεύει τα τραπέζια από φθορές και για να μην γίνεται η αλλαγή του τραπεζομάνηλου που έχει χρησιμοποιηθεί μπροστά στον πελάτη.

Υποτραπεζομάνηλα

Τα υποτραπεζομάνηλα, τα λεγόμενα και molleton, είναι το πρώτο είδος λινού που τοποθετείται στο τραπέζι. Εφάπτονται επάνω σε αυτό και αυτό διότι μεσολαμβάνουν πάντα μεταξύ τραπεζομάνηλου και τραπεζιού. Συνήθως είναι βαμβακερό ή μάλλινο και οι διαστάσεις του είναι 10-15 εκ μεγαλύτερες από την πλευρά του τραπεζιού. Χρησιμεύει για να προστατεύει το τραπέζι από τις φθορές, για να προστατεύει το τραπεζομάνηλο και για να είναι η αίσθηση του τραπεζιού μαλακή για τον πελάτη.

Πετσέτες φαγητού

Οι πετσέτες φαγητού συνήθως είναι μονόχρωμες, έχουν τετράγωνο σχήμα με πλευρά περίπου 50 εκατοστά. Τοποθετούνται στη θέση του πελάτη και αποτελούν τη βάση για το κουβέρ. Τοποθετούνται στη θέση τους από πριν και είναι πάντα καλά σιδερωμένες. Η αναλογία τους είναι ένα προς τρία, κι' αυτό διότι υποτίθεται ότι μία παρτίδα είναι στρωμένη, μία προς πλύση και μία στην διάθεση των τραπεζοκόμων σε περίπτωση που την χρειαστούν.

Πετσέτες τραπεζοκόμων

Είναι χρήσιμες πετσέτες για τους τραπεζοκόμους, τους προστατεύει από τις ζεστές πιατέλες, επίσης προστατεύει τα μανίκια των τραπεζοκόμων από λεκέδες όταν ακουμπούν στα πιάτα ή τις πιατέλες. Επίσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την μεταφορά μικρών σκευών και στο σερβίρισμα των κρασιών.

Δισκόπανα – ξεσκονόπανα – πετσέτες ποτηριών και ασημικών

Τα δισκόπανα είναι λινά και το μέγεθός είναι όσο είναι και ο δίσκος. Βοηθούν στο να μην γλιστρούν τα σκεύη από τον δίσκο. Τα ξεσκονόπανα, οι πετσέτες των ποτηριών και των ασημικών είναι και αυτά απαραίτητα για την καθαριότητα των σκευών.⁴

2.5 Σχεδιασμός, κατασκευή, λειτουργία ενός εστιατορίου

Αν παρατηρήσει κάποιος ενδιαφερόμενος τον μεγάλο αριθμό των επιχειρήσεων που διαθέτουν διάφορα φαγητά στο κοινό έναντι αμοιβής, εύκολα ίσως καταλήξει στο συμπέρασμα ότι θα μπορούσε κι' αυτός να δημιουργήσει και να λειτουργήσει μια παρόμοια επιχείρηση, προσδοκώντας το ανάλογο όφελος. Σύντομα όμως θα συνειδητοποιήσει ότι ένα τέτοιο εγχείρημα απαιτεί προτάσεις και προγραμματισμό, ώστε να μπορέσει να αντιμετωπίσει με επιτυχία όσα προβλήματα θα παρουσιαστούν. Παρακάτω παρουσιάζεται βήμα-βήμα ο σχεδιασμός, η κατασκευή και η λειτουργία του εστιατορίου.

ΒΗΜΑ 1°

Επιχειρηματικό όραμα

Για να φτιάξει κάποιος μια μονάδα εστίασης θα πρέπει πρώτα από όλα να έχει όραμα. Υπάρχουν εστιατόρια που έχουν έσοδα πολύ μεγαλύτερα από μεγάλες βιομηχανίες και συνήθως με πολύ καλά ποσοστά κέρδους, βεβαίως υπάρχουν και εστιατόρια που τα έσοδα δεν καλύπτουν τα έξοδα τους. Είναι αλήθεια ότι πολλές φορές ανοίγουν εστιατόρια επιχειρηματίες οι οποίοι δεν έχουν καμία σχέση με τον χώρο, ούτε παίρνουν συμβουλές από ανθρώπους που έχουν εμπειρία σε τέτοιου είδους επιχειρήσεις. Από την άλλη ένα εστιατόριο, αν και έχει πολλή δουλειά, είναι μιας πρώτης τάξεως επιχειρηματική πρόκληση, μια ευχάριστη εργασία και προωθεί τις δημόσιες σχέσεις.

ΒΗΜΑ 2°

Επιλογή του χώρου

Η επιλογή του χώρου έχει να κάνει με πάρα πολλές παραμέτρους. Σημαντικές παράμετροι είναι η προτίμηση της περιοχής από τον επιχειρηματία, το κόστος ενοικίασης ή αγοράς του χώρου, η ύπαρξη και το μέγεθος του ανταγωνισμού, η προσέγγιση της πελατείας, το ύψος του καταστήματος. Όλοι οι χώροι πρέπει να έχουν κάτι κοινό μεταξύ τους, πρέπει να είναι νόμιμοι, να έχουν δηλαδή οικοδομική άδεια και η χρήση τους να είναι ή να μπορεί να γίνει εστιατόριο. Χρειάζεται μεγάλη προσοχή λοιπόν κατά την επιλογή του χώρου, τόσο σε περίπτωση αγοράς, όσο και σε περίπτωση ενοικίασης.

ΒΗΜΑ 3°

Σχεδιασμός

Όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα, ο σχεδιασμός είναι ένα από τα πιο σημαντικά κομμάτια της διαδικασίας ανέγερσης ενός εστιατορίου, ίσως και το πιο σημαντικό. Πρέπει να ληφθούν υπόψη οι απαιτήσεις της νομοθεσίας, η διάταξη του χώρου, το μέγεθος και το ύψος της επιχείρησης, το επιχειρηματικό όραμα. Χρειάζεται εμπειρία στον σχεδιασμό των συγκεκριμένων επιχειρήσεων για να ληφθούν υπόψη όλες οι παράμετροι και να για αποφευχθεί η δημιουργία προβλημάτων στο μέλλον.

ΒΗΜΑ 4°

⁴Μάρας Αθανάσιος. Γ. (1997), Οργάνωση-Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων, Αθήνα: Interbooks

Εγκατάσταση μονάδας

Οι μονάδες εστίασης αποτελούνται από δύο ξεχωριστές κατασκευές, οι οποίες βρίσκονται δίπλα η μία στην άλλη, με διαφορετικές ανάγκες. Αυτό είναι που κάνει την σχεδίαση ενός εστιατορίου ξεχωριστή. Η μία είναι η κουζίνα, το παρασκευαστήριο δηλαδή, το οποίο προσομοιάζει μια βιομηχανική μονάδα. Εγκαταστάσεις-μηχανήματα-παραγωγική διαδικασία και συνήθως πολλές γραμμές παραγωγής σε πολύ περιορισμένο χώρο. Η άλλη κατασκευή είναι η αίθουσα, η οποία πρέπει να ταιριάζει στο ύψος του καταστήματος και να δημιουργούν στον πελάτη την ανάλογη διάθεση.

ΒΗΜΑ 5°

Αγορά εξοπλισμού κουζίνας και μηχανημάτων

Τα μηχανήματα της κουζίνας, καθορίζονται κυρίως από τις ανάγκες της παραγωγής και της νομοθεσίας σχετικά με των ασφάλεια των τροφίμων και πολύ λιγότερο από άλλους παράγοντες. Γι' αυτό λοιπόν είναι απολύτως σκόπιμο πριν ζητήσουμε προσφορά από οποιονδήποτε έμπορο, να έχουμε ακριβώς τη λίστα με τα μηχανήματα που χρειαζόμαστε και τις ακριβείς προδιαγραφές αυτών. Έτσι οι προσφορές των εμπόρων εξοπλισμού επαγγελματικής κουζίνας, θα είναι απολύτως συγκρίσιμες και οι μόνες παράμετροι που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη θα είναι η τιμή και η ποιότητα του εξοπλισμού. Ορισμένοι έμποροι εκπονούν δωρεάν σχεδιασμό της κουζίνας. Είναι απολύτως κατανοητό ότι σε τέτοιες περιπτώσεις δεν λαμβάνονται υπόψη οι πραγματικές ανάγκες της επιχείρησης. Είναι ένας τρόπος προώθησης συγκεκριμένων προϊόντων, από τον έμπορο του εξοπλισμού, εκτός αυτού οι προσφορές δεν είναι συγκρίσιμες εφόσον ξεκινούν από διαφορετική βάση. Για αυτό χρειάζεται μεγάλη προσοχή και σωστή έρευνα πριν αποφασίσουμε από πού θα αγοράσουμε τον εξοπλισμό.

ΒΗΜΑ 6°

Αγορά εξοπλισμού αίθουσας

Ο εξοπλισμός της αίθουσας δηλαδή τραπέζια, καθίσματα, τραπεζομάντηλα κλπ θα επιλεγούν ανάλογα με το ύψος του εστιατορίου και τον πελάτη στόχο (targetgroup) της επιχείρησης. Εδώ η ποιότητα πρέπει να κυριαρχεί, αλλά οι δυνατότητες αγοράς είναι αρκετά μεγάλες και δεν περιορίζονται τόσο από τις λειτουργικές ανάγκες της επιχείρησης.

ΒΗΜΑ 7°

Άδεια λειτουργίας

Το αν θα πάρει μια επιχείρηση την άδεια λειτουργίας ή όχι, σχετίζεται με τον σχεδιασμό ο οποίος έχει γίνει πριν αρχίσουν τα έργα, με την θέσπιση προδιαγραφών και την πιστή τήρησή τους. Εάν όλα έχουν σχεδιαστεί σωστά, τότε με την άδεια λειτουργίας, δεν θα υπάρξουν προβλήματα.

ΒΗΜΑ 8°

Εφαρμογή συστημάτων ποιότητας

Τα συστήματα ποιότητας στις μονάδες εστίασης HACCP, ISO κλπ έχουν ιδιαιτερότητες και δυσκολίες. Η βασική δυσκολία είναι ότι η παραγωγή κάθε εδέσματος που υπάρχει στο μενού, αποτελεί μια ξεχωριστή γραμμή παραγωγής, με τις ιδιαίτερες δυσκολίες και κινδύνους. Επιπλέον το προσωπικό το οποίο εργάζεται σε αυτές τις μονάδες είναι λιγότερο εξειδικευμένο από το προσωπικό της βιομηχανίας. Σε κάθε περίπτωση πάντως η ασφάλεια των τροφίμων είναι πάνω από όλα, τόσο για νομικούς και ηθικούς λόγους, όσο και για την καλή φήμη της επιχείρησης και την προσέλευση της πελατείας.

ΒΗΜΑ 9°

Διαφήμιση, ανεύρεση πελατών

Επαγγελματίες του χώρου της διαφήμισης, μπορούν να βοηθήσουν τον επιχειρηματία στην σωστή προώθηση των υπηρεσιών που παρέχει το εστιατόριο, με γνώμονα πάντα τον πελάτη, τον ανταγωνισμό και τις δυνατότητες της επιχείρησης. Η καλύτερη διαφήμιση γίνεται από τους ευχαριστημένους πελάτες. Άλλοι κλασσικοί τρόποι προβολής είναι τα διαφημιστικά έντυπα, το διαδίκτυο, τα ΜΜΕ, εξειδικευμένα περιοδικά κλπ. Σημαντικό είναι, όπως σε κάθε επιχείρηση, να καθοριστούν επακριβώς τα ιδιαίτερα γνωρίσματα του πελάτη. (targetgroup).⁵

2.6 Προσδιορισμός των βασικών αρχών διοίκησης και οργάνωσης

Η σωστή λειτουργία και διοίκηση μιας επιχείρησης μαζικής εστίασης οφείλεται κατά κύριο λόγο στον προγραμματισμό και τον ζήλο του επιχειρηματία, ο οποίος στα πρώτα βήματα της λειτουργίας της επιχείρησης, είναι το κέντρο των κάθε είδους δραστηριοτήτων και αποφάσεων για την ανάπτυξη και την προώθηση των εργασιών της.

Ο επιχειρηματίας-ιδιοκτήτης έχει άμεση επαφή τόσο με τους προμηθευτές όσο και με τους πελάτες του και αναγκάζεται, λόγω των πολλών και διαφορετικών υπηρεσιών που έχει αναλάβει, να έχει πλήρη ενημέρωση για κάθε θέμα. Ειδικότερα με τους πελάτες του, έχει προσωπική επαφή, πράγμα που ικανοποιεί τους περισσότερους από αυτούς.

Όμως αν η επιχείρηση έχει αναπτυσσόμενη πορεία, ο επιχειρηματίας θα αναγκαστεί να καταναίμει τον προσωπικό του χρόνο σε πολλές δραστηριότητες, με αποτέλεσμα αυτό που πριν ήταν δυναμική να μεταβάλλεται σε αδυναμία και πολλές φορές, η επιχείρηση να μην κατορθώνει να επιβιώνει, επειδή δεν μπορεί να ανταποκριθεί στις ανάγκες της πελατείας της. Θα πρέπει ο επιχειρηματίας να κατανοήσει ότι πρέπει να αναθέσει καθήκοντα και υπευθυνότητες σε άλλα άτομα και να δημιουργήσει μια συλλογική ανθρώπινη δραστηριότητα που θα στηρίζεται στις αρχές και στις μεθόδους διοίκησης και οργάνωσης. Δηλαδή θα πρέπει ο επιχειρηματίας να οργανωθεί.

Οι βασικές παράμετροι της διοίκησης είναι πάντα ο **προγραμματισμός, η οργάνωση, η στελέχωση, η διεύθυνση και ο έλεγχος.**

Ο προγραμματισμός, που περιλαμβάνει ιδέες και δράσεις, συνοψίζεται στην κατάρτιση ενός προγράμματος ενεργειών στο οποίο θα διαγράφονται οι μακρινοί στόχοι, η πολιτική που θα ακολουθηθεί, τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν. Για την επιτυχία του καλύτερου δυνατού, θα πρέπει να λαμβάνονται έγκαιρα οι επιβαλλόμενες για κάθε περίπτωση αποφάσεις.

Η οργάνωση, ουσιαστικά προσδιορίζει την κατανομή των λειτουργιών του εστιατορίου μεταξύ των οργάνων του, καθώς και τη θέσπιση των κανονισμών που θα ρυθμίζουν τη λειτουργία του. Με άλλα λόγια, είναι ο τρόπος με τον οποίο συνδυάζονται έμπυχοι και άπυχοι παράγοντες, ώστε να επιτευχθεί η μέγιστη αξιοποίηση χρόνου και ικανοτήτων και επομένως το καλύτερο οικονομικό αποτέλεσμα.

Η στελέχωση αφορά την τοποθέτηση των κατάλληλων ανθρώπων σε επίκαιρες θέσεις που δημιουργούνται από την οργανωτική δομή.

Η διεύθυνση, έχει έργο να ενεργοποιεί το προσωπικό, να δίνει κατευθυντήριες γραμμές, να παίρνει μέτρα και να καθορίζει την πορεία του εστιατορίου ως επιχείρηση. Συνήθως, με τον όρο «διεύθυνση» χαρακτηρίζεται ο επικεφαλής της επιχείρησης. Ουσιαστικά όμως η διεύθυνση διαμοιράζεται σε όλη την ιεραρχία του ανώτερου προσωπικού (εφόσον υπάρχει).

⁵Σκιαδάς (2010), Σχεδιασμός, Κατασκευή, Λειτουργία Εστιατορίου, <http://www.skiadas.gr/skiadas-blog-design-view.php?id=3>

Αναλυτικότερα, η διεύθυνση είναι η τέχνη της διαβίβασης σωστών εντολών, ώστε η εκτέλεσή τους να γίνεται γρήγορα και ορθά. Βασικές προϋποθέσεις της σωστής διεύθυνσης είναι ο προϊστάμενος να γίνεται απόλυτα κατανοητός από τους άλλους, αφού ο ίδιος ξέρει τι ζητά, μπορεί να το εξηγήσει στους συνεργάτες του και να μην απαιτεί περισσότερα από όσα τους επιτρέπουν οι δυνάμεις τους.

Ο έλεγχος, έχει σκοπό να διαπιστώσει κατά πόσο συμφωνούν οι διάφορες ενέργειες με το πρόγραμμα που έχει καθοριστεί και με τις αρχές που έχουν γίνει παραδεκτές. Επίσης, να επισημαίνει τις όποιες αρνητικές αποκλίσεις και να θέτει σε λειτουργία όλες εκείνες τις δραστηριότητες που είναι απαραίτητες για τη διόρθωση των σφαλμάτων αλλά και την πρόληψη αρνητικών αποκλίσεων.

Εύκολα γίνεται αντιληπτό ότι η λειτουργία ενός εστιατορίου μπορεί να βασίζεται σε διαφορετική δομή από ότι σε ένα άλλο εστιατόριο, γιατί ο ανθρώπινος παράγοντας είναι αστάθμητος (είτε αφορά τους εργαζόμενους της επιχείρησης και την απόδοσή τους είτε αφορά τους πελάτες και τη συμπεριφορά τους), με αποτέλεσμα αυτό που έχει χρησιμοποιηθεί με επιτυχία σε μία περίπτωση να μην φέρνει το ίδιο αποτέλεσμα σε άλλη.⁶

2.7 Η ιδανική σύγχρονη κουζίνα – Σχεδιασμός μιας λειτουργικής και αποδοτικής εγκατάστασης

«Οι μονάδες εστίασης που δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα της νέας εποχής, είναι καταδικασμένες σε κλείσιμο» δήλωσε σε συνέντευξή του ο διάσημος chef Paul Bocuse για το άνοιγμα της νέας αλυσίδας εστιατορίων του στο Παρίσι.

Η απάντηση για ένα οργανωμένο εστιατόριο ξεκινάει από τις ίδιες τις κουζίνες του, με την τεχνική οργάνωση και τον βασικό σχεδιασμό των εγκαταστάσεών τους. Τεχνική οργάνωση της κουζίνας είναι η μελέτη και ο σχεδιασμός του συνόλου όλων των απαραίτητων ενεργειών πριν την παραγωγή των γευμάτων. Οι ενέργειες αυτές αφορούν στις εγκαταστάσεις, στον εξοπλισμό και στις μεθόδους εργασίας. Ένα σωστό σχέδιο αξιοποιεί σωστά όλους τους χώρους στο μέγιστο. Ουσιαστικά, συνίσταται στον προγραμματισμό και στην αναζήτηση των πιο απλών και αποτελεσματικών μεθόδων εργασίας, στην επιδίωξη μιας ποιοτικής παραγωγής και μεγαλύτερης απόδοσης του προσωπικού, στη σωστή επιλογή και τοποθέτηση των μηχανημάτων για την ομαλή λειτουργία της κουζίνας, αλλά και στην πρόβλεψη των επικίνδυνων σημείων.

2.7.1 Τα βασικά προβλήματα κατά τον σχεδιασμό μιας επαγγελματικής κουζίνας

Για να σχεδιαστεί ένας νέος ή υπάρχων χώρος, πρέπει πρώτα να μελετηθούν τα προβλήματα που εμφανίζονται πιο συχνά σε μία κουζίνα. Δυστυχώς, μόνο η γνώση που έχει αποκτηθεί από δυσλειτουργίες μπορεί να απαντήσει σε τόσο καίριο ζήτημα. Έτσι, τα πιο σημαντικά προβλήματα που συναντάμε σε μία ήδη υπάρχουσα κουζίνα αφορούν στην εγκατάσταση, στα προϊόντα, στο ανθρώπινο δυναμικό και στην υγιεινή και στην ασφάλεια των χώρων. Ένας νέος χώρος έχει το μεγάλο πλεονέκτημα της πρόβλεψης των παραπάνω στοιχείων, άρα και του σωστού σχεδιασμού.

ü Προβλήματα που σχετίζονται με την εγκατάσταση της κουζίνας

Αποτελούν προβλήματα χώρου που ωστόσο επηρεάζουν τον εξοπλισμό, την κυκλοφορία του προσωπικού και των προϊόντων, αλλά και την πρόσβαση στη μονάδα. Είναι σημαντικό πως το μενού ορίζει τα τετραγωνικά μέτρα μίας κουζίνας, οπότε από τον σχεδιασμό των

⁶Αρβανίτης Κώστας (2010), Εστιατόριο (οργάνωση-λειτουργία-τεχνική-έλεγχος-κοστολόγηση-προδιαγραφές υγιεινής και ποιότητας) Αθήνα: Προπομπός

εγκαταστάσεων πρέπει να έχει γίνει η πρόβλεψη των προσφερόμενων ειδών και κατά πόσο μπορεί η κουζίνα να ανταπεξέλθει. Η κακή διαμόρφωση χώρου (λίγα τετραγωνικά μέτρα, μη τετραγωνισμένος χώρος, διαφορετικά επίπεδα, όχι κατάλληλο ύψος) επηρεάζει επίσης τον εξοπλισμό και τους χρόνους αναμονής των σερβιριζόμενων πιάτων, την κυκλοφορία του προσωπικού και την καλή λειτουργία των μηχανημάτων και τη δημιουργία ομαλού κλίματος στην κουζίνα, στοιχεία που αλληλοσυνδέονται για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης.

Û Προβλήματα που σχετίζονται με τα προϊόντα

Συνεπώς με την ποιότητα, όπως η δυσκολία εύρεσης των προϊόντων σε ένα χώρο, ο σωστός τρόπος αποθήκευσής τους, η κατανάλωση και η διαχείριση της φύρας.

Û Προβλήματα που σχετίζονται με το ανθρώπινο δυναμικό

Η διαχείριση του προσωπικού αφορά περισσότερο σε θέματα εξειδίκευσης, ικανοτήτων και εύρεσης κατάλληλου προσωπικού, είτε πρόκειται για εποχικό είτε πρόκειται για μόνιμο. Το προσωπικό που επιλέγεται πρέπει να είναι σε θέση να αξιοποιήσει και να εκτελέσει επαρκώς το μενού, να χρησιμοποιεί τα μηχανήματα να κινείται με ευκολία στους χώρους και να εργάζεται εργονομικά. Έτσι, εξοικονομούνται χρόνος, κόπος και οικονομικά μέσα από την επιχείρηση, ενώ το ανθρώπινο δυναμικό παραμένει ευχαριστημένο την υπάρχουσα κατάσταση.

Û Προβλήματα που σχετίζονται με την υγιεινή και την ασφάλεια

Η κουζίνα είναι και πρέπει να θεωρείται ένα πρότυπο εργαστήριο όπου οι βασικές δραστηριότητες, από την προετοιμασία των εδεσμάτων μέχρι το σερβίρισμα του φαγητού σχετίζονται άμεσα με τους υπαλλήλους. Είναι πολύ σημαντικό, λοιπόν, να είναι γνωστή η πολιτική της επιχείρησης σε θέματα υγιεινής και ασφάλειας, να παρέχονται όλα τα απαιτούμενα υλικά συμμόρφωσης (ποδιές, μάσκες, εγκεκριμένα καθαριστικά) και ο χώρος να έχει διαμορφωθεί ανάλογα (λιποσυλλέκτες, πλακάκια, αντιολισθητικές).

2.7.2 Ο εξοπλισμός

Μόλις ολοκληρωθεί η κατασκευή των υποδομών της κουζίνας, δημιουργείται μία ολοκληρωμένη πρόταση κουζίνας και συσκευών με βάση τη μελλοντική δυναμική σε πωλήσεις. Προσδιορίζονται το σχέδιο κυκλοφορίας του προσωπικού, οι θέσεις εργασίας, τα μηχανήματα που θα χρησιμοποιηθούν και πώς θα τοποθετηθούν για εργονομία στους χώρους, ακόμη και το πώς θα διεξάγεται η διακίνηση σε ώρες αιχμής.

Σε αυτό το σημείο γίνονται τα πιο συχνά και δαπανηρά λάθη, που πολλές φορές η επιχείρηση αναγκάζεται να προβεί σε δεύτερη επένδυση για την απόκτηση των κατάλληλων συσκευών και την επανατοποθέτηση των θέσεων εργασίας. Οι προτάσεις εξοπλισμού πρέπει να γίνουν από τον υπεύθυνο κουζίνας με βάση το μενού της επιχείρησης.

2.7.3 Παράγοντες που επηρεάζουν την εγκατάσταση

Οι παρακάτω παράγοντες λαμβάνονται υπόψη κατά την μελέτη και τον σχεδιασμό των εγκαταστάσεων με βάση τη λογική χρήση χώρου, την κίνηση της παραγωγής, την συμμόρφωση στους υγειονομικούς κανόνες και τα κατασκευαστικά χαρακτηριστικά. Όλοι οι παράγοντες αλληλεπιδρούν και σχετίζονται. Έτσι, για τη διαμόρφωση των χώρων, λαμβάνουμε υπόψη:

- Την είσοδο των εμπορευμάτων
- Την πορεία που πρέπει να ακολουθήσει κάποιος για την ετοιμασία των φαγητών
- Τον τρόπο παραδόσεων των εδεσμάτων στη σάλα

- ο Την κίνηση του προσωπικού

Έχοντας αυτά υπόψη

- ο Η ζεστή κουζίνα με τα αναγκαία μηχανήματα και τις εγκαταστάσεις, τοποθετείται στο κέντρο των χώρων
- ο Οι υπόλοιποι χώροι βρίσκονται αριστερά και δεξιά της ζεστής κουζίνας
- ο Το τμήμα πωλήσεων πρέπει να έρχεται σε άμεση επαφή με τη δίοδο των σερβιτόρων.
- ο Οι βοηθητικοί χώροι τοποθετούνται αριστερά και δεξιά ή δίπλα στους κύριους χώρους και σε θέση ώστε να διευκολύνεται η συνέχεια της παραγωγικότητας, δηλαδή, η πορεία που ακολουθούν τα εμπορεύματα κατά την ετοιμασία τους μέχρι και την παράδοσή τους στο πάσο για service.

Απαραίτητη και σημαντική είναι η συμβολή του chef/υπεύθυνου παραγωγής κατά την μελέτη της κατασκευής του έργου, ο οποίος μπορεί να απαντήσει σε ζητήματα που αφορούν στο:

Κεφάλαιο: Τι κεφάλαιο έχει προϋπολογιστεί για την κουζίνα. Δεν μπορεί να υπάρξει κατάλληλος σχεδιασμός, χωρίς να έχει υπολογιστεί η επένδυση.

Εδεσματολόγιο: Το περιεχόμενο, την έκτασή του, αλλά και την αγορά στην οποία απευθύνεται. Αυτό θα καθορίσει τον εξοπλισμό που χρειάζεται και την διαμόρφωση των χώρων αποθήκευσης υλικών.

Ενέργεια: Κατά πόσο θα χρησιμοποιηθεί αέριο, ηλεκτρικό ρεύμα, νερό. Πρέπει να γνωρίζουμε τι ενέργεια θα χρησιμοποιήσουμε και πού έχει τοποθετηθεί κατασκευαστικά.

Εργασία: Πόσο εξειδικευμένο είναι το προσωπικό, από πόσα άτομα απαρτίζεται και τι θα εξυπηρετεί.

Τρόφιμα: Ένα μενού που δεν υποστηρίζει a la carte ή μαγειρευτές παρασκευές, π.χ., μία καφετέρια, χρειάζεται εντελώς διαφορετικό σχεδιασμό στις εγκαταστάσεις του με μικρότερους χώρους προετοιμασίας και λιγότερες απαιτήσεις από τον εξοπλισμό. Πιο σημαντικές ερωτήσεις που πρέπει να απαντηθούν είναι: κατά πόσο παρασκευάζονται γλυκά και αρτοποιήματα και σε ποιά μορφή; Απαιτείται χώρος κρεοπωλείου; Θα χρησιμοποιούνται ως επί το πλείστον φρέσκιες πρώτες ύλες ή κατεψυγμένες;

Υγιεινή και ασφάλεια: Το σχέδιο της κουζίνας πρέπει να εναρμονίζεται με τις υγειονομικές διατάξεις και να παρέχει τις προϋποθέσεις ασφάλειας στους εργαζόμενους.

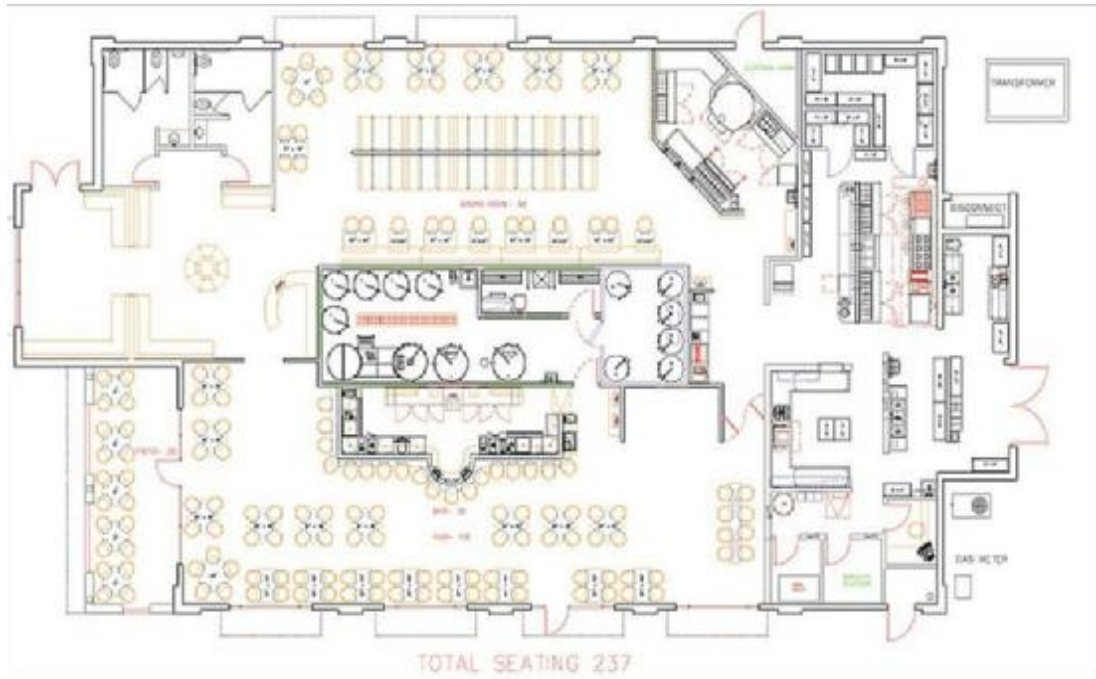
Design: Οι τάσεις θέλουν όλο και περισσότερες ανοικτές κουζίνες, που προσφέρουν θέαμα στους πελάτες. Κατά την κατασκευή μιας ιδιόμορφης κουζίνας, πρέπει να διαμορφωθούν διαφορετικά σχέδια, αν θέλουμε το design να εξυπηρετεί τις πωλήσεις, διατηρώντας, ωστόσο, λειτουργικούς τους χώρους.

2.7.4 Χώροι κουζίνας (προετοιμασίας και παραγωγής)

Χώροι προετοιμασίας και παραγωγής δεν αποτελούν μόνο η κατασκευή ή ο χώρος προετοιμασίας των εδεσμάτων, αλλά και η χωροταξική διαρρύθμιση στο σύνολό της. Αυτή μπορεί να περιλαμβάνει τον εξοπλισμό, τη συμμόρφωση στους υγειονομικούς κανονισμούς, την κυκλοφορία του προσωπικού και γενικότερα όλες τις δραστηριότητες που συμβαίνουν μέσα στον χώρο.

Οι χώροι διακρίνονται σε κύριους και βοηθητικούς, έχουμε αναλύσει αυτούς τους χώρους παραπάνω. Οι χώροι αυτοί δεν έρχονται σε απευθείας επαφή με τον πελάτη, αλλά οι εργασίες που επιτελούνται εκεί έχουν άμεσο αντίκτυπο στην εικόνα και την ικανοποίηση της πελατείας. Μία κουζίνα είναι ένας χώρος εργασίας και παραγωγικής δραστηριότητας, ο οποίος πρέπει να συγκεντρώνει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που η επιχείρηση έχει ανάγκη. Οι σχέσεις μεταξύ των προσώπων και των προϊόντων πρέπει να είναι τέτοιες, ώστε σε αυτό το οργανωμένο σύνολο να ενσωματώνεται άριστα με την επισιτιστική επιχείρηση. (Καραποστόλη, 2010)⁷

Παρακάτω υπάρχει ένα σχέδιο με τον χώρο εστιατορίου με 237 τραπέζοκαθίσματα και open face κουζίνα στο κέντρο. Διακρίνονται καθαρά όλες οι λειτουργίες του εστιατορίου



Εικόνα 1. Χώρος εστιατορίου

⁷Καραποστόλη, Λ. (2010), "Η Ιδανική Σύγχρονη Κουζίνα", FoodService, 99

Κεφάλαιο 3: Food and Beverage Management

3.1 Σημασία του τμήματος F&B

Η διεύθυνση επισιτιστικών τμημάτων μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης ασχολείται με τη διοίκηση των λειτουργιών και υπηρεσιών που σχετίζονται με την παραγωγή και κατανάλωση φαγητών και ποτών. Ο όρος που χρησιμοποιείται διεθνώς για να περιγράψει την παραπάνω λειτουργία είναι "Food And Beverage Management".

Το Food and Beverage Management περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που σχετίζονται με την παραγωγή και πώληση φαγητού και ποτού σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση. Οι υπηρεσίες της διεύθυνσης επισιτισμού είναι σημαντικό μέρος των δραστηριοτήτων της ξενοδοχειακής μονάδας και ανάλογα με την επιχείρηση της οποίας αποτελούν τμήμα, η λειτουργία του F&B χαρακτηρίζεται για την ποικιλία και το μέγεθος της. Δηλαδή, σε μια μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχειακή μονάδα, τα τμήματα που αποτελούν την παραπάνω διεύθυνση είναι:

- τσαρτζαβάνια (a la carte, self-service, ταβέρνα, κ.ά.),
- Bars (main bar, pool bar, κ.ά.),
- banqueting ,
- room-service,
- κουζίνα buffet, τμήμα καθαρισμού των τμημάτων παραγωγής, κ.ά.),
- αποθήκες
- τμήμα προμηθειών τροφίμων και ποτών,
- κάβα ποτών και
- nightclub.

Αντίθετα σ' ένα μικρό ή μεσαίου μεγέθους ξενοδοχείο τα επισιτιστικά τμήματα είναι περιορισμένα και συνήθως μπορούμε να δούμε μόνο αυτά που είναι υποχρεωτικά από τη νομοθεσία, δηλαδή:

- τζουζίνια,
- τσαρτζαβάνια και
- μπαρ.⁸

Στην περίπτωση αυτή δεν έχουμε ξεχωριστή διεύθυνση επισιτιστικών τμημάτων αλλά την ευθύνη λειτουργίας και εποπτείας την έχει ο διευθυντής του ξενοδοχείου.

Πάντως, σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες εξαιτίας του μεγάλου αριθμού δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει το τμήμα του F&B είναι συχνά η πιο πολύπλοκη διεύθυνση μέσα στην ξενοδοχειακή επιχείρηση. Επειδή ένας από τους βασικούς στόχους του F&B είναι να παρέχει την υψηλότερη δυνατή ποιότητα υπηρεσιών σε ένα άνετο και φιλικό περιβάλλον από εξειδικευμένο προσωπικό έτσι ώστε να εξασφαλίσει την επιστροφή του κάθε πελάτη.

Επίσης, πρέπει να σημειώσουμε ότι αν και πολλά αυτοτελή τμήματα σχηματίζουν τη λειτουργία του F&B, δεν σημαίνει ότι αποτελεί μια αυτόνομη μονάδα, γιατί ενώ είναι ένα πλήρες τμήμα, δεν μπορεί να λειτουργήσει απομονωμένα μέσα στην ξενοδοχειακή επιχείρηση.

Σύμφωνα με τον Τζωρακολευθεράκη (1999)⁹ η λειτουργία του Food and Beverage μπορεί να περιγραφεί ως ένα σύστημα μέσα

σ' ένα μεγαλύτερο σύστημα, επειδή είναι αλληλένδετο με τα υπόλοιπα τμήματα του ξενοδοχείου.

Γενικά μπορούμε να πούμε ότι οι στόχοι του τμήματος Food and Beverage είναι:

⁸ Λαλούμης, Δ. (2002), Διοίκηση Ξενοδοχείων – Management, Αθήνα: Αθ. Σταμούλης

⁹ Τζωρακολευθεράκης, Ζ. (1999), Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων Food and Beverage Management, Αθήνα: INTERBOOKS

- 1) Να παρέχει ένα υψηλό επίπεδο υπηρεσιών στους ενοίκους του ξενοδοχείου,
- 2) Να βοηθάει την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης,
- 3) Να προσπαθεί για το καλύτερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα απέναντι στις υπόλοιπες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και
- 4) Να λειτουργεί αποτελεσματικά και ουσιαστικά για μεγαλύτερο κέρδος.



Εικόνα 2. Μενού

3.2 Food and Beverage Manager

Ο προϊστάμενος ενός επισιτιστικού τμήματος ή όπως συχνά αποκαλείται Food and Beverage Manager έχει ως αντικείμενο την διεύθυνση και σωστή λειτουργία των τμημάτων που έχουν να κάνουν με τη διάθεση φαγητού και ποτού και είναι υπεύθυνος για την οικονομική πορεία τους. Αυτά τα τμήματα είναι :

- Η κουζίνα,
- Το bar,
- Το room service,
- Τα εστιατόρια,
- Το τμήμα εκδηλώσεων και
- Η αποθήκη.

Ο προϊστάμενος των επισιτιστικών τμημάτων έχει αρκετές αρμοδιότητες. Αρχικά η δουλειά του είναι η σωστή χρήση των πόρων που διαθέτει για να φτάσει στο σωστό αποτέλεσμα. Δηλαδή με τον όρο πόρους εννοούμε :

1. τον άνθρωπο,
2. την ενέργεια,
3. την παραγωγή,

4. το χρήμα,
5. τις διαδικασίες και
6. τον εξοπλισμό.

Είναι αναμενόμενο να συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων με τα ανώτερα διευθυντικά στελέχη της επιχείρησής για τη σωστότερη χρήση των πόρων, καθώς επίσης και να μπορεί να τους χρησιμοποιήσει για να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα, το οποίο είναι το υψηλότερο κέρδος της επιχείρησης. (Μάρας, 2005)¹⁰
Ο Τζωρακολευθεράκης (1999)¹¹ αναφέρει ότι ένας διευθυντής επισιτιστικών τμημάτων πρέπει να έχει γνώσεις στους παρακάτω πέντε τομείς:

Τεχνικά: Οι εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες που σχετίζονται με τη διοίκηση και λειτουργία των επισιτιστικών τμημάτων (κουζίνες, εστιατόρια, καφετέριες, Bars, κ.ά.).

Μάρκετινγκ.

Προσδιορισμός των αναγκών του πελάτη (έρευνα) .

Μετάφραση των αναγκών σε προϊόντα και υπηρεσίες (σχεδιασμός προϊόντων/υπηρεσιών) .

Προσδιορισμός της αξίας του προϊόντος/υπηρεσίας για τον πελάτη (τιμή) .

Παροχή του προϊόντος/υπηρεσίας (διανομή και διάθεση) .

Πληροφόρηση και υποκίνηση του πελάτη (προώθηση, διαφήμιση, πώληση) .

Διοίκηση: Διοίκηση των πόρων της επιχείρησης όπως αναλύονται παρακάτω.

1.Ανθρώπινοι Πόροι: Στις μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις οι διευθυντές των επισιτιστικών τμημάτων είναι υπεύθυνοι περίπου του 50% του συνόλου των εργαζομένων. Είναι υπεύθυνοι για την πρόσληψη, την εκπαίδευση, τον προγραμματισμό, την ανάπτυξη, την αξιολόγηση και τον έλεγχο του ανθρώπινου δυναμικού που απασχολούν.

2.Οικονομικοί Πόροι: Ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης και τον αριθμό των επισιτιστικών τμημάτων μπορούμε να πούμε ότι το F&B μπορεί να δημιουργήσει έως και το 30% του συνόλου των εσόδων. Έτσι πολλές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις θέλουν τα επισιτιστικά τμήματα να έχουν κέρδη πάνω από το 20%. Αυτό είναι εξαιρετικά δύσκολο επειδή υπάρχει υψηλό εργατικό κόστος, πολλά λειτουργικά έξοδα και φυσικά το κόστος για τα τρόφιμα και τα ποτά. Υπό αυτές τις συνθήκες ο F&B Manager για να κάνει μια επιτυχημένη διοίκηση πρέπει να έχει μια πολύ καλή γνώση σχεδιασμού και τεχνικών ελέγχου.

3.Μηχανήματα: Μια ξενοδοχειακή επιχείρηση έχει ένα μεγάλο αριθμό εξοπλισμού. Στα επισιτιστικά τμήματα αυτό μεταφράζεται ως μηχανήματα κουζίνας, ψυγεία, συσκευές κ.ά.. Ο διευθυντής έχει την ευθύνη για τον εξοπλισμό και την εκπαίδευση του προσωπικού πάνω σε αυτόν.

4.Προμήθειες: Ο διευθυντής είναι υπεύθυνος για τις προμήθειες της επιχείρησης σε τρόφιμα και ποτά.

5.Μέθοδοι: Εξαιτίας της πολυπλοκότητας της λειτουργίας των επισιτιστικών τμημάτων, απαιτείται σημαντικός χρόνος και προσπάθεια για τον προσδιορισμό των κατάλληλων συστημάτων και διαδικασιών για την αποτελεσματική λειτουργία τους. Η ανάλυση, εφαρμογή και βελτίωση τέτοιων μεθόδων είναι ευθύνη του διευθυντή.

Χρόνος: Για τη σωστή λειτουργία του επισιτιστικού τομέα πρέπει ο διευθυντής να κάνει καλό προγραμματισμό του χρόνου, σε συνδυασμό με τις ώρες λειτουργίας των τμημάτων και τις απαιτήσεις της δουλειάς.

Οικονομία: Για την επιτυχία της διοίκησης των επισιτιστικών επιχειρήσεων αποτελούν προϋπόθεση οι οικονομικές γνώσεις.

¹⁰Μάρας, ΑθανάσιοςΓ. (2005), Food and Beverage Management-Διοίκηση και Έλεγχος – Τιμολόγηση Στον Επισιτιστικό Τομέα Των Ξενοδοχείων, Αθήνα:INTERBOOKS

¹¹Τζωρακολευθεράκης, Ζ. (1999), Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων Food and Beverage Management, Αθήνα:INTERBOOKS

Ο F&B Manager πρέπει να συνδυάζει επαγγελματική μόρφωση, μεγάλη εμπειρία, δημιουργικότητα και υπευθυνότητα. Πρόκειται για μια θέση με μεγάλες απαιτήσεις που μπορεί να προσφέρει όμως υψηλά επίπεδα ικανοποίησης και αμοιβών.

3.3 Ο ρόλος του manager

Για να έχουμε μια επιτυχημένη λειτουργία στα επισιτιστικά τμήματα μιας ξενοδοχειακής μονάδας, τα πιο σημαντικά προσόντα που πρέπει να έχει ο manager είναι οι τεχνικές γνώσεις, οι γνώσεις Marketing και επίσης οι γνώσεις διοίκησης και οικονομικών. Βέβαια υπάρχουν και οι διευθυντές που δεν έχουν το κατάλληλο εκπαιδευτικό υπόβαθρο κι αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μην επιτυγχάνουν τους στόχους της επιχείρησης ως προς τα κέρδη και τα επίπεδα ποιότητας. Μέσα στα πλαίσια της λειτουργίας του F&B πρέπει να ικανοποιηθούν οι ανάγκες τριών τομέων:

- των πελατών
- της επιχείρησης
- του προσωπικού

Οι διευθυντές των επισιτιστικών τμημάτων πρέπει να κατανοούν τις διαφορετικές ανάγκες των παραπάνω τομέων. Καμιά επιχείρηση δεν μπορεί να έχει επιτυχία χωρίς τη σωστή χρησιμοποίηση των εξειδικευμένων γνώσεων και δεξιοτήτων. Έτσι, η κατανόηση είναι μια απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία του διευθυντή.

Πιο αναλυτικά οι απαιτήσεις του κάθε τομέα είναι:

Πελάτες

1. Φιλική και καλή εξυπηρέτηση
2. Καλό φαγητό
3. Ευχάριστο περιβάλλον
4. Ποικιλία φαγητών και ποτών
5. Καλή φήμη
6. Καλές συνθήκες υγιεινής και καθαριότητας
7. Καλές τιμές

Επιχείρηση

1. Περιορισμό των εξόδων
2. Έλεγχο
3. Άμεσα οφέλη
4. Μακροπρόθεσμα οφέλη
5. Έλεγχο του κόστους
6. Καλή φήμη
7. Επαναλαμβανόμενη πελατεία
8. Θετική δημοσιότητα
9. Καλά σχόλια
10. Υψηλή παραγωγικότητα
11. Καλές εργασιακές σχέσεις
12. Ανάπτυξη της επιχείρησης

Προσωπικό

1. Καλές συνθήκες εργασίας
2. Ασφάλεια
3. Ικανοποίηση
4. Προοπτικές εξέλιξης
5. Ικανοποιητικός μισθός

6. Εκπαίδευση

Είναι προφανές ότι ο ρόλος ενός Manager δεν μπορεί να κριθεί μόνο από τα κέρδη της επιχείρησης. Πρέπει να κρίνεται και από την ποιότητα των υπηρεσιών σε όλους τους τομείς. (Τζωρακολευθεράκης, 1999)¹²

3.4 Ο σχεδιασμός

Ο Μάρας (2005)¹³ είπε ότι ο σχεδιασμός είναι το στάδιο που σκοπό έχει τη δημιουργία στόχων για το τμήμα του Food and Beverage και επίσης τους τρόπους δράσης για την επίτευξη αυτών των στόχων. Προηγείται από οτιδήποτε άλλο και είναι βασική προϋπόθεση για την επιτυχημένη διεύθυνση του τομέα των επισιτιστικών τμημάτων.

Ο σχεδιασμός πρέπει να εφαρμόζεται σε κάθε στάδιο της διοίκησης. Δηλαδή, στα διευθυντικά επίπεδα ο σχεδιασμός αφορά στην στρατηγική που θα οδηγήσει στην επίτευξη των μακροπρόθεσμων στόχων. Στα ενδιάμεσα επίπεδα έχουμε την στρατηγική των μεσοπρόθεσμων στόχων, ενώ στις πιο χαμηλές βαθμίδες έχουμε τον καθημερινό σχεδιασμό στόχων και την επίτευξη τους.

Για να έχουμε έναν αποτελεσματικό σχεδιασμό στην οποιαδήποτε βαθμίδα θα πρέπει να εφαρμόζονται οι παρακάτω τρεις παράγοντες:

Επικοινωνία - Συνεργασία

Οι Managers των διαφορετικών τμημάτων πρέπει να έχουν ένα πολύ καλό δίκτυο επικοινωνίας και πνεύμα συνεργασίας, ιδιαίτερα στα χαμηλότερα διοικητικά επίπεδα.

Πληροφόρηση

Η πληροφόρηση αποτελεί τη βάση ενός αποτελεσματικού σχεδιασμού επειδή οι διευθυντές στηρίζονται στις σωστές πληροφορίες για τη δημιουργία του οποιοδήποτε πλάνου επίτευξης στόχων.

Ευελιξία

Επειδή κανένα σχέδιο δράσης δεν είναι αλάνθαστο κι ακόμα κανένας δεν μπορεί πάντα να προβλέψει όλους τους εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν την καθημερινότητα, ο Manager πρέπει να έχει την ευελιξία και την προσαρμοστικότητα να παρεμβαίνει και να κάνει τις απαραίτητες διορθώσεις.

3.5 Η οργάνωση

Η οργάνωση είναι το στάδιο που συνδυάζει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους πόρους που είναι διαθέσιμοι μαζί με το ανθρώπινο δυναμικό και τον εξοπλισμό. Είναι σημαντικό να υπάρχει ιεραρχία και να είναι ξεκάθαρο στον κάθε εργαζόμενο ποιες είναι οι δικές του αρμοδιότητες και ευθύνες και σε ποιον προϊστάμενο θα πρέπει να αναφέρεται. Διαφορετικά, έχουμε το φαινόμενο της «σύγκρουσης εντολών» που συμβαίνει όταν ένας εργαζόμενος δέχεται εντολές από δύο ή περισσότερους προϊσταμένους.

¹²Τζωρακολευθεράκης, Ζ. (1999), Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων FoodandBeverageManagement, Αθήνα:INTERBOOKS

¹³Μάρας, Αθανάσιος Γ. (2005), Food and Beverage Management – Διοίκηση και Έλεγχος – Τιμολόγηση Στον Επισιτιστικό Τομέα Των Ξενοδοχείων, Αθήνα:INTERBOOKS

Ακόμα, ένα σημαντικό στοιχείο του τμήματος F&B είναι ότι ο κάθε προϊστάμενος πρέπει να έχει υπό την εποπτεία του τον σωστό αριθμό προσωπικού. Αυτό εξαρτάται από το μέγεθος της εργασίας, την πολυπλοκότητα της και φυσικά την εμπειρία του προϊσταμένου. Τελικό κομμάτι της οργάνωσης μπορούμε να πούμε ότι είναι η εξουσία. Δηλαδή, ο κάθε εργαζόμενος και ο κάθε διευθυντής πρέπει να έχουν την εξουσία των αρμοδιοτήτων τους, για να φέρουν σε πέρας τη δουλειά που έχει ο καθένας να κάνει. (Μάρας, 2005)

3.6 Η στελέχωση

Το στάδιο της στελέχωσης είναι η επιλογή του προσωπικού και όλες οι διαδικασίες πρόσληψης του. Σε μεγάλες επιχειρήσεις τις προσλήψεις, τις απολύσεις και όλα τα θέματα που αφορούν τους υπαλλήλους όπως τις άδειες ή τα εβδομαδιαία ρεπό, τα χειρίζεται ο υπεύθυνος του τμήματος.

Το πιο σημαντικό για το στάδιο της στελέχωσης είναι να μπορεί ο Manager να επιλέγει τα άτομα που ο ίδιος θεωρεί κατάλληλα και η τελική επιλογή να είναι δικιά του, αφοτου θα έχει δοκιμάσει το εν δυνάμει προσωπικό πάνω στη δουλειά.

Επίσης, επειδή ο κάθε εργαζόμενος χρειάζεται ένα χρονικό διάστημα για να εξοικειωθεί και να αποδώσει τα μέγιστα στο αντικείμενο της εργασίας του, θα πρέπει να ενταχθεί στην ομάδα εργασίας με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνει εύκολα αποδεκτός και να προσαρμοστεί όσο πιο γρήγορα μπορεί. Αν ένας καινούργιος υπάλληλος “εγκαταλειφθεί” μετά την πρώτη μέρα, αυτό δεν θα βοηθήσει στην επίτευξη των καλών εργασιακών σχέσεων. (Μάρας, 2005)

3.7 Ο συντονισμός

Ο συντονισμός είναι το στάδιο εκείνο όπου γίνεται η προσπάθεια να επιτευχθούν όλοι οι στόχοι που έχουν τεθεί από την επιχείρηση. Για να το καταφέρει αυτό η κάθε επιχείρηση οι βασικότεροι παράγοντες που πρέπει να έχει είναι η πολύ καλή επικοινωνία και η άψογη συνεργασία όλων σε κάθε επίπεδο της ιεραρχίας.

Ένα βασικό κομμάτι του συντονισμού είναι και η μεταβίβαση των ευθυνών και των εξουσιών στους αντίστοιχους προϊσταμένους στα διάφορα επίπεδα ιεραρχίας και φυσικά πάντα κάτω από την εποπτεία της διοίκησης. (Μάρας, 2005)¹⁴

3.8 Η διεύθυνση

Η καλή διεύθυνση του προϊσταμένου καθορίζεται από τα αποτελέσματα που βγαίνουν μέσα από την εργασία των υπαλλήλων. Κάτι που εξακριβώνεται καθημερινά σ' ένα τμήμα επισιτισμού. Ένας ικανός manager πρέπει να μπορεί να κατανοήσει τους υφιστάμενους του σε θέματα που μπορεί να αφορούν τις προσωπικές τους ανάγκες, επιθυμίες αλλά και προσδοκίες. Στα πλαίσια της διεύθυνσης υπάρχουν τρεις παράγοντες που ένας προϊστάμενος πρέπει να εφαρμόσει, δηλαδή είναι ο προγραμματισμός, η εποπτεία και η πειθαρχία του προσωπικού.

Προγραμματισμός

Ο προγραμματισμός είναι ένα σημαντικό κομμάτι στο χώρο εργασίας. Επειδή, ο προϊστάμενος είναι απαραίτητο να γνωρίζει και να αξιοποιεί όσο πιο αποτελεσματικά γίνεται το στοιχείο που δείχνει πόσος κόπος και χρόνος απαιτείται για την εκτέλεση μιας

¹⁴Μάρας, Αθανάσιος Γ. (2005), Food and Beverage Management Διοίκηση και Έλεγχος – Τιμολόγηση Στον Επισιτιστικό Τομέα των Ξενοδοχείων, Αθήνα: INTERBOOKS

συγκεκριμένης εργασίας, έτσι ώστε να σχεδιάζεται η διεκπεραίωση της με το σωστό αριθμό προσωπικού.

Εποπτεία

Η εποπτεία είναι ένα στοιχείο που πρέπει, και συνήθως εφαρμόζεται διακριτικά σε όλες τις φάσεις της εργασίας. Όταν ένας προϊστάμενος εποπτεύει τους υπαλλήλους του θα πρέπει να γνωρίζει πως να τους ωθεί σε καλύτερα αποτελέσματα, πως να τους καθοδηγεί, πως να συνεργάζεται όσο καλύτερα γίνεται μαζί τους και βέβαια πως να τους αποσπά το καλύτερο αποτέλεσμα που μπορούν να προσφέρουν.

Οι εργαζόμενοι μπορούν να γίνουν πολύ αποδοτικοί όταν βρίσκουν ικανοποίηση μέσα από την εργασία τους.

Πειθαρχία

Η έννοια της πειθαρχίας στον εργασιακό χώρο δεν έχει να κάνει τόσο με την επίπληξη ή την τιμωρία, αλλά περισσότερο με τους κανόνες που πρέπει να εφαρμόζουν όλοι ανεξαιρέτως.

Με ένα καλό οργανόγραμμα και με τη σωστή ενημέρωση του κάθε εργαζομένου στον επισιτιστικό τομέα για τα δικαιώματα, τις υποχρεώσεις και τα καθήκοντα του, θα αποκτηθεί ένα πολύ καλό επίπεδο πειθαρχίας. (Μάρας, 2005)¹⁵

3.9 Ο έλεγχος

Ο Τζωρακολευθεράκης (1999)¹⁶ αναφέρει ότι ο έλεγχος είναι η σύγκριση των αποτελεσμάτων, δηλαδή των εσόδων, του κόστους τροφίμων – ποτών, με τους προκαθορισμένους στόχους. Οι αξιολογήσεις έχουν επιτυχία μόνο όταν τις συγκρίνουμε με τους στόχους που έχει θέσει η επιχείρηση.

Ο βαθμός ελέγχου εξαρτάται από το μέγεθος της επιχείρησης, από τις αντιλήψεις των υπευθύνων και το επίπεδο οργάνωσης. Τα επισιτιστικά τμήματα ενός μεγάλου ξενοδοχείου απαιτούν λεπτομερή, καθημερινό και ακριβές έλεγχο. Αντίθετα, μια μικρή επιχείρηση που συνήθως διευθύνεται από τους ιδιοκτήτες δεν έχει καθόλου έλεγχο. Εννοείται, πως αυτό δεν σημαίνει ότι η ανάγκη για καθημερινό έλεγχο είναι περιττή. Ο έλεγχος είναι πρωταρχικής σημασίας και επιβάλλεται σε όλες τις επιχειρήσεις.

Γενικά, στη χώρα μας, οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν ένα τμήμα ελέγχου για να τους δίνει κάποια στατιστικά στοιχεία σε ημερήσια, εβδομαδιαία ή σε μηνιαία βάση. Αλλά στις περισσότερες δεν γίνεται ουσιαστικός έλεγχος, δηλαδή δεν ερευνάται το κόστος και δεν γίνεται εκτίμηση της απόδοσης των τμημάτων.

Υπάρχει και η περίπτωση επισιτιστικών επιχειρήσεων που έχουν αξιοποιήσει ουσιαστικά όλους τους διαθέσιμους πόρους, δηλαδή διευθύνονται σωστά, το προσωπικό είναι πολύ ικανό και τα διαθέσιμα προϊόντα είναι πάντα ποιοτικά, αλλά αυτό να μη βοηθάει στην αύξηση τους κέρδους και στην επίτευξη όλων των στόχων. Συνήθως αυτό συμβαίνει από την έλλειψη συστημάτων ελέγχου.

Όταν μια επιχείρηση διαμορφώνει ένα τμήμα ελέγχου, πρέπει να καθορίζει κάποιον υπεύθυνο για το τμήμα αυτό, έτσι ώστε όταν πραγματοποιούνται έλεγχοι και βρίσκονται αποκλίσεις να παίρνει κάποιος την ευθύνη. Επίσης πρέπει να πούμε ότι ο έλεγχος απαιτεί μεθοδικότητα, ακρίβεια και συντονισμό της εργασίας κάθε υπαλλήλου. Πρέπει να είναι

¹⁵Μάρας, ΑθανάσιοςΓ. (2005), Food and Beverage Management – Διοίκηση και Έλεγχος – Τιμολόγηση Στον Επισιτιστικό Τομέα Των Ξενοδοχείων, Αθήνα:INTERBOOKS

¹⁶Τζωρακολευθεράκης, Ζ. (1999), Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων Food and Beverage Management, Αθήνα:INTERBOOKS

προσαρμοσμένος στις ανάγκες της επιχείρησης και πρέπει να αποτελεί μια συνεχή διαδικασία. Αυτό είναι το πιο σημαντικό επειδή παρέχει τη δυνατότητα στη διεύθυνση να πάρει άμεσα διορθωτικά μέσα όταν τα αποτελέσματα είναι διαφορετικά από τους προκαθορισμένους στόχους. Ακόμα, μπορεί και να διαφοροποιήσει και κάποιο στόχο αν διαπιστωθεί ότι είναι ανέφικτος.

Άρα μπορούμε να τονίσουμε ότι:

- Ένα σύστημα ελέγχου μπορεί να προσδιορίσει τα προβλήματα και τις τάσεις μέσα σε μια επιχείρηση, αλλά αν θέλουμε να είναι αποτελεσματικό απαιτεί συνεχή εποπτεία.
- Το σύστημα ελέγχου δεν μπορεί από μόνο του να σταματήσει τα προβλήματα.
- Για να είναι αποτελεσματικό πρέπει να υπάρχουν στόχοι και να συμμετέχουν οι εργαζόμενοι.
- Επίσης, η αποτελεσματικότητά του βασίζεται στις σωστές πολιτικές της επιχείρησης και στις κατάλληλες λειτουργικές διαδικασίες.
- Ένα σύστημα ελέγχου απαιτεί αξιολόγηση των αποτελεσμάτων και πληροφοριών που παρέχονται από την διαδικασία του ελέγχου.
- Η διαδικασία της αξιολόγησης των αποτελεσμάτων πρέπει να είναι καθορισμένη με σαφήνεια.
- Για την επιτυχία του ελέγχου προϋπόθεση είναι να ορίζονται τα άτομα που έχουν την ευθύνη για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

3.10 Στόχοι του ελέγχου επισιτιστικών τμημάτων

Ένας από τους βασικούς στόχους ενός επισιτιστικού τμήματος είναι η μείωση των εξόδων, βασικά να διατηρείται το κόστος σε χαμηλά επίπεδα αλλά η προσφερόμενη ποιότητα να είναι πάντα υψηλή. Άρα το τμήμα F&B πρέπει να εφαρμόσει μια πολύ καλή και αποτελεσματική διαδικασία ελέγχου του κόστους και των εσόδων κι αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί με τους παρακάτω τρόπους:

1. Σωστή πρόβλεψη των προτιμήσεων των πελατών: Αυτό σημαίνει ότι όσο πιο κοντά στην πραγματικότητα είναι η πρόβλεψη τόσο καλύτερος θα είναι ο έλεγχος που θα έχει η επιχείρηση. Επειδή οι προτιμήσεις των πελατών είναι τα πιο αξιόπιστα στοιχεία για τον προϋπολογισμό του κόστους.
2. Η αγορά των υλικών σύμφωνα με την πρόβλεψη: Μια καλή πρόβλεψη θα βοηθήσει την επιχείρηση στη μείωση του κόστους από την αγορά και παραγωγή των προϊόντων.
3. Ο καθορισμός προτύπων λειτουργίας: Για να λειτουργεί σωστά μια επιχείρηση πρέπει να έχει θέσει κάποια πρότυπα, ώστε και οι εργαζόμενοι να γνωρίζουν τις απαιτήσεις της διεύθυνσης αλλά και να διευκολύνεται ο έλεγχος.
4. Η πρόληψη της σπατάλης: Όταν από την επιχείρηση πραγματοποιείται καθημερινός έλεγχος, τότε τα περιθώρια σπατάλης εξαιτίας ανεπαρκούς προετοιμασίας, υπερπαραγωγής ή μη χρησιμοποίησης πρότυπων συνταγών, μειώνονται.
5. Η πρόληψη της απάτης: Ένα σύστημα ελέγχου είναι απαραίτητο να εμποδίζει τις απάτες, που πολύ συχνά γίνονται από τους πελάτες ή από το προσωπικό.
6. Η ανάλυση των εσόδων-εξόδων: Για να έχει το επισιτιστικό τμήμα μια αποτελεσματική λειτουργία επιβάλλεται η ανάλυση των εσόδων και εξόδων που σχετίζονται με τη λειτουργία του.
7. Οι βάσεις της τιμολόγησης: Είναι σημαντικό να προσδιορίζονται με ακρίβεια οι τιμές πώλησης των προσφερόμενων προϊόντων στα επισιτιστικά τμήματα, με τα στοιχεία του κόστους και τις τάσεις της αγοράς, έτσι ώστε να καθορίζεται ένας στόχος καθαρού κέρδους.
8. Η ενημέρωση της διεύθυνσης: Ένα από τα πιο βασικά έργα του ελέγχου είναι η προετοιμασία αναφορών, που θα δίνουν την πραγματική εικόνα του κάθε τμήματος, προς την διεύθυνση της επιχείρησης, ώστε να δρα ταχύτατα όπου χρειάζεται και να λαμβάνει διορθωτικά μέτρα.

Τελικά, συμπεραίνουμε από όλα τα παραπάνω, ότι όσο πιο γρήγορα διαπιστωθεί ένα πρόβλημα μέσω του ελέγχου τόσο πιο εύκολα θα αντιμετωπισθεί με τις διορθωτικές ενέργειες του manager και της διεύθυνσης. (Τζωρακολευθεράκης, 1999)¹⁷

3.11 Εκτίμηση και διόρθωση

Η εκτίμηση και διόρθωση είναι το κομμάτι που γίνεται η αξιολόγηση των στόχων του επισιτιστικού τμήματος και όπου χρειάζεται και η διόρθωση τους. Δηλαδή, ο manager αξιολογώντας τη λειτουργία του F&B πρέπει να εστιάσει τη προσοχή του:

- Στην αξιολόγηση του προσωπικού. Δηλαδή, αν το προσωπικό αποδίδει όσο καλύτερα γίνεται κι αν όχι τι μπορεί να γίνει για να διορθωθεί.
- Στην πρόοδο της επίτευξης των στόχων που έχουν τεθεί. Δηλαδή, αν η επιχείρηση έχει επιτύχει στους στόχους που έχει βάλει για τα τμήματα κι αν όχι ίσως θα πρέπει να γίνει αναπροσαρμογή των στόχων αυτών.
- Στον καθορισμό κάποιων διορθωτικών ενεργειών για τη βελτίωση των συντελεστών επιτυχίας.

Όταν ο διευθυντής δει ότι οι προηγούμενοι στόχοι έχουν επιτευχθεί θα πρέπει να θέσει καινούργιους. Αυτό για να συμβεί, είναι απαραίτητο να κάνει διορθωτικές ενέργειες για να υλοποιήσει και να επιτύχει στους νέους στόχους.

Φυσικά δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι ένας καλός και ικανός manager κάνει και την δική του αυτοκριτική. Πρέπει πάντα να είναι έτοιμος να αναγνωρίσει και τα δικά του λάθη, και όχι μόνο των υφιστάμενων του, και να κάνει τα απαραίτητα βήματα για να τα διορθώσει. Αυτό είναι πολύ σημαντικό, επειδή οι περισσότεροι προϊστάμενοι είναι υπεράνω αυτής της κίνησης και είτε πιστεύουν ότι κάνουν πολύ σωστά τη δουλειά που τους έχει ανατεθεί ή ότι κάνουν το καλύτερο δυνατό που μπορούν. Είναι απαραίτητο να προσπαθούν να βελτιώνονται σε επαγγελματική βάση καθημερινά. (Μάρας, 2005)¹⁸

3.12 Ποιότητα στις επισιτιστικές επιχειρήσεις

Η χρήση του όρου «ποιότητα» στις επισιτιστικές επιχειρήσεις ξεκίνησε και αναπτύχθηκε στην Ιαπωνία τη δεκαετία του 1950. Αργότερα πέρασε στην Αμερική και μόλις τη δεκαετία του 1980 ήρθε στην Ευρώπη. Αποτελεί μια νέα φιλοσοφία του management και επηρεάζει σε πολύ μεγάλο βαθμό τη λειτουργία των επιχειρήσεων. Η διοίκηση ποιότητας είναι μια φιλοσοφία του management που κατευθύνεται από τις ανάγκες και τις προσδοκίες των καταναλωτών.

Οι Ιάπωνες εφάρμοσαν στην πράξη τις νέες αντιλήψεις της ποιότητας και κατάλαβαν ότι η προσαρμογή των διαδικασιών στις απαιτήσεις του πελάτη είναι το κλειδί για την απόκτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η διαχείριση της ποιότητας μπήκε στη βιομηχανία και σήμερα εφαρμόζεται σε ολόκληρο τον κόσμο. Φάνηκε, ότι οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν μια πολύ καλή και ποιοτική διαχείριση έχουν μεγαλύτερη επιτυχία από τους ανταγωνιστές τους. Και φυσικά, όπως είναι γνωστό, υπάρχουν πολλές διακρίσεις και δίνονται πολλά βραβεία στις επιχειρήσεις που παρουσιάζουν υψηλό επίπεδο ποιότητας.

¹⁷Τζωρακολευθεράκης, Ζ. (1999), Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων Food and Beverage Management, Αθήνα:INTERBOOKS

¹⁸Μάρας, Αθανάσιος Γ. (2005), Food and Beverage Management- Διοίκηση και Έλεγχος – Τιμολόγηση Στον Επισιτιστικό Τομέα Των Ξενοδοχείων, Αθήνα:INTERBOOKS

Στα επισιτιστικά τμήματα κάθε στοιχείο που σχετίζεται με την εμπειρία ενός γεύματος είναι ένας δείκτης ποιότητας. Για παράδειγμα, το περιβάλλον, η ποικιλία του φαγητού, ο τρόπος σερβιρίσματος ή ο χρόνος εξυπηρέτησης.

Η ποιότητα προσδιορίζεται με τα επίπεδα που θέτει η διεύθυνση της επιχείρησης σε ότι αφορά τα προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες. Η διαδικασία επίτευξης της ποιότητας ξεκινάει με τη μέτρηση του βαθμού ικανοποίησης του πελάτη, των απόψεων και των επιθυμιών του. Μετά, βάσει των συμπερασμάτων το F&B προσαρμόζει τα προϊόντα και της υπηρεσίες του, καθώς επίσης και τις διαδικασίες, τις λειτουργίες και τη γενικότερη νοοτροπία του τμήματος ώστε να καλύπτει τις απαιτήσεις. Φυσικά, αναπτύσσει και συστήματα ελέγχου ώστε να αξιολογεί συνεχώς τα αποτελέσματα των προσπαθειών του και να λαμβάνει διορθωτικά μέτρα όπου αυτά χρειάζονται. Για να επιτύχει αυτό το σύστημα χρειάζεται η συμμετοχή του συνόλου του προσωπικού και η καθιέρωση πολιτικής συνεχούς βελτίωσης.

Η τελική αξία της προσφερόμενης υπηρεσίας όπως την αντιλαμβάνεται ο πελάτης βασίζεται στην ποιότητα σε σχέση με την τιμή που καλείται να πληρώσει, αλλά βέβαια εξαρτάται και από άλλους παράγοντες.

Η έννοια της ποιότητας είναι υποκειμενική. Έχει περισσότερο να κάνει με τις προσωπικές προτιμήσεις, το τι αρέσει ή δεν αρέσει. Η ποιότητα στο φαγητό από τεχνικής και επιστημονικής άποψης μπορεί να οριστεί με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.

Είναι πλέον φανερό ότι η ποιότητα στο φαγητό είναι μια σύνθετη και πολύπλοκη διαδικασία που αξιολογείται με τις αισθήσεις, όπως είναι η γεύση, η εμφάνιση, η θρεπτική αξία και η υφή, και με το περιβάλλον της επιχείρησης. (Τζωρακολευθεράκης, 1999)¹⁹

3.13 Διασφάλιση ποιότητας στις επισιτιστικές επιχειρήσεις

Η διασφάλιση της ποιότητας είναι όλες οι σχεδιασμένες και συστηματικές ενέργειες οι οποίες θεωρούνται απαραίτητες για να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις ώστε κάθε παραγόμενο προϊόν και υπηρεσία να ικανοποιήσει τις συγκεκριμένες ανάγκες του καταναλωτή.

Πιο συγκεκριμένα, η διασφάλιση της ποιότητας είναι ένα πλήρες σύστημα με οδηγίες και κριτήρια, έλεγχο των διαδικασιών, συνεχή έλεγχο των κρίσιμων σημείων και έλεγχο του συνολικού συστήματος προκειμένου να διασφαλιστεί η ποιότητα του τελικού προϊόντος.

Η ευθύνη για ποιοτικό φαγητό (ασφαλές, θρεπτικό, καλοσερβιρισμένο) πέφτει στην επιχείρηση παραγωγής, δηλαδή στην ίδια την επισιτιστική επιχείρηση, και η διασφάλιση της ποιότητας διαβεβαιώνει τον πελάτη ότι τα προσφερόμενα προϊόντα είναι ποιοτικά.

Ένα σύστημα διασφάλισης της ποιότητας στις επισιτιστικές επιχειρήσεις πρέπει να περιλαμβάνει:

- Επιθεώρηση και έλεγχο των πρώτων υλών.
- Έλεγχο της παραγωγής.
- Έλεγχο της διανομής.

Ειδικότερα για την επίτευξη της ποιότητας, ο διευθυντής του επισιτιστικού τμήματος θα πρέπει να καθιερώνει κριτήρια για:

- Ø Τις πρώτες ύλες.

¹⁹Τζωρακολευθεράκης, Ζ. (1999), Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων Food and Beverage Management, Αθήνα:INTERBOOKS

- Ø Το προσωπικό.
- Ø Τον εξοπλισμό.
- Ø Τις συνθήκες παραγωγής.
- Ø Την υγιεινή.
- Ø Την ασφάλεια.
- Ø Τους χειρισμούς και τις διαδικασίες παραγωγής των φαγητών.
- Ø Τον έλεγχο των τελικών προϊόντων.
- Ø Τις διαδικασίες παρουσίασης των φαγητών.
- Ø Τις διαδικασίες σερβιρίσματος των φαγητών.
- Ø Το συνεχή έλεγχο των φυσικών και χημικών χαρακτηριστικών των τελικών προϊόντων.

Ωστόσο, για την σωστή και αποτελεσματική εφαρμογή των παραπάνω απαιτείται:

1. Πλήρης και σαφής ενημέρωση όλων των εργαζομένων.
2. Σαφής προσδιορισμός του προγράμματος διασφάλισης της ποιότητας.
3. Κατανόηση του συστήματος από όλους.
4. Εφαρμογή.

Η διασφάλιση της ποιότητας σε ένα επισιτιστικό τμήμα πρέπει να ακολουθεί τις ίδιες βασικές αρχές που ισχύουν στις επιχειρήσεις παραγωγής τροφίμων. Ωστόσο, τα επισιτιστικά τμήματα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων έχουν μια ιδιαιτερότητα εξαιτίας του γεγονότος ότι τα φαγητά διανέμονται αμέσως στον πελάτη. Αυτό δίνει ελάχιστες ευκαιρίες εξέτασης, ανάλυσης και απομάκρυνσης τυχόν ακατάλληλων προϊόντων. (Τζωρακολευθεράκης, 1999)²⁰

3.14 Έλεγχος της ποιότητας στο F&B

Ο έλεγχος της ποιότητας αφορά τις τεχνικές και τις δραστηριότητες της επιχείρησης οι οποίες διασφαλίζουν την ποιότητα του προϊόντος. Στις επισιτιστικές επιχειρήσεις, ένα αποτελεσματικό σύστημα ποιότητας πρέπει να περιλαμβάνει όλα τα απαραίτητα μέσα για τον έλεγχο της ποιότητας των φαγητών.

Δηλαδή, ο έλεγχος της ποιότητας στα επισιτιστικά τμήματα περιλαμβάνει την αξιολόγηση και εφαρμογή των επιθυμητών προτύπων στα παραγόμενα προϊόντα. Ασχολείται κυρίως με το αποτέλεσμα το οποίο όμως για να επιτευχθεί χρειάζεται τη συμμετοχή του ανθρώπινου παράγοντα. Ο έλεγχος της ποιότητας μπορεί να οριστεί ως μια διαδικασία η οποία διαβεβαιώνει καθημερινά ότι το παραγόμενο προϊόν παραμένει σταθερό στα προκαθορισμένα ποιοτικά πρότυπα.

Τα κριτήρια ποιότητας καθορίζονται από τη διεύθυνση της επιχείρησης και πιο συγκεκριμένα από τον Food and Beverage Manager. Βέβαια η εφαρμογή τους εξαρτάται από το να συνεργαστεί όλο το προσωπικό του τμήματος. Γενικά, είναι γνωστό ότι αν μια επιχείρηση δεν χρησιμοποιεί κάποιο σύστημα ελέγχου ποιότητας δεν επιτυγχάνει και καλά επίπεδα ποιότητας. (Τζωρακολευθεράκης, 1999)

3.15 Η ποιότητα του προϊόντος του τμήματος F&B

Η ποιότητα στα διάφορα τμήματα F&B επηρεάζεται και εξαρτάται από διάφορους παράγοντες οι οποίοι έχουν σχέση με τον τρόπο που λειτουργεί το προσωπικό (διοίκηση, προϊστάμενοι & υφιστάμενοι), καθώς και από παράγοντες που έχουν να κάνουν με την πολιτική και τις διαδικασίες που ακολουθούνται. Οι παράγοντες αυτοί σχετίζονται με την εξυπηρέτηση των πελατών από το προσωπικό, το περιβάλλον εξυπηρέτησης, τα τρόφιμα και ποτά που προσφέρονται στους πελάτες και στην τιμή.

²⁰Τζωρακολευθεράκης, Ζ. (1999), Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων Food and Beverage Management, Αθήνα:INTERBOOKS

Αυτοί οι παράγοντες πιο αναλυτικά είναι:

Τα υλικά προϊόντα:

Τα τρόφιμα και τα ποτά που χαρακτηρίζουμε είναι αυτά που ικανοποιούν τους πελάτες με την καλή τους εικόνα, που είναι νόστιμα και μυρίζουν ευχάριστα. Αυτό για να επιτευχθεί πρέπει να επιλέγονται προσεκτικά οι πρώτες ύλες και να γίνεται σωστή επεξεργασία.

Οι υπηρεσίες προσφοράς των υλικών προϊόντων:

Για να είναι το σερβίρισμα ποιοτικό πρέπει να είναι γρήγορο και με ακρίβεια . Άρα για να πραγματοποιηθεί αυτό πρέπει οι εργαζόμενοι να είναι γρήγοροι, με καλή μνήμη και φυσικά να είναι γνώστες της τεχνικής εστιατορίου.

Οι υπηρεσίες αλληλεπίδρασης εργαζομένων και πελατών:

Στο τμήμα του f&b βασικό στοιχείο είναι η ανθρώπινη αλληλεπίδραση. Οι εργαζόμενοι πρέπει πρόθυμοι και ευγενικοί και να εξυπηρετούν όσο καλύτερα γίνεται τους πελάτες, έτσι ώστε να αναπτύσσονται φιλικές σχέσεις.

Οι ευκολίες εξαιτίας της διαρρύθμισης και του εξοπλισμού: Για να επιτευχθεί η ποιότητα στο χώρο πρέπει το κάθε τμήμα εκμετάλλευσης να έχει κατάλληλη διαρρύθμιση για να επιτρέπεται η άνετη κυκλοφορία των εργαζομένων και των πελατών. Επίσης, πολύ σημαντικά στοιχεία είναι η θέα και η διακόσμηση.

Η ψυχολογική ατμόσφαιρα εξαιτίας της εικόνας, του χώρου και των ανθρώπων:

Μπορούμε να πούμε ότι οι διαθέσεις είναι μεταδοτικές, άρα η καλή ή η κακή ψυχολογία σε ένα χώρο θα επηρεάσει θετικά ή αρνητικά τον εκάστοτε πελάτη.

Επίσης, ο μεγάλος αριθμός πελατείας επηρεάζει την πελατεία. Δηλαδή, όταν ένα μαγαζί είναι γεμάτο, δημιουργείται στους πελάτες η αίσθηση ότι είναι ποιοτικό επειδή παρουσιάζει ζήτηση.

Η μουσική:

Ανάλογα με το τμήμα εκμετάλλευσης η μουσική μπορεί να έχει είτε διακοσμητικό είτε πρωταγωνιστικό ρόλο.

Η φήμη των τμημάτων:

Όταν κάποια εστιατόρια ή bar έχουν καλή φήμη τότε συγκεντρώνουν και περισσότερη πελατεία. Όταν ένας πελάτης συχνάζει σε ένα γνωστό μαγαζί, αυτή η επιχείρηση προσδίδει και στον ίδιο κοινωνικό κύρος.

Οι τιμές:

Οι τιμές επηρεάζουν την κατανάλωση των πελατών. Ανάλογα τα πόσα χρήματα είναι διατεθειμένος να δώσει ο καταναλωτής, τότε έχουμε είτε υψηλή είτε χαμηλή κατανάλωση. (Λαλούμης, 2002)²¹

3.16 Το marketing του F&B

Σύμφωνα με τον Λαλούμη (2002) το τμήμα του marketing διαμορφώνει ένα ειδικό πλάνο για το F&B. Το πλάνο αυτό προϋποθέτει έρευνες που δίνουν πληροφορίες σχετικά με το μέγεθος και τις τάσεις της αγοράς, αλλά και σχετικά με τους πιθανούς τύπους πελατείας των επισιτιστικών τμημάτων. Σκοπός είναι να επιλεγούν οι κατάλληλοι τύποι εστιατορίων ή bar που προτιμά ο κάθε τύπος πελατείας, να σχεδιαστούν τα προϊόντα που θα προσφέρουν τα τμήματα αυτά, να εκτιμηθούν τα επίπεδα τιμών που διατίθενται να πληρώσουν οι πελατειακές ομάδες και να επιλεγούν οι κατάλληλες μέθοδοι ενημέρωσης των διαφόρων τύπων πελατείας για τα προϊόντα που προσφέρει το F&B.

²¹ Λαλούμης, Δ. (2002), Διοίκηση Ξενοδοχείων – Management, Αθήνα : Σταμούλης

Το πλάνο αυτό συγκεντρώνει επίσης στοιχεία σχετικά με τη προβλεπόμενη κίνηση του ξενοδοχείου σε σχέση με τον αριθμό και τύπο πελατειών και πληροφορίες σχετικά με το μέγεθος του ανταγωνισμού, τις κυριότερες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, τους πόρους που διαθέτουν και τα προϊόντα που προσφέρουν, ώστε να εντοπιστούν ελλείψεις που υπάρχουν στην αγορά και μπορούν να αποτελέσουν ευκαιρίες για το επισιτιστικό τμήμα.

Βάσει των πληροφοριών που προκύπτουν, ο διευθυντής του επισιτιστικού τμήματος σε συνεργασία με τον διευθυντή του marketing προχωρούν στον σχεδιασμό του προϊόντος των επισιτιστικών τμημάτων. Ο σχεδιασμός του προϊόντος του F&B περιλαμβάνει τον σχεδιασμό των τμημάτων και των προϊόντων που θα προσφέρουν. Ο σχεδιασμός των τμημάτων αφορά στην πιθανότητα επέκτασης ή συρρίκνωσης των χώρων, στη διαρρύθμιση και στη διακόσμηση, στην οργάνωση των υπηρεσιών σερβιρίσματος, στην επιλογή και εκπαίδευση του προσωπικού και στη διαμόρφωση της επαγγελματικής κουλτούρας του κάθε τμήματος. Ο σχεδιασμός των προϊόντων αφορά στη σύνθεση του menu του κάθε τμήματος. Τα προϊόντα αυτά στη συνέχεια τιμολογούνται ανάλογα με την επιλεγείσα πολιτική.

Το marketing του F&B πρέπει να προσβλέπει ταυτόχρονα στην εσωτερική και εξωτερική πελατεία. Θεωρείται ότι για να είναι ικανοποιητικά επικερδές το επισιτιστικό τμήμα, ένα μεγάλο ποσοστό των πελατών πρέπει να είναι εξωτερικοί. Για το λόγο αυτό δραστηριοποιείται με διαφημιστικές ενέργειες και ενέργειες των δημοσίων σχέσεων στην προώθηση των πωλήσεων των τμημάτων.

Στα μεγάλα ξενοδοχεία ο κύριος όγκος εισπράξεων γίνεται από τα εστιατόρια και το τμήμα εκδηλώσεων και κατά δεύτερο λόγο από τα bar και το room service.

Κεφάλαιο 4: Το μενού, ανάλυση κόστους λειτουργίας & food cost

4.1 Μενού

Ο όρος menu, θεωρείται «κτῆμα» της Γαλλικής γαστρονομικής παράδοσης, όπως και πλήθος άλλων όρων της μαγειρικής τέχνης. Για άλλους, η λέξη μενού είναι λατινογενής και προέρχεται από τη λέξη minutes, που σημαίνει «κάτι μικρό». Το μενού, προσδιορίζει μεταξύ άλλων και το έντυπο το οποίο παρουσιάζεται στους πελάτες με σκοπό να πληροφορηθούν οι ίδιοι σχετικά με τα προσφερόμενα πιάτα.

Η σύνθεση του εδεσματολογίου μιας επιχείρησης εστίασης, αποτελεί κάτι πολύ σημαντικό, διότι είναι το βασικότερο "εργαλείο" προώθησης των πωλήσεων της επιχείρησης.

Λίγο ή πολύ, τα διαφορετικά είδη μενού που απαντώνται σήμερα σε κάθε τύπου επισιτιστικές επιχειρήσεις, είναι γνωστά και διαδεδομένα. Παρόλα αυτά θεωρείται χρήσιμος ο αποσαφηνισμός ορισμένων όρων με στόχο την υπενθύμιση αλλά και τη γνώση. Τα μενού των εστιατορίων μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

Menu table d'hote(με ήδη επιλεγμένα εδέσματα). Πρόκειται για γεύμα με συγκεκριμένα εδέσματα (δύο ή τρία πιάτα ανά κατηγορία), που παρατίθενται σε καθορισμένη σειρά, σερβίρονται με συγκεκριμένο τρόπο και σε συγκεκριμένο χρόνο, ενώ η τιμή του είναι καθορισμένη εκ των προτέρων. Γενικά, τα menu table d'hote, προορίζονται για συγκεκριμένο αριθμό ατόμων και χρησιμοποιούνται συνήθως σε δεξιώσεις, γάμους, συνεστιάσεις και άλλες ομοειδής εκδηλώσεις.

Το μενού του εστιατορίου tabled' hote περιορίζει τους πελάτες στο προσφερόμενο γαστρονομικό πακέτο της ημέρας, ενώ του εστιατορίου a la carte περιλαμβάνει ποικιλία εδεσμάτων από τα οποία μπορεί να γίνει επιλογή.

Menu ala carte (βάση καταλόγου). Στα μενού αυτής της κατηγορίας, οι πελάτες έχουν την ευκαιρία να επιλέξουν πιάτα από μια αρκετά μεγάλη λίστα συγκριτικά με αυτά των Menu tabled'hote. Αυτός ο τύπος μενού είναι ο πλέον συνηθισμένος στα σύγχρονα εστιατόρια. Στα κύρια χαρακτηριστικά του menu ala carte, περιλαμβάνονται τα εξής:

- Μεγάλη ποικιλία πιάτων ανά κατηγορία
- Ξεχωριστή τιμή για κάθε πιάτο
- Η ποσότητα καθορίζεται από τον πελάτη
- Η σειρά σερβιρίσματος των επιλεγόμενων πιάτων καθορίζεται από τον πελάτη

Menu buffet, ο μπουφές, όπως είναι επίσης γνωστό το συγκεκριμένο μενού, είναι το γεύμα, κατά το οποίο διάφορα κρύα και ζεστά εδέσματα, γλυκά και φρούτα τοποθετούνται σε ένα τραπέζι αναλόγου μεγέθους και σχήματος. Η σειρά των εδεσμάτων ακολουθεί τη βασική σειρά των μενού, με τη διαφορά της μεγαλύτερης ποικιλίας των προσφερόμενων πιάτων. Από την πλευρά του ο πελάτης, αυτοσερβιρίζεται ανάλογα με τις γευστικές του προτιμήσεις. Τα πλεονεκτήματα αυτού του τρόπου «προβολής» των εδεσμάτων του εστιατορίου, αφορούν στη μεγαλύτερη ποικιλία των πιάτων, στην αισθητική ικανοποίηση του πελάτη, στην πληθώρα επιλογών και στον μικρότερο χρόνο σερβιρίσματος.

Σύνθεση menu

Η **σύνθεση των menus** παίζει καθοριστικό ρόλο στην αποδοτικότητα των εστιατορίων. Μια προσεκτική ματιά σε θέματα που αφορούν τους πελάτες που απευθυνόμαστε και κυρίως

- Στην εθνικότητα
- Την ηλικία και το φύλο
- Το επάγγελμα και τις οικονομικές δυνατότητες που έχουν

ü Τις προτιμήσεις τους γενικότερα

Θα φέρει τα καλύτερα αποτελέσματα στην προσπάθεια του καλού σχεδιασμού του εδεσματολογίου μας.

Η ψυχολογία του πελάτη είναι τέτοια, που επιθυμεί να εισπράξει κατά τον καλύτερο τρόπο, αυτό που θα πληρώσει και δεν απαιτεί τόσο την ποιοτική ανταπόκριση, όσο τον συνδυασμό της ποσότητας με την ποιότητα, χωρίς να αγνοεί την καλή παρουσίαση και την , με σωστούς κανόνες της εστιατορικής τεχνικής σερβίρισμά της.

Δύο βασικοί κανόνες που κυριαρχούν στη σκέψη των αρμοδίων όταν συνθέτουν το εδεσματολόγιο είναι:

- ü Να γνωρίζουν τους πελάτες τους
- ü Να γνωρίζουν τις δυνατότητες της μονάδος τους

Στην πρώτη περίπτωση εννοείται οι προτιμήσεις και η οικονομική δυνατότητα των πελατών και στη δεύτερη τα στοιχεία της επιχείρησης που επηρεάζουν τη δυνατότητα της μονάδος από πλευράς χώρου, εξοπλισμού και τεχνικές επιδεξιότητες του προσωπικού.

Το μενού πρέπει να περιέχει ικανοποιητική ποικιλία εδεσμάτων που να συνάδουν με την εικόνα του εστιατορίου. Τα πιάτα πρέπει να ισορροπούν σε σχέση με τις οσμές που αναδύουν και τη χρωματική τους σύνθεση. Επίσης πρέπει να συνδυάζονται οι ζωικές με φυτικές τροφές, ώστε να εξασφαλίζεται η συμπληρωματικότητα συστατικών που έχει ανάγκη ο ανθρώπινος οργανισμός. Ασφαλώς δε, πρέπει τα πιάτα να επιτρέπουν τιμολόγηση, που να συνδυάζει την πιθανότητα υψηλής ζήτησης με το ικανοποιητικό περιθώριο (μικτού κέρδους).

Σημασία πρέπει να δίνεται επίσης στη γραπτή απεικόνιση του menu, διότι αποτελεί μέσο επικοινωνίας και προσφέρει τη δυνατότητα διαφήμισης των προϊόντων του εστιατορίου.

Η εικόνα των καταλόγων στις μέρες μας μπορεί να επιλεγεί από πλήθος προτάσεων που βρίσκονται σε ειδικά και μη προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών, όπως το πρόγραμμα παρουσιάσεων powerpoint της Microsoft, αλλά και ειδικά προγράμματα, όπως το softcafe, το menumaker, το calcmenu, το menupro κ.ά.

Βασικές αρχές για τον τρόπο σύνθεσης του menu

Οι βασικές αρχές για τον τρόπο σύνθεσης του μενού του εστιατορίου είναι οι εξής:

1. **Εναλλαγές και ποικιλία στα πιάτα του μενού:** Πολλοί υποστηρίζουν ότι θα πρέπει να αποφεύγονται οι συστηματικές επαναλήψεις των παρασκευασμάτων, καθώς αυτές περιορίζουν τις επιλογές των πελατών.
2. **Δημιουργία μενού ανάλογα με την εποχή:** Αυτό αποδίδεται κυρίως στο ότι, η φρεσκότητα των πρώτων υλών, όπως είναι για παράδειγμα τα λαχανικά και οι σαλάτες, δεν είναι ίδια κατά τη διάρκεια του έτους. Έτσι, ανάλογα με την εποχή, προτείνεται να δημιουργείται ένα μενού το οποίο να περιλαμβάνει και να συνδυάζει αρμονικά τα υλικά της εποχής. Επισημαίνεται, ότι τα υλικά «εντός εποχής» είναι σαφώς οικονομικότερα στην αγορά τους.
3. **Ξεχωριστά μενού σε περιόδους γιορτών:** Για κάποιους, αυτά τα εδεσματολόγια ονομάζονται και εορταστικά. Ειδικά για τους Έλληνες καταναλωτές, αλλά και για τους ξένους τουρίστες, που μπορεί να επισκέπτονται την χώρα σε περιόδους γιορτών, είναι πολύ σημαντικό να τηρούν ή να δοκιμάσουν την παράδοση. Έτσι, η διαμόρφωση ειδικών μενού με παραδοσιακά πιάτα είναι μία ενδεδειγμένη λύση ή πρόταση, που σίγουρα δελεάζει τους πελάτες.

4. **Υγιεινή και ασφάλεια:** Ένας παράγοντας που μπορεί όχι μόνο να καταστρέψει το μενού του εστιατορίου αλλά και ολόκληρη την επιχείρηση. Ένα μη προσεγγμένο μενού (π.χ. φθαρμένο χαρτί, λερωμένο εξώφυλλο κ.λπ.), δημιουργεί αποστροφή στους πελάτες.
5. **Αρμονικοί συνδυασμοί γαρνιτούρας – κύριου υλικού:** Ακόμη και σήμερα, σε πολλά εστιατόρια συναντάται το φαινόμενο των περιορισμένων γαρνιτούρων οι οποίες συνδυάζονται με όλα τα πιάτα. (π.χ. ρύζι ή πατάτες). Το να υπάρχει διαφορετική γαρνιτούρα για κάθε πιάτο του μενού, σίγουρα απαιτεί περισσότερες εργατοώρες για το προσωπικό της κουζίνας και ενδεχόμενα αυξάνει και το κόστος παραγωγής. Όμως, είναι ένα στοιχείο ενδεικτικό του σεβασμού προς τον πελάτη, που μόνο θετικά μπορεί να τον επηρεάσει απέναντι στην επιχείρηση.
6. **Προσοχή στην κοστολόγηση:** Δεν χρήζει εκτενούς ανάλυσης, ο συγκεκριμένος κανόνας. Ειδικά σήμερα, την εποχή της οικονομικής κρίσης, ο πελάτης αποζητά την απόλυτη ικανοποίηση από το εστιατόριο, χωρίς να αισθάνεται ότι τον κοροϊδεύουν. Φυσικά, σε καμία περίπτωση δεν συστήνεται η τήρηση των τιμών των πιάτων σε επίπεδα τέτοια που να θέτουν σε κίνδυνο τη βιωσιμότητα της επιχείρησης.
7. **Λίγα προσφερόμενα πιάτα.** Ο αριθμός των προσφερόμενων πιάτων είναι να ανταποκρίνεται στην παραγωγική ικανότητα της επιχείρησης τόσο σε επίπεδο κουζίνας όσο και σε επίπεδο σερβιρίσματος. Επιπρόσθετα, ένας κατάλογος με υπερβολικό αριθμό πιάτων μπορεί να προκαλέσει σύγχυση στους πελάτες του. Παράλληλα, η ύπαρξη λίγων πιάτων εξασφαλίζει και καλύτερη διαχείριση των πρώτων υλών (λιγότερα πιάτα = λιγότερες πρώτες ύλες = λιγότερα αποθέματα= βέλτιστος έλεγχος των αποθεμάτων).
8. **Τελευταίο και ίσως το σημαντικότερο απ' όλα,** είναι το ότι κατά τη διάρκεια σύνθεσης του εδεσματολογίου, πρέπει να λαμβάνει υπόψη και το κοινό στο οποίο επιθυμεί να απευθυνθεί η επισιτιστική επιχείρηση. Αυτό, πολλές φορές προσδιορίζεται και με μια απλή έρευνα αγοράς, αλλά και από τους στόχους που η ίδια η επιχείρηση έχει θέσει. (Food Service, 2011, σελ.55)²²

4.2 Menu engineering

Τα τελευταία χρόνια, στην «εστιατορική επιστήμη» γίνεται εκτενής αναφορά στο λεγόμενο menu engineering. Τι είναι όμως αυτό και πώς εφαρμόζεται; Κατ' αρχάς, η σύνθεση του μενού είναι κάτι περισσότερο από το να τοποθετούνται στην αρχή τα ορεκτικά και στο τέλος τα επιδόρπια. Πρόκειται για στρατηγική, η οποία αφορά στην κατάλληλη τοποθέτηση των πιάτων με τέτοιο τρόπο ώστε να ευνοείται η αύξηση της κατανάλωσης.

Το μενού αναπτύσσεται σε δύο στάδια: Στη σύνθεση και στον έλεγχο της λειτουργίας του (menu engineering).

Ο εν λόγω έλεγχος, αφορά στην επεξεργασία διαφόρων στατιστικών στοιχείων οικονομικής και λειτουργικής – διοικητικής φύσης, παρέχοντας «φωτογραφίες» της αποδοτικότητας του menu, πιάτων σε σχέση με άλλα πιάτα της κατηγορίας τους ή πιάτων σε σχέση με το menu στο σύνολό του. Γενικά, ο έλεγχος αποτελεσματικότητας επιβεβαιώνει την ορθή λειτουργία του εδεσματολογίου και την επίτευξη των στόχων που τέθηκαν κατά τη σχεδίαση. Το menu engineering, είναι μια σταδιακή διαδικασία, μέσω της οποίας το management μπορεί να αξιολογήσει τις τρέχουσες και τις μελλοντικές αποφάσεις για τις τιμές, το σχεδιασμό και τα περιεχόμενα αυτού.

Η προσέγγιση του menu engineering, μπορεί να εστιάσει σε τρεις βασικούς άξονες:

²²FoodService (2011), Σύνθεση Μενού, Το κλειδί για Βιώσιμα Εστιατόρια, FoodService, 105

Menu mix: ανάλυση προτιμήσεων των πελατών από το εδεσματολόγιο.

Συνεισφέρον περιθώριο (ακαθάριστο κέρδος): Μία ανάλυση του συνεισφέροντος περιθωρίου για κάθε προϊόν του εδεσματολογίου σε σχέση με την ελαστικότητα της τιμής.

Πελατειακή ζήτηση: Ο συνολικός αριθμός πελατών που έχουν σερβιριστεί

Η ιδέα του menu engineering, απαιτεί από το management να προσανατολιστεί προς των αριθμό των χρημάτων που συνεισφέρει ένα μενού στην αύξηση των κερδών από το να παρακολουθεί απλά τις ποσοστώσεις του κόστους.

Τέλος, όσον αφορά στα βασικά συστατικά της διαδικασίας του menuengineering, αυτά είναι η καταγραφή:

1. Των εδεσμάτων του μενού
2. Του κόστους παραγωγής των πιάτων
3. Των τιμών πώλησης
4. Των ακαθάριστων κερδών
5. Των πωληθέντων ποσοτήτων (ανά πιάτο και ανά κατηγορία)
6. Των χαρακτηριστικών των πιάτων και
7. Των αιτημάτων των πελατών

Για τον εγκυρότερο υπολογισμό και εφαρμογή του menuengineering, υπάρχει πλήθος λογισμικών που διατίθενται στην αγορά, όπως το Compuchef ή με προσαρμογές υπολογιστικών προγραμμάτων όπως το Excel της Microsoft.

Το menu engineering είναι ένα εργαλείο για την οικονομική ανάλυση του εδεσματολογίου. Η οικονομική ανάλυση του menu έχει σκοπό να αποκτηθούν πληροφορίες που μπορούν να οδηγήσουν στη μεγιστοποίηση της αποδοτικότητας του εστιατορίου, στο βαθμό που αυτό εξαρτάται από τη σύνθεση του εδεσματολογίου.

Το menu engineering αναλύει την οικονομική συμπεριφορά κάθε πιάτου για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα σε σχέση με τις κάτωθι παραμέτρους, όπως επεξηγούνται:

- ü Πωληθείσες ποσότητες είναι ο αριθμός πωληθέντων μερίδων σε δεδομένο χρονικό διάστημα
- ü Κόστος πιάτου είναι το άθροισμα του κόστους α' υλών και του εργατικού κόστους που εξαρτάται από το χρόνο παρασκευής του πιάτου. Το κόστος γενικών εξόδων δεν επιμερίζεται εξαιτίας των λογιστικών δυσκολιών που παρουσιάζονται. Αυτό δεν αποτελεί ελάττωμα της μεθόδου, διότι χρησιμοποιείται κύρια για να συγκρίνει πιάτα μεταξύ τους.
- ü Τιμή πιάτου είναι η τιμή πώλησης καταλόγου
- ü Συνολικό κόστος προκύπτει από το γινόμενο "πωληθείσες ποσότητες * κόστος πιάτου"
- ü Εισπράξεις, προκύπτουν από το γινόμενο "πωληθείσες ποσότητες * τιμή πιάτου"
- ü Ζήτηση πιάτου, προκύπτει από τον υπολογισμό της ποσοστιαίας συμμετοχής των ποσοτήτων που πουλήθηκαν στο σύνολο των πωλήσεων της κατηγορίας του πιάτου. Έτσι, η ζήτηση ενός ορεκτικού υπολογίζεται σε σχέση με το σύνολο μερίδων ορεκτικών που πουλήθηκαν.
- ü Κέρδος πιάτου, προκύπτει από τη διαφορά "τιμή πιάτου-κόστος πιάτου".
- ü Συνολικό κέρδος, προκύπτει από το γινόμενο "πωληθείσες ποσότητες * κέρδος πιάτου".
- ü Κατάταξη επιπέδου ζήτησης, είναι η εκτίμηση της ζήτησης ως υψηλής ή χαμηλής. Η κρίση βασίζεται στο σκεπτικό ότι σε δεδομένη στιγμή που η μέση ζήτηση μιας

κατηγορίας πέντε πιάτων είναι 20%, όσα πιάτα συμμετέχουν με ποσοστό πάνω από 20% παρουσιάζουν υψηλή ζήτηση, ενώ όσα συμμετέχουν με ποσοστό κάτω από 20% παρουσιάζουν χαμηλή. Η μέση ζήτηση υπολογίζεται με το πηλίκο $100\% \div 5 = 20\%$ δια του αριθμού των πιάτων, έτσι, η μέση ζήτηση των 5 ορεκτικών είναι $100\% : 5 = 20\%$.

- ü Κατάταξη επιπέδου κερδοφορίας, είναι η εκτίμηση των κερδών που προσφέρει ένα πιάτο ως υψηλή ή χαμηλή. Η κατάταξη προκύπτει με τη σύγκριση του κέρδους που προσφέρει ένα πιάτο σε σχέση με το μέσο κέρδος της κατηγορίας του.
- ü Κατάταξη πιάτου σε κατηγορία

4.3 Μηχανική μενού στην πράξη

Ανάλυση Δημοτικότητας:

Έστω ότι μια επιχείρηση έχει ένα μενού με μόνο 4 πιάτα της ίδιας κατηγορίας (Α, Β, Γ, Δ). Από άποψη δημοτικότητας, στατιστικά ο κάθε κωδικός αναμένεται να παρουσιάζει το $\frac{1}{4}$ των συνολικών πωλήσεων της επιχείρησης, δηλαδή το 25%. Επειδή αυτό δεν είναι ιδιαίτερα εφικτό σε ένα πραγματικό περιβάλλον εστίασης, έχει οριστεί σαν δημοφιλής ένας κωδικός ο οποίος επιτυγχάνει τουλάχιστον το 70% των αναμενόμενων πωλήσεων που του αναλογούν. Η απόδοση των κωδικών ενός μενού φαίνεται από τις ιστορικές πωλήσεις της επισιτιστικής επιχείρησης. Στο παραπάνω παράδειγμα με τους 4 κωδικούς, αν σε ένα χρονικό διάστημα έχουν πωληθεί συνολικά 160 πιάτα, το κάθε ένα από αυτά αναμένεται να έχει πουληθεί 40 φορές αφού $40 * 4 = 160$. Βάση του ορισμού του «δημοφιλή κωδικού» που είδαμε παραπάνω, δημοφιλής είναι αυτός που έχει σημειώσει πωλήσεις 70% από αυτούς που του αναλογούν, δηλαδή, $40 * 70\% = 28$. Άρα όποιος κωδικός σημειώσει πωλήσεις από 28 μερίδες και πάνω θεωρείται δημοφιλής ενώ για λιγότερες από 28 μερίδες θεωρείται μη δημοφιλής.

Ανάλυση Κερδοφορίας:

Για να αναλυθεί η κερδοφορία ενός πιάτου/κωδικού, πρέπει αρχικά να έχει υπολογιστεί το κόστος των υλικών (food cost) που χρησιμοποιούνται για την παρασκευή της πρότυπης συνταγής και να έχει οριστεί και η τιμή πώλησης της στους πελάτες η οποία αναγράφεται στον κατάλογο (χωρίς φόρους). Αυτή είναι μια διαδικασία που ακολουθείται από την πλειοψηφία των επισιτιστικών επιχειρήσεων και μπορεί να υποβοηθηθεί και από διάφορα «προγράμματα κοστολόγησης τροφίμων και ποτών» που υπάρχουν διαθέσιμα στο internet ακόμα και στα ελληνικά. Όταν τα πιάτα έχουν κοστολογηθεί και τιμολογηθεί από την επιχείρηση, είναι εύκολο να αναλυθεί η κερδοφορία του κάθε ενός κωδικού που παρέχεται στους πελάτες. Το βασικό στοιχείο σύγκρισης είναι η «συνεισφορά» του κάθε κωδικού, που δεν είναι τίποτε άλλο, από την διαφορά της τιμής πώλησης από το κόστος της πρώτης ύλης. Δηλαδή: **Τιμή Πώλησης – Κόστος Α Ύλης = Συνεισφορά**

Αν για παράδειγμα για την παρασκευή ενός πιάτου, το κόστος των υλικών είναι 3 ευρώ και πωλείται στον κατάλογο για 10 ευρώ (δεν συμπεριλαμβάνονται φόροι), τότε η συνεισφορά του πιάτου είναι $10 - 3 = 7$ ευρώ. Ένα πιάτο θεωρείται ικανοποιητικά επικερδές όταν η συνεισφορά του είναι ίση ή πάνω από το μέσο όρο των συνεισφορών των ανταγωνιστικών προς αυτό πιάτων στον κατάλογο.

Η σύγκριση γίνεται πάντα μεταξύ πιάτων / κωδικών της ίδιας κατηγορίας στον κατάλογο (π.χ. ορεκτικά, κυρίως πιάτα, επιδόρπια, σαλάτες κτλ).

Έχοντας αναλύσει την Δημοτικότητα και την Κερδοφορία των κωδικών του μενού, τότε συνδυάζοντας αυτά τα 2 στοιχεία, μπορούμε με σιγουριά να πούμε ποιοι από αυτούς έχουν την καλύτερη επίδοση και συνεπώς είναι οι πιο πετυχημένοι. Η ανάλυση αυτή μπορεί να

παράγει 4 πιθανά αποτελέσματα με τη μορφή χαρακτηρισμών για κάθε ένα από τα πιάτα του μενού. Αυτό συμβαίνει γιατί υπάρχουν 4 δυνατοί συνδυασμοί χαμηλής και υψηλής δημοτικότητας και κερδοφορίας για κάθε έναν κωδικό.

Ανάλυση χαρακτηρισμών :

Αστέρια ονομάζονται τα πιάτα που συνδυάζουν υψηλά ποσοστά προτίμησης της πελατείας και ταυτόχρονα προσφέρουν ικανοποιητικό κέρδος. Τα αστέρια λοιπόν είναι ταυτόχρονα δημοφιλή και αποδοτικά. Χρειάζεται προσοχή στην διατήρηση των προδιαγραφών αγορών των υλικών (τιμή και ποιότητα) και η συνέχιση της τήρησης της πρότυπης συνταγής, έτσι ώστε το πιάτο να παραμείνει σταθερά επιτυχημένο. Κατά συνέπεια είναι πιάτα, τα οποία η επιχείρηση οφείλει να προστατεύει και να διατηρεί ως έχουν. Εάν το πιάτο έχει αισθητά μεγαλύτερη ζήτηση από τους υπόλοιπους κωδικούς της κατηγορίας του, τότε μια σταδιακή αύξηση στην τιμή του θα βοηθούσε στη βελτίωση της απόδοσης των άλλων πιάτων χωρίς να επηρεάσει ιδιαίτερα την απόδοση του «αστεριού».

Ερωτηματικά είναι τα πιάτα που έχουν υψηλή κερδοφορία, αλλά χαμηλή δημοτικότητα. Πρόκειται για πιάτα που αξίζει να διατηρήσει η επιχείρηση, αλλά πρέπει να αυξηθούν οι πωλήσεις τους. Για το λόγο αυτό μπορεί να ελεγχθούν:

- Η δυνατότητα βελτίωσης της εικόνας τους αλλάζοντας για παράδειγμα το σκεύος σερβιρίσματος ή τροποποιώντας τις γαρνιτούρες
- Η δυνατότητα βελτίωσης της ποιότητάς τους με την αλλαγή, για παράδειγμα, ενός συστατικού ή με την προσθήκη καρυκευμάτων.
- Η θέση τους στον κατάλογο. Ορισμένες φορές, για παράδειγμα, ειδικά όταν οι πελάτες βιάζονται, επιλέγουν από τα πιάτα που εμφανίζονται πρώτα στον κατάλογο. Η τοποθέτηση ενός πιάτου στις πρώτες επιλογές του καταλόγου, μπορεί να αυξήσει την συχνότητα επιλογής του.
- Η δυνατότητα μείωσης της τιμής.
- Ο συνδυασμός τους με δημοφιλή πιάτα. Η προσφορά για παράδειγμα ενός πιάτου ερωτηματικού με ένα αστέρι ή ένα άλογο σε χαμηλότερη τιμή από το άθροισμα των τιμών τους.

Τα **άλογα** παρουσιάζουν αυξημένη δημοτικότητα, αλλά αφήνουν μικρά περιθώρια κέρδους. Ένας τέτοιος κωδικός, που είναι δημοφιλής, θα πρέπει να μετακινηθεί σε ένα λιγότερο εμφανές σημείο στον κατάλογο αφού από ότι φαίνεται, οι πελάτες τον έχουν ανακαλύψει και «πουλάει». Η επιχείρηση, γνωρίζει ότι προτιμά να πουλά αυτά τα πιάτα με υψηλή συνεισφορά άρα τοποθετεί τα «άλογα» σε δευτερεύουσες περιοχές στον κατάλογο και ανεβάζει αυτούς με υψηλή συνεισφορά στα πιο εμφανή σημεία.

Θα μπορούσε επίσης να ακολουθηθεί η τακτική σταδιακής αύξησης της τιμής για αυτούς τους κωδικούς. Εάν αυξηθεί προσεκτικά η τιμή πώλησης του δημοφιλούς πιάτου, μπορεί να μην επηρεαστεί αισθητά η ζήτησή του και να παραμείνει δημοφιλής.

Τα **σκυλιά** είναι πιάτα που παρουσιάζουν τον δυσάρεστο συνδυασμό χαμηλής ζήτησης και χαμηλής κερδοφορίας. Ο κωδικός αυτός του μενού δεν προτιμάται από τους πελάτες και ταυτόχρονα τα ποσοστά κερδοφορίας του είναι χαμηλότερα του μέσου όρου των ανταγωνιστικών πιάτων. Τα σκυλιά είναι πιάτα τα οποία πρέπει να καταργηθούν. Αν για κάποιο λόγο δεν είναι δυνατή η αφαίρεσή τους, τότε τουλάχιστον πρέπει να αυξηθεί η τιμή πώλησής τους, το οποίο θα μειώσει πιθανότατα την δημοτικότητά τους, αλλά τουλάχιστον η παραμονή τους στον κατάλογο δεν θα ζημιώνει την επιχείρηση. (Παρούσης, 2012)²³

²³ Παρούσης, Α. (2012), Μηχανική Μενού, <http://www.alachef.gr/μηχανική-μενού-menu-engineering-analysis/>



Εικόνα 3. Menu engineering²⁴

4.4 Ανάλυση του κόστους Λειτουργίας – Κοστολόγηση

Ορισμός κόστους: Οι λογιστές ορίζουν το κόστος ως τη μείωση στην αξία ενός περιουσιακού στοιχείου με σκοπό το κέρδος ή την εξασφάλιση κάποιας ωφέλειας. Ο ορισμός αυτός, αν και τεχνικά σωστός, δεν είναι ιδιαίτερα χρήσιμος σε μια βασική ανάλυση του ελέγχου και γι' αυτό θα τον τροποποιήσουμε λίγο.

Όπως χρησιμοποιούμε τον όρο στην ανάλυσή μας για τον έλεγχο του κόστους σε ένα εστιατόριο, το κόστος ορίζεται ως η δαπάνη για ένα ξενοδοχείο ή ένα εστιατόριο σε αγαθά ή υπηρεσίες, όταν καταναλώνονται τα αγαθά ή παραδίδονται οι υπηρεσίες.

Τα τρόφιμα και τα ποτά θεωρείται ότι «καταναλώνονται», όταν έχουν χρησιμοποιηθεί κατ' οποιονδήποτε τρόπο και δεν υπάρχουν πλέον για τον σκοπό, για τον οποίο αγοράστηκαν. Έτσι, ένα κομμάτι κρέας παρουσιάζει κόστος όταν το κομμάτι αυτό δεν υπάρχει πλέον για τον σκοπό, για τον οποίο αγοράστηκε, επειδή μαγειρεύτηκε, σερβιρίστηκε, πετάχτηκε επειδή είχε χαλάσει, ή ακόμα και επειδή το έκλεψαν. Η εργασία, έχει κόστος, όταν οι υπάλληλοι βρίσκονται στην βάρδιά τους, είτε δουλεύουν είτε όχι, και είτε πληρώνονται στο τέλος της βάρδιας είτε σε κάποια άλλη ημερομηνία.

²⁴<http://www.yunaweddings.com/blog/post/2013/08/14/Restaurant-Menu-Engineering.aspx>

Το κόστος του κάθε είδους μπορεί να εκφραστεί με μια ποικιλία μονάδων: βάρος, όγκος ή συνολική αξία. Το κόστος του κρέατος, για παράδειγμα, μπορεί να εκφραστεί ως αξία ανά κομμάτι, ανά κιλό ή ανά ξεχωριστή μερίδα. Το κόστος ενός ποτού μπορεί να εκφραστεί ως αξία ανά φιάλη, ανά ποτήρι ή ανά μεζούρα. Το κόστος εργασίας μπορεί να εκφραστεί ως αξία ανά ώρα (για έναν ωρομίσθιο υπάλληλο, για παράδειγμα) ή αξία ανά εβδομάδα (ένας εβδομαδιαίος μισθός).

Το κόστος μπορεί να εξεταστεί με διάφορους τρόπους και θα είναι χρήσιμο, πριν συνεχίσουμε, να το εξετάσουμε.

Πάγιο ή Σταθερό κόστος & Μεταβλητό κόστος

Οι όροι πάγιο και μεταβλητό χρησιμοποιούνται προκειμένου να διακρίνουμε μεταξύ εκείνων των δαπανών που δεν έχουν άμεση σχέση με τον όγκο εργασίας και εκείνων που έχουν.

Πάγιο κόστος : Σύμφωνα με τους Dittmer και Griffin (1999)²⁵ το πάγιο κόστος είναι εκείνο που μένει ανεπηρέαστο από τις αλλαγές στον όγκο των πωλήσεων. Έχει ελάχιστη άμεση σχέση με τον όγκο της εργασίας, επειδή δεν αλλάζει σε σημαντικό βαθμό όταν αυξάνεται ή μειώνεται ο αριθμός των πωλήσεων. Πάγιο κόστος είναι τα ασφάλιστρα, οι φόροι ακίνητης περιουσίας και η απόσβεση του εξοπλισμού. Ουσιαστικά, οι φόροι ακίνητης περιουσίας ορίζονται από την κυβέρνηση και εξαρτώνται από τις ανάγκες αυτής της κυβέρνησης για ένα προκαθορισμένο σύνολο εσόδων. Οι φόροι για ένα συγκεκριμένο κτίριο είναι ανάλογοι της αξίας που έχει εκτιμηθεί για το συγκεκριμένο ακίνητο. Οι φόροι ακίνητης περιουσίας δεν αλλάζουν όταν μεταβάλλονται οι πωλήσεις μιας επιχείρησης.

Βέβαια, όλες οι πάγιες δαπάνες με τον καιρό αλλάζουν, είτε προς τα πάνω ή και προς τα κάτω. Όμως, οι αλλαγές που υφίστανται οι πάγιες δαπάνες, συνήθως δεν έχουν σχέση με τις βραχυπρόθεσμες αλλαγές στον όγκο εργασίας. Ορισμένες φορές συνδέονται έμμεσα με τις μακροπρόθεσμες αλλαγές στον όγκο. Για παράδειγμα, μια αύξηση στο κόστος των ασφαλιστρών μπορεί να προέρχεται από την αντίληψη της ασφαλιστικής εταιρείας ότι ένας υψηλότερος όγκος εργασίας συνδέεται με μεγαλύτερο ρίσκο. Αν και η αύξηση στα ασφάλιστρα σχετίζεται κατά κάποιον τρόπο με μια αύξηση στον όγκο εργασίας, το κόστος των ασφαλιστρών εξακολουθεί να ανήκει στην κατηγορία των πάγιων δαπανών.

Ένα άλλο παράδειγμα, είναι το κόστος διαφήμισης: οι μεγάλες μονάδες έχουν την τάση να ξοδεύουν περισσότερα χρήματα στην διαφήμιση, επειδή ο μεγαλύτερος όγκος εργασίας τους παράγει μεγαλύτερους όγκους χρημάτων για τον σκοπό αυτό, όμως η διαφήμιση δεν παύει να θεωρείται πάγιο κόστος.

Ο όρος «πάγιο» δεν σημαίνει στατικό ή αμετάβλητο, αλλά θέλει να εκφράσει ότι οι αλλαγές που μπορεί να σημειωθούν σε αυτές τις δαπάνες σχετίζονται μόνο έμμεσα με τις αλλαγές στον όγκο εργασίας. Ουσιαστικά, ορισμένες φορές, οι αλλαγές στις πάγιες δαπάνες δεν έχουν καμία σχέση με τον όγκο, κάτι που συνήθως συμβαίνει με τους φόρους ακίνητης περιουσίας. Άλλα παραδείγματα δαπανών που θεωρούνται πάγιες, είναι η συντήρηση και οι επιδιορθώσεις, το ενοίκιο ή κόστος χρησιμοποίησης ακινήτου, οι περισσότερες δαπάνες βασικών αναγκών (utility costs) και το κόστος των επαγγελματικών υπηρεσιών, όπως οι λογιστές.

Μεταβλητό κόστος: Το μεταβλητό κόστος είναι εκείνο που συνδέεται με τον όγκο της εργασίας. Όσο αυξάνεται ο όγκος της εργασίας, τόσο αυξάνονται και οι μεταβλητές δαπάνες ενώ όσο μειώνεται ο όγκος της εργασίας, τόσο μειώνονται και οι μεταβλητές δαπάνες. Προφανή παραδείγματα μεταβλητών δαπανών είναι το κόστος των τροφίμων, των ποτών και

²⁵Dittmer, P. And Griffin, G. (1999), Κοστολόγηση Τροφίμων, Ποτών, Εργασίας για Ξενοδοχεία και Εστιατόρια, Εκδόσεις Έλλην

της εργασίας. Όμως, υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ της συμπεριφοράς του κόστους των τροφίμων και των ποτών και του κόστους της εργασίας.

Το κόστος των τροφίμων και των ποτών θεωρείται άμεσα μεταβλητό κόστος. Το άμεσα μεταβλητό κόστος είναι εκείνο που συνδέεται άμεσα με τον όγκο της εργασίας, όπως όταν η αύξηση ή η μείωση στον όγκο επιφέρει μια ανάλογη αύξηση ή μείωση στο κόστος. Π.χ. κάθε φορά που ένα εστιατόριο πουλάει μια μπριζόλα, υφίσταται το κόστος του κρέατος. Παρόμοια, κάθε πώληση μιας μπύρας στο μπαρ, επιφέρει το κόστος της μπύρας. Έτσι το σύνολο των άμεσα μεταβλητών δαπανών, αυξάνεται ή μειώνεται ευθέως ανάλογα με τον όγκο των πωλήσεων.

Οι δαπάνες της μισθοδοσίας (που περιλαμβάνουν τους μισθούς και τα επιδόματα και που συνήθως αναφέρονται ως κόστος εργασίας), παρουσιάζουν μια ενδιαφέρουσα διαφορά. Οι υπάλληλοι του εστιατορίου μπορούν να διακριθούν σε δύο κατηγορίες – σε εκείνους των οποίων ο αριθμός θα παραμείνει σταθερός ανεξαρτήτως των διακυμάνσεων στην κίνηση της εργασίας και σε εκείνους των οποίων ο αριθμός και συνεπώς και το κόστος, κυμαίνονται ανάλογα με τις αλλαγές στον όγκο εργασίας. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει υπαλλήλους όπως ο διευθυντής, ο λογιστής, ο σεφ και ο ταμίας. Σε σχέση με τον παραπάνω ορισμό, οι υπάλληλοι αυτοί είναι προσωπικό πάγιου κόστους. Ο αριθμός τους και το κόστος τους μπορεί να μεταβάλλεται, όχι όμως εξαιτίας των βραχυπρόθεσμων αλλαγών στον όγκο εργασίας. Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τους σερβιτόρους. Καθώς αλλάζει ο όγκος της εργασίας, θα σημειωθούν ανάλογες μετατροπές στον αριθμό τους και στο συνολικό τους κόστος.

Τόσο οι υπάλληλοι πάγιου κόστους όσο και οι υπάλληλοι μεταβλητού κόστους περιλαμβάνονται στην κατάσταση εσόδων – εξόδων στην κατηγορία «μισθοί». Επειδή το κόστος της μισθοδοσίας περιλαμβάνει και το πάγιο αλλά και το μεταβλητό στοιχείο, ονομάζεται ημί-μεταβλητό κόστος, που σημαίνει ότι ένα μέρος του θα αλλάζει ανάλογα με τις βραχυπρόθεσμες αλλαγές στον όγκο εργασίας και ένα άλλο θα παραμένει σταθερό.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι κάθε μεμονωμένη επιχείρηση θα πρέπει η ίδια να καθορίζει ποιοι υπάλληλοι θα ανήκουν στο προσωπικό πάγιου κόστους και ποιοι στο προσωπικό μεταβλητού κόστους. Σε ορισμένες ειδικές περιπτώσεις, η μισθοδοσία μπορεί να αποτελείται αποκλειστικά από υπαλλήλους πάγιου κόστους ή μεταβλητού κόστους. Για παράδειγμα, υπάρχουν εστιατόρια που δουλεύουν αποκλειστικά με ωρομίσθιους υπαλλήλους. Στις περιπτώσεις αυτές, ο αριθμός των εργαζομένων ωρών και συνεπώς το κόστος, σχετίζεται απόλυτα με τον όγκο της εργασίας. Αντίστροφα, σε ορισμένα μικρότερα εστιατόρια οι υπάλληλοι εργάζονται με κανονικούς μισθούς με αποτέλεσμα το κόστος της εργασίας να θεωρείται πάγιο.

ΠΑΓΙΟ ΚΟΣΤΟΣ + ΜΕΤΑΒΛΗΤΟ ΚΟΣΤΟΣ = ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ
--

Ημιμεταβλητό κόστος

Είναι τα έξοδα που δεν μπορούν να ενταχθούν στα σταθερά ή μεταβλητά κόστη λόγω του ότι έχουν σταθερά και μεταβλητά στοιχεία και δεν ακολουθούν την ευθεία γραμμή των πωλήσεων. Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα αυτών των εξόδων είναι το προσωπικό, η συντήρηση και η ενέργεια που καταναλώνει η επιχείρηση. Πρέπει εδώ να σημειωθεί ότι είναι στη διακριτική ευχέρεια της μονάδος να εντάξει τα έξοδα αυτά στο μεταβλητό κόστος και όχι στο σταθερό ή πάγιο κόστος της λειτουργίας της.

Προκαθορισμένο κόστος (Προϋπολογιστικό & πρότυπο κόστος)

Τόσο το προϋπολογιστικό όσο και το πρότυπο κόστος αποτελούν προκαθορισμένα μεγέθη (προσδιορίζονται πριν από την πραγματοποίηση της δαπάνης) και αποτελούν εργαλεία για τον έλεγχο της οικονομικής πορείας της επιχείρησης.

Το προϋπολογιστικό ή κατ' εκτίμηση κόστος δεν είναι τόσο ακριβές όσο το πρότυπο κόστος. Ο υπολογισμός του δεν βασίζεται σε αναλυτικά στοιχεία, αλλά σε διάφορες μεθόδους «κατά προσέγγιση» προσδιορισμού του κόστους, όπως οι στατιστικοί υπολογισμοί, οι συσχετίσεις με ομοειδείς επιχειρήσεις, η μακροχρόνια παρακολούθηση του ιστορικού κόστους κ.λπ. Ουσιαστικά, το κατ' εκτίμηση κόστος αποτελεί μια πρακτική μέθοδο υπολογισμού του κόστους, που χρησιμεύει στον καθορισμό της τιμής πώλησης κάθε προϊόντος ή υπηρεσίας. Αντίθετα, το πρότυπο κόστος αποτελεί τη βάση για τη μέτρηση και τον έλεγχο της αποτελεσματικότητας της επιχείρησης. Εκφράζει την ιδεώδη ή την επιδιωκόμενη αποτελεσματικότητα της επιχείρησης, δηλαδή τον στόχο που έχει βάλει η διοίκηση της επιχείρησης. Ως γενική αρχή στην διαδικασία κοστολόγησης ισχύει ότι η ύπαρξη προτύπων διευκολύνει σημαντικά την κατάρτιση προϋπολογισμών

Ανάμεσα στο προϋπολογιστικό και το πρότυπο κόστος υπάρχουν τέσσερις ομοιότητες:

- ü Και οι δύο μορφές κόστους αναφέρονται στον προκαθορισμό των δαπανών.
- ü Τόσο το προϋπολογιστικό όσο και το πρότυπο κόστος καταρτίζονται με βάση την υπόθεση ότι η διαμόρφωση του πραγματικού κόστους μπορεί να επηρεασθεί από πράξεις ή παραλείψεις των φορέων της επιχείρησης.
- ü Και τα δύο κόστη καταρτίζονται με σκοπό την άσκηση ελέγχου στην οικονομική πορεία της επιχείρησης.
- ü Τα προκαθορισμένα κέρδη υπολογίζονται με βάση διάφορες μεταβλητές, όπως οι μονάδες προϊόντος, οι ώρες παραγωγής κ.λπ.

Διαφορές προϋπολογιστικού και πρότυπου κόστους ως προς....

	Προϋπολογιστικό κόστος	Πρότυπο κόστος
Την έκταση...	Οι προϋπολογισμοί καλύπτουν όλα τα τμήματα της επιχείρησης, από την αγορά μέχρι την πώληση. Επιπλέον, καλύπτουν τόσο έσοδα όσο και έξοδα.	Τα πρότυπα περιορίζονται στα τμήματα παραγωγής και καλύπτουν μόνο δαπάνες και κόστη.
Τον σκοπό...	Οι προϋπολογισμοί προβλέπουν τις ανάγκες της επιχείρησης σε χρηματικά μέσα, εργαλεία παραγωγής, πωλήσεις κ.λπ. για την ερχόμενη περίοδο χρήσης. Στην διάρκεια αυτής της περιόδου, οι προϋπολογισμοί χρησιμοποιούνται ως βάση αναφοράς προκειμένου να διαπιστωθεί η απόκλιση της	Τα πρότυπα δεν αποσκοπούν στον καθορισμό των αναμενόμενων δαπανών. Καθορίζουν όμως σε ποιο ύψος θα πρέπει να ανέλθουν οι δαπάνες προκειμένου να επιτευχθεί ο επιθυμητός βαθμός αποτελεσματικότητας.

	επιχείρησης από τις προγραμματισμένες οικονομικές επιδόσεις.	
Την έμφαση...	Ο προϋπολογισμός δαπανών καθορίζει τα οικονομικά επίπεδα τα οποία δεν πρέπει να υπερβεί η επιχείρηση. Το προϋπολογισμένο ύψος κερδών δίνει έμφαση στο ανώτατο ύψος των δαπανών.	Τα πρότυπα δίνουν έμφαση στο επίπεδο το οποίο πρέπει να μειωθούν οι δαπάνες και τα κόστη. Στις καλά διακινούμενες επιχειρήσεις οι δαπάνες δεν ξεπερνούν ποτέ τον προϋπολογισμό και προσεγγίζουν τα πρότυπα.
Την ανάλυση...	Όταν οι δαπάνες είναι μέσα στα όρια που χάραξε ο προϋπολογισμός ή κοντά σε αυτά, η κατάσταση θεωρείται ικανοποιητική και δεν γίνεται παραπέρα ανάλυση.	Στο πρότυπο αναλύεται οποιαδήποτε σημαντική διαφορά μεταξύ του προϋπολογισμένου και του πραγματικού κόστους, ακόμα και όταν η απόκλιση είναι ευνοϊκή. Όταν η επιχείρηση γνωρίζει γιατί το πραγματικό κόστος διαμορφώθηκε σε χαμηλότερα επίπεδα από το πρότυπο, είναι δυνατό να αναστρέψει τη δυσμενή οικονομική πορεία.

Πίνακας 1. Διαφορές προϋπολογιστικού και προτύπου κόστους²⁶

Άμεσο κόστος

Θεωρούνται άμεσα τα μεταβλητά κόστη λειτουργίας σε μια επισιτιστική επιχείρηση ή τμήμα εκμετάλλευσης ξενοδοχείου σαν άμεσες αποφάσεις των αρμόδιων προϊσταμένων.

Έμμεσο κόστος

Τα περισσότερα αυτής της κατηγορίας κόστη θεωρούνται τα ημί-μεταβλητά και μη διανεμητέα έξοδα της παραγωγής και διάθεσης όπως τα έξοδα της ενέργειας, της συντήρησης και του προσωπικού.

Συνδυασμένο κόστος

Είναι τα ημί-μεταβλητά – έμμεσα κόστη λειτουργίας που αφορούν σε δύο και περισσότερες πηγές εσόδων. Το κόστος αυτό πρέπει να ελέγχεται και να κατανέμεται στα εμπλεκόμενα

²⁶Foodservice, 2007, σελ.68, T.72

μέρη κατόπιν μελέτης ώστε να μην επιβαρύνεται το ένα ή το άλλο μέρος περισσότερο από ότι πρέπει

Διακριτικό κόστος

Είναι το έξοδο το οποίο είναι στην ευχέρεια της διοίκησης να δημιουργηθεί ή όχι ανεξάρτητα από τον όγκο των πωλήσεων ή άλλου παράγοντα. Παράδειγμα τέτοιου κόστους είναι η όχι αναγκαία δαπάνη εξωραϊσμού και διακόσμησης του εξωτερικού χώρου της επιχείρησης.

Δαπάνες προσωπικού

Σαν κόστος χαρακτηρίζεται έμμεσο – ημί-μεταβλητό και συνδυασμένο κόστος και περιλαμβάνει τη μισθοδοσία, τις εισφορές, καθώς και ότι άλλο αναλογεί στο προσωπικό της μονάδας, σαν έξοδο.

Κόστος α' υλών

Είναι το μεταβλητό κόστος ή η δαπάνη προμήθειας των υλικών για την παραγωγή των προϊόντων. Κατά περίπτωση εντάσσεται σε αυτό, το κόστος τροφής του προσωπικού εάν δεν ενταχθεί στις δαπάνες προσωπικού, κάτι που είναι πιο σωστό κατά την γνώμη ειδικών.

4.5 Τι είναι το Food Cost

Το food cost είναι ένας δυσάρεστος όρος που έχει διάφορες σημασίες, με πάντα κρίσιμα επακόλουθα. Μιλώντας τεχνικά είναι μια ποσοστιαία αξία, που καθορίζει τη σχέση ανάμεσα στο κόστος των πρώτων υλών που χρησιμοποιούμε για την προετοιμασία ενός πιάτου και την τιμή πώλησής του. Με την ευρεία έννοια, σημαίνει τον δείκτη που συνοψίζει την ικανότητα ενός chef στην διαχείριση της κουζίνας του.

Είναι μια τιμή που μπορεί να αποδειχθεί καθοριστική για να αποφασιστεί μια απόλυση, αλλά μπορεί και να καθορίσει ένα bonus στο τέλος του χρόνου, πάνω σε ένα ύψος που θα έχει υπολογιστεί στο αρχικό budget.

4.5.1 Είδη food cost

Υπάρχουν τρία είδη food cost:

Budgeted food cost

Είναι το food cost που εντοπίζεται μέσα στο budget, ως προβλεπόμενο αποτέλεσμα που θέλουμε να επιτύχουμε. Πολλές φορές αυτό το ποσό καθορίζεται χωρίς να λαμβάνονται υπόψη τα πραγματικά ιστορικά δεδομένα, ως απόλυτος δείκτης για το ποια πολιτική κόστους θα εφαρμοστεί τον χρόνο ή την περίοδο που λαμβάνουμε υπόψη.

Ενδεχόμενο food cost

Αυτό το ποσό υπολογίζεται με βάση τα δεδομένα που προέρχονται από τις συνταγές και τον αριθμό των πιάτων που πουλήθηκαν, που έχει καταγραφεί από το pos (pointsofsales/ σημείο πώλησης), συχνά επαυξημένο κατά 5% για να εξαλείψουμε πιθανές διαφοροποιήσεις στη φάση της προετοιμασίας των πιάτων.

Πραγματικό food cost

Είναι το ποσό αναφοράς, που θεωρητικά θα έπρεπε να ταιριάζει ή να πλησιάζει όσο γίνεται περισσότερο στα πρώτα δύο.

Σύμφωνα με αυτά τα τρία πάρα πολύ σημαντικά στοιχεία, καταστρώνονται οι στρατηγικές για τον χειρισμό του τομέα food and beverage, με τις απαιτούμενες διορθώσεις στο pricing και στο marketing. (Luise, 2006)²⁷

4.5.2 Υπολογισμός του food cost

Ο βασικός τύπος για να υπολογίσουμε την ποσοστιαία τιμή του foodcost είναι πολύ απλός, Ισούται με:

ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ ΠΙΑΤΟΥ
διά ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ επί 100

π.χ. Αν με βάση τη συνταγή το κόστος του πιάτου είναι 5,20 €

Πρέπει να το διαιρέσουμε με την ενδεχόμενη τιμή πώλησης : 15,50 €

και να το πολλαπλασιάσουμε με το 100.

Το αποτέλεσμα αντιπροσωπεύει το ποσοστό του food cost του πιάτου μας :

$$5,20 / 15,50 * 100 = 33,54\% \text{ (Luise, 2006)}^{28}$$

4.5.3 Παράγοντες που επηρεάζουν το food cost (κόστος υλικών)

Ο κίνδυνος εκτίναξης του κόστους των τροφίμων είναι υπαρκτός, από αστάθμητους και δυσδιάκριτους παράγοντες, που δεν συνυπολογίζονται έγκαιρα και μπορούν να κλυδωνίσουν μια επιχείρηση, δημιουργώντας παράλληλα τριγμούς και έριδες ανάμεσα στα στελέχη της επιχείρησης. Το στάδιο που εντοπίζονται και τα περισσότερα λάθη, αποτελεί συνάμα και το νευραλγικό τμήμα της επιχείρησης, που υποτίθεται ότι έχει και τον εποπτικό ρόλο για τον έλεγχο των τιμών και τη συγκράτηση του κόστους.

- ο Ένας σημαντικός παράγοντας είναι η αγορά – παραλαβή των προϊόντων που επηρεάζεται άμεσα από την φρεγγυότητα και τον επαγγελματισμό των προμηθευτών (επιλογή των προμηθευτών) που σε κάποιες περιπτώσεις προβαίνουν σε παρατυπίες και εκούσια λάθη, προσβλέποντας σε μία πρόσκαιρη αισχροκέρδεια. Κατά αυτό τον τρόπο έχει διαπιστωθεί ότι:
 - α) δεν τηρούνται πάντα οι συμφωνηθείσες τιμές αγοράς των προϊόντων β) η χρέωση στο τιμολόγιο γίνεται με βάση τις τιμές ανώτερων ποιοτικά προϊόντων, που αντιστοιχούν στον ίδιο κωδικό γ) αποστέλλονται λιγότερα κιλά ή τεμάχια από αυτά που αναγράφονται στο τιμολόγιο αγοράς δ) αποστέλλονται μικρότερες συσκευασίες του ίδιου προϊόντος και brand που έχει ζητηθεί, που δεν είναι όμως για επαγγελματική χρήση, επειδή ανεβαίνει η χρέωση στη μονάδα μέτρησης ε) λόγω «έλλειψης» κάποιων προϊόντων, προωθούνται κάποια υποκατάστατα, τα οποία όμως είναι πιο ακριβά στ) όταν ο προμηθευτής δεν μπορεί να ανταποκριθεί στην αυξημένη ζήτηση, τότε η επιχείρηση στρέφεται είτε στην τοπική αγορά είτε σε άλλους προμηθευτές που

²⁷Luise, F. (2006), Food CostΚοστολόγηση στη Κουζίνα, Αθήνα: Τσιτσιλώνης

²⁸Luise, F. (2006), Food CostΚοστολόγηση στη Κουζίνα, Αθήνα: Τσιτσιλώνης

έχουν πιο ανεβασμένες τιμές **Ζ**) είναι πιθανή η αποστολή μέρους της παραγγελίας και αμέλειας δρομολόγησης της υπόλοιπης.

- ο Η μαζική χρήση ακριβών συστατικών, που ανεβάζουν υπερβολικά την τιμή των πιάτων.
- ο Ένα ακατάλληλο pricing, που μεταφράζεται σε οικονομικές απώλειες για το εστιατόριο.
- ο Η μικρή αντίληψη του πραγματικού κόστους της κουζίνας, που οφείλεται στην ανεπιτυχή κατάρτιση των συνταγών για τα πιάτα.
- ο Η υπερβολική σπατάλη πρώτων υλών από το προσωπικό της κουζίνας.

4.6 Καθορισμός σωστής τιμής

Η τιμή είναι το μέγεθος που ο πελάτης πρέπει να πληρώσει για να αγοράσει τις υπηρεσίες, αλλά και ο δείκτης της αξίας των ίδιων των υπηρεσιών και ένας καθοριστικός παράγοντας στην επιλογή του αγοραστή. Για να καθορίσουμε την σωστή τιμή πρέπει να κάνουμε μια σειρά συλλογισμών:

- α) Να καθορίσουμε τους στόχους της τιμής
- β) Να καθορίσουμε ζήτηση, κόστος και κέρδη
- γ) Να αναλύσουμε τον ανταγωνισμό
- δ) Να επιλέξουμε τη μέθοδο και τη στρατηγική των τιμών

4.6.1 Τρόποι καθορισμού σωστής τιμής

Οι σωστές τιμές των πιάτων μπορούν να καθοριστούν με διάφορους τρόπους. Συγκεκριμένα, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τέσσερις μεθόδους:

- Χωρίς κανένα βασικό πλαίσιο
- Μέσω ενός πολλαπλασιαστή
- Με βάση τον υπολογισμό του ορίου κέρδους (contribution margin method)
- Με βάση τον υπολογισμό του πρωταρχικού κόστους (prime cost)

Χωρίς κανένα βασικό πλαίσιο

Δυστυχώς είναι μια μέθοδος που υιοθετούν πολλοί εστιατορές μικρομεσαίου επιπέδου. Η τιμή καθορίζεται σε μια κατά προσέγγιση βάση, με υπερβολική εμπιστοσύνη στις διαχειριστικές τους ικανότητες.

Μέσω ενός πολλαπλασιαστή

Αυτή η μέθοδος βασίζεται σε δύο βασικές παραμέτρους: το κόστος του πιάτου και το ενδεχόμενο food cost.

Με μια απλή αριθμητική πράξη μπορούμε να καθορίσουμε τον πολλαπλασιαστικό παράγοντα που θα μας χρειαστεί για τον υπολογισμό της σωστής τιμής. Για παράδειγμα, αν από τη συνταγή συμπεραίνεται ότι το καρέ αρνιού με πατάτες, πιπεριές και σάλτσα από

Θυμάρι κοστίζει 7,75€ και επιθυμούμε να κρατήσουμε το food cost του πιάτου γύρω στο 32%, θα εφαρμόσουμε τον παρακάτω τύπο:

€	%		
7,55	100 / 32	Αντιπροσωπεύει την τιμή πώλησης που διαιρούμε με το ποσοστό του food cost που έχουμε προκαθορίσει	
	=3,13	Με αυτό τον τρόπο βρίσκουμε τον πολλαπλασιαστή που θα εφαρμόσουμε στην τιμή κόστους του πιάτου.	
		Η τιμή πώλησης θα είναι ίση με:	7.55€ * 3,13= 23,63

Αφού υπολογίσουμε και τον Φ.Π.Α., θα έχουμε την τιμή πώλησης για το κοινό.

Με βάση τον υπολογισμό του ορίου κέρδους(contribution margin method)

Πρόκειται για μια πολύ πρακτική μέθοδο, που μπορεί να χρησιμοποιηθεί όταν το επιχειρησιακό budget δίνει ακριβείς πληροφορίες, στις επιχειρήσεις που επιτρέπουν να διανεμηθεί το κόστος διαχείρισης ανάμεσα σε όλους τους πελάτες που εξυπηρετούν. Τείνει να περιορίζει τα διάφορα φάσματα τιμής και προϋποθέτει ότι ο κάθε πελάτης συνεισφέρει ισότιμα στην κάλυψη του γενικού κόστους.

Ας δούμε ένα παράδειγμα...Το budget καθορίζει ότι το προβλεπόμενο κόστος για τη διαχείριση του εστιατορίου είναι 325.000€, χωρίς να ληφθεί υπόψη το foodcost, προβλέπεται εισροή 90.000 πελατών και περιμένουμε ότι η διαχείριση θα φέρει κέρδος ίσο με 32.000€. Από αυτά τα στοιχεία μπορούμε να πάμε στο share του διαχειριστικού κόστους που θα πρέπει να προσθέσουμε στο food cost κάθε πιάτου που σερβίρουμε. Προσθέτοντας τις δύο τιμές θα έχουμε την τιμή πώλησής του.

Από το άθροισμα όλων των τιμών διαχείρισης (325.000€) συν τα κέρδη διαχείρισης (32.000€) έχουμε τα μεικτά κέρδη (357.000€). Αυτό το ποσό πρέπει να διαιρεθεί ανάμεσα σε όλους τους ενδεχόμενους πελάτες (90.000€). Έχουμε έτσι το share που θα εφαρμόσουμε στο foodcost κάθε πιάτου που θα πουλήσουμε: 3,97€

Food Cost πιάτου Α	6,54 € + 3,97 €	= 10,51 €
Food Cost πιάτου Β	4,43 € + 3,97	= 8,40
Food Cost πιάτου Γ	5,25 € + 3,97	= 9,22

Το άθροισμα αυτών των τιμών καθορίζει την τιμή πώλησης.

Με βάση τον υπολογισμό του πρωταρχικού κόστους (prime cost)

Σύμφωνα με αυτή τη μέθοδο, λαμβάνεται υπόψη και το κόστος της εργατικής δύναμης (το prime cost ή πρωταρχικό κόστος αποτελείται από το από το food cost και το labour cost). Με ένα παράδειγμα θα γίνει πιο κατανοητό. Το πιάτο έχει ένα food cost 6,20 €, το εργατικό κόστος ανέρχεται σε 225.000€ και αναμένονται 65.000 πελάτες. Το ποσοστό του prime cost προβλέπεται από το budget να φτάσει στο 62%.

Διαιρούμε το εργατικό κόστος με τον αριθμό των προβλεπόμενων πελατών	$225.000 \text{ €} / 65.000$
	$= 3,46$
Προσθέτουμε σε αυτή την τιμή το foodcost του πιάτου	$+ 6,20$
	$= 9,66$
Το διαιρούμε με την τιμή % του πρωταρχικού κόστους στο budget και πολλαπλασιάζουμε * 100	$9,66 / 62 * 100$
Έχουμε έτσι την ενδεχόμενη τιμή πώλησης	$= 15,58 \text{ €}$

Κεφάλαιο 5: Καθιέρωση πρότυπων διαδικασιών

Η αναγκαιότητα να υπάρχει στο τμήμα του F&B μια πολύ καλή άσκηση ελέγχου οδήγησε στην δημιουργία των πρότυπων διαδικασιών. Τα πρότυπα και οι πρότυπες διαδικασίες είναι έτσι σχεδιασμένα ώστε να εξασφαλίζουν ότι κάθε είδος είναι σύμφωνο με τα πλάνα που έχει η διοίκηση για αυτό και ότι κάθε μερίδα κάθε είδους είναι πανομοιότυπη με τις άλλες μερίδες του ίδιου είδους.

Οι μερίδες ενός είδους πρέπει να είναι ίδιες μεταξύ τους σε τέσσερα σημεία:

Υλικά

Δόσεις υλικών

Μέθοδος παραγωγής

Ποσότητα

Τα πρότυπα δείχνουν με μεγάλη ακρίβεια την αποτελεσματική λειτουργία του τμήματος κι όποιες αποκλίσεις από τους στόχους που έχει θέσει η διεύθυνση.

5.1 Υπολογισμός προτύπων

Ο υπολογισμός των προτύπων είναι το πρώτο βασικό βήμα για τη σωστή κοστολόγηση και έλεγχο της επιχείρησης. Τα πρότυπα προσδιορίζουν με μεγάλη ακρίβεια τα αποτελέσματα λειτουργίας της μονάδας επίσης μπορούν να οριστούν ως οι κατευθυντήριες γραμμές που έχουν τεθεί από τη διεύθυνση και που πρέπει να ακολουθούν οι υπάλληλοι της επιχείρησης με σκοπό να παραχθεί ένα συγκεκριμένο προϊόν.

Πρέπει να προσδιοριστούν:

Πρότυπες προδιαγραφές αγορών

Πρότυπες συνταγές

Πρότυπες αποδόσεις

Πρότυπες μερίδες

Πρότυπο κόστος μερίδας

5.2 Πρότυπες προδιαγραφές αγορών

Είναι συγκεκριμένες προδιαγραφές σχετικά με το βάρος, την ποιότητα, το μέγεθος, την ποσότητα και άλλων προδιαγραφών που συνθέτουν ένα προϊόν το οποίο είναι απαραίτητο για την παραγωγή συγκεκριμένου αγαθού. Οι πρότυπες προδιαγραφές αγορών αποτελούν αποφασιστικό παράγοντα δημιουργίας και διατήρησης στα επιθυμητά επίπεδα του πρότυπου κόστους.

Αποσκοπούν επίσης να εξασφαλίσουν συγκεκριμένες απαιτήσεις της επιχείρησης όπως:

Να καθορισθεί ένα αγοραστικό πρότυπο.

Να πληροφορήσει γραπτώς τους προμηθευτές για τις απαιτήσεις της επιχείρησης.

Να καθορίσει έναν κώδικα επικοινωνίας μεταξύ επιχείρησης και προμηθευτών, ώστε να μην επαναλαμβάνονται διαβουλεύσεις σχετικά με την προμήθεια προϊόντων.

Να πληροφορήσει γραπτώς τους υπαλλήλους παραλαβών σχετικά με την ποιότητα των προϊόντων που πρέπει να παραλάβουν.

Να επιτύχει ένα πρότυπο προϊόν σαν πρώτη ύλη ώστε να εξασφαλίσει ένα ελάχιστο επίπεδο ποιότητας παραγωγής και οικονομικής απόδοσης. (Μάρας, 1997)²⁹

5.3 Πρότυπες συνταγές

Είναι ένας "τύπος" θα λέγαμε για την παραγωγή προϊόντος, που παρέχει πληροφορίες για τη σύνθεση (υλικά), την ποσότητα, τη διαδικασία παρασκευής του καθώς επίσης και το μέγεθος και τον αριθμό (μερίδες) που θα αποδώσει. Είναι δυνατό να παρέχει και άλλες πληροφορίες όπως τη θερμοκρασία, το χρόνο παρασκευής κ.λπ.

* Θα αναλυθούν περαιτέρω παρακάτω σε αυτό το κεφάλαιο

5.4 Πρότυπες αποδόσεις

Η απόδοση προϊόντος προσδιορίζει το καθαρό βάρος του έτοιμου προς πώληση προϊόντος αφού το έχει επεξεργαστεί.

Διακρίνεται σε τρεις διαδοχικές μορφές:

Μικτό βάρος: Η α' ύλη δεν έχει προετοιμαστεί για μαγείρεμα

Έτοιμο για μαγείρεμα: Η α' ύλη έχει προετοιμαστεί για μαγείρεμα

²⁹Μάρας, Αθανάσιος Γ. (1997), Έλεγχος – Τιμολόγηση Στις Επισιτιστικές Τουριστικές Επιχειρήσεις Food and Beverage Management, Αθήνα: INTERBOOKS

Έτοιμο προς πώληση: Η α' ύλη έχει μαγειρευτεί και είναι έτοιμη προς πώληση.

Πλεονεκτήματα:

Αντικειμενική και αποτελεσματική σύγκριση διαφορετικών προϊόντων.

Αντικειμενική και αποτελεσματική σύγκριση διαφορετικών προϊόντων από διαφορετικούς προμηθευτές.

Διευκολύνουν τον υπολογισμό του κόστους μιας πρότυπης συνταγής.

Διευκολύνουν τον υπολογισμό του κόστους σε περίπτωση αλλαγών στην τιμή αγοράς.

5.5 Πρότυπες μερίδες

Η πρότυπη μερίδα είναι ένα έγγραφο το οποίο προσδιορίζει με ακρίβεια την ποσότητα και την ποιότητα του σερβιριζόμενου φαγητού ή ποτού καθώς επίσης και στοιχεία όπως εμφάνιση, γαρνιτούρα, σκεύος σερβιρίσματος, συνοδευτικά κ.λπ.

Για ένα εστιατόριο είναι πολύ σημαντικό να ορίσει τα πρότυπα μεγέθη των μερίδων, δηλαδή ποια θα είναι η ποσότητα των προϊόντων ενός πιάτου που θα σερβιριστεί κάθε φορά που ένας πελάτης θα το παραγγέλνει.

Η διοίκηση της επιχείρησης προσδιορίζει τις ποσότητες κι έτσι κάθε είδος στο μενού μπορεί να μετρηθεί με τους κάτωθι τρεις τρόπους:

Βάρος: Ο πιο συνηθισμένος τρόπος για τον υπολογισμό των μεγεθών των περισσότερων ειδών του μενού είναι το βάρος, που συνήθως εκφράζεται σε γραμμάρια. Για παράδειγμα τα κρέατα και τα κατεψυγμένα προϊόντα μετριοούνται ανάλογα το βάρος τους.

Όγκος: Ο όγκος συνήθως χρησιμοποιείται ως τρόπος μέτρησης των υγρών προϊόντων του μενού, όπως δηλαδή οι σουπές, το γάλα, ο καφές κ.τ.λ. Ο όγκος εκφράζεται σε χιλιοστά του λίτρου (milliliter).

Τεμάχια: Με τα τεμάχια προσδιορίζουμε τα μεγέθη για προϊόντα όπως είναι οι γαρίδες, το μπέικον, τα λουκάνικα, τα αυγά και τα παϊδάκια που μετριοούνται βάσει του αριθμού τους. Επειδή αρκετά τρόφιμα αγοράζονται ανά τεμάχιο είναι σημαντικό να γίνεται ένας σωστός προσδιορισμός του μεγέθους που θα πάει σε κάθε μερίδα.

Πλεονεκτήματα:

Εξασφαλίζουν σταθερή ποιότητα και ποσότητα.

Εξασφαλίζουν την ομοιογένεια του προσφερόμενου προϊόντος.

Συμβάλουν στη δημιουργία σταθερής πελατείας, επειδή οι πελάτες θα αρχίσουν να νιώθουν ότι λαμβάνουν περισσότερη αξία για τα χρήματα τους.

Αυξάνουν την ικανοποίηση των πελατών, επειδή κανένας πελάτης δεν θα παραπνευθεί ότι η μερίδα του είναι μικρότερη από εκείνη του διπλανού του.

Βοηθούν στον καλύτερο έλεγχο του κόστους φαγητού και ποτού.

5.6 Πρότυπο κόστος ανά μερίδα

Το πρότυπο κόστος ανά μερίδα, προσδιορίζεται με τη βοήθεια της πρότυπης συνταγής. Άρα για κάθε πιάτο του μενού μπορούμε να υπολογίσουμε το πρότυπο κόστος της κάθε μερίδας, εφόσον τα υλικά, η ποσότητα, ο τρόπος παρασκευής και το μέγεθος έχουν αποφασιστεί.

Ο υπολογισμός του πρότυπου κόστους απαιτεί μόνο τον προσδιορισμό του κόστους του κάθε υλικού που θα χρησιμοποιηθεί για την παρασκευή των πιάτων του μενού.

Πρότυπο κόστος ανά μερίδα= Κόστος υλικών συνταγής/ Πρότυπες μερίδες

Μέσω του πρότυπου κόστος ανά μερίδα, μπορεί με ευκολία να προσδιοριστεί το συνολικό κόστος υλικών για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο πχ. ένα μήνα.

5.7 Πρότυπες συνταγές

Ορισμός: Είναι ένα έγγραφο που προσδιορίζει με ακρίβεια ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία στην παραγωγή συγκεκριμένου φαγητού/ποτού (την σύνθεση των υλικών, την ποσότητα, την διαδικασία μαγειρέματος, το μέγεθος της μερίδας, τον ελάχιστο αριθμό παραγωγής μερίδων, το κόστος ανά μονάδα κ.λπ.) . Με σκοπό να διασφαλίσει ένα ομοιόμορφο επίπεδο παραγωγής τροφίμων και ποτών όσον αφορά την εμφάνιση, το κόστος και τη γεύση.

Θα λέγαμε ότι οι πρότυπες συνταγές είναι από τα πιο σημαντικά πρότυπα παραγωγής. Η συνταγή είναι η λίστα των υλικών και των ποσοτήτων αυτών των υλικών, που χρειάζονται για την παραγωγή ενός συγκεκριμένου πιάτου, μαζί με την διαδικασία που θα ακολουθηθεί. Μια πρότυπη συνταγή είναι αυτή που έχει οριστεί ως η σωστή και είναι αυτή που πρέπει να ακολουθείται σε ένα εστιατόριο.

Οι πρότυπες συνταγές μας βοηθούν να εξασφαλίσουμε ότι η ποιότητα του κάθε είδους θα είναι η ίδια κάθε φορά που παράγεται το είδος αυτό. Μας βοηθούν επίσης στο να καθιερώσουμε μια συνοχή στη γεύση, στην εμφάνιση και στην αποδοχή των πελατών. Αν χρησιμοποιηθούν τα ίδια υλικά στις σωστές ποσότητες και ακολουθηθεί η ίδια διαδικασία, τότε κάθε φορά που θα χρησιμοποιείται η πρότυπη συνταγή τα αποτελέσματα θα είναι σχεδόν τα ίδια, ακόμα κι αν δουλεύουν διαφορετικοί άνθρωποι. Επιπλέον, οι πελάτες που ξανάρχονται στο εστιατόριο θα λαμβάνουν πάντα είδη παρόμοιας ποιότητας.

Ορισμένοι άνθρωποι έχουν τη λανθασμένη εντύπωση ότι οι πρότυπες συνταγές χρησιμοποιούνται για νοσοκομεία, σχολικές καφετέριες και άλλους δημόσιους θεσμούς και ότι χρησιμοποιούν υλικά κακής ποιότητας και αποδίδουν πιάτα ακόμα χαμηλότερης ποιότητας. Οι εντυπώσεις αυτές είναι πέρα για πέρα λανθασμένες. Ο όρος σημαίνει απλά μια συνταγή που θα παράγει ένα είδος σε αποδεκτή ποιότητα για ένα συγκεκριμένο εστιατόριο. Πρότυπη μπορεί να γίνει κάθε συνταγή. Ορισμένες φορές λαμβάνονται από βιβλία συνταγών και περιοδικά. Ορισμένες άλλες φορές δημιουργούνται από τον σεφ, που εργάζεται στο εστιατόριο, δοκιμάζονται και τροποποιούνται μέχρι να αποδώσουν ένα αποδεκτό προϊόν. Στο σημείο αυτό, η συνταγή γίνεται το πρότυπο – η συνταγή που θα χρησιμοποιηθεί κάθε φορά που πρέπει να παραχθεί το είδος.

Πολλές φορές, οι πρότυπες συνταγές γράφονται ή εκτυπώνονται σε καρτέλες, ορισμένες φορές, εκτυπώνονται σε ειδικές κάρτες που μετά πλαστικοποιούνται, ώστε να αντέχουν στη χρήση. Άλλες φορές περιλαμβάνουν ακόμα και εικόνες ή φωτογραφίες του τελικού προϊόντος, δείχνοντας στους υπαλλήλους την εμφάνιση που θα πρέπει να έχει το πιάτο. Οι πρότυπες συνταγές παίζουν επίσης πολύ σημαντικό ρόλο για τον έλεγχο των τροφίμων, χωρίς αυτές δεν μπορούμε να έχουμε αποτελεσματικό έλεγχο επί του κόστους.

5.7.1 Πρότυπες συνταγές- Πλεονεκτήματα και τυπολογία

Προκειμένου να περιοριστεί ο χρόνος που απαιτείται για τον υπολογισμό του όγκου των πρώτων υλών, οι food and beverage managers χρησιμοποιούν πρότυπες συνταγές για καθένα από τα πιάτα που περιλαμβάνει το menu του εστιατορίου.

Η πρότυπη συνταγή είναι ένας τύπος που περιγράφει τις ακριβείς ποσότητες των συστατικών που απαιτούνται για την παρασκευή ενός φαγητού συγκεκριμένης ποσότητας και ποιότητας. Οι πρότυπες συνταγές δείχνουν το μέγεθος της σερβιρισμένης μερίδας, τη θερμοκρασία στην οποία πρέπει να ψηθεί το φαγητό και τη διάρκεια του ψησίματος. Επιπλέον, περιλαμβάνουν πληροφορίες, όπως το κόστος ή τη θρεπτική αξία του φαγητού.

Σε ορισμένα εστιατόρια, οι πρότυπες συνταγές συνοδεύονται από φωτογραφίες των σερβιριζόμενων πιάτων, ώστε οι εργαζόμενοι στην κουζίνα και τη σάλα να γνωρίζουν την τελική εικόνα του πιάτου που θα σερβίρουν.

Οι πρότυπες συνταγές είναι διαφορετικές για κάθε επιχείρηση, ακόμη κι αν αναφέρονται στα ίδια πιάτα. Κι αυτό επειδή κάθε εστιατόριο συντάσσει τις πρότυπες συνταγές με βάση τα επιχειρηματικά πρότυπα (κοινό, κουζίνα, προϋπολογισμός, τιμές καταλόγου κ.ά.).

Οι πρότυπες συνταγές προσφέρουν μια σειρά από πλεονεκτήματα:

Εξασφαλίζουν στην επιχείρηση την αναμενόμενη απόδοση από κάθε πιάτο

Εξασφαλίζουν σταθερή ποιότητα. Η γεύση και η εμφάνιση του φαγητού, όπως και το μέγεθος της μερίδας, δεν διαφοροποιούνται ανά χρονικό διάστημα, ανεξάρτητα από τον μάγειρα που θα αναλάβει κάθε στάδιο της διαδικασίας παρασκευής.

Εξασφαλίζουν σταθερή ποσότητα μερίδων

Συμβάλλουν στον ακριβή προσδιορισμό του κόστους τροφίμων και ποτών

Βοηθούν στον ακριβή προσδιορισμό της θρεπτικής αξίας των εδεσμάτων, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για διαιτητικά μενού

Συμβάλλουν στη σύνθεση των μενού, στη σύνταξη των τιμοκαταλόγων ή στη σύνθεση buffets, επειδή περιέχουν στοιχεία κόστους, εμφάνισης και γεύσης του πιάτου.

Ο chef μπορεί να υπολογίσει με ακρίβεια, χωρίς χρονοτριβή και ρίσκο, τις ποσότητες των πρώτων υλών που απαιτούνται για την παρασκευή του μενού της ημέρας. Επιπλέον, ο μάγειρας μπορεί να προβλέψει την κίνηση της επόμενης μέρας.

Οι περισσότερες συνταγές μπορούν να εκτελεστούν ακόμα και από μάγειρες χωρίς ιδιαίτερη εξειδίκευση ή εμπειρία.

Είναι γνωστός στην επιχείρηση ο χρόνος που χρειάζεται για την παρασκευή των εδεσμάτων, ώστε όλες οι συσκευές και τα μηχανήματα της κουζίνας να είναι ελεύθερα προς χρήση την κατάλληλη στιγμή

Και δύο μειονεκτήματα:

Πολλαπλασιάζει την ανάγκη εκπαίδευσης του προσωπικού

Αυξάνει το λειτουργικό κόστος³⁰

5.7.2 Τύποι πρότυπων συνταγών

Ποτού: Τα αλκοολούχα ποτά λόγω υψηλής φορολογίας έχουν υψηλό κόστος κτήσης, οι πρότυπες συνταγές εξασφαλίζουν μείωση των δαπανών της επιχείρησης και πληρέστερο έλεγχο της κατανάλωσης.

Κόστους: Πρότυπη συνταγή με έμφαση στον υπολογισμό του κόστους.

Εκτέλεσης: Πρότυπη συνταγή με έμφαση στην λεπτομερή περιγραφή του τρόπου παρασκευής του πιάτου.

5.7.3 Στοιχεία πρότυπης συνταγής

Σύνθεση υλικών

Ποσότητα υλικών

Μονάδα μέτρησης υλικών

Διαδικασία μαγειρέματος

Μέγεθος μερίδας μετά το μαγείρεμα

Μέγεθος μερίδας πριν το μαγείρεμα

Ελάχιστο αριθμό παραγωγής μερίδων

Κόστος ανά μερίδα

³⁰ Θεοδώρου, (2009), "Εργαλεία Κοστολόγησης στον κλάδο της Εστίασης", <http://www.e-kyklades.gr/articles/article.jsp?context=103&articleid=11365>

Φωτογραφία έτοιμου πιάτου

Σκεύη που θα χρησιμοποιηθούν στην παρασκευή

Σκεύη που θα χρησιμοποιηθούν στο σερβίρισμα

Παρατηρήσεις

5.8 Γιατί χρειάζεται η κοστολόγηση

Οι περισσότερες μικρές οικογενειακές και ανεξάρτητες επισιτιστικές επιχειρήσεις ενδιαφέρονται κατά κύριο λόγο για το αν στο τέλος της μέρας υπάρχουν αρκετά χρήματα στο ταμείο για να πληρωθούν οι λογαριασμοί και να μείνει και κάποιο κέρδος, χωρίς να έχουν την πολυτέλεια της επίπονης διαδικασίας του μακροπρόθεσμου προγραμματισμού των βασικών μεγεθών, όπως είναι οι πωλήσεις και το κόστος των πωληθέντων αγαθών. Αν και δεν υπάρχει τίποτα μεμπτό σε αυτή τη φιλοσοφία μήπως θα έπρεπε ο ιδιοκτήτης να ασκεί το απαραίτητο έλεγχο στη λειτουργία της επιχείρησης.

5.9 Η διαδικασία της κοστολόγησης είναι σημαντική για τους εξής λόγους:

Η σωστή μέθοδος κοστολόγησης απαιτεί πρότυπες συνταγές

Οι πρότυπες συνταγές αποτελούν τη βάση για τις πρότυπες προδιαγραφές αγοράς που παρέχεται στους προμηθευτές. Οι πρότυπες προδιαγραφές αγοράς εφόσον συνταχθούν προσεκτικά, χρησιμεύουν κατά πολλούς τρόπους.

Οι πρότυπες συνταγές ελαχιστοποιούν τα λάθη στην παραγωγή.

Οι πρότυπες συνταγές αποτελούν τη βάση για την εκπαίδευση των νέων μαγείρων.

Χωρίς την κοστολόγηση δεν μπορεί ο επιχειρηματίας να ξέρει το περιθώριο κέρδους κάθε προϊόντος, αν είναι σωστή η τιμολόγησή του και πόσο πραγματικό είναι το κόστος των α' υλών που χρησιμοποιείται.

5.10 Διαδικασία κοστολόγησης

Στο πεδίο 1 αναγράφεται το πιάτο

Στο πεδίο 2 αναγράφουμε τον κωδικό της συνταγής στην περίπτωση που ακολουθούμε κάποιο σύστημα

Στο πεδίο 3 αναγράφουμε το μέγεθος της μερίδας σε γραμμάρια

Στο πεδίο 4 αναγράφουμε τον αριθμό των μερίδων που μας δίνει η συγκεκριμένη συνταγή. Στην περίπτωση που η συνταγή αναφέρεται σε πιάτο a la carte αφήνουμε το πεδίο κενό.

Στη στήλη 5 καταγράφουμε το σύνολο των α' υλών που θα χρησιμοποιήσουμε για την παρασκευή της συνταγής

Το επόμενο βήμα και από τα πιο χρονοβόρα, είναι ο υπολογισμός της φύρας για όλες τις α' ύλες ο οποίες δεν είναι 100% βρώσιμες.

Στην **στήλη 7** αναγράφουμε την ποσότητα του κάθε υλικού σε γραμμάρια που χρειαζόμαστε αν αφαιρεθεί η τυχόν φύρα που έχει.

Η **στήλη 8** χρησιμοποιείται για να εμφανισθεί στη συνταγή η ποσότητα που απαιτείται από ένα υλικό μαζί με τη φύρα του.

Στη **στήλη 9** αναγράφεται η τιμή που η επιχείρηση πληρώνει στον προμηθευτή για κάθε μονάδα του υλικού που απαιτείται

Στήλη 10, αυτή η στήλη χρησιμοποιείται για να καταγράψει το συνολικό κόστος του κάθε επιμέρους υλικού που χρησιμοποιείται στη συνταγή.

Σημειώσεις

Το κόστος του κάθε υλικού της **στήλης 10** αθροίζεται για να υπολογισθεί το μερικό κόστος.

Θα μπορούσαμε να ορίσουμε ως **συντελεστή M** την τιμή που ο κάθε επιχειρηματίας θα πρέπει να χρεώσει για όλα εκείνα τα υλικά που χρησιμοποιεί σε πολύ μικρές ποσότητες, τέτοιες που αδυνατεί να κοστολογήσει. Ένας τρόπος για να καλυφθεί το κόστος τέτοιων υλικών είναι η χρήση ενός ποσοστιαίου συντελεστή – π.χ. 1% ή 2% - ο οποίος πολλαπλασιάζεται επί το μερικό κόστος.

Στο **πεδίο 13** αναγράφεται το συνολικό κόστος της συνταγής, το οποίο μας δίνεται από το άθροισμα του μερικού κόστους και του συντελεστή M.

Τέλος στο **πεδίο 14** υπολογίζουμε το κόστος κάθε μερίδας διαιρώντας το συνολικό κόστος δια των αριθμό των μερίδων που έχουμε καταγράψει στο πεδίο 4 της απόδοσης της συνταγής.³¹

Τυποποιημένο φύλλο κοστολόγησης πρότυπης συνταγής:

³¹ Ξεπολητάς, Ελληνικό Εστιατόριο- Το Παρόν και το Μέλλον, <http://www.nline.gr/121/>

ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΦΥΛΛΟ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ

ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΣΥΝΤΑΓΗΣ :					
ΚΩΔΙΚΟΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ :					
ΜΕΓΕΘΟΣ ΜΕΡΙΔΑΣ :					
ΑΠΟΔΟΣΗ :					
5.ΥΛΙΚΑ	6.ΦΥΡΑ%	7.ΦΑΓΩΣΙΜΟ ΠΡΟΪΟΝ	8.ΑΓΟΡΑ	9.ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	10.ΚΟΣΤΟΣ
11. ΜΕΡΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ:					
12.ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ Μ:					
13.ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ:					
14.ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΡΙΔΑΣ:					

Πίνακας 2. Τυποποιημένο φύλλο κοστολόγησης συνταγής³²

Παράδειγμα συμπληρωμένου φύλλου κοστολόγησης πρότυπης συνταγής:

ΠΑΣΤΙΤΣΙΟ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:		5,75 €		Πρότυπες μερίδες: 8	
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:		1,39 €		Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα: 0,4353125	
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:		24,13%		Ποσ/τα μερίδας μετά το μαγείρεμα:	
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΚΙΜΑΣ	Κιλό	0,6000	7,00 €	4,20 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,0750	4,00 €	0,30 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ	Κιλό	0,2000	0,95 €	0,19 €	
ΚΟΝΚΑΣΕ ΤΟΜΑΤΑΣ	Κιλό	0,6000	1,94 €	1,16 €	
ΠΕΛΤΕΣ	Κιλό	0,0800	1,54 €	0,12 €	
ΣΚΟΡΔΟ	Κιλό	0,0050	2,50 €	0,01 €	
ΚΑΡΥΚΕΥΜΑΤΑ	Κιλό	0,0150	5,00 €	0,08 €	Μπαχάρι
					Μοσχοκάρυδο
					Κανέλα
					Αλάτι
ΜΠΕΣΑΜΕΛ:				0,00 €	
ΒΟΥΤΥΡΟ	Κιλό	0,1000	10,00 €	1,00 €	
ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	0,1000	1,00 €	0,10 €	
ΓΑΛΑ (φρέσκο)	Λίτρο	1,0000	1,10 €	1,10 €	
ΜΑΚΑΡΟΝΙΑ (No 2)	Κιλό	0,5000	1,20 €	0,60 €	
ΚΕΦΑΛΟΓΡΑΒΙΕΡΑ	Κιλό	0,2000	11,00 €	2,20 €	
ΜΠΑΧΑΡΙΚΑ	Κιλό	0,0075	5,00 €	0,04 €	
ΣΥΝΟΛΟ		3,4825		11,10 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΚΙΜΑΣ:					
Ζεσταίνουμε το ελαιόλαδο, σοτάρουμε το κρεμμύδι & προσθέτουμε τον κιμά. Όταν ο κιμάς αλλάξει χρώμα, προσθέτουμε την ντομάτα, τον πελτέ, τη ζάχαρη, το σκόρδο, τα μπαχαρικά, σκεπάζουμε την κατσαρόλα και αφήνουμε τον κιμά να σιγοβράσει για περίπου 45 λεπτά. Βγάζουμε από την φωτιά όταν έχει τραβήξει τα πολλά υγρά και αφαιρούμε το σκόρδο.					
ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΜΠΕΣΑΜΕΛ:					
Σε μια κατσαρόλα σε μέτρια φωτιά λιώνουμε το βούτυρο, προσθέτουμε το αλεύρι, ανακατεύουμε αργά και ρίχνουμε σταδιακά το γάλα. Αποσύρουμε από τη φωτιά.					

Πίνακας 3. Παράδειγμα συμπληρωμένου φύλλου κοστολόγησης πρότυπης συνταγής

³² McVety J. Paul , Ware J. Bradley: Αρχές σχεδίασης μενού εκδόσεις Έλληνα

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΤΟ ΓΑΜΟΠΙΛΑΦΟ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:		6,00 €	Πρότυπες μερίδες:	6	
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:		1,81 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,301666667	
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:		30,13%	Ποσ/τα μερίδας μετά το μαγείρεμα:		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΚΡΕΑΣ ΠΙΔΑΣ	Κιλό	1,0000	4,90 €	4,90 €	
ΡΥΖΙ (ΚΑΡΟΛΙΝΑ)	Κιλό	0,5000	3,24 €	1,62 €	
ΣΤΑΚΟΒΟΥΤΥΡΟ	Κιλό	0,3000	14,12 €	4,24 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΣΥΝΟΛΟ		1,8100		10,85 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Βάζουμε το κρέας σε μια κατσαρόλα με άφθονο κρύο νερό. Μόλις πάρει βράση το ξαφρίζουμε και το αφήνουμε να σιγοβράσει σκεπασμένο μέχρι να μαλακώσει εντελώς. Στη μέση της διαδικασίας το αλατίζουμε. Στη συνέχεια στραγγίζουμε τον ζωμό από την κατσαρόλα στην οποία βράσαμε το κρέας από τα κοκαλάκια, τον αφήνουμε να πάρει βράση και το μετράμε ανάλογα με το ρύζι μας. Η αναλογία είναι 1 ποτήρι ρύζι προς τρία ποτήρια ζωμό. Προσθέτουμε το ρύζι και σιγοβράζουμε σε χαμηλή φωτιά. Κατεβάζουμε το ρύζι από τη φωτιά όταν έχει ακόμα αρκετό ζωμό ώστε να μοιάζει με σούπα. Μέχρι να το σερβίρουμε θα απορροφήσει τα υγρά του και θα μελώσει. Καίμε τη στάκα σε τηγανάκι σε δυνατή φωτιά και περιχύνουμε το πιλάφι. Σερβίρουμε με πιπέρι και προαιρετικά με χυμό λεμονιού.</p>					

5.11 Τύποι που χρησιμοποιούμε στις πρότυπες συνταγές:

Πρότυπο κόστος ανά μερίδα: Κόστος υλικών συνταγής/Πρότυπες μερίδες

Συντελεστής κόστους φαγητού ανά μερίδα: (Πρότυπο κόστος ανά μερίδα/Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ) * 100

Ποσότητα μερίδας πριν το μαγείρεμα: Συνολική ποσότητα συνταγής/Πρότυπες μερίδες

Ποσότητα μερίδας μετά το μαγείρεμα: Να υπολογιστεί η απώλεια του ψησίματος (πρότυπες αποδόσεις)

Μονάδα μέτρησης: Μονάδα μέτρησης του υλικού

Ποσότητα συνταγής: Ποσότητα που θα χρησιμοποιηθεί

Κόστος μονάδας: Κόστος αγοράς της μονάδας μέτρησης του υλικού

Κόστος υλικών συνταγής: (Ποσότητα συνταγής / Μονάδα μέτρησης) * Κόστος μονάδας³³

5.12 Προϋπολογισμός

Ο προϋπολογισμός (Budget) είναι μια πηγή πληροφοριών κατ' εκτίμηση, που αφορά τις πωλήσεις, τα κέρδη και το κόστος και αυτό αφορά τα θεωρητικά πρότυπα εκτέλεσης.

Ο προϊστάμενος του επισιτιστικού τμήματος συντάσσει τον προϋπολογισμό, λαμβάνοντας υπόψη του τους υφιστάμενους του, κι έτσι διαμορφώνει ένα βασικό σχέδιο λειτουργίας που υπολογίζει τα έσοδα και τα έξοδα που θα προκύψουν προκειμένου να επιτευχθούν οι οικονομικοί στόχοι της επιχείρησης.

Οι προϋπολογισμοί χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

³³Κακαρούγκας, (2010) "Πρότυπες συνταγές" <http://www.touristikiekpaideysi.gr/index.php/articles/presentations/195-protypesyntages.html>

τους μακροπρόθεσμους και

τους βραχυπρόθεσμους.

Και οι δύο αυτές κατηγορίες έχουν ως υποχρέωση να “υπενθυμίζουν” τα προσδοκώμενα έσοδα και έξοδα, έτσι ώστε να μην ξεπερνάει τα όρια το τμήμα.

Στην περίπτωση που όμως αυτό συμβεί, ο manager οφείλει να κάνει τις σωστές διορθωτικές κινήσεις για να αποφύγει την άσκοπη σπατάλη στο τμήμα.

Για να γίνει η σύνταξη του προϋπολογισμού, ο διευθυντής ή οι υπεύθυνοι των ανάλογων τμημάτων, πρέπει να κάνουν τρία βασικά βήματα:

Να προβλέψουν τα έσοδα

Να υπολογίσουν τα κέρδη και

Να υπολογίσουν το κόστος.

5.13 Οι πωλήσεις

Είναι πολύ σημαντικό για μια επιχείρηση να προβλέπει τα επίπεδα των πωλήσεων για τα φαγητά, τα ποτά και οποιαδήποτε άλλη πηγή εσόδων. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί όταν υπάρχουν ακριβή στατιστικά στοιχεία που συνθέτουν τη μέση καταναλωτική δαπάνη των πελατών που προβλέπει η επιχείρηση.

Έτσι ο F&B Manager πρέπει να συντάξει ένα βραχυχρόνιο και ένα μακροχρόνιο προϋπολογισμό που να αναλύει τα αποτελέσματα λειτουργίας της μονάδας και να συγκρίνει τα προσυπολογιζόμενα με τα πραγματικά έσοδα έτσι ώστε να του δίνεται η δυνατότητα να λάβει διορθωτικά μέτρα όπου χρειάζεται και να είναι πάντα μέσα στους στόχους που έχει θέσει η επιχείρηση.

Υπάρχουν βέβαια και τρεις παράγοντες, που θα αναλυθούν παρακάτω, που επηρεάζουν σημαντικά τη σύνταξη του προϋπολογισμού πωλήσεων.

1. Η ανάλυση των πωλήσεων προηγούμενων χρόνων :Αυτού του είδους η ανάλυση είναι πολύ σημαντική γιατί δείχνει τις τάσεις των τελευταίων ετών κι έτσι βοηθά σε πολύ μεγάλο βαθμό να προβλεφθούν οι πωλήσεις.

2. Οι αστάθμητοι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες:Μερικές φορές υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που και δεν μπορούν να προβλεφθούν και που φυσικά η επιχείρηση δεν μπορεί να ελέγξει, και μπορούν να καθορίσουν τις πωλήσεις της περιόδου που καλύπτει ο προϋπολογισμός. Κάποια παραδείγματα που μπορούμε να θέσουμε είναι: τα οδικά προβλήματα, η κακοκαιρία, αύξηση του ανταγωνισμού από μια νέα επιχείρηση.

3. Το Banqueting:Σε αυτή την κατηγορία μπορούμε να δούμε μια αυξομείωση των πωλήσεων εξαιτίας των παράλληλων λειτουργιών όπως είναι οι κοινωνικές εκδηλώσεις στους χώρους της επιχείρησης, δηλαδή οι γάμοι, τα βαφτίσια, οι χοροί, οι επιδείξεις και τα συνέδρια.

5.14 Τα κέρδη

Οι στόχοι των προβλεπόμενων πωλήσεων από τον προϋπολογισμό είναι :

Να εξασφαλιστούν τα προβλεπόμενα κέρδη και

Να καλυφθούν τα έξοδα λειτουργίας.

Οι τρόποι προσέγγισης των εξόδων κατά τη σύνταξη του προϋπολογισμού είναι δύο.

Ο πρώτος τρόπος είναι η παραδοσιακή μέθοδος που θεωρεί ότι το κέρδος είναι αυτό που απομένει από τις πωλήσεις αφού αφαιρεθούν τα έξοδα. Έτσι, κατά τη σύνταξη του προϋπολογισμού προσδιορίζονται τα επίπεδα των εξόδων αφού γίνει η πρόβλεψη των πωλήσεων. Μετά προσδιορίζεται το κέρδος αφού γίνει η αφαίρεση των εξόδων από τις πωλήσεις.

Ο δεύτερος τρόπος είναι η προσέγγιση στο κέρδος θεωρώντας το σαν έξοδο. Με αυτό τον τρόπο μπορούμε να πούμε ότι η επιχείρηση "αμείβεται" πρώτη, επειδή προσδιορίζει τις απαιτήσεις σε κέρδη. Ότι απομένει από τις πωλήσεις χρησιμοποιείται για να καλύψει τα έξοδα λειτουργίας της. (Μάρας, 1997)³⁴

5.15 Εκπαίδευση για την παραγωγή

Μετά την καθιέρωση των προτύπων και των πρότυπων διαδικασιών για τον έλεγχο της παραγωγής, θα πρέπει να εκπαιδευτεί το προσωπικό να ακολουθεί αυτά τα πρότυπα.

Ένα από τα πιο σημαντικά προβλήματα που μπορεί να συναντήσει ένας manager στον τομέα της παραγωγής τροφίμων είναι η έλλειψη εκπαίδευσης. Κάθε εργασία απαιτεί έναν συνδυασμό γνώσεων, ικανοτήτων και πείρας. Έτσι ο προϊστάμενος θα πρέπει να καθορίσει το επίπεδο γνώσεων και ικανοτήτων που χρειάζεται για την εκτέλεση κάθε εργασίας και μετά να αποφασίσει πόσο χρόνο και χρήμα μπορεί να επενδύσει για να αποκτήσουν οι υπάλληλοι τις απαραίτητες γνώσεις.

Βέβαια, μετά η διεύθυνση θα πρέπει να αποφασίσει αν θα προτιμήσει να προσλάβει άτομα με εμπειρία ή ανειδίκευτο προσωπικό. Με την πρώτη κατηγορία το κόστος εκπαίδευσης θα είναι πολύ χαμηλό ενώ με τη δεύτερη θα πρέπει να διατεθεί πολύς χρόνος για την εκπαίδευση και για να εξασφαλιστεί ότι όλοι θα ακολουθούν τα πρότυπα της επιχείρησης.

Ανεξαρτήτως του επιπέδου γνώσεων και ικανοτήτων των υπαλλήλων, αν η επιχείρηση θέλει να τηρούνται οι πρότυπες διαδικασίες που έχει θέσει θα πρέπει να γίνει κάποια εκπαίδευση. Έτσι είναι σημαντικό να υπάρχει μια συνεχής υπενθύμιση στο προσωπικό, με τη μορφή ενός πίνακα στον χώρο εργασίας ή κάποιου προσωπικού εγχειριδίου, με τα πρότυπα μεγέθη μερίδων, για να μην τα ξεχνάει κανένας και να μην γίνονται αποκλίσεις από τα πρότυπα που έχει θέσει η επιχείρηση. (Dittmer and Griffin, 1999)³⁵

³⁴Μάρας Α, (1997), Έλεγχος – Τιμολόγηση στις Επισιτιστικές Τουριστικές Επιχειρήσεις, Food and Beverage Management, Αθήνα: Interbooks

³⁵Dittmer P. & Griffin G, (1999), Κοστολόγηση τροφίμων, Ποτών, Εργασίας για Ξενοδοχεία & Εστιατόρια, Εκδόσεις Έλλην

Κεφάλαιο6: Δημιουργία βάσεων δεδομένων με πρότυπες συνταγές Κρητικής και Θρακιώτικης κουζίνας

Στα παραπάνω κεφάλαια παρουσιάσαμε μια θεωρητική προσέγγιση για την κατασκευή των πρότυπων συνταγών. Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζουμε δύο βάσεις δεδομένων με παραδείγματα πρότυπων συνταγών της Κρητικής και της Θρακιώτικης κουζίνας .

Στα παρακάτω παραδείγματα έχει υπολογιστεί η τιμή πώλησης ανά μερίδα, το πρότυπο κόστος ανά μερίδα, ο συντελεστής κόστους ανά μερίδα, σημαντικοί παράγοντες για την κατασκευή μιας πρότυπης συνταγής.

6.1 Βάση δεδομένων με πρότυπες συνταγές Κρητικής κουζίνας

Η γαστρονομία είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας και της κουλτούρας των Κρητικών. Οι άφθονες, αγνές πρώτες ύλες που παρέχουν τα ευλογημένα εδάφη του νησιού το καθιστούν γαστρονομικό παράδεισο.

Η διατροφή των κατοίκων βασίζεται στην πολύ μεγάλη ποικιλία και ισορροπία των προϊόντων: χόρτα και λαχανικά, όσπρια, κρεατικά, γαλακτοκομικά, φρούτα, μέλι. Το ελαιόλαδο χρησιμοποιείται σε όλες τις παρασκευές ωμό ή μαγειρεμένο. Το κρασί και η ρακή, παραδοσιακό απόσταγμα της Κρήτης, καταναλώνονται σε κάθε περίπτωση.

Η τέχνη των γυναικών στις σπιτικές ζύμες, τα προζυμμένα ψωμιά και τους ντάκους, τα παξιμάδια, τα λαδοκούλουρα και τα γλυκά με μέλι, πετιμέζι, σουσάμι και ξηρούς καρπούς αποτελούν γευστική εμπειρία για τους γευσιγνώστες και όχι μόνο.

Η Κρήτη είναι ένας τόπος που δωρίζει απλόχερα στον επισκέπτη πλούτο γευστικών εμπειριών στο πέρασμα των χρόνων.

Παρακάτω παρουσιάζουμε μερικές από τις πιο δημοφιλείς συνταγές της Κρήτης με παραδείγματα πρότυπων συνταγών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΠΙΤΑ ΓΛΥΚΙΑ ΣΤΡΙΦΤΗ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:		5,49 €	Πρότυπες μερίδες:		10
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:		0,62 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:		0,28255
Σύντελεστές κόστους ανά μερίδα:		11,28%			
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΥΛΙΚΑ ΦΥΛΛΟ:					
ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	0,4000	1,19 €	0,48 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0070	1,00 €	0,01 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,0450	4,00 €	0,18 €	
ΡΑΚΙ	Λίτρο	0,0550	4,00 €	0,22 €	
ΝΕΡΟ	Λίτρο	0,2400	0,00 €	0,00 €	
ΣΤΑΚΟΒΟΥΤΥΡΟ	Κιλό	0,0500	14,12 €	0,71 €	
ΥΛΙΚΑ ΓΕΜΙΣΗ:					
ΚΟΛΟΚΥΘΑ ΚΙΤΡΙΝΗ	Κιλό	1,0000	1,00 €	1,00 €	
ΞΙΝΟΜΗΛΑ (τριμμένα)	Κιλό	0,4000	1,54 €	0,62 €	
ΣΤΑΦΙΔΕΣ	Κιλό	0,1500	5,70 €	0,86 €	
ΖΑΧΑΡΗ	Κιλό	0,3375	0,93 €	0,31 €	
ΚΑΡΥΔΟΨΙΧΑ	Κιλό	0,1250	14,00 €	1,75 €	
ΣΙΜΙΓΔΑΛΙ ΨΙΛΟ	Κιλό	0,0160	4,00 €	0,06 €	
ΣΥΝΟΛΟ		2,8255		6,19 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Ζυμώνουμε καλά και υπομονετικά ώστε να έχουμε μια εύπλαστη ζύμη. Την αφήνουμε σκεπασμένη με πετσέτα να ξεκουραστεί για όση ώρα χρειαστεί ώστε να ετοιμάσουμε τη γέμιση. Ανοίγουμε πολύ λεπτό φύλλο και αφού το αλείψουμε με στακοβούτυρο και πασπαλίσουμε με αλεύρι, το διπλώνουμε και το ανοίγουμε ξανά. Επαναλαμβάνουμε άλλη μια φορά. Το φύλλο μας είναι έτοιμο για χρήση. Τρίβουμε τη μισή κολοκύθα ενώ την άλλη μισή την κόβουμε σε κομμάτια μικρά, τρίβουμε το μήλο και τα ζεσταίνουμε σε δυνατή θερμοκρασία σε κατσαρόλα ώστε να στραγγίξουν τα υγρά τους. Προσθέτουμε τις σταφίδες, τη ζάχαρη και την καρυδόψιχα ανακατεμένη στο αλεύρι και το σιμιγδάλι. Αφήνουμε λίγο το μίγμα να κρυώσει ώστε να μη μας χαλάσει το φύλλο. Τοποθετούμε το ήδη ανοιγμένο φύλλο μας σε χαρτί ψησίματος για νας μας διευκολύνει στο τυλιγμά του και απλώνουμε πάνω στο φύλλο το μίγμα αφήνοντας γύρω-γύρω 2 εκ. περιθώριο. Αρχίζουμε να τυλίγουμε λίγο λοξά ώστε να έχει μεγαλύτερο μήκος το στριφτάρι μας, το οποίο τοποθετούμε κυκλικά σε στρογγυλό ταψί. Αλείφουμε με στακοβούτυρο. Ψήνουμε σε προθερμασμένο φούρνο (αερόθερμο) στους 175 βαθμούς για 40 λεπτά. Αφού κρυώσει ελαφρά, τοποθετούμε σε πιατέλα, χωρίζουμε σε κομμάτια, πασπαλίζουμε με άχνη ζάχαρη και κανέλα και σερβίρουμε λίγο ζεστό με παγωτό ή γιαούρτι.</p>					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ

ΖΥΓΟΥΡΙ ΜΕ ΓΙΓΑΝΤΕΣ ΣΤΟ ΦΟΥΡΝΟ

Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:	8,14 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:	2,28 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,442
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:	28,05%		

Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΓΙΓΑΝΤΕΣ	Κιλό	0,3000	7,48 €	2,24 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,0400	4,00 €	0,16 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ	Κιλό	0,3000	0,74 €	0,22 €	
ΖΥΓΟΥΡΙ ΜΠΟΥΤΙ	Κιλό	1,0000	5,90 €	5,90 €	
ΤΟΜΑΤΟΠΟΛΤΟΣ	Κιλό	0,0150	2,82 €	0,04 €	
ΠΙΠΕΡΑΚΙΑ ΚΑΥΤΕΡΑ	Κιλό	0,1000	4,00 €	0,40 €	
ΠΑΠΡΙΚΑ	Κιλό	0,0030	25,20 €	0,08 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΣΥΝΟΛΟ		1,7680		9,13 €	

ΕΚΤΕΛΕΣΗ:

Μαλακώνουμε τους γίγαντες σε νερό για μια νύχτα. Στη συνέχεια τους βράζουμε για μια ώρα περίπου και τους στραγγίζουμε. Ψιλοκόβουμε τα κρεμμύδια, τα τσιγαρίζουμε στο ελαιόλαδο και προσθέτουμε το κρέας κομμένο σε μικρά κομμάτια. Όταν πάρει χρώμα από όλες τις πλευρές, προσθέτουμε τον τοματοπολτό, την πάπρικα και τα καυτερά πιπεράκια κομμένα στη μέση. Συμπληρώνουμε λίγο νερό και ψήνουμε σε χαμηλή φωτιά. Όταν το κρέας είναι σχεδόν έτοιμο, αλατοπιτερώνουμε, ρίχνουμε μέσα τους γίγαντες και όλα μαζί τα βάζουμε σε ένα ταψί. Ψήνουμε για 20 λεπτά στον φούρνο στους 200 βαθμούς κελσίου.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ

ΚΟΥΝΕΛΙ ΛΕΜΟΝΑΤΟ

Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:	12,83 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:	3,61 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,60525
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:	28,17%		

Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΚΟΥΝΕΛΙ	Κιλό	1,8000	7,30 €	13,14 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,2000	4,00 €	0,80 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ	Κιλό	0,1000	0,74 €	0,07 €	
ΛΕΜΟΝΙΑ	Κιλό	0,2900	0,77 €	0,22 €	
ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	0,0160	1,19 €	0,02 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΡΙΓΑΝΗ	Κιλό	0,0050	22,10 €	0,11 €	
ΣΥΝΟΛΟ		2,4210		14,46 €	

ΕΚΤΕΛΕΣΗ:

Τεμαχίζουμε το κουνέλι και το τσιγαρίζουμε με το ελαιόλαδο και το κρεμμύδι σε μια κατσαρόλα. Ρίχνουμε νερό μέχρι να ψηθεί. Σε ένα μπολ στύβουμε τα λεμόνια και ανακατεύουμε το χυμό τους με 1-2 κουταλιές της σούπας αλεύρι και λίγο νερό. Ρίχνουμε τον χυμό στην κατσαρόλα να βράσει 1-2 λεπτά. Ρίχνουμε το αλάτι και τα μπαχαρικά και το κατεβάζουμε από τη φωτιά. Συνοδεύουμε με τηγανητές πατάτες.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΚΑΤΣΙΚΑΚΙ ΚΡΗΤΙΚΟ ΜΕ ΣΙΟΥΦΙΧΤΑ ΜΑΚΑΡΟΝΙΑ & ΤΡΙΜΜΑ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΛΙΑΣ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			17,26 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			4,87 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,95275
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			28,19%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΚΟΤΣΙ ΑΡΝΙΣΙΟ	Κιλό	1,3000	8,90 €	11,57 €	
ΝΤΟΜΑΤΑ (κομμένη)	Κιλό	1,2000	1,80 €	2,16 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ (ψιλοκομ.)	Κιλό	0,1000	0,74 €	0,07 €	
ΠΙΠΕΡΙΑ ΚΟΚΚΙΝΗ	Κιλό	0,1660	2,97 €	0,49 €	
ΣΚΟΡΔΟ (σκόνη)	Κιλό	0,0300	13,60 €	0,41 €	
ΚΑΝΕΛΑ	Κιλό	0,0300	7,20 €	0,22 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,1000	4,00 €	0,40 €	
ΣΙΟΥΦΙΧΤΑ (μακαρόνια)	Κιλό	0,5000	4,20 €	2,10 €	
ΠΕΛΤΕΣ ΝΤΟΜΑΤΑΣ	Κιλό	0,0300	2,82 €	0,08 €	
ΟΙΝΟΣ ΓΛΥΚΟΣ	Λίτρο	0,0550	5,67 €	0,31 €	
ΕΛΙΕΣ ΚΡΗΤΗΣ	Κιλό	0,1000	7,80 €	0,78 €	
ΑΝΘΟΤΥΡΟ	Κιλό	0,2000	4,32 €	0,86 €	
ΣΥΝΟΛΟ		3,8110		19,46 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Σε μια φαρδιά κατσαρόλα σπάρουμε σε ελαιόλαδο το κρεμμύδι και το σκόρδο και ρίχνουμε τα κότσια. Μόλις πάρει το κρέας χρώμα σβήνουμε με κοτσιφάλι το φαγητό και προσθέτουμε λίγα υγρά πριν καλυφθεί το κρέας. Σιγοβράζουμε για 55 λεπτά και προσθέτουμε την τομάτα και συνεχίζουμε για 30' ή μέχρι να μαλακώσει το κρέας μας. Όταν είναι σχεδόν έτοιμο, προσθέτουμε 2 κουταλιές πελτέ και το γλυκό κρασί. Προσθέτουμε αλάτι, πιπέρι και δοκιμάζουμε. Δέκα λεπτά πριν το τέλος του φαγητού ρίχνουμε τα σιουφιχτά ώστε να βράσουν μέσα στη σάλτσα. Πασπαλίζουμε με ξηρό ανθότυρο και τριμμένο πιπέρι. Δύπλα μπορούμε να σερβίρουμε σάλτσα τομάτας με τριμμένη ελιά που έχουμε.</p>					
ΤΡΙΜΜΑ ΕΛΙΑΣ:					
<p>Βγάζουμε το κουκούτσι από τις ελιές και τοποθετούμε στη λαδόκολλα στο φούρνο μέχρι να αφυδατωθούν στους 75°, τρίβουμε στο μούλτι και ξαναβάζουμε στο φούρνο για μισή ώρα ακόμα.</p>					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΧΟΧΛΙΟΙ ΜΠΟΥΡΜΠΟΥΡΙΣΤΟΙ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			5,75 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			1,61 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,3625
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			28,04%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΧΟΧΛΙΟΙ	Κιλό	1,0000	4,41 €	4,41 €	
ΞΥΔΙ	Λίτρο	0,1500	2,14 €	0,32 €	
ΑΛΑΤΙ (αρκετό)	Κιλό	0,1000	1,00 €	0,10 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,1500	4,00 €	0,60 €	
ΔΕΝΔΡΟΛΙΒΑΝΟ	Κιλό	0,0500	20,40 €	1,02 €	
ΣΥΝΟΛΟ		1,4500		6,45 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Καθαρίζουμε τους χοχλιούς από τη μεμβράνη μπροστά. Πασπαλίζουμε ένα τηγάνι με πολύ αλάτι, τοποθετούμε τους χοχλιούς με το κεφάλι προς το αλάτι και το βάζουμε στη φωτιά μέχρι να κολλήσουν με το αλάτι. Στη συνέχεια προσθέτουμε το λάδι για να ψηθούν και το δενδρολίβανο. Τέλος σβήνουμε με το ξύδι. Είναι έτοιμοι όταν εξατμιστεί το ξύδι.</p>					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΓΕΜΙΣΤΟΙ ΚΟΛΟΚΥΘΟΑΝΘΟΙ ΜΕ ΡΥΖΙ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			3,10 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			0,78 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,42375
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			25,28%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΡΥΖΙ	Κιλό	0,2000	3,24 €	0,65 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,0500	4,00 €	0,20 €	
ΚΟΛΟΚΥΘΙ (ξυσμένο)	Κιλό	0,1500	1,65 €	0,25 €	
ΚΑΡΟΤΑ (ξυσμένα)	Κιλό	0,1000	0,78 €	0,08 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ (ξυσμένο)	Κιλό	0,1000	0,74 €	0,07 €	
ΣΚΟΡΔΟ (σκόνη)	Κιλό	0,0150	13,60 €	0,20 €	
ΧΥΜΟΣ ΛΕΜΟΝΙΟΥ	Λίτρο	0,1000	0,77 €	0,08 €	
ΑΝΙΘΟΣ	Κιλό	0,1000	2,75 €	0,28 €	
ΔΥΟΣΜΟΣ	Κιλό	0,0500	9,50 €	0,48 €	
ΜΑΪΝΤΑΝΟΣ	Κιλό	0,1000	2,05 €	0,21 €	
ΠΕΛΤΕΣ ΝΤΟΜΑΤΑΣ	Κιλό	0,0150	2,82 €	0,04 €	
ΝΕΡΟ	Λίτρο	0,1500		0,00 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΓΙΑ ΤΟ ΨΗΣΙΜΟ:				0,00 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,1000	4,00 €	0,40 €	
ΝΕΡΟ	Λίτρο	0,3000		0,00 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙΑ (σε φέτες)	Κιλό	0,1500	0,74 €	0,11 €	
ΖΑΧΑΡΗ	Κιλό	0,0050	0,93 €	0,00 €	
ΣΥΝΟΛΟ		1,6950		3,13 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Σε ένα μπολ ανακατεύουμε όλα μας τα υλικά για να κάνουμε τη γέμιση. Στο τέλος προσθέτουμε το αλατοπίπερο, ανοίγουμε προσεκτικά τους κολοκυθοανθούς και γεμίζουμε με ένα κουταλάκι του γλυκού ή της σούπας και κλείνουμε προσεκτικά τον κολοκυθοανθό περιστρέφοντας τα φύλλα του για να μη φύγει το μίγμα από το εσωτερικό του. Σε μια κατσαρόλα, στρώνουμε κρεμμύδια κομμένα σε φέτες και τοποθετούμε σε στρώσεις τους κολοκυθοανθούς. Στο τέλος σκεπάζουμε με ένα πιάτο και προσθέτουμε 100 ml ελαιόλαδο και 300 ml νερό και αφήνουμε να ψηθεί σε χαμηλή φωτιά.</p>					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΚΟΚΟΡΑΣ ΚΡΑΣΑΤΟΣ ΜΕ ΧΥΛΟΠΙΤΕΣ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			12,39 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			3,48 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,80125
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			28,07%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΚΟΚΟΡΑΣ (κομμάτια)	Κιλό	1,5000	4,90 €	7,35 €	
ΧΥΛΟΠΙΤΕΣ	Κιλό	0,5000	4,80 €	2,40 €	
ΚΡΑΣΙ ΚΟΚΚΙΝΟ	Λίτρο	0,2400	2,78 €	0,67 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙΑ (ψιλοκομ.)	Κιλό	0,2000	0,74 €	0,15 €	
ΝΤΟΜΑΤΕΣ	Κιλό	0,4000	1,80 €	0,72 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΚΥΜΙΝΟ	Κιλό	0,0050	15,30 €	0,08 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,1500	4,00 €	0,60 €	
ΚΕΦΑΛΟΤΥΡΙ (τριμμένο)	Κιλό	0,2000	9,30 €	1,86 €	
ΣΥΝΟΛΟ		3,2050		13,91 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ :					
Σε μια κατσαρόλα τσιγαρίζουμε τον κόκορα με το λάδι. Όταν εξατμιστούν τα υγρά του, βάζουμε το ψιλοκομμένο κρεμμύδι και το σβήνουμε με το κρασί. Μόλις εξατμιστεί το κρασί, προσθέτουμε την ψιλοκομμένη τομάτα, τα μπαχαρικά και λίγα υγρά. Το ψήνουμε για μια ώρα περίπου. Μόλις είναι έτοιμος ο κόκορας, τον βγάζουμε, τον τοποθετούμε σε μια πιατέλα και ψήνουμε στα υγρά του τις χυλοπίτες. Εάν τα υγρά δεν είναι αρκετά συμπληρώνουμε με νερό. Μόλις είναι έτοιμες οι χυλοπίτες τις σερβίρουμε σε μια μεγάλη πιατέλα, ρίχνουμε αρκετό τριμμένο κεφαλοτύρι από πάνω και προσθέτουμε τα κομμάτια του κόκορα.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΣΦΑΚΙΑΝΗ ΟΜΕΛΕΤΑ ΜΕ ΚΟΛΟΚΥΘΙΑ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			9,73 €	Πρότυπες μερίδες:	8
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			1,36 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,52625
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			14,02%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΚΟΛΟΚΥΘΙΑ	Κιλό	2,0000	1,65 €	3,30 €	
ΑΝΘΟΓΑΛΑ	Λίτρο	0,8000	3,00 €	2,40 €	
ΓΑΛΑ (φρέσκο)	Λίτρο	0,4000	0,99 €	0,40 €	
ΑΝΘΟΤΥΡΟ	Κιλό	0,2000	4,32 €	0,86 €	
ΑΝΙΘΟΣ	Κιλό	0,2000	2,75 €	0,55 €	
ΑΥΓΑ	Κιλό	0,4000	7,00 €	2,80 €	
ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	0,1000	1,19 €	0,12 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,1000	4,00 €	0,40 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΣΥΝΟΛΟ		4,2100		10,92 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ					
Φτιάχνουμε 8 ομελέτες με ένα αυγό, λίγο γάλα, 25 γρ. αλεύρι έκαστη. Τηγανίζουμε τα κολοκύθια, 200 γρ. ψιλοκομμένα. Όταν ροδίσουν, αφαιρούμε το λάδι και ρίχνουμε 200γρ ανθόγαλα, 100γρ γάλα, αλάτι, πιπέρι μέχρι να δέσουν. Βάζουμε στο πιάτο μια ομελέτα, επάνω τα κολοκύθια, ανθότυρο και επάνω την άλλη ομελέτα. Γαρνίρουμε με ψιλοκομμένο άνηθο.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΚΑΛΤΣΟΥΝΙΑ ΜΕ ΣΠΑΝΑΚΙ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			4,42 €	Πρότυπες μερίδες:	20
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			0,25 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,170775
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			5,65%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΖΥΜΗ					
ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	1,0000	1,20 €	1,20 €	
ΝΕΡΟ					τόσο όσο να μην κολλάει
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0025	1,00 €	0,00 €	
ΛΑΔΙ	Κιλό	0,0560	4,00 €	0,22 €	
ΤΣΙΚΟΥΔΙΑ	Λίτρο	0,1120	4,28 €	0,48 €	
ΓΕΜΙΣΗ					
ΣΠΑΝΑΚΙ	Κιλό	2,0000	1,06 €	2,12 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0150	1,00 €	0,02 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0150	17,00 €	0,26 €	
ΔΥΟΣΜΟΣ	Κιλό	0,0150	9,50 €	0,14 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ	Κιλό	0,0750	0,74 €	0,06 €	
ΛΑΔΙ	Λίτρο	0,1250	4,00 €	0,50 €	
ΣΥΝΟΛΟ		3,4155		5,00 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Αναμειγνύουμε όλα τα υλικά καλά, ζυμώνουμε με τα χέρια μας το ζυμάρι και το αφήνουμε μια - δυο ώρες να φουσκώσει. Ανοίγουμε με έναν πλάστη το ζυμάρι. Φτιάχνουμε ένα μεγάλο φύλλο, πάχους 1/2 εκατοστού και το κόβουμε σε σχήμα από πιατάκι τσαγιού. Πλένουμε καλά το σπανάκι και το κόβουμε κομματάκια αφού προηγουμένως έχουμε βγάλει τις ρίζες. Το μαραίνουμε σε μια κενή κατσαρόλα για πέντε λεπτά, το στύβουμε με τα χέρια μας και το βάζουμε σε ένα μπολ. Εκεί προσθέτουμε το ψιλοκομμένο κρεμμύδι, το αλάτι, το πιπέρι, το δυόσμο, το λάδι και τα ανακατεύουμε. Με έναν πλάστη ανοίγουμε φύλλο σε μέγεθος πιάτου τσαγιού. Γεμίζουμε το κάθε φύλλο μας με μία κουταλιά της σούπας γέμιση, τα διπλώνουμε, τα κλείνουμε καλά και τα τηγανίζουμε σε καυτό λάδι ή τα ψήνουμε σε φούρνο στους 180 βαθμούς, τα αλείφουμε πριν με χτυπημένο αυγό και τα αλείφουμε με σουσάμι.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΓΛΥΚΙΑ ΜΥΖΗΘΡΟΠΙΤΑ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			8,41 €	Πρότυπες μερίδες:	6
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			1,54 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,321875
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			18,29%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΜΠΙΣΚΟΤΑ (MIRANTA)	Κιλό	0,2500	4,36 €	1,09 €	
ΜΑΡΓΑΡΙΝΗ	Κιλό	0,2500	3,60 €	0,90 €	
ΜΥΖΗΘΡΑ ΓΛΥΚΙΑ	Κιλό	1,0000	5,32 €	5,32 €	
ΑΥΓΑ	Κιλό	0,2000	7,00 €	1,40 €	
ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	0,0263	1,20 €	0,03 €	
ΒΑΝΙΛΙΑ	Κιλό	0,0050	60,00 €	0,30 €	
ΖΑΧΑΡΗ	Κιλό	0,2000	0,93 €	0,19 €	
ΣΥΝΟΛΟ		1,9313		9,23 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Ανακατεύουμε όλα τα υλικά μαζί εκτός από τα ασπράδια που τα χτυπάμε μαρέγκα και τα ανακατεύουμε σιγά-σιγά στο μίγμα. Σε μια φόρμα δαχτυλίδι στρώνουμε τα τριμμένα μπισκότα με το βιτάμ λιωμένο. Βάζουμε και το μείγμα της μυζήθρας και ψήνουμε στους 170 βαθμούς για μια ώρα περίπου. Όταν ψηθεί την αφήνουμε να κρυώσει, ανοίγουμε τη φόρμα και σερβίρουμε με φρέσκιες φράουλες ή και παγωτό της αρεσκείας μας.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΤΟ ΓΑΜΟΠΙΛΑΦΟ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			9,73 €	Πρότυπες μερίδες:	6
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			1,81 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,30166667
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			18,57%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΚΡΕΑΣ ΠΙΔΑΣ	Κιλό	1,0000	4,90 €	4,90 €	
ΡΥΖΙ (ΚΑΡΟΛΙΝΑ)	Κιλό	0,5000	3,24 €	1,62 €	
ΣΤΑΚΟΒΟΥΤΥΡΟ	Κιλό	0,3000	14,12 €	4,24 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΣΥΝΟΛΟ		1,8100		10,85 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Βάζουμε το κρέας σε μια κατσαρόλα με άφθονο κρύο νερό. Μόλις πάρει βράση το ξαφρίζουμε και το αφήνουμε να σιγοβράσει σκεπασμένο μέχρι να μαλακώσει εντελώς. Στη μέση της διαδικασίας το αλατίζουμε. Στη συνέχεια στραγγίζουμε τον ζωμό από την κατσαρόλα στην οποία βράσαμε το κρέας από τα κοκαλάκια, τον αφήνουμε να πάρει βράση και το μετράμε ανάλογα με το ρύζι μας. Η αναλογία είναι 1 ποτήρι ρύζι προς τρία ποτήρια ζωμό. Προσθέτουμε το ρύζι και σιγοβράζουμε σε χαμηλή φωτιά. Κατεβάζουμε το ρύζι από τη φωτιά όταν έχει ακόμα αρκετό ζωμό ώστε να μοιάζει με σούπα. Μέχρι να το σερβίρουμε θα απορροφήσει τα υγρά του και θα μελώσει. Καίμε τη στάκα σε τηγανάκι σε δυνατή φωτιά και περιχύνουμε το πιλάφι. Σερβίρουμε με πιπέρι και προαιρετικά με χυμό λεμονιού.</p>					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
Αρνάκι με γιαούρτι					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			15,04 €	Πρότυπες μερίδες:	5
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			3,36 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,468
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			22,30%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΑΡΝΑΚΙ	Κιλό	1,5000	8,90 €	13,35 €	
ΑΥΓΑ	Κιλό	0,1000	7,00 €	0,70 €	
ΣΚΟΡΔΟ (σκόνη)	Κιλό	0,0300	13,60 €	0,41 €	
ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΣΤΡΑΓΓΙΣΤΟ	Κιλό	0,5000	3,50 €	1,75 €	
ΛΕΜΟΝΙ	Κιλό	0,1000	0,77 €	0,08 €	
ΛΑΔΙ	Κιλό	0,1000	4,00 €	0,40 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΣΥΝΟΛΟ		2,3400		16,78 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Αλατίζουμε το κρέας και το αφήνουμε μια νύχτα στο ψυγείο. Την επόμενη το σκουπίζουμε, το χαράσουμε και τοποθετούμε μέσα στις σχισμές κομματάκια σκόρδου. Το περιχύνουμε με το λάδι, ρίχνουμε το πιπέρι και το θυμάρι, τοποθετούμε το αρνάκι στον φούρνο και το ψήνουμε στους 200°C. Όταν ψηθεί, παίρνουμε τη σάλτσα που έμεινε στο ταψί και την ανατεύουμε με το γιαούρτι και τα χτυπημένα αυγά. Ξεκοκαλίζουμε το κρέας και, αν θέλουμε, το μεταφέρουμε από το ταψί σε κλειστό σκεύος, όπως πλήρη γάστρα. Πάνω του περιχύνουμε τη σάλτσα γιαουρτιού. Το ξαναβάζουμε στο φούρνο για μισή ώρα περίπου μέχρι να πήξει η σάλτσα και να ροδίσει το γιαούρτι.</p>					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΧΟΙΡΙΝΟ ΜΕ ΣΕΛΙΝΟ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:		19,47 €	Πρότυπες μερίδες:	6	
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:		3,57 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,66666667	
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:		18,32%			
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΧΟΙΡΙΝΟ ΧΩΡΙΣ ΚΟΚΑΛΟ	Κιλό	1,5000	8,00 €	12,00 €	
ΣΕΛΙΝΟ	Κιλό	2,0000	4,10 €	8,20 €	
ΛΕΜΟΝΙ	Κιλό	0,1100	0,77 €	0,08 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙΑ	Κιλό	0,1500	0,74 €	0,11 €	
ΛΑΔΙ	Κιλό	0,2300	4,00 €	0,92 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΣΥΝΟΛΟ		4,0000		21,41 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Σε μια κατσαρόλα με νερό, βράζουμε το σέλινο, το αφήνουμε να πάρει μια βράση και μετά το σουρώνουμε. Τιγαρίζουμε το κρεμμύδι στο λάδι και ρίχνουμε το χοιρινό κομμένο σε μικρά κομματάκια. Προσθέτουμε λίγο νερό και αφήνουμε το κρέας να ψηθεί περίπου 45'. Βάζουμε στην κατσαρόλα το σέλινο με το αλάτι και το πιπέρι και συνεχίζουμε σε χαμηλή φωτιά το ψήσιμο, κουνάμε λίγο την κατσαρόλα να μην κολλήσει το κρέας. Όταν μείνει μόνο το λάδι, του ρίχνουμε το λεμόνι και το φαγητό είναι έτοιμο.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
Μικρές πίτες με ρακόμελο					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:		7,08 €	Πρότυπες μερίδες:	10	
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:		0,78 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,22	
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:		10,97%			
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	1,0000	1,50 €	1,50 €	
BAKING POWDER	Κιλό	0,0400	6,50 €	0,26 €	
ΚΑΝΕΛΛΑ	Κιλό	0,0005	11,60 €	0,01 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Κιλό	0,1100	4,00 €	0,44 €	
ΡΑΚΟΜΕΛΟ	Κιλό	0,4000	3,00 €	1,20 €	
ΜΕΛΙ ΘΥΜΑΡΙΣΙΟ	Κιλό	0,0900	11,00 €	0,99 €	
ΜΟΣΧΟΚΑΡΥΔΟ	Κιλό	0,0005	58,00 €	0,03 €	
ΚΑΡΥΔΙΑ	Κιλό	0,2000	14,00 €	2,80 €	
ΧΥΜΟ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ	Κιλό	0,2500	0,56 €	0,14 €	
ΣΟΥΣΑΜΙ	Κιλό	0,0750	5,40 €	0,41 €	
ΣΥΝΟΛΟ		2,1660		7,77 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Στο μπλν του μίξερ χτυπάμε σε μέτρια ταχύτητα το ελαιόλαδο με το ρακόμελο και το θυμαρίσιο μέλι για 2-3 λεπτά. Προσθέτουμε τον χυμό πορτοκαλιού, το μοσχοκάρυδο, την κανέλα και το αλεύρι μέσα στο οποίο έχουμε ανακατέψει το baking powder. Δουλεύουμε για 5-6 λεπτά, μέχρι να φτιάξουμε ένα ομοιόμορφο μείγμα, κάπως αραιό. Ρίχνουμε τα καρύδια, αναμειγνύουμε για να διασκορπιστούν μέσα στο μείγμα και αδειάζουμε σε μικρά φορμάκια κέικ, τα οποία έχουμε λαδώσει ελαφρά. Πασπαλίζουμε με άφθονο σουσάμι την επιφάνειά τους και ψήνουμε για 45-50 λεπτά στους 180 βαθμούς. Όταν κρυώσουν τα βγάζουμε από τα φορμάκια.					

6.2 Βάση δεδομένων με πρότυπες συνταγές Θρακιώτικης κουζίνας

Η κουζίνα της Θράκης είναι ιδιαίτερα περίτεχνη και πλούσια και αντανακλά τις επιρροές από διαφορετικούς λαούς που είχαν ο καθένας τη δική του γαστρονομική και πολιτιστική παράδοση.

Οι εδαφοκλιματολογικές συνθήκες επίσης (ο βαρύς χειμώνας με τα πολλά χιόνια, τα βουνά, οι κάμποι, τα ποτάμια), που ευνόησαν την ανάπτυξη της κτηνοτροφίας, της γεωργίας και της αλιείας καθόρισαν τη μορφή της Θρακιώτικης κουζίνας, στην οποία βρίσκουμε: Κρέατα πλούσια σε λίπος, ποικιλία από τυριά, βούτυρα και γιαούρτι, αλλαντικά όπως τα ονομαστά Θρακιώτικα λουκάνικα, ο παστοურμάς, ο καβουρμάς (βραστό κρέας στο λίπος του με μπαχαρικά), ψωμί από ντόπια σιτηρά, παστά ψάρια, σιροπιαστά γλυκά με βούτυρο και ξηρούς καρπούς, ρετσέλια δηλ. κομμάτια φρούτων βρασμένα σε πετιμέζι και τέλος εκλεκτό τσίπουρο και κρασί.

Παρακάτω παρουσιάζουμε μερικές από τις πιο δημοφιλείς συνταγές της Θράκης με παραδείγματα πρότυπων συνταγών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΚΕΦΤΕΔΕΣ ΜΕ ΦΑΚΕΣ & ΠΛΙΓΟΥΡΙ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			3,36 €	Πρότυπες μερίδες:	3
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			1,27 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,29
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			37,69%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΚΟΚΚΙΝΕΣ ΦΑΚΕΣ	Κιλό	0,2500	8,60 €	2,15 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0100	1,00 €	0,01 €	
ΠΛΙΓΟΥΡΙ	Κιλό	0,1500	5,18 €	0,78 €	
ΛΑΔΙ	Λίτρο	0,0500	4,00 €	0,20 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ	Κιλό	0,4000	0,94 €	0,38 €	
ΠΙΠΕΡΙ ΚΟΚΚΙΝΟ	Κιλό	0,0100	28,90 €	0,29 €	
ΣΥΝΟΛΟ		0,8700		3,80 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Σε μια κατσαρόλα σε μέτρια φωτιά βάζουμε τις φακές με νερό και αλάτι και τις βράζουμε μέχρι να λιώσουν. Σβήνουμε τη φωτιά, προσθέτουμε το πλιγούρι, ανακατεύουμε και το αφήνουμε να φουσκώσει για 15 λεπτά. Σε ένα τηγάνι σοτάρουμε στο λάδι τα κρεμμύδια. Πασπαλίζουμε με αλάτι και κόκκινο πιπέρι. Βάζουμε στην κατσαρόλα με τις φακές και το πλιγούρι τα σοταρισμένα κρεμμύδια. Ανακατεύουμε καλά και αφήνουμε το μείγμα να κρυσώσει. Βρέχουμε τα χέρια μας και πλάθουμε κεφτεδάκια. Τα βάζουμε σε μια πιατέλα και σερβίρουμε το φαγητό με τουρσί.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΠΡΑΣΟΚΕΦΤΕΔΕΣ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			2,48 €	Πρότυπες μερίδες:	3
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			0,93 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,4
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			37,40%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΠΡΑΣΟ	Κιλό	0,5000	1,48 €	0,74 €	
ΡΙΓΑΝΗ	Κιλό	0,0100	22,10 €	0,22 €	
ΜΑΥΡΟ ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0100	17,00 €	0,17 €	
ΚΟΚΚΙΝΟ ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0100	28,90 €	0,29 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0100	1,00 €	0,01 €	
BAKING POWDER	Κιλό	0,0100	6,50 €	0,07 €	
ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	0,5000	1,37 €	0,69 €	
ΛΑΔΙ	Λίτρο	0,1500	4,00 €	0,60 €	
ΣΥΝΟΛΟ		1,2000		2,78 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Σε ένα βαθύ μπολ ρίχνουμε τα πράσα, το αλάτι, το πιπέρι (μαύρο και κόκκινο), τη ρίγανη, νερό και το baking powder. Στη συνέχεια ρίχνουμε λίγο-λίγο το αλεύρι ανακατεύοντας μέχρι να έχουμε ζεστό χυλό. Σε ένα τηγάνι ζεσταίνουμε αρκετό λάδι, παίρνουμε κουταλιές από το μείγμα και τις τηγανίζουμε για λίγα λεπτά από την κάθε πλευρά μέχρι να πάρουν ομοιόμορφο χρυσαφί χρώμα. Με τη βοήθεια μιας τρυπητής κουτάλας βγάζουμε τους κεφτέδες και τους αφήνουμε σε πιατέλα.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΜΕ ΚΟΥΣΚΟΥΣΙ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			5,93 €	Πρότυπες μερίδες:	3
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			2,23 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,52333333
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			37,66%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ	Κιλό	1,0000	5,00 €	5,00 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,0500	4,00 €	0,20 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ	Κιλό	0,2000	0,94 €	0,19 €	
ΚΟΥΣΚΟΥΣΙ	Κιλό	0,3000	4,00 €	1,20 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΜΑΪΝΤΑΝΟΣ	Κιλό	0,0100	2,05 €	0,02 €	
ΣΥΝΟΛΟ		1,5700		6,70 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Σε μια κατσαρόλα ζεσταίνουμε το λάδι και σοτάρουμε το κρεμμύδι για λίγα λεπτά μέχρι να μαλακώσει. Προσθέτουμε το κοτόπουλο που το έχουμε κόψει σε μερίδες, αλατοπίτερο και μαϊντανό, τα φέρνουμε 2-3 βόλτες και περιχύνουμε με νερό. Μόλις πάρει βράση, προσθέτουμε το κουσκούσι και το αφήνουμε να βράσει σε χαμηλή φωτιά για 15 περίπου λεπτά ώσπου να φουσκώσει. Σβήνουμε τη φωτιά, ανοίγουμε το καπάκι, σκεπάζουμε με μια βαμβακερή πετσέτα και ξανακλείνουμε ώσπου να απορροφηθούν τα περιττά υγρά του φαγητού.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΜΥΔΙΑ ΓΕΜΙΣΤΑ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			8,19 €	Πρότυπες μερίδες:	3
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			3,07 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,67666667
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			37,56%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΜΥΔΙΑ	Κιλό	1,0000	6,00 €	6,00 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,0500	4,00 €	0,20 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ	Κιλό	0,2000	0,94 €	0,19 €	
ΡΙΓΑΝΗ	Κιλό	0,0100	22,10 €	0,22 €	
ΡΥΖΙ	Κιλό	0,7500	3,24 €	2,43 €	
ΔΥΟΣΜΟΣ	Κιλό	0,0100	9,50 €	0,10 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΣΥΝΟΛΟ		2,0300		9,22 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Σε άφθονο τρεχούμενο νερό πλένουμε καλά τα μύδια τρίβοντας τα με ένα βουρτσάκι ώστε να καθαριστούν τα κέλυφη και βγάζουμε το χνουδι τραβώντας το απότομα, όσα είναι ανοιχτά τα πετάμε. Τα ρίχνουμε σε μια κατσαρόλα και τα αχνίζουμε σε δυνατή φωτιά μέχρι να ανοίξουν, όσα δεν ανοίξουν τα πετάμε. Σε ένα βαθύ τηγάνι ζεσταίνουμε λίγο λάδι και σοτάρουμε το κρεμμύδι για λίγα λεπτά. Προσθέτουμε τη ρίγανη, αλάτι, πιπέρι και το ρύζι και τα γυρνάμε 2-3 φορές. Αποσύρουμε από τη φωτιά και γεμίζουμε με το μείγμα τα μύδια. Τα δένουμε ένα-ένα και τα τοποθετούμε όρθια στον πάτο της κατσαρόλας. Αλατοπιπερώνουμε, πασπαλίζουμε με δυόσμο και περιχύνουμε με 2 ποτήρια νερό ώστε να καλύπτεται η βάση τους. Τα βράζουμε σε χαμηλή φωτιά για περίπου μια ώρα.</p>					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΤΡΑΧΑΝΑΣ ΜΕ ΛΑΧΑΝΙΚΑ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			19,47 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			5,27 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	2,755
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			27,07%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΣΟΥΣΑΜΙ	Κιλό	1,0000	5,40 €	5,40 €	
ΠΙΠΕΡΙΕΣ ΦΛΩΡΙΝΗΣ	Κιλό	2,0000	3,28 €	6,56 €	
ΚΑΡΟΤΑ	Κιλό	1,5000	0,80 €	1,20 €	
ΝΤΟΜΑΤΕΣ	Κιλό	1,5000	1,80 €	2,70 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0100	1,00 €	0,01 €	
ΞΙΝΗ ΜΑΓΙΑ	Κιλό	0,0100	12,00 €	0,12 €	
ΣΚΛΗΡΟ ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	3,7500	0,90 €	3,38 €	
ΜΑΛΑΚΟ ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	1,2500	1,37 €	1,71 €	
ΣΥΝΟΛΟ		11,0200		21,08 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Απλώνουμε το σουσάμι σε ένα ρηχό ταψί και το ψήνουμε για λίγα λεπτά στον φούρνο μέχρι να κοκκινίσει. Κόβουμε τις πιπεριές σε κομμάτια και τα καρότα σε ροδέλες και τα βράζουμε σε μια κατσαρόλα με άφθονο νερό μέχρι να μαλακώσουν. Χτυπάμε το σουσάμι και τα βρασμένα λαχανικά στο μπλέντερ και αδειάζουμε το μίγμα σε μια λεκάνη. Προσθέτουμε το αλάτι, τη μαγιά, τις ντομάτες και λίγο λίγο το αλεύρι ανακατεύοντας με τα χέρια εως όπου έχουμε μια πολύ σφιχτή ζύμη. Τη σκεπάζουμε και την αφήνουμε όλο το βράδυ να φουσκώσει. Την επόμενη ημέρα κόβουμε σε κομμάτια τη ζύμη και την απλώνουμε στον ήλιο για 2-3 μέρες να ξεραθεί. Στη συνέχεια τρίβουμε στο κόσκινο και τον απλώνουμε στον ήλιο μέχρι να στεγνώσει εντελώς. Τον αποθηκεύουμε σε πάνινα σακουλάκια.</p>					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΛΑΧΑΝΟΝΤΟΛΜΑΔΕΣ ΜΕ ΧΟΙΡΙΝΟ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			10,35 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			2,92 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,71825
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			28,24%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΧΟΙΡΙΝΟ	Κιλό	1,0000	6,50 €	6,50 €	
ΡΥΖΙ	Κιλό	0,7500	3,24 €	2,43 €	
ΛΑΔΙ	Λίτρο	0,0500	4,00 €	0,20 €	
ΠΡΑΣΟ	Κιλό	0,2500	1,48 €	0,37 €	
ΑΝΙΘΟΣ	Κιλό	0,0100	2,75 €	0,03 €	
ΜΑΪΝΤΑΝΟΣ	Κιλό	0,0100	2,05 €	0,02 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΚΑΡΙ	Κιλό	0,0500	13,60 €	0,68 €	
ΛΑΧΑΝΟ ΤΟΥΡΣΙ	Κιλό	0,5000	2,00 €	1,00 €	
ΒΟΥΤΥΡΟ	Κιλό	0,1000	1,90 €	0,19 €	
ΛΕΜΟΝΙΑ	Κιλό	0,1430	1,30 €	0,19 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΣΥΝΟΛΟ		2,8730		11,69 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Σε μια κατσαρόλα βράζουμε τα κρέας με 6 ποτήρια νερό για μια ώρα. Στο τέλος του βρασμού, μας μένουν 1-2 ποτήρια νερού τα οποία κρατάμε στην άκρη. Βγάζουμε το κρέας από την κατσαρόλα, αφαιρούμε το λίπος και το κόβουμε σε μικρά κομματάκια. Σε ένα κατσαρολάκι με νερό και αλάτι, ζεματίζουμε το ρύζι για δέκα λεπτά, το σουρώνουμε στο τρυπητό και το πλένουμε με κρύο νερό. Σε μια κατσαρόλα ζεσταίνουμε το λάδι και σοτάρουμε το πράσο μέχρι να μααραθεί. Αποσύρουμε από τη φωτιά, προσθέτουμε το ρύζι, το κρέας, τα μυρωδικά και τα μπαχαρικά και ανακατεύουμε. Παίρνουμε ένα φύλλο λάχανου, βάζουμε μια κουταλιά σούπας γέμιση το τυλίγουμε και το βάζουμε σε μια κατσαρόλα. Συνεχίζουμε μέχρι να τελειώσει η γέμιση. Προσθέτουμε το βούτυρο, τον ζωμό που είχαμε κρατήσει, τον χυμό λεμονιού κι αν χρειαστεί συμπληρώνουμε λίγο νερό. Αφήνουμε τους ντολμάδες να βράσουν σε μέτρια φωτιά για 45'.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΓΚΙΟΥΖΛΕΜΕΔΕΣ Η ΜΗΛΙΝΕΣ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			4,07 €	Πρότυπες μερίδες:	8
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			0,58 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,145625
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			14,13%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΑΛΕΥΡΙ	Κιλό	0,5000	1,37 €	0,69 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΛΑΔΙ	Λίτρο	0,0500	4,00 €	0,20 €	
ΜΑΓΙΑ ΜΠΥΡΑΣ	Κιλό	0,0100	12,00 €	0,12 €	
ΦΕΤΑ	Κιλό	0,5000	6,80 €	3,40 €	
ΒΟΥΤΥΡΟ	Κιλό	0,1000	1,90 €	0,19 €	
ΣΥΝΟΛΟ		1,1650		4,60 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Σε μια λεκάνη ρίχνουμε το αλεύρι, το αλάτι, το λάδι και τη μαγιά. Προσθέτουμε σιγά, σιγά νερό δουλεύοντας το μίγμα με τα χέρια μέχρι να δημιουργηθεί ένα ευπλαστο ζυμάρι που δεν κολλάει στα χέρια. Σκεπάζουμε και αφήνουμε τη ζύμη να φουσκώσει για μια ώρα. Κόβουμε τη ζύμη σε 6-8 ίσια κομμάτια. Σε αλευρωμένη επιφάνεια, με τη βοήθεια ενός πλάστη, ανοίγουμε το καθένα από αυτά σε φύλλο διαμέτρου 30 εκ. Πασπαλίζουμε την επιφάνεια του φύλλου με τυρί και διπλώνουμε τις άκρες πρώτα από πάνω, ύστερα από κάτω και κατόπιν από αριστερά και δεξιά σαν φάκελο. Ψήνουμε τους γκιουζλεμέδες σε αντικολητικό τηγάνι με ελάχιστο βούτυρο και από τις δύο πλευρές για λίγα λεπτά, τους αλείφουμε με βούτυρο και τους κόβουμε στα τέσσερα.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΠΡΑΣΟΠΙΤΑ ΧΩΡΙΣ ΦΥΛΛΟ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			8,41 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			2,37 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	1,10625
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			28,15%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΠΡΑΣΑ	Κιλό	3,0000	1,48 €	4,44 €	
ΓΙΑΟΥΡΤΙ	Κιλό	0,4000	5,10 €	2,04 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ	Κιλό	0,2000	0,94 €	0,19 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΑΥΓΑ	Κιλό	0,2400	7,00 €	1,68 €	
ΛΑΔΙ	Λίτρο	0,0500	4,00 €	0,20 €	
ΚΑΛΑΜΠΟΚΑΛΕΥΡΟ	Κιλό	0,5000	1,37 €	0,69 €	
ΡΙΓΑΝΗ	Κιλό	0,0050	22,10 €	0,11 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΜΑΓΕΙΡΙΚΗ ΣΟΔΑ	Κιλό	0,0200	1,70 €	0,03 €	
ΣΥΝΟΛΟ		4,4250		9,47 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Καθαρίζουμε και κόβουμε σε ροδέλες τα πράσα. Ψιλοκόβουμε ένα ξερό κρεμμύδι. Χτυπάμε ελαφρώς 4 αυγά. Προθερμαίνουμε τον φούρνο στους 180 βαθμούς. Βάζουμε σε ένα βαθύ σκεύος όλα τα υλικά και τα ανακατεύουμε καλά. Μεταφέρουμε το μίγμα σε λαδωμένο ταψί και το απλώνουμε ομοιόμορφα. Ψήνουμε για περίπου 1 ώρα.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΠΙΤΑ ΜΕ ΚΡΕΜΜΥΔΟΦΥΛΛΑ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			6,64 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			1,86 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,43125
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			27,98%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΦΥΛΛΟ	Κιλό	0,4500	6,08 €	2,74 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,0500	4,00 €	0,20 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΑΚΙΑ	Κιλό	0,7000	1,38 €	0,97 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΔΥΟΣΜΟΣ	Κιλό	0,0100	9,50 €	0,10 €	
ΑΝΙΘΟΣ	Κιλό	0,0100	2,75 €	0,03 €	
ΦΕΤΑ	Κιλό	0,5000	6,80 €	3,40 €	
ΣΥΝΟΛΟ		1,7250		7,43 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
Ψιλοκόβουμε τα κρεμμυδάκια, τον δυόσμο και τον άνιθο και τρίβουμε τη φέτα. Σε μια λεκάνη ρίχνουμε τα κρεμμυδάκια, τα αλατίζουμε και τα στύβουμε με τα χέρια ώστε να φύγει το κάψιμο. Ρίχνουμε τα υπόλοιπα υλικά και τα ανακατεύουμε. Προθερμαίνουμε τον φούρνο στους 180 βαθμούς, στις αντιστάσεις. Απλώνουμε σε ένα λαδωμένο ταψί δύο φύλλα ραντισμένα με λάδι το καθένα ξεχωριστά. Στρώνουμε το 1/3 της γέμισης και κλείνουμε άλλα δύο λαδωμένα φύλλα. Επαναλαμβάνουμε τη διαδικασία τελειώνοντας με φύλλα. Χαράζουμε την πίτα σε κομμάτια και την ψήνουμε για 30 λεπτά.					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΛΑΧΑΝΙΑ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			11,95 €	Πρότυπες μερίδες:	4
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			3,36 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,59125
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			28,14%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΧΩΡΙΑΤΙΚΟ	Κιλό	1,0000	10,00 €	10,00 €	
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	Λίτρο	0,0500	4,00 €	0,20 €	
ΚΡΕΜΜΥΔΙ	Κιλό	0,2000	0,94 €	0,19 €	
ΣΥΚΩΤΑΚΙΑ (κοτόπ.)	Κιλό	0,2000	3,48 €	0,70 €	
ΡΥΖΙ (καρολίνα)	Κιλό	0,3000	3,24 €	0,97 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0050	1,00 €	0,01 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0050	17,00 €	0,09 €	
ΡΙΓΑΝΗ	Κιλό	0,0050	22,10 €	0,11 €	
ΛΑΧΑΝΟ ΤΟΥΡΣΙ	Κιλό	0,5000	2,00 €	1,00 €	
ΒΟΥΤΥΡΟ	Κιλό	0,1000	1,90 €	0,19 €	
ΣΥΝΟΛΟ		2,3650		13,45 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Σε μια κατσαρόλα ζεσταίνουμε το λάδι και σοτάρουμε για λίγα λεπτά το κρεμμύδι μέχρι να μαλακώσει. Ρίχνουμε τα σουκωτάκια και το ρύζι και τα ανακατεύουμε. Χαμηλώνουμε τη φωτιά και προσθέτουμε το αλάτι, το πιπέρι και τη ρίγανη χωρίς να σταματήσουμε το ανακάτεμα. Περιχύνουμε με νερό, ανακατεύουμε, σκεπάζουμε με το καπάκι και το αφήνουμε μέχρι να μαλακώσει το ρύζι. Αποσύρουμε από τη φωτιά και μόλις κρυώσει ελαφρώς γεμίζουμε με το μείγμα το κοτόπουλο. Απλώνουμε το μισό λάχανο στον πάτο της κατσαρόλας, βάζουμε το κοτόπουλο και το σκεπάζουμε με το υπόλοιπο. Προσθέτουμε το βούτυρο και ένα φλυτζάνι νερό και το βάζουμε αρχικά σε δυνατή φωτιά. Μόλις πάρει μια βράση, χαμηλώνουμε τη φωτιά και το αφήνουμε να βράσει για δύο ώρες.</p>					

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ					
ΧΕΛΙ ΜΥΡΩΔΑΤΟ					
Τιμή πώλησης ανά μερίδα προ ΦΠΑ 13%:			7,08 €	Πρότυπες μερίδες:	2
Πρότυπο κόστος ανά μερίδα:			3,95 €	Ποσ/τα μερίδας πριν το μαγείρεμα:	0,04
Σύντελεστής κόστους ανά μερίδα:			55,80%		
Υλικά	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα συνταγής	Κόστος Μονάδας	Κόστος υλικών συνταγής	Παρατηρήσεις
ΧΕΛΙ	Κιλό	0,0500	150,00 €	7,50 €	
ΡΙΓΑΝΗ	Κιλό	0,0100	22,10 €	0,22 €	
ΑΛΑΤΙ	Κιλό	0,0100	1,00 €	0,01 €	
ΠΙΠΕΡΙ	Κιλό	0,0100	17,00 €	0,17 €	
ΣΥΝΟΛΟ		0,0800		7,90 €	
ΕΚΤΕΛΕΣΗ:					
<p>Αφήνουμε το χέλι στον πάγο για 2 ημέρες ώστε να καθαριστεί πιο εύκολα. Κόβουμε το κεφάλι, γυρίζουμε την άκρη του δέρματος προς τα έξω και το τραβάμε έως την ουρά με τη βοήθεια μιας πετσέτας. Σκοπός μας είναι να αφαιρέσουμε το δέρμα χωρίς να κοπεί. Χαράσσουμε το σώμα του χελιού ανά 2 εκατοστά και από τις δύο πλευρές και το αλείφουμε καλά με τη ρίγανη, το αλάτι και το πιπέρι. Ξαναφοράμε το δέρμα στο σώμα του ψαριού, τραβώντας το από την ουρά προς το κεφάλι. Το δένουμε σφιχτά στην άκρη με ένα σπάγγο και το κρεμάμε στο αέρα σε σκιερό χώρο για τέσσερις ημέρες μέχρι να στραγγίσει. Για να το σερβίρουμε το κόβουμε σε λεπτές φέτες.</p>					

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αρβανίτης Κώστας (2010), Εστιατόριο (οργάνωση-λειτουργία-τεχνική-έλεγχος-κοστολόγηση-προδιαγραφές υγιεινής και ποιότητας), Αθήνα: Προπομπός
- Καραποστόλη, Λ. (2010), "Η Ιδανική Σύγχρονη Κουζίνα", FoodService, 99
- Λαλούμης, Δ. (2002), Διοίκηση Ξενοδοχείων – Management, Αθήνα: Αθ. Σταμούλης
- Μάρας, Αθανάσιος Γ. (1997), Έλεγχος – Τιμολόγηση Στις Επισιτιστικές Τουριστικές Επιχειρήσεις Food and Beverage Management, Αθήνα: INTERBOOKS
- Μάρας, Αθανάσιος Γ. (1997), Οργάνωση – Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων, Αθήνα: INTERBOOKS
- Μάρας, Αθανάσιος Γ. (2005), Food and Beverage Management Διοίκηση και Έλεγχος – Τιμολόγηση Στον Επισιτιστικό Τομέα Των Ξενοδοχείων, Αθήνα: INTERBOOKS
- Τζωρακολευθεράκης, Ζ. (1999), Διοίκηση Επισιτιστικών Επιχειρήσεων Food and Beverage Management, Αθήνα: INTERBOOKS

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Dittmer, P. And Griffin, G. (1999), Κοστολόγηση Τροφίμων, Ποτών, Εργασίας για Ξενοδοχεία και Εστιατόρια, Εκδόσεις Έλλην
- FoodService (2011), Σύνθεση Μενού, Το κλειδί για Βιώσιμα Εστιατόρια, FoodService, 105
- Foodservice, 2007, σελ.68, Τ.72
- Luise, F. (2006), FoodCost Κοστολόγηση στη Κουζίνα, Αθήνα: Τσιτσιλώνης
- McVety J. Paul , Ware J. Bradley: Αρχές σχεδίασης μενού εκδόσεις Έλλην
- Ninemeier, Jack D. (1995), Management Of Food and Beverage Operations, Educational Institute American Hotel & Motel Association

INTERNET LINKS

- <http://www.fridge.gr/70496/stiles/mageiriki-istoria/> Hector (2013), Πέρασμα Στη Μαγειρική Ιστορία
- <http://www.skiadas.gr/skiadas-blog-design-view.php?id=3> Σκιαδάς (2010), Σχεδιασμός, Κατασκευή, Λειτουργία Εστιατορίου
- <http://www.alachef.gr/μηχανική-μενού-menu-engineering-analysis/> Παρούσης, Α. (2012), Μηχανική Μενού
- <http://www.yunaweddings.com/blog/post/2013/08/14/Restaurant-Menu-Engineering.aspx>
- <http://www.e-kyklades.gr/articles/article.jsp?context=103&articleid=11365> Θεοδώρου, (2009), "Εργαλεία Κοστολόγησης στον κλάδο της Εστίασης"
- <http://www.nline.gr/121/> Ξυπολητάς, Ελληνικό Εστιατόριο- Το Παρόν και το Μέλλον
- <http://www.touristikiekpaideysi.gr/index.php/articles/presentations/195-protypessyntages.html>Κακαρούγκας, (2010) "Πρότυπες συνταγές"
- http://www.yolenis.com/2034/thrakiwtikh_koyzina