



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ: 2010-2011**

ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΛΕΣΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΝΟΤΙΔΟΥ ΑΓΓΕΛΙΚΗ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ
(Α.Μ. 22/06)**



**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝΤΕΣ ΚΑΘΗΓΗΤΕΣ:
ΧΑΡΙΛΑΟΣ Δ. ΘΕΟΔΩΡΕΛΛΗΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ Δ. ΠΑΛΗΣΙΔΗΣ**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2011

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
SUMMARY	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	6
1.1 – Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ	6
1.1.2. – Επιστήμη	6
1.3– ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ	8
1.3.1 – Οικονομική-Κοινωνική Θεώρηση.....	8
1.4 – ΑΝΑΓΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	9
1.5 – ΚΥΡΙΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.....	10
1.6 – ΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	11
1.7 – ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	12
2.1 – Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	12
2.1.1 – Οι εξελίξεις στην τεχνολογία τροφίμων	13
2.1.2 – Επεξεργασία τροφίμων για ασφάλεια, ευκολία και γεύση	13
2.1.3 – Εκβολή, νέα σχήματα και δομές.....	14
2.1.4 – Νέα και δημιουργικά προϊόντα.....	14
2.2 – ΜΑΓΕΙΡΕΜΑ ΦΑΓΗΤΟΥ	15
2.2.1 – Τρόποι μετάδοσης θερμότητας στο τρόφιμο	15
2.2.2 – Επαγγελματικές μέθοδοι μαγειρικής	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΕΔΕΣΜΑΤΟΛΟΓΙΟ-ΜΕΝΟΥ	17
3.1 – ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΜΕΝΟΥ	17
3.2 – Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΦΑΓΗΤΩΝ.....	18
3.3 – ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΚΑΡΤΑΣ ΦΑΓΗΤΩΝ.....	19
3.3.1 – Η κάρτα (κατάλογος φαγητών)	19
3.3.2 – Το μενού-Le Menu	19
3.3.2.α – Σύνθεση εδεσμάτων για μεσημεριανά γεύματα-Dejeuner	20
3.3.2.β – Σύνθεση εδεσμάτων για βραδινά γεύματα, Δείπνο-Diner.....	20
3.4 – ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΕΝΟΥ	21
3.4.1 – Όροι κατά τη σύνθεση ενός μενού	21
3.4.2 – Πρώτες ύλες	22

3.4.3 – Εποχικότητα	22
3.4.4 – Έρευνα της αγοράς για τις πρώτες ύλες	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 – ΤΥΠΟΙ ΓΕΥΜΑΤΩΝ-ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΜΕΝΟΥ	25
4.1 – ΤΥΠΟΙ ΓΕΥΜΑΤΩΝ	25
4.2 – ΓΕΝΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΜΕΝΟΥ	26
4.3 – ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΕΝΟΥ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΕΠΟΧΕΣ	27
4.3.1- Σύνθεση εορταστικών μενού (Menus Gala).....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 – ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΚΑΡΤΑΣ	29
5.1 – ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΚΑΡΤΑΣ	29
5.2 – ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΕΝΟΥ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΕΔΕΣΜΑΤΟΛΟΓΙΚΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ	30
5.3 – ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΛΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ	31
5.3.1 – Ντύσιμο – Εμφάνιση	31
5.3.2 – Καλοί τρόποι	32
5.3.3 – Η είσπραξη του λογαριασμού.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 – ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΔΕΣΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΝΕΑΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.....	34
6.1 – ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΑΣΥΡΜΑΤΗΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑΣ.....	34
6.1.1 – Προσωπικός Ψηφιακός Βοηθός (PDA).....	34
6.1.2 – Ιστορική αναδρομή.....	34
6.2 – ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	35
6.2.1 – Γενικές δυνατότητες	35
6.2.2 – Τυπικά χαρακτηριστικά.....	35
6.2.2.α – Οθόνη Αφής	36
6.2.2.β – Κάρτα Μνήμης	36
6.2.2.γ – Ενσύρματη συνδεσιμότητα.....	37
6.2.2.δ – Ασύρματη συνδεσιμότητα	37
6.2.3 – Συγχρονισμός	37
6.2.4 – Ανθεκτικές συσκευές PDA.....	37
6.2.4.α – Τυπικές εφαρμογές.....	38
6.2.4.β – Εφαρμογές συσκευών στους χώρους εστίασης	38
6.2.4.γ – Οφέλη της επιχείρησης	38
6.2.5 – Υποσυστήματα	39
6.3 – ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ	40
6.3.1 – Διαφορετικές μορφές καινοτομίας	40

6.3.2 – Η καινοτομία ως μηχανή οικονομικής ανάπτυξης	40
6.3.3 - Καινοτομία ενάντια στη δημιουργικότητα.....	41
6.3.4 –Η σημασία της καινοτομίας.....	41
6.3.5 – Πώς η καινοτομία δίνει ώθηση στην επιχείρηση	42
6.3.6 – Ηλεκτρονικό μενού	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ-ΕΡΕΥΝΑ	45
7.1 – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ-ΕΡΕΥΝΑ	45
7.2 – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	48
7.3 – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	57
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	58
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 – ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ	65
8.1 – ΣΚΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	65
8.2 – ΣΤΟΧΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 – ΥΠΕΡ-ΚΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ	66
9.1 – ΤΑ ΥΠΕΡ	66
9.2 – ΤΑ ΚΑΤΑ.....	66
9.3 – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ	66
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	67
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	68

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία στοχεύει στην αναλυτική περιγραφή της σύνθεσης των εδεσματολογίων, την τεχνολογική εξέλιξη που έχει γίνει στον τομέα της εστίασης καθώς και τους νέους τρόπους με τους οποίους μπορεί να γίνει η σύνθεση εδεσματολογίων με τη χρήση της τεχνολογίας.

Οι κατάλογοι φαγητών, όπως και η σύνθεση των φαγητών σε μενού, παίζουν σημαντικό ρόλο σε μια επισιτιστική επιχείρηση. Είναι κατά κάποιο τρόπο η ταυτότητα της επιχείρησης. Οποιαδήποτε μορφή ή σχήμα έχουν οι κάρτες φαγητού μενού, πρέπει να έχουν συνταχθεί με τη μεγαλύτερη μας φροντίδα.

Στα πρώτα κεφάλαια γίνεται μια αναφορά στην τεχνολογία ως γενικό ορισμό και την τεχνολογία τροφίμων, γενικές επισκοπήσεις για τα εδεσματολόγια καθώς και τις προϋποθέσεις και τους κανόνες για τη σύνθεση τους. Στη συνέχεια γίνεται μια μικρή αναφορά στα στοιχεία της καλής εξυπηρέτησης των πελατών και τη σύνθεση εδεσματολογίων με τη χρήση της τεχνολογίας παρουσιάζοντας νέα τεχνολογικά προϊόντα και τις δυνατότητες τους. Στα τελευταία κεφάλαια παρουσιάζεται η έρευνα και η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για το ερωτηματολόγιο όπου διατυπώνεται η άποψη και οι ανάγκες των καταναλωτών στα πλαίσια των επισιτιστικών επιχειρήσεων.

SUMMARY

This thesis aims at a detailed description of the composition of culinary menus, technological progress that has been made in the restaurant section and the new ways that can be composed a culinary menu with the use of technology.

The lists of foods, as well as the composition of foods on menus, play an important role in a food business. It is somehow the identity of the company. Any shape or form have the cards dining menu, should be prepared with the greatest care of us.

The first chapters are referred to technology as a general definition and food technology, general overviews of the culinary and the conditions and rules for its composition. Then there is a slight reference to the components of good customer service and culinary composition using technology, introducing new products and technological capabilities. The last chapter presents the research methodology used a questionnaire formulated by the perspective and needs of consumers in the food business.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

1.1 – Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Η **τεχνολογία** αναφέρεται στο αποτέλεσμα της εφαρμογής της (θεωρητικής) επιστημονικής γνώσης με στόχο την δημιουργία ενός αντικειμένου με πρακτικό όφελος. Άλλοτε, αναφέρεται στην μεθοδολογία που χαρακτηρίζει μια τέτοια διαδικασία. Η τεχνολογία έχει σχέση με την ανθρώπινη δραστηριότητα, και συγκεκριμένα με την προσπάθεια του ανθρώπου να επιλύσει διάφορα πρακτικά προβλήματα που αντιμετωπίζει, διευκολύνοντας και βελτιώνοντας τις συνθήκες της ζωής του.

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει τάση η έννοια να αναφέρεται μόνο στην *υψηλή τεχνολογία* ή/και στην *τεχνολογία υπολογιστών* μόνο, αν και κατά βάση δεν περιορίζεται μόνο σε αυτούς τους τομείς. Για παράδειγμα, ενώ ο Διεθνής Διαστημικός Σταθμός ή ένας υπολογιστής μπορεί να είναι τεχνολογία, τόσο μπορεί να είναι και ένα τυπικό ανοιχτήρι για μπουκάλια.

Η Τεχνολογία εκτείνεται σε ευρύ πεδίο και ασχολείται με τη γνώση και τη χρήση εργαλείων και τεχνικών και με το πώς αυτό επηρεάζει την ικανότητα ενός είδους να ελέγχει το περιβάλλον του και να προσαρμόζεται σε αυτό. Στην ανθρώπινη κοινωνία είναι μια απόρροια της επιστήμης και της μηχανικής, αν και διάφορα τεχνολογικά επιτεύγματα προηγούνται χρονολογικά και των δύο αυτών εννοιών.

Ο όρος **Τεχνολογία** προέρχεται από τις ελληνικές λέξεις τέχνη και λόγος. Παρόλα αυτά ένας αυστηρός προσδιορισμός είναι δύσκολος. Η Τεχνολογία μπορεί να αναφερθεί σε υλικά αντικείμενα που χρησιμοποιούνται από την ανθρωπότητα, όπως μηχανές, λογισμικό ή σκεύη, αλλά επίσης μπορεί να περιλαμβάνει ευρύτερα θέματα, συμπεριλαμβανομένων συστημάτων, μεθόδων οργάνωσης και τεχνικών. Ο όρος μπορεί επίσης να εφαρμοστεί γενικά ή σε συγκεκριμένους τομείς: παραδείγματα είναι η Κατασκευαστική Τεχνολογία ή Φαρμακευτική Τεχνολογία ή Τεχνολογία Αιχμής.

1.1.2. – Επιστήμη

Η επιστήμη είναι ένα σύνολο γνώσεων με το οποίο ο άνθρωπος προσπαθεί να κατανοήσει και να ειρηνεύσει τα φαινόμενα που συμβαίνουν στη φύση. Ο άνθρωπος, στα πρώτα χρόνια της ύπαρξής του, αδυνατώντας να ερμηνεύσει τα φαινόμενα που συμβαίνουν γύρω του, θεοποίησε ότι του προκαλούσε δέος. Για κάθε φυσικό φαινόμενο «κατασκευάστηκε» μια θεότητα. Έτσι, η βροχή, ο κεραυνός, ο ήλιος, η γη κ.ά. θεοποιήθηκαν. Η μυθολογία, επομένως, είναι η προσπάθεια του ανθρώπου να εξηγήσει τα φυσικά φαινόμενα, τα οποία αδυνατούσε να τα ερμηνεύσει με τη λογική.

Η επιστήμη είναι ένα σύνολο γνώσεων με το οποίο ο άνθρωπος προσπαθεί να κατανοήσει και να ερμηνεύσει τα φαινόμενα που συμβαίνουν στη φύση. Η τεχνολογία, αντίθετα, έχει να κάνει με την προσπάθεια του ανθρώπου να επιλύσει διάφορα πρακτικά προβλήματα που αντιμετωπίζει, διευκολύνοντας και βελτιώνοντας τις συνθήκες της ζωής του. Αν και η τεχνολογία προϋπήρξε της επιστήμης, τις τελευταίες δεκαετίες η επιστήμη και η τεχνολογία βαδίζουν μαζί. Δεν μπορούμε, όμως, να δώσουμε σε κάποια μεγαλύτερη βαρύτητα, γιατί είναι αδύνατον να υπάρξει η μια χωρίς την άλλη. Είναι, δηλαδή, αδύνατον να έχουμε εξέλιξη της τεχνολογίας χωρίς πρόοδο της επιστήμης, όπως επίσης είναι αδύνατον να υπάρχει εξέλιξη της επιστήμης χωρίς ανάπτυξη της τεχνολογίας.

1.2 – ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Τα πρώτα τεχνολογικά δημιουργήματα του ανθρώπου είναι τα πρώτα εργαλεία που άρχισε να κατασκευάζει και να χρησιμοποιεί πριν από 2.000.000 χρόνια. Τα πρώτα αυτά τεχνολογικά επιτεύγματα σηματοδοτούν την αρχή του ανθρώπινου πολιτισμού.

Ο άνθρωπος, από τα πρώτα χρόνια της ύπαρξής του, συνειδητοποίησε πως υστερεί σωματικά απέναντι στα μεγαλόσωμα ζώα, γεγονός που ήταν πολύ επικίνδυνο για την ύπαρξή του. Κατάλαβε, επίσης, πως ήταν απροστάτευτος απέναντι στα επικίνδυνα καιρικά φαινόμενα. Έπρεπε, λοιπόν, να προστατεύσει τον εαυτό του και να εξασφαλίσει την τροφή του. Τα τεχνολογικά δημιουργήματα του ανθρώπου, από τα πρώιμα απλά εργαλεία μέχρι τις σημερινές πολύπλοκες συσκευές, βοήθησαν τον άνθρωπο να επιβιώσει, ξεπερνώντας συνεχώς παντός είδους προβλήματα και βελτιώνοντας τη θέση του μέσα στη φύση.

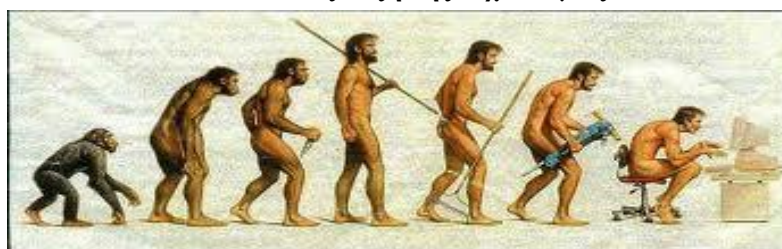
Η χρήση της τεχνολογίας από το ανθρώπινο είδος ξεκίνησε με την μετατροπή των φυσικών πρώτων υλών σε απλά εργαλεία. Η προϊστορική ανακάλυψη της ικανότητας των ανθρώπων να ελέγχουν τη φωτιά αύξησε τις διαθέσιμες πηγές τροφής και η εφεύρεση του τροχού βοήθησε τους ανθρώπους να ταξιδεύουν και να ελέγχουν το περιβάλλον τους. Πρόσφατα τεχνολογικά επιτεύγματα, όπως η τυπογραφία, το τηλέφωνο και το διαδίκτυο, έχουν περιορίσει τα φυσικά εμπόδια της επικοινωνίας και έχουν επιτρέψει στους ανθρώπους και να αλληλεπιδρούν σε παγκόσμια κλίμακα. Παρ' όλα αυτά, η τεχνολογία δεν χρησιμοποιείται μόνο για ειρηνικούς σκοπούς: η κατασκευή καταστροφικών όπλων έχει προχωρήσει, στη διάρκεια της ιστορίας, από τα ρόπαλα στα πυρηνικά όπλα.

Η τεχνολογία έχει επηρεάσει την κοινωνία και το περιβάλλον της με διάφορους τρόπους. Σε κάποιες κοινωνίες η τεχνολογία έχει βοηθήσει να αναπτυχθούν πιο προηγμένες οικονομίες (συμπεριλαμβανομένης της σημερινής παγκόσμιας οικονομίας) και έχει κάνει δυνατή την άνοδο μιας τάξης που διαθέτει ελεύθερο χρόνο. Πολλές τεχνολογικές διαδικασίες παράγουν ανεπιθύμητα προϊόντα, με τη διαδικασία που είναι γνωστή ως ρύπανση, και εξαντλούν τους φυσικούς πόρους σε βάρος της γης και του περιβάλλοντός της.

Ποικίλες εφαρμογές της τεχνολογίας επηρεάζουν τις αξίες μιας κοινωνίας και η νέα τεχνολογία συχνά θέτει νέες ηθικές ερωτήσεις. Παραδείγματα είναι η ανάπτυξη της αντίληψης της αποτελεσματικότητας στα πλαίσια της ανθρώπινης παραγωγικότητας, ενός όρου που αρχικά είχε εφαρμοστεί μόνο σε μηχανές, και η αμφισβήτηση των παραδοσιακών προτύπων. Θέτει, επίσης, νέα θέματα ηθικής, όπως αυτό της κλωνοποίησης ανθρώπινων όντων.

Φιλοσοφικές αντιπαραθέσεις έχουν προκύψει σχετικά με την τωρινή και τη μελλοντική χρήση της τεχνολογίας στην κοινωνία, με διαφωνίες για το αν η τεχνολογία βελτιώνει την κατάσταση του ανθρώπου ή την χειροτερεύει.

Εικόνα 1α: Εξέλιξη της τεχνολογίας



Somewhere, something went terribly wrong

Πηγή: ιντερνέτ

<http://justing2014.blogspot.com/2011/04/biology-and-technology-like-evil-twins.html>

1.3– ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Τα αποτελέσματα της τεχνολογίας, αν τα κρίνουμε με βάση τα επιτεύγματα της και τη συμβολή της στην εξέλιξη του ανθρώπου, είναι αξιοθαύμαστα. Οι συσκευές που καθημερινά χρησιμοποιεί ο άνθρωπος τον ψυχαγωγούν και τον διευκολύνουν στην εργασία του και τις καθημερινές του ασχολίες. Γενικά, η εξέλιξη της τεχνολογίας επιτρέπει στον άνθρωπο να ζει περισσότερα χρόνια και σίγουρα σε καλύτερες συνθήκες.

Τις τελευταίες δεκαετίες γεγονότα όπως η πυρηνική απειλή, η ρύπανση του περιβάλλοντος και η αξιοποίηση της τεχνολογίας για περιορισμό των ελευθεριών του ανθρώπου, όπως, για παράδειγμα, τα ηλεκτρονικά συστήματα παρακολούθησης των καθημερινών δραστηριοτήτων και επικοινωνιών των πολιτών, θέτουν ερωτήματα σχετικά με τα όρια της τεχνολογίας. Με τη βοήθεια της τεχνολογίας ο σημερινός άνθρωπος επεμβαίνει και τροποποιεί πολλούς τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας, όπως είναι το περιβάλλον, η οικονομική ζωή, η κοινωνική οργάνωση, η εκπαίδευση και ο πολιτισμός.

Τα αποτελέσματα της επέμβασης του ανθρώπου, με τη βοήθεια της τεχνολογίας, στους διάφορους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας είναι άλλες φορές θετικά και άλλες αρνητικά. Ας δούμε κάποια παραδείγματα: Οι πυρηνικοί σταθμοί μάς παρέχουν τεράστιες ποσότητες ενέργειας. Μπορούν, όμως, χωρίς τη λήψη διάφορων αναγκαίων μέτρων κατά τη λειτουργία τους να αποτελέσουν θανάσιμο κίνδυνο για τους ανθρώπους και το περιβάλλον. Οι μεγάλες βιομηχανίες που δημιουργήθηκαν με την εξέλιξη της τεχνολογίας έχουν προκαλέσει ανεπανόρθωτες ζημιές στο περιβάλλον και το οικοσύστημα. Ταυτόχρονα, όμως, η τεχνολογία μάς επιτρέπει να εκμεταλλευτούμε εναλλακτικές πηγές ενέργειας που δεν ρυπαίνουν το περιβάλλον, όπως είναι ο άνεμος (ανεμογεννήτριες) ή το ηλιακό φως (ηλιακοί συλλέκτες).

Το ιντερνέτ (διαδίκτυο) προσφέρει απίστευτες δυνατότητες για εκπαίδευση, πληροφόρηση και ψυχαγωγία. Από την άλλη, όμως, οδηγεί εύκολα στην απομόνωση, επιτρέπει την παραβίαση των προσωπικών μας δεδομένων, ενώ δημιουργεί κοινωνικές ανισότητες ανάμεσα σε αυτούς που έχουν πρόσβαση στη νέα αυτή «Κοινωνία της Πληροφορίας» και σε αυτούς που δεν έχουν.

Τα αποτελέσματα, επομένως, της τεχνολογίας εξαρτώνται αποκλειστικά από τον τρόπο που ο ίδιος ο άνθρωπος τη χρησιμοποιεί. Το ζητούμενο είναι να καταφέρει ο άνθρωπος να διευρύνει τις θετικές επιδράσεις, ελαχιστοποιώντας παράλληλα τις αρνητικές.

1.3.1 – Οικονομική-Κοινωνική Θεώρηση

Ο άνθρωπος αποσύρεται σταδιακά από τη χειρονακτική εργασία, που θα εκτελείται πλέον από "έξυπνες" προγραμματιζόμενες μηχανές. Δεν θα κουράζεται πλέον σωματικά αλλά θα εξακολουθεί να υπάρχει πνευματική κόπωση.

Οι μονότονες δουλειές θα αναλαμβάνονται από τις μηχανές και οι άνθρωποι θα είναι ελεύθεροι να ασχολούνται με πιο δημιουργικές εργασίες που θα τον κάνουν πιο αποτελεσματικό και θα του αφήνουν χρόνο για νέες ανακαλύψεις.

Θα υπάρξουν αρκετοί ειδικευμένοι άνθρωποι που θα είναι σε θέση να χειριστούν τα όλο και πιο πολύπλοκα αυτόματα συστήματα παραγωγής; Είναι πιθανόν ότι σύντομα θα κατακλυστούμε από τέτοια συστήματα αλλά δεν θα έχουμε αρκετούς ειδικούς γ' αυτά. Υπάρχουν και θα υπάρξουν ελλείψεις υψηλά καταρτισμένων τεχνικών στελεχών στους τομείς των νέων τεχνολογιών και συστημάτων παραγωγής.

Από την άλλη μεριά όμως χάνονται συνεχώς θέσεις εργασίας ανειδίκευτου προσωπικού. Αναμφισβήτητα πολλά επαγγέλματα περνούν κρίση. Εδώ η ιδέα κλειδί είναι η **συνεχής μετεκπαίδευση** στις νέες τεχνολογίες .

Παρ' όλα αυτά, η **τεχνολογική ανεργία** όπως ονομάζεται απειλεί σοβαρά ένα μεγάλο μέρος των εργαζομένων και αυτό φαίνεται να συνειδητοποιείται σιγά - σιγά παγκοσμίως. Φαίνεται οξύμωρο αλλά αυτό που οραματίστηκαν κάποιοι ρομαντικοί της τεχνολογίας κάποτε : ένα κόσμο δηλαδή στον οποίο οι μηχανές θα δουλεύουν και οι άνθρωποι θα έχουν αρκετό ελεύθερο χρόνο για να φιλοσοφούν, να παίζουν και να ερωτεύονται, **αυτό δηλαδή που σήμερα θα μπορούσε να συμβαίνει λόγω της τεχνολογικής έκρηξης, φαντάζει ακόμη μακρινό**. Αντίθετα, για εκατομμύρια εργαζόμενους των οποίων η εργασία απειλείται, οι νέες τεχνολογίες ακούγονται σαν εφιάλτης. Η λύση δεν μπορεί να είναι άλλη από τη **μείωση των ωρών εργασίας**.

Απαιτείται σίγουρα για κάτι τέτοιο **συναίνεση σε παγκόσμιο επίπεδο**, αφού οι αγορές είναι πλέον εντελώς διεθνοποιημένες και κάθε χώρα προβάλλει το **επιχείρημα της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων της**. Η συναίνεση αυτή δεν είναι και τόσο εύκολη υπόθεση ασφαλώς. Φαίνεται και πάλι παρανοϊκό, αλλά λόγω ακριβώς της περήφησης αυτής ανταγωνιστικότητας, οι έχοντες εργασία δουλεύουν σκληρότερα για να την διατηρήσουν και να παράγουν όλο και περισσότερα και φτηνότερα προϊόντα - πολλά από τα οποία παντελώς άχρηστα για τις πραγματικές μας ανάγκες - ενώ κάποιοι άλλοι συσσωρεύονται στις λίστες των ανέργων.

Το πρώτο βήμα για μια κάποια λύση : η συνειδητοποίηση δηλαδή της τεράστιας αντίφασης φαίνεται να έχει γίνει. Μένει να δούμε αν θα παρθούν οι σωστές αποφάσεις, έτσι που η (νέα) τεχνολογία και οι τεράστιες παραγωγικές δυνατότητες που προσφέρει, να γίνουν ευλογία και όχι κατάρα.

1.4 – ΑΝΑΓΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Πολλές διαδικασίες απαιτούν σήμερα από τον άνθρωπο να έχει σύγχρονες τεχνολογικές γνώσεις. Για να αγοράσουμε ένα προϊόν, για παράδειγμα, χρειάζεται να επιλέξουμε από ένα πλήθος παρόμοιων ειδών αυτό που ταιριάζει περισσότερο στις ανάγκες και τις απαιτήσεις μας, που έχει την καλύτερη ποιότητα, το μικρότερο κόστος, τον ευκολότερο τρόπο λειτουργίας κ.ά. Η χρήση τεχνολογικών προϊόντων, επίσης, όπως είναι η τηλεόραση, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής, το κινητό τηλέφωνο, τα σύγχρονα αυτοκίνητα, οι εξελιγμένες οικιακές συσκευές, απαιτεί γνώσεις πάνω στη σύγχρονη τεχνολογία, προκειμένου να εκμεταλλευτούμε τις δυνατότητες που μας προσφέρουν στο μέγιστο βαθμό.

Ακόμα, βασικές τεχνολογικές γνώσεις προϋποθέτει η εμπλοκή του ανθρώπου σε θέματα που σχετίζονται με το φυσικό περιβάλλον, όπως είναι η κατασκευή φραγμάτων, η υπεράρδευση ή η εξάντληση ενεργειακών πόρων.

Ο σύγχρονος άνθρωπος πρέπει να έχει βασικές τεχνολογικές γνώσεις, ώστε χρησιμοποιώντας την τεχνολογία ως εργαλείο να μπορεί να κρίνει τις εναλλακτικές λύσεις που του προσφέρονται και να πάρει τις σωστές αποφάσεις κατά την αγορά ενός προϊόντος, τη χρήση τεχνολογικών προϊόντων, την εμπλοκή του σε θέματα που σχετίζονται με το φυσικό περιβάλλον και άλλες διαδικασίες.

Οι μαθητές, ιδιαίτερα, χρειάζεται να έρθουν από νωρίς σ' επαφή με το περιεχόμενο και τις μεθόδους που χρησιμοποιεί η τεχνολογία, καθώς είναι αυτοί που θα συμμετάσχουν τα επόμενα χρόνια στη διαμόρφωση της τεχνολογίας του μέλλοντος και αυτοί που θα επινοήσουν, θα κατασκευάσουν και θα αποφασίσουν για τη χρήση των νέων τεχνολογικών δημιουργημάτων.

1.5 – ΚΥΡΙΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ

Αρχαιολογία • Τεχνητή νοημοσύνη • Μηχανική κεραμικής • Τεχνολογία υπολογιστών • Ηλεκτρονικά • Ενέργεια • Αποθήκευση Ενέργειας • Φυσική μηχανική • Τεχνολογία περιβάλλοντος • Μηχανική γεωλογίας • Επιστήμη αλιείας • Μικροτεχνολογία • Νανοτεχνολογία • Πυρηνική τεχνολογία • Οπτική μηχανική

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Τεχνολογία επικοινωνιών • Γραφικά • Τεχνολογία πληροφορίας • Μουσική Τεχνολογία • Αναγνώριση ομιλίας • Οπτική τεχνολογία

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Πληροφορική επιχειρήσεων • Κατασκευές • Μηχανική οικονομικών • Επεξεργασία • Βιομηχανική τεχνολογία • Μηχανήματα • Εξόρυξη

ΣΤΡΑΤΙΩΤΙΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Βόμβες • Όπλα • Πυρομαχικά • Στρατιωτικός εξοπλισμός και τεχνολογία • Στρατιωτικές επικοινωνίες • Ναυτική μηχανική

ΟΙΚΙΑΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Οικιακές συσκευές • Οικιακή τεχνολογία • Εκπαιδευτική τεχνολογία • Τεχνολογία τροφίμων

ΜΗΧΑΝΙΚΗ

Αεροδιαστημική • Γεωργική • Αρχιτεκτονική • Μηχανική ήχου • Βιο-μηχανική • Βιοχημική μηχανική • Βιοϊατρική • Κεραμική • Χημική μηχανική • Πολιτική μηχανική • Μηχανική υπολογιστών • Κατασκευαστική μηχανική • Κρυογενετική • Ηλεκτρική μηχανική • Ηλεκτρονική μηχανική • Μηχανική περιβάλλοντος • Μηχανική τροφίμων • Βιομηχανική • Μηχανική υλικών • Μηχανολογία • Μηχανοτρονική • Μεταλλουργία • Εξόρυξη • Ναυπηγική • Πυρηνική μηχανική • Πυρηνική μηχανική • Τεχνολογία λογισμικού • Δομική μηχανική • Μηχανική συστημάτων • Υφαντουργία • Ιστολογική

ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Βιοφαρμακευτική μηχανική • Βιοπληροφορική • Βιοτεχνολογία • Χημειοπληροφορική • Μηχανική πυροπροστασίας • Τεχνολογίες Υγείας • Φαρμακολογία • Μηχανική συστημάτων ασφάλειας • Μηχανική υγείας

ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Αεροδιάστημα • Αεροδιαστημική • Θαλάσσια μηχανική • Μηχανοκίνητα οχήματα • Τεχνολογία διαστήματος • Συγκοινωνίες

Εικόνα 1β: Ο άνθρωπος και η τεχνολογία



Πηγή: ιντερνέτ

http://pvef.blogspot.com/2011/04/blog-post_9059.html

1.6 – ΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Απασχόληση και νέες τεχνολογίες: Κάτω από την επίδραση των νέων τεχνολογιών και κυρίως της πληροφορικής και των επικοινωνιών η απασχόληση τόσο ως προς τον όγκο όσο και ως προς τη μορφή επηρεάζεται πολλαπλά και πολύπλευρα. Οι κύριες πλευρές της απασχόλησης που επηρεάζονται δραστικά από την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών είναι:

- Το επίπεδο των γνώσεων και δεξιοτήτων των εργαζομένων
- Οι όροι εργασίας
- Το επίπεδο αμοιβών
- Οι συνθήκες εργασίας

Νέες τεχνολογίες και αυτοματισμός: Ο αυτοματισμός και η τεχνολογική εξέλιξη με ευρύτατη εφαρμογή στον τομέα της παραγωγής άσκησε σοβαρότατη επίδραση στην απασχόληση διότι υποκατέστησε τη συμμετοχή των ανθρώπων στην εκτέλεση ενός πλήθους δραστηριοτήτων με τη χρησιμοποίηση μηχανικών μέσων. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα αφενός τη βελτίωση των όρων παραγωγής και αφετέρου την εκτόπιση του ανθρώπινου παράγοντα από ένα μεγάλο μέρος της παραγωγικής διαδικασίας. Ταυτόχρονα όμως επέβαλε και την ανάγκη αναπροσαρμογής των προσόντων και των δεξιοτήτων των εργαζομένων σύμφωνα με τις απαιτήσεις των νέων εξελίξεων.

1.7 – ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ

Στην πράξη οι εξελίξεις αυτές και οι επιπτώσεις τους άρχισαν να εμφανίζονται από την εποχή που η τεχνολογία του αυτοματισμού έκανε τα πρώτα της βήματα. Σήμερα όμως αυτές κινούνται πλέον ραγδαίους ρυθμούς, οι επιπτώσεις τους γίνονται καθημερινώς και πιο έντονες στις ανεπτυγμένες χώρες.

Το φαινόμενο αυτό με τη συνεχή ανάπτυξη του αυτοματισμού και των νέων τεχνολογιών συνεχώς επεκτείνεται με συνέπεια τη συνεχή μείωση των θέσεων εργασίας. Αν και από καθαρά οικονομικής πλευράς στο σύνολο των οικονομιών των ανεπτυγμένων χωρών παρατηρείται μια οικονομική ανάκαμψη, όμως η ανάκαμψη αυτή δεν συνοδεύεται από ανάλογη αύξηση της απασχολήσεως. Αντίθετα, οι θέσεις εργασίας μειώνονται συνεχώς. Το φαινόμενο αυτό προκαλεί πραγματικές κραυγές αγωνίας, πολλοί απαισιόδοξοι θεωρούν ότι η πραγματικότητα την οποία αντιμετωπίζει σήμερα η αγορά εργασίας διεθνώς, είναι περισσότερο τραυματική.

Αυτό που εξαφανίζεται δεν είναι ορισμένος αριθμός θέσεων εργασίας ή εργασίες σε ορισμένες βιομηχανίες ή συγκεκριμένες εργασίες σε ορισμένες περιοχές ή ακόμα εργασίες σε ορισμένες χώρες, αλλά εξαφανίζεται το είδος – δηλαδή η εργασία αυτή καθαυτή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

2.1 – Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η έρευνα στο τομέα τροφίμων είναι γνωστή σήμερα ως *τεχνολογία τροφίμων* και έχει διεξαχθεί εδώ και δεκαετίες. Η ανάπτυξη του Nicolas Appert το 1810 για τη διαδικασία της κονσερβοποίησης ήταν ένα αποφασιστικό γεγονός. Παρόλο που αυτή η διαδικασία δεν ήταν το θέμα στο οποίο εργάστηκε αρχικά, η κονσερβοποίηση είχε σοβαρό αντίκτυπο στις τεχνικές διατήρησης των τροφίμων.

Η έρευνα του Louis Pasteur για την αλλοίωση των οίνων και την περιγραφή του για το πώς να αποφευχθεί η αλλοίωση το 1864 ήταν μια πρόωρη προσπάθεια να τεθεί η τεχνολογία τροφίμων σε επιστημονική βάση. Εκτός από την έρευνα της αλλοίωσης του κρασιού, ο Παστέρ έκανε την έρευνα για την παραγωγή αλκοόλης, ξιδιού, κρασιού και μύζας, και το ξίνισμα του γάλακτος. Ανέπτυξε την παστερίωση, τη διαδικασία θέρμανσης του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων για να καταστρέψει την αλλοίωση των τροφίμων και των νοσημάτων στους οργανισμούς που την παράγουν. Στην έρευνά του στην τεχνολογία τροφίμων, ο Pasteur έγινε ο πρωτοπόρος στη βακτηριολογία της σύγχρονης προληπτικής ιατρικής.

Κατά τη δεκαετία του '40 και '50, τέσσερα πρωτότυπα τμήματα είχαν διδαχθεί το μάθημα με διαφορετικές ονομασίες, στα Πανεπιστήμια της Καλιφόρνιας και Μασαχουσέτης, όπου στη τελική το επανατιτλοφόρησαν με την ονομασία «Επιστήμη και Τεχνολογία Τροφίμων».

Η **Τεχνολογία τροφίμων** αποτελεί μια σύγχρονη σχετικά επιστήμη που αποτελούσε άλλοτε ένα σύνολο εμπειρικών μόνο γνώσεων. Κύριο αντικείμενο έρευνας και μελέτης της επιστήμης αυτής είναι η επεξεργασία των τροφίμων, δηλαδή η μελέτη της συντήρησης, συσκευασίας, μεταφοράς και διακίνησης με τη μέγιστη δυνατή αξιοποίησή τους, καθώς και με τη διερεύνηση τρόπων και μεθόδων παραγωγής νέων ειδών τροφίμων.

Επίσης ένας άλλος τομέας διερεύνησης της Τεχνολογίας τροφίμων είναι και η μελέτη των μεταβολών των οργανοληπτικών ιδιοτήτων των τροφίμων που προκαλούνται τόσο στις πρώτες ύλες παραγωγής τους όσο και στα έτοιμα προς κατανάλωση τρόφιμα κατά την εφαρμογή μεθόδων κατεργασίας, επεξεργασίας, συντήρησης, διακίνησης, συσκευασίας, ακόμη και μεταφοράς.

Τα τρόφιμα ανάλογα της προέλευσής τους (ζωικά ή φυτικά) παρουσιάζουν διάφορες ιδιομορφίες στις τεχνολογικές εφαρμογές όπως στη ψύξη, θέρμανση, κάπνιση, αλάτιση κ.λπ., με συνέπεια τη διαφορετική συμπεριφορά, (μεταβολές), στις τεχνικές αυτές. Για το λόγο αυτό η Τεχνολογία τροφίμων διακρίνεται σε δύο βασικούς τομείς, στη:

- **Τεχνολογία τροφίμων φυτικής προέλευσης**
- **Τεχνολογία τροφίμων ζωικής προέλευσης**

Οι επιμέρους αυτοί τομείς διακρίνονται στη συνέχεια σε ιδιαίτερους κλάδους όπως π.χ. τεχνολογία κρέατος, τεχνολογία γάλακτος, τεχνολογία αλιευμάτων, τεχνολογία οινοποιίας κ.λπ. Βασικός τομέας της επιστήμης αυτής είναι η Χημεία τροφίμων.

Χάρη των επιτευγμάτων της επιστήμης αυτής η αξιοποίηση της πρωτογενούς γεωργικής και κτηνοτροφικής παραγωγής κρίνεται σήμερα πλήρης, όσο περισσότερο από ποτέ, επιτυγχάνοντας έτσι τον αρχικό στόχο μελέτης του αντικειμένου.

2.1.1 – Οι εξελίξεις στην τεχνολογία τροφίμων

Πολλές εταιρείες στον κλάδο των τροφίμων έχουν διαδραματίσει ρόλο στην ανάπτυξη της τεχνολογίας τροφίμων. Οι εξελίξεις αυτές συνέβαλαν τα μέγιστα στην προσφορά τροφίμων. Ορισμένες από αυτές τις εξελίξεις είναι οι εξής:

- **Γάλα σε σκόνη:** Ο D.D. Peebles δημιούργησε το γάλα σε σκόνη, ένα βιομηχανικό προϊόν γαλακτοκομικών από την εξάτμιση του γάλακτος μέχρι ξηρού. Ένας από τους σκοπούς της ξήρανσης γάλακτος είναι να διατηρηθεί το γάλα σε σκόνη, γιατί έχει πολύ μεγαλύτερη διάρκεια ζωής από το γάλα σε υγρή μορφή και δεν χρειάζεται να είναι στο ψυγείο, λόγω της χαμηλής περιεκτικότητας σε υγρασία του.
- **Κρυοξήρανση:** Η μέθοδος της ξήρανσης των τροφίμων με λυοφιλίωση, συνίσταται στην κατάψυξη του υπό ξήρανση υλικού και κατόπιν την εξάχνωση του σχηματισθέντος πάγου μέσα στο κατεψυγμένο υλικό, ώστε να παραχθεί το αφυδατωμένο προϊόν.
- **Υψηλή θερμοκρασία-Μικρός χρόνος επεξεργασίας:** Η διαδικασία αυτή χαρακτηρίζεται από την ταχεία θέρμανση και ψύξη της τροφής, καθώς και η εκμετάλλευση σε μικρό χρονικό διάστημα σε σχετικά υψηλή θερμοκρασία και έπειτα η πλήρωση σε αποστειρωμένα δοχεία.
- **Καφές και Τσάι χωρίς καφεΐνη:** Η παραγωγή καφέ και τσάι χωρίς καφεΐνη αναπτύχθηκε για πρώτη φορά σε εμπορική βάση στην Ευρώπη το 1900. Τα πράσινα φασολάκια του καφέ επεξεργάζονται στον ατμό ή το νερό. Η προσθήκη νερού και θερμότητας στο φασολάκι ξεχωρίζει την καφεΐνη από τα φασόλια. Ο διαλύτης χρησιμοποιείται για την αφαίρεση της καφεΐνης από τα φασόλια.
- **Διαδικασία βελτιστοποίησης:** Η τεχνολογία τροφίμων επιτρέπει την παραγωγή τροφίμων να είναι πιο αποτελεσματική. Η τεχνολογία εξοικονόμησης λαδιού είναι διαθέσιμη σε διάφορες μορφές. Η μεθοδολογία παραγωγής γίνεται ολοένα και πιο περίπλοκη.

2.1.2 – Επεξεργασία τροφίμων για ασφάλεια, ευκολία και γεύση

Το αλάτισμα και η ξήρανση είναι δύο από τις παλαιότερες μεθόδους επεξεργασίας των τροφίμων για τη διατήρηση της φρεσκάδας και τη βελτίωση της γεύσης τους.

Κατά τη διάρκεια των ετών, οι βελτιωμένες τεχνικές για την επεξεργασία των τροφίμων έχουν οδηγήσει στην αύξηση των τροφίμων που έχουμε στη διάθεσή μας με την παράταση της διάρκειας συντήρησής τους, με σταμάτημα της αλλοίωσής τους και με την αύξηση της ποικιλίας των τροφίμων που είναι διαθέσιμα.

Αυτό είναι το πρώτο που θα εξετάσουμε στις διάφορες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται σήμερα και τα οφέλη που προσφέρουν στη βελτίωση των τροφίμων που μας παρέχονται.

Εικόνα 2α: Αλάτι



Πηγή: ιντερνέτ

<http://www.google.gr/imgres?imgurl=http://i-know.gr>

2.1.3 – Εκβολή, νέα σχήματα και δομές

Τα Σνακ, τα δημητριακά πρωινού, τα ζαχαρώδη προϊόντα ακόμη και μερικά τρόφιμα κατοικίδιων ζώων έχουν παραχθεί με μια μέθοδο επεξεργασίας τροφίμων γνωστή ως εκβολή. Βασικά, περιλαμβάνει τη συμπίεση των τροφίμων σε μια ημισταθερή μάζα και, στη συνέχεια, το πέρασμά τους μέσω ενός μικρού ανοίγματος, ώστε να αυξηθεί η ποικιλία της υφής, του σχήματος και του χρώματος που αποκτούν από ένα βασικό συστατικό τους. Η τεχνική έχει προκαλέσει αύξηση παραγωγής προϊόντων με άγνωστες μέχρι στιγμής μορφές. Η εκβολή μπορεί να διαμορφώσει και, μερικές φορές, ακόμη και να μαγειρέψει τα ακατέργαστα συστατικά, δίνοντας ολοκληρωμένα προϊόντα.

Ένας τυπικός εκβολέας αποτελείται από έναν παροχέα ηλεκτρικού ρεύματος, που ενεργοποιεί τον κύριο κοχλία και τον κύλινδρο που περιβάλλει τον κοχλία. Ο κοχλίας μεταβιβάζει την πρώτη ύλη προς μια διαμορφωμένη τρύπα, η οποία διαμορφώνει το προϊόν. Η εκβολή μπορεί να πραγματοποιηθεί σε υψηλές θερμοκρασίες και πιέσεις ή μπορεί να είναι απλώς μια διαδικασία που δίνει σχήμα χωρίς να μαγειρεύει.

Ένα από τα πιθανά οφέλη της εκβολής στην παραγωγή τροφίμων είναι η συντήρηση των τροφίμων. Η εκβολή μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ελέγξει την ενεργότητα νερού των συστατικών, η οποία καθορίζει τη μικροβιακή αύξηση και, ως εκ τούτου, την αλλοίωση των τροφίμων. Είναι, επομένως, χρήσιμη στην παραγωγή τροφίμων που παραμένουν αναλλοίωτα στα ράφια και όλο και περισσότερο σημαντική στην παραγωγή ποικίλων προϊόντων, όπως μερικά πρόχειρα τρόφιμα, ορισμένα δημητριακά πρωινού και κάποια ζαχαρώδη.

2.1.4 – Νέα και δημιουργικά προϊόντα

Τα σνακ είναι ένα από τα τμήματα ταχύτερης ανάπτυξης της βιομηχανίας τροφίμων, και η εκβολή έχει καθιερωθεί ήδη ως μέσο παραγωγής νέων και δημιουργικών προϊόντων. Τα περισσότερα δημητριακά μπορούν να παραχθούν με εκβολή, και τα βασισμένα στα δημητριακά προϊόντα, όπως το ψωμί, τα δημητριακά πρωινού και τα κέικ, μπορούν να υποβληθούν σε παρόμοια επεξεργασία. Η εκβολή μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για την παραγωγή τροφών κατοικίδιων ζώων.

Μια ιδιαίτερα ελπιδοφόρος εφαρμογή της εκβολής είναι στην επεξεργασία των Φυτικών Πρωτεϊνών διαμορφωμένης δομής (TVP). Πρόκειται για αλεύρι σόγιας που έχει υποβληθεί σε επεξεργασία και ξήρανση, ώστε να δώσει μια σπογγοειδή ουσία που μπορεί να αρωματιστεί για να μοιάσει με κρέας. Τα φασόλια σόγιας αποφλοιώνονται και το έλαιό τους εξάγεται πριν αλεστούν για να δώσουν αλεύρι. Αυτό το αλεύρι αναμειγνύεται στη συνέχεια με νερό για να αφαιρεθούν οι διαλυτοί υδατάνθρακες και το υπόλειμμα αποκτά υφή μέσω εκβολής. Αυτό περιλαμβάνει τη διάβαση του θερμασμένου υπολείμματος της σόγιας από μια περιοχή υψηλής πίεσης σε μια περιοχή χαμηλότερης πίεσης, μέσω του ακροστομίου του εκβολέα, με συνέπεια τη διάσπαση της πρωτεΐνης της σόγιας. Στη συνέχεια αφυδατώνεται και μπορεί είτε να κοπεί σε μικρά κομμάτια είτε να αλεστεί σε κόκκους. Με τις τεχνικές εκβολής, τα ανάλογα κρέατα καλής ποιότητας μπορούν να παραχθούν από TVP και μυκοπρωτεΐνη (πρωτεΐνη που λαμβάνεται από μύκητες). Η TVP χρησιμοποιείται επίσης στη δημιουργία μερικών λειτουργικών τροφίμων, στα οποία αναζητούμε τα οφέλη που έχει η πρωτεΐνη της σόγιας για την υγεία.

Η επεξεργασία εκβολής έχει χρησιμοποιηθεί κατά την προετοιμασία σιτηρεσιών για κατασκηνώσεις και στρατόπεδα, τροφίμων για ειδικές διαιτητικές ανάγκες και για τη σίτιση κατά τη διάρκεια της αποκατάστασης από καταστροφή και πείνα. Έχει προταθεί ακόμη και στον σχεδιασμό ενός συστήματος επεξεργασίας τροφίμων για να τοποθετηθεί στον Άρη. Η χρήση της εκβολής για να παράγει νέα και καινοτόμα τρόφιμα δίνει πολλές υποσχέσεις για τη μελλοντική παραγωγή τροφίμων.

2.2 – ΜΑΓΕΙΡΕΜΑ ΦΑΓΗΤΟΥ

Το μαγείρεμα του φαγητού είναι τεχνολογικά η θερμική επεξεργασία του τροφίμου με απώτερο σκοπό:

- Να γίνει πιο ασφαλές για βρώση, γιατί εξουδετερώνονται οι παθογόνοι μικροοργανισμοί και οι τοξίνες που προκαλούν τροφογενείς ασθένειες.
- Να παρεμποδιστεί η αλλοίωση από μικροοργανισμούς και ένζυμα.
- Να διαμορφωθούν τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του τροφίμου σε εκείνα τα επιθυμητά χαρακτηριστικά του μαγειρεμένου φαγητού (χρώμα, άρωμα, υφή, κα.)
- Να γίνει το φαγητό πιο τρυφερό και πιο εύπεπτο από τη μετουσίωση και την υδρόλυση των δομικών πρωτεϊνών (κρέας, ψάρια) και πολυσακχαριτών (λαχανικά).
- Να παραταθεί ο χρόνος κατανάλωσης του τροφίμου.

2.2.1 – Τρόποι μετάδοσης θερμότητας στο τρόφιμο

Οι τρόποι μετάδοσης θερμότητας στο τρόφιμο είναι:

- **Αγωγή**
- **Μεταφορά**
- **Ακτινοβολία**
- **Επαγωγή**

Αγωγή – Είναι η μετάδοση της θερμότητας από μόριο σε μόριο της ύλης. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται κυρίως στα στερεά, πχ. Μια θερμαινόμενη κεραμική ή μεταλλική επιφάνεια. Είναι σχετικά αργή μέθοδος μετάδοσης θερμότητας. Στις κεραμικές επιφάνειες η αγωγή θερμότητας είναι καλύτερη από τις μεταλλικές.

Μεταφορά – Η θερμότητα μεταδίδεται από την κίνηση των μορίων. Γίνεται κυρίως σε ρευστά μέσα: Υγρά (νερό ή λάδι) ή αέρια (ατμός ή αέρας). Το νερό είναι καλύτερο μέσο μεταφοράς από το λάδι, αλλά έχει σχετικά χαμηλό σημείο ζέσεως. Ο ατμός είναι καλύτερο μέσο μεταφοράς θερμότητας από τον αέρα. Η μεταφορά θερμότητας είναι πιο γρήγορη από την αγωγή.

Ακτινοβολία – Η θερμότητα μεταφέρεται με μη ιονίζουσα ακτινοβολία πάνω στο τρόφιμο το οποίο κατόπιν θερμαίνεται με αγωγή και μεταφορά.

Επαγωγή – Η θερμότητα προκαλείται επαγωγικά από την κινητοποίηση των μορίων και τις συγκρούσεις μεταξύ τους στο τρόφιμο ή στον περιέκτη του. Αυτό μπορεί να προκληθεί από κάποια ηλεκτρομαγνητικά κύματα ή ηλεκτρικό ρεύμα. Στη συνέχεια, η μετάδοση της θερμότητας γίνεται με αγωγή και μεταφορά.

2.2.2 – Επαγγελματικές μέθοδοι μαγειρικής

Οι επαγγελματικές μέθοδοι μαγειρικής είναι:

- **Βράσιμο** (υγρό μαγείρεμα)
- **Ψήσιμο** (ξηρό μαγείρεμα)
- **Κοινό βράσιμο** (boiling)
- **Ρηχό βράσιμο** (stewing)
- **Σιγοβράσιμο** (simmering)
- **Σε χαμηλή θερμοκρασία** (poaching)
- **Στον ατμό** (steaming)
- **Ζεμάτισμα** (blanching)
- **Κοινό ψήσιμο** (baking)
- **Καβούρντισμα** (roasting)
- **Στη σχάρα** (grilling, broiling)
- **Καψάλισμα** (scorching)
- **Σιγοψήσιμο** (braising)
- **Κάπνισμα** (smoking)
- **Τηγάνισμα** (μαγείρεμα σε λάδι)
- **Νέες τεχνολογίες**
- **Ρηχό τηγάνισμα** (shallow frying)
- **Βαθύ τηγάνισμα** (deep frying)
- **Ασιατικό τηγάνισμα** (wok)
- **Υπέρυθρες** (infrared)
- **Μικροκύματα** (microwaves)
- **Ραδιοκύματα** (radio waves)
- **Ωμική θέρμανση** (ohmic heating)
- **Μαγνητικές εστίες** (induction heating)
- **Υδρόλουτρο** (sous-vide)
- **Gastrovac**
- **Θερμαινόμενο μίξερ** (cook blender)
- **Συσκευή ψύξης και επεξεργασίας** (Pacojet)
- **Μηχανή φιλτραρίσματος** (Clarimax)
- **Βελονισμός** (Fakir cook)

Εικόνα 2β: Επαγγελματίες Σεφ



Πηγή: ιντερνέτ

<http://www.examiner.com/cleveland-restaurant-news-in-columbus>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΕΛΕΣΜΑΤΟΛΟΓΙΟ-ΜΕΝΟΥ

3.1 – ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΜΕΝΟΥ

Η τροφή που σερβίρεται σε ένα εστιατόριο πρέπει να ετοιμάζεται με γούστο και τα υλικά που χρησιμοποιούνται πρέπει να είναι υγιεινά και καλής ποιότητας. Αρκούν μερικές φορές λίγα πράγματα για να κερδίσουμε την εκτίμηση του πελάτη: μερικές μικρές περιποιήσεις, που υπαγορεύονται από την ηλικία των συνδαιτυμόνων, τα γούστα, την εθνικότητα καθώς και το είδος της πελατείας φέρνουν πιο ικανοποιητικά αποτελέσματα και από την πιο δελεαστική διαφήμιση. Ο πελάτης πρέπει να έχει την εντύπωση ότι παίρνει πλήρώνει. Αυτό δεν σημαίνει αναγκαία, ότι τα μενού πρέπει να αποτελούνται από πολλά διαδοχικά πιάτα, διότι δεν πρόκειται για την ποσότητα, αλλά για την ποιότητα και την φινέτσα των φαγητών που σερβίρονται και τη φροντίδα που δίνεται κατά την εκτέλεση του σερβιρίσματος τους. Αυτά ικανοποιούν τους γνώστες.

Η χρήση των μενού δεν είναι πολύ παλιά. Εντούτοις βρίσκουμε σε έγγραφα του XVI αιώνα μερικά συγγράμματα που αναφέρονται σε διάφορους τρόπους σερβιρίσματος των φαγητών, που ακολουθούν μια καθορισμένη σειρά: σούπες, καυτερά, ψάρια, entremets και επιδόρπια. Από μια βαθιά μελέτη πάνω στους δύο τελευταίους αιώνες προκύπτει ότι δεν δόθηκε αρκετή έμφαση στην μελέτη των φυσικών τροφίμων και ακόμη περισσότερο στην σύνθεση των μενού, που υπόσχονται ότι δεν ανταποκρίνονται πάντα στις απαιτήσεις της διατροφής. Πολύ συχνά τα μενού δεν δείχνουν τα φαγητά με το πραγματικό τους όνομα, έτσι ώστε ούτε ο πελάτης ούτε ο σερβιτόρος να είναι πληροφορημένοι, για το τι είναι πολύ δυσάρεστο για τον πελάτη κυρίως. Η σημερινή κουζίνα δικαιούται περισσότερο σεβασμό. Προσδιορίζοντας την αξία του κάθε φυσικού τροφίμου, για να γνωρίσουμε τις ιδιότητες των σύνθετων φαγητών, τους δίνουμε ένα απλό όνομα κατανοητό, που φανερώνει τη φύση τους. Προς αυτόν τον σκοπό πρέπει να τείνουν όλες οι προσπάθειες των επαγγελματιών Maitres και Chefs.

Λαμβάνοντας υπόψη αυτό που προηγείται, πρέπει να αποφύγουμε να καταρτίσουμε έναν κατάλογο φαγητών στην τύχη με τη φαντασία μας, ανάλογα με τα στερεότυπα γούστα ή με καθορισμένες τιμές, αλλά αντιθέτως μια αρμονία στη διαδοχή των φαγητών, αρμονία που θα τηρείται ακόμη περισσότερο, όταν το μενού θα είναι πλούσιο και σημαντικό. Ένα μενού που έχει συνταχθεί καλά, που λαμβάνει υπόψη μια τέλεια διάταξη, δίνει την εντύπωση ότι ο δημιουργός του είναι ένας σοβαρός επαγγελματίας. Για να παρουσιάζονται καλά τα μενού πρέπει να συντάσσονται σε ένα άσπρο χαρτί, σαν επικεφαλίδα τους να βρίσκεται τυπωμένο το όνομα της επιχείρησης και το ουσιαστικό “MENU”. Τα ονόματα των φαγητών πρέπει να βρίσκονται στο κέντρο, επίσης πρέπει να λάβουμε υπόψη τον ακριβή αριθμό των γραμμάτων και τα διαστήματα.

Σε ξενοδοχεία και εστιατόρια που λειτουργούν στην πόλη, τα μενού μπορούν να καταρτίζονται την προηγούμενη μέρα. Αντίθετα, σε εποχιακές επιχειρήσεις ή απλά απομονωμένες από τα κέντρα ανεφοδιασμού, τα μενού πρέπει να προβλέπονται δύο έως τρεις μέρες πριν, για να γίνει δυνατή η έγκαιρη αγορά και μεταφορά των τροφίμων.

3.2 – Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΦΑΓΗΤΩΝ

Το μενού με τη μορφή που το γνωρίζουμε σήμερα έκανε την εμφάνιση του στις αρχές του 19^{ου} αιώνα από φημισμένους μάγειρες σε βασιλικά ανάκτορα. Αξίζει επίσης να σημειώσουμε ότι η λέξη “μενού” έχει δύο σημασίες:

- Τα φαγητά που απαρτίζουν ένα πλήρες γεύμα, απλό ή σύνθετο.
- Η κάρτα (κατάλογος) φαγητών, είτε αναφερόμαστε στα ίδια φαγητά είτε στη μορφή της.

Το μενού συνήθως συντάσσεται με βάσει τις ατομικές μερίδες. Στο έντυπο αυτό είμαστε υποχρεωμένοι κατά τη σύνταξη να δίνουμε όλη μας την προσοχή σε ότι αφορά την σύνθεση καθώς και την παρουσίαση του. Έχουμε την δυνατότητα τα έντυπα των μενού να τα επεξεργαστούμε, να δημιουργήσουμε θαυμάσια, κομψά και καλαίσθητα σχήματα, άλλοτε διακοσμημένα με μονογράμματα, άλλοτε σχεδιασμένα με γκραβούρες και μερικές φορές κεντημένα με μετάξι σε ύφασμα. Φυσικά όλες αυτές οι ανωτέρω διακοσμήσεις και καλλιτεχνικές εμφανίσεις των μενού γίνονται σε ειδικές περιπτώσεις όπως: επέτειοι γάμων, γενεθλίων, εορταστικών γευμάτων, Χριστουγέννων, Πάσχα, κ.α.

Δεν είναι λογικό να γίνονται παρόμοιες εμφανίσεις κάρτας φαγητών σε καθημερινά γεύματα Τάμπλ ντ’ ότ (Table d’ hote) ή σε συμφωνίες τουριστικών γραφείων (allotment), γιατί κοστίζουν ακριβά. Αλλά και στην περίπτωση αυτή πρέπει πάντοτε να αναζητείται η τελειότητα στα μενού και κατά την εμφάνιση και κατά την εκτέλεση.

Είναι πάρα πολύ σημαντικό να γνωρίζουμε να συνθέτουμε ένα μενού. Ζούμε σε μια βιομηχανοποιημένη εποχή. Οι άνθρωποι λόγω συνθηκών δεν τρώνε όπως θέλουν ούτε όταν θέλουν.

Επίσης πρέπει να γνωρίζουμε ότι οι ώρες των γευμάτων καθώς και η σύνθεση των μενού διαφέρουν από χώρα σε χώρα και από εποχή σε εποχή. Είναι λοιπόν, αναγκαίο και πολύ χρήσιμο να γνωρίζουμε τη βασική παράθεση των εδεσμάτων μενού κατά τη λήψη του μεσημεριανού φαγητού (γεύμα-dejeuner), που συνήθως αποτελείται από τρία πιάτα, καθώς και την παράθεση του βραδινού φαγητού (δείπνο-diner) που αποτελείται συνήθως από τέσσερα πιάτα.

Το να δημιουργηθεί, να συνταχθεί και να γραφτεί χωρίς λάθη ορθογραφικά και συντακτικά ένα μενού δεν είναι καθόλου εύκολη υπόθεση και απαιτείται γνώση, ακρίβεια και σχολαστικότητα. Ο κάθε Σεφ ή Μαιτρ ντ’ οτέλ έχει λίγο πολύ τις δικές του ιδέες και απόψεις γύρω από το αντικείμενο. Μια κάρτα φαγητών, που αποτελεί τρόπο και διαφημιστικό φυλλάδιο της κατηγορίας του εστιατορίου, φανερώνει κατά πόσο το εν λόγω εστιατόριο βρίσκεται ή όχι μέσα στη νέα αντίληψη προσφοράς υπηρεσίας στους πελάτες.

Είναι επίσης πολύ σημαντικό να σημειώσουμε την τάση που έχουν την σημερινή εποχή οι άνθρωποι να τρώνε λιγότερο και να προσέχουν την διατροφή τους. Τώρα έχουμε νέες έννοιες στη διατροφή: πάχος, πίεση, τριγλυκερίδια, χοληστερίνη, θερμίδες, σαλάτες, κ.α.

3.3 – ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΚΑΡΤΑΣ ΦΑΓΗΤΩΝ

3.3.1 – Η κάρτα (κατάλογος φαγητών)

Όσον αφορά την κάρτα, η μορφή και η αισθητική της πρέπει να ανταποκρίνονται στο είδος της επιχείρησης. Όσον αφορά την σύνθεση της, πρέπει να αναγράφονται σε αυτή με τη σειρά οι κατηγορίες των φαγητών, σύμφωνα με τη σύνταξη των μενού και τους γαστρονομικούς κανόνες όπως:

1. Ορεκτικά
2. Σούπες
3. Αυγά
4. Ζυμαρικά
5. Ψαρικά
6. Εντράδες-Πιάτα ημέρας
7. Ψητά
8. Της ώρας-Σχάρας
9. Κρύος μπουφές
10. Πατάτες-Λαχανικά
11. Σαλάτες
12. Τυριά
13. Γλυκά
14. Φρούτα

Εικόνα 3α: Menu



Πηγή: ιντερνέτ

<http://www.printxpress.gr/pxp/taxonomy/term/1?page=1>

Η επιλογή των φαγητών που θα συμπεριλαμβάνουμε στην κάρτα καθορίζεται από τις προτιμήσεις της πελατείας μας. Μπορεί όμως και σε αρκετές περιπτώσεις να συμπεριλαμβάνει και μερικές παρασκευές που θεωρούνται κλασσικές ή ακόμη προτάσεις και σπεσιαλιτέ του Σεφ ή τοπικά εδέσματα.

3.3.2 – Το μενού-Le Menu

Η σύνθεση ενός μενού είναι πολύ σημαντικό θέμα. Είναι το πρόγραμμα των φαγητών. Ένα μενού πρέπει να είναι άψογο σε ότι αφορά την σύνθεση, την σύνταξη, την εκτύπωση και την παρουσίαση του. Πρέπει να τύχει της καλύτερης μας φροντίδας.

Από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα, ο αριθμός των πιάτων (φαγητών) που περιλαμβάνονται στη σύνθεση ενός μενού άρχισε να μικραίνει. Από τα πολύ πλούσια μενού της κλασικής περιόδου που αποτελούνταν από 10 και 12 πιάτα, φθάσαμε στις μέρες μας όπου η συνηθέστερη μορφή ενός μενού περιλαμβάνει 3 ή 4 πιάτα. Φυσικά σε ορισμένες συνεστιάσεις (banquets) ή σε menus table d' hote, που διοργανώνονται επ' ευκαιρία επετείων, δεξιώσεων, ρεβεγιόν, κ.α. ο αριθμός των πιάτων στο μενού μπορεί ν' αυξηθεί. Γεγονός είναι πάντως ότι τα μενού μετά το 1950 απλοποιήθηκαν σημαντικά. Ακόμη και σε επίσημες εκδηλώσεις.

Στις μέρες μας έχουν γίνει και ορισμένες αλλαγές στη σύνθεση των εδεσμάτων μενού. Οι περισσότερες αλλαγές στη σύνθεση τους, σε σχέση με αυτές του περασμένου αιώνα, οφείλονται στον τρόπο ζωής.

Κανένας πλέον δεν θέλει να παραμείνει στο τραπέζι πολλές ώρες. Η δραστηριότητα της ζωής έχει περάσει σε γρήγορους ρυθμούς. Η τάση των ανθρώπων είναι πλέον να τρώνε γρήγορα, ελαφρά, να μην παχαίνουν και να αισθάνονται δραστήριοι μετά το γεύμα. Τα μεγάλα κομμάτια κρέατος δεν σερβίρονται πλέον στο μεσημεριανό μενού. Προτιμούν τα φαγητά που παρασκευάζονται γρήγορα, εύκολα και είναι εύπεπτα. Αυτά γίνονται από μικρά κομμάτια κρέατος ψητά ή σχάρας. Τα κοκκινιστά (ραγού) έχουν χάσει λίγο-πολύ την προτίμηση των ανθρώπων. Τώρα προτιμούν ένα γεύμα ελαφρύ, γευστικό, γαρνιρισμένο με πολλά χορταρικά. Τέλος, προτιμούν και τα μενού που περιλαμβάνουν πολλές σαλάτες. Ένα γεύμα που δεν θα κουράσει το στομάχι θα μας δώσει την δυνατότητα να συνεχίσουμε την εργασία μας.

3.3.2.α – Σύνθεση εδεσμάτων για μεσημεριανά γεύματα-Dejeuner

Δεν υπάρχουν ακριβείς κανόνες για το τι θα προσφέρουμε σε ένα μεσημεριανό μενού, αλλά συνήθως αυτό είναι πιο απλό από το βραδινό. Μπορούμε να βάλουμε:

1. **α.** Ορεκτικά κρύα
β. Μια σειρά από παρασκευές αυγών
γ. Ζυμαρικά
δ. Μερικές παρασκευές ψαριού
ε. Σούπα ή ζωμό
2. **α.** Μια παρασκευή κρέατος γαρνιρισμένη
β. Ψητά κρέατα της ώρας ή με σάλτσα
γ. Μια σαλάτα που συνοδεύει τα κρέατα
3. Ποικιλία τυριών
4. Επιδόρπια – γλυκό, παγωτό, κομπόστα ή φρούτα

3.3.2.β – Σύνθεση εδεσμάτων για βραδινά γεύματα, Δείπνο-Diner

Το βραδινό μενού μπορεί να είναι πιο ουσιώδες και πιο πλούσιο από το μεσημεριανό. Παρόλα αυτά είναι λιγότερο πλούσιο από άλλοτε. Αυτό συνήθως περιλαμβάνει:

1. **α.** Κονσομέ-ζωμούς
β. Σούπες
γ. Ορεκτικά πλούσια ή ζεστά
2. **α.** Παρασκευές ψαριών
β. Ελαφριά παρασκευή κρέατος
γ. Παρασκευή κρέατος με σάλτσα
δ. Πιατέλα με μεγάλη ποικιλία χορταρικών
3. **α.** Ψητό κρέας σχάρας ή φούρνου γαρνιρισμένο με χορταρικά
β. Μεγάλα κομμάτια κρέατος
γ. Κρύα πιάτα
δ. Πολλές σαλάτες
4. **α.** Γλυκίσματα
β. Παγωτά σε διάφορους συνδυασμούς-παρφαί
γ. Ποικιλία τυριών με κράκερ
δ. Φρέσκα φρούτα

3.4 – ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΕΝΟΥ

3.4.1 – Όροι κατά τη σύνθεση ενός μενού

Η σύνταξη ενός μενού γίνεται ως επί το πλείστον στη γαλλική γλώσσα, η οποία έχει αναγνωριστεί σε παγκόσμια κλίμακα ως η γλώσσα της διεθνούς μαγειρικής. Όχι μόνο βέβαια σε γαλλόφωνες χώρες, αλλά και σε πολυάριθμες άλλες χώρες, οι chefs της κουζίνας συντάσσουν τα μενού τους με τους διεθνείς γαλλικούς όρους.

Κατά τη σύνθεση ενός μενού πρέπει απαραίτητα να χρησιμοποιούνται οι σωστοί όροι και κανόνες της μαγειρικής τέχνης. Η μαγειρική ορολογία αναγνωρίζεται διεθνώς. Υπάρχουν όροι που χρησιμοποιούνται και αναφέρονται σε όλες τις κουζίνες. Στη δική μας κουζίνα, την ελληνική, έχουμε δεχτεί αρκετούς γαλλικούς όρους, τους οποίους και χρησιμοποιούμε σχεδόν καθημερινά όπως: φρικασέ (fricassee), σαντιγί (Chantilly), κλπ. Αυτούς τους όρους τους αναφέρουμε φυσικά πάντα στα γαλλικά, χρησιμοποιώντας άλλοτε τους ελληνικούς και άλλοτε τους γαλλικούς χαρακτήρες.

Υπάρχουν ορισμένοι όροι που δεν έχουν μετάφραση ούτε έχουν αντιστοιχία στη δική μας γλώσσα. Θα πρέπει ο υπεύθυνος σύνθεσης και σύνταξης του μενού να γνωρίζει, αν όχι όλες τις ορολογίες, τουλάχιστον αρκετές για να μπορεί να συνθέσει με ευχέρεια ένα μενού κατά περίπτωση.

Τέλος, κατά τη σύνθεση ενός μενού μπορούμε φυσικά να γράψουμε τα φαγητά με καθαρά ελληνικούς όρους, ανάλογα βέβαια με το είδος και την παρασκευή τους.

Η σειρά παράθεσης των εδεσμάτων σε ένα μενού είναι:

1. Ορεκτικά κρύα	-Hors d' oeuvre froids
2. Σούπες – Κονσομέ	-Potages - Consommés
3. Ορεκτικά ζεστά	-Hors d' oeuvre chaud
4. Παρασκευές ζυμαρικών	-Farineux
5. Ψάρια	-Poissons
6. Ρελεβέ ή Γκρός-πιες (μεγάλα κομμάτια κρέατος)	-Releve ou grosse pieces
7. Εντράδες	-Entrees
8. Σορμπέ (είδος γρανίτας)	-Sorbet
9. Ψητά – Σχάρας	-Roties - Grilles
10. Κρύα πιάτα	-Assiettes froides
11. Πατάτες – λαχανικά	-Pommes de terre – legumes
12. Σαλάτες	-Salades
13. Γλυκά – Παγωτά (αντρεμέ)	-Entremets (gateaux-glaces)
14. Επιδόρπια	-Desserts

Όπως είναι φυσικό, δεν είναι δυνατόν να προσφέρουμε όλη τη σειρά των παραπάνω εδεσμάτων σε κάθε μενού. Από τη σειρά αυτή των εδεσμάτων, έχει καθιερωθεί να συνθέτουμε ένα μενού Τάμπλ ντ' οτ (Table d' hote) με τρία ή τέσσερα παρασκευάσματα (πιάτα-plats).

3.4.2 – Πρώτες ύλες

Είναι διεθνώς γνωστό το αξίωμα ότι όσο καλύτερα και πιο αγνά υλικά χρησιμοποιούμε στην κουζίνα, τόσο πιο νόστιμα και καλύτερα μενού παρασκευάζουμε. Εξυπακούεται, όμως ότι ο παρασκευαστής Σεφ είναι επαγγελματίας και γνωρίζει καλά τη μαγειρική τέχνη.

Η προμήθεια των πρώτων υλών για την παρασκευή των εδεσμάτων δεν είναι καθόλου εύκολη υπόθεση όπως καταρχήν φαίνεται. Ο υπεύθυνος για την σύνταξη ενός μενού πρέπει να γνωρίζει πολύ καλά την αγορά των πρώτων υλών και πρέπει να συνεργάζεται στενά με τον υπεύθυνο αγορών και τον Σεφ της κουζίνας.

Όταν μιλάμε για πρώτες ύλες στη σύνταξη ενός μενού μιλάμε για όλα τα προϊόντα εκείνα, κρέας, ψάρια, ζυμαρικά, λαχανικά, είδη αλλαντοποιίας κλπ., που πρέπει να παρασκευαστούν κατάλληλα για να δώσουν το φαγητό εκείνο ακριβώς που είναι γραμμένο στο μενού.

Ο υπεύθυνος για την σύνταξη ενός μενού, για να έχει καλύτερα αποτελέσματα, πρέπει να έχει υπόψη του όταν προβαίνει στην αγορά των πρώτων υλών την άριστη ποιότητα, την εποχικότητα, την αποθήκευση στην επιχείρηση καθώς και το χρόνο συντήρησής τους. Όταν λέμε καλύτερα αποτελέσματα εννοούμε τη γεύση του μενού, τη θρεπτική αξία των προσφερόμενων εδεσμάτων, την εμφάνιση και το ποσοστό κέρδους.

Έτσι, μια πετυχημένη εστιατορική επιχείρηση ή κάποια που θέλει να θεωρείται πετυχημένη και σέβεται την πελατεία της, πρέπει να καταβάλει μεγάλες προσπάθειες για τη διατήρηση της καλής ποιότητας των φαγητών της. Χρειάζεται διαρκής επαγρύπνηση ούτως ώστε ο υπεύθυνος των αγορών να συνεργάζεται στενά με τους υπεύθυνους σύνταξης των μενού και με τον Σεφ της κουζίνας, ώστε να επιλέγουν τις πιο κατάλληλες πρώτες ύλες για να παρασκευάζουν καλύτερα το εδεματολόγιο.

Για να γίνεται η προμήθεια των καλύτερων πρώτων υλών που θα μας βοηθήσει στην καλύτερη σύνθεση του εδεματολογίου πρέπει οπωσδήποτε να έχουμε κατάλληλους και σωστούς προμηθευτές. Οι προμηθευτές αυτοί πρέπει να είναι χονδρέμποροι ή παραγωγοί. Ο καλός προμηθευτής για να παραμείνει καλός ή να γίνει καλύτερος πρέπει να πληρώνεται τακτικά και κανονικά. Η τακτική πληρωμή των τιμολογίων των προμηθευτών δημιουργεί όλες τις προϋποθέσεις για σωστή προμήθεια, χωρίς νοθείες. Επιπλέον, αυτό ίσως να επιτύχει μια μικρή έκπτωση που όσο μικρή και αν είναι, αποτελεί μια πηγή κέρδους αρκετά υπολογίσιμη.

3.4.3 – Εποχικότητα

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, για να γίνει μια σωστή παρασκευή εδεσμάτων που αναφέρονται στο μενού πρέπει οι πρώτες ύλες να είναι οι καλύτερες, φρέσκοι και στην εποχή τους.

Η τεχνική πρόοδος τη δυνατότητα με τους καταψύκτες να διατηρούμε τα τρόφιμα όλο το χρόνο. Η διατήρηση ορισμένων υλών για αρκετό διάστημα προϋποθέτει την ύπαρξη ορισμένων άλλων παραγόντων όπως: βαθιά γνώση του χρόνου, τόπου, τρόπου συντήρησης του κάθε είδους και τη διάθεση σημαντικού χρηματικού ποσού για την αγορά τους, τέλος και αρκετές γνώσεις διαιτητικής.

Οι φυτικές τροφές είναι πιο κατάλληλες για τη χρησιμοποίησή τους στην εποχή της ωρίμανσής τους. Τότε είναι πιο γευστικές, άφθονες και κατά συνέπεια πιο φθηνές ώστε να εξασφαλίζουν χαμηλότερο κόστος και, το σπουδαιότερο, εφόσον είναι φρέσκοι και ώριμοι, διατηρούν όλες τις βιταμίνες τους και τα μεταλλικά άλατα.

Από την πλευρά μας, όταν συνθέτουμε ένα μενού, ανάλογα με την εποχή που βρισκόμαστε, θα πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη μας τις πρώτες ύλες, δηλαδή τα κρέατα, τα ψάρια, τα κυνήγια, τα πουλερικά, τα λαχανικά και τα φρούτα.

Έτσι, όταν θα είμαστε στο μήνα Αύγουστο, θα έχουμε μεγαλύτερη ευχέρεια στη σύνθεση ενός μενού, παρά το μήνα Δεκέμβριο, διότι το καλοκαίρι υπάρχουν και ωριμάζουν τα περισσότερα λαχανικά και φρούτα.

Ανάλογα με την εποχή στην οποία βρισκόμαστε μπορούμε να συνθέσουμε ένα σωστό μενού που θα πληροί όλους τους κανόνες διαιτητικής, αισθητικής, υγιεινής και με το χαμηλότερο κόστος αφού θα είναι η εποχή τους. Να διευκρινίσουμε όμως, ότι τώρα είναι δυνατόν να βρούμε και να χρησιμοποιήσουμε σχεδόν όλα τα εμπορεύματα όλες τις εποχές του έτους με εισαγωγές και με σωστή συντήρηση, αλλά δεν θα έχουμε τα οφέλη της εποχής.

3.4.4 – Έρευνα της αγοράς για τις πρώτες ύλες

Κάθε εστιατορική επιχείρηση χρειάζεται καθημερινά μια ποσότητα εμπορευμάτων για την παρασκευή των εδεσμάτων και μενού για τους πελάτες και το προσωπικό τους. Η προμήθεια αυτή των εμπορευμάτων εξαρτάται από τη δυνατότητα της αποθήκευσης τους αφενός και από τη διάρκεια της συντήρησης τους αφετέρου. Ο υπεύθυνος υπάλληλος που έχει οριστεί για τη προμήθεια των τροφίμων πρέπει να έχει αρκετές ικανότητες και πάρα πολλές γνώσεις γύρω από τα τρόφιμα. Πρέπει διαρκώς να είναι ενήμερος για όλα τα προϊόντα που κυκλοφορούν στο εμπόριο. Ακόμη, πρέπει να προσδιορίζει τις ανάγκες της επιχείρησης, να επισκέπτεται την αγορά και να επεξεργάζεται σοβαρά τις προσφορές των προμηθευτών. Έχει παρατηρηθεί όμως, ότι οι περισσότεροι Σεφ της κουζίνας δεν γνωρίζουν τη σχέση «ποιότητα-τιμή» και έχουν τη τάση να χρησιμοποιούν στις παρασκευές τους τα ίδια υλικά που είχαν μάθει χρόνια πριν από πολλά χρόνια.

Απαιτείται λοιπόν μια ειλικρινής συνεργασία μεταξύ του υπεύθυνου αγορών τροφίμων και του Σεφ της κουζίνας. Ο πρώτος, ο οποίος έχει την ευθύνη της έρευνας της αγοράς για να αγοράζει προϊόντα καλής ποιότητας σε χαμηλότερη τιμή και του Σεφ ο οποίος έχει την ευθύνη της παρασκευής με απώτερο σκοπό την ικανοποίηση των πελατών και την εξασφάλιση κερδών για την επιχείρηση.

Έρευνα αγοράς μπορεί να γίνεται τακτικά και απλά, αρκεί αν τηρήσουμε τους κανόνες της πολιτικής αγορών της επιχείρησης. Ο υπεύθυνος προμηθειών τροφίμων ή ο διευθυντής της επιχείρησης και ο Σεφ της κουζίνας πρέπει να πηγαίνουν τακτικά στην αγορά της περιοχής. Η έρευνα αυτή θα δώσει τη δυνατότητα να δουν από κοντά την παραγωγή τροφίμων της περιοχής. Ο Σεφ της κουζίνας γνωρίζει το τι ακριβώς προσφέρεται στην αγορά, θα έχει την δυνατότητα να παρασκευάζει ανάλογα και καλύτερα μενού για μεγαλύτερη ποικιλία.

Ένας σύγχρονος τρόπος έρευνας της αγοράς είναι η παρακολούθηση ανελλιπώς, μέσω του υπεύθυνου αγοράς και προμηθειών, όλων των τοπικών και διεθνών εκθέσεων τροφίμων και ποτών. Ετησίως γίνονται διάφορες εκθέσεις τροφίμων σε αρκετές πόλεις της Ευρώπης, σε διεθνή βάση, όπως γίνονται σε ορισμένες πόλεις της Ελλάδας. Εκεί μπορούμε να δούμε από κοντά όλες τις νέες μορφές τροφίμων. Υπάρχουν χιλιάδες νέα προϊόντα με νέες γεύσεις και συσκευασίες. Πολλά από αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την σύνθεση και την παρασκευή πολλών μενού στην επιχείρησή μας.

Επίσης, συνιστάται η συνδρομή μας σε μηνιαία περιοδικά που έχουν σχέση με προμήθειες τροφίμων. Αυτά θα μας δώσουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουμε από κοντά τις νέες τάσεις της εποχής καθώς και τα νέα προϊόντα.

Τέλος, μέσω του Εμπορικού Επιμελητηρίου μπορούμε να γράψουμε στους ανάλογους προμηθευτές που μας ενδιαφέρουν ή σε μεγάλους εισαγωγείς να μας στείλουν προσφορές τροφίμων συνοδευόμενες από δείγματα και τιμοκαταλόγους. Οι εισαγωγείς είναι σε θέση να μας προμηθεύουν μεγάλες ποσότητες τροφίμων σε χαμηλές τιμές.

Με τις παραπάνω μεθόδους είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε τη δυνατότητα προμηθειών μας σε τρόφιμα και κατά συνέπεια τη δυνατότητα της σύνθεσης μενού που θα ικανοποιούν τις απαιτήσεις της πελατείας της επιχείρησής μας, προσφέροντας τους τα καλύτερα και πιο ορεκτικά φαγητά σε σχετικά χαμηλές τιμές.

Αφού λάβουμε υπόψη μας τα προηγούμενα, για να επιτύχουμε την επιθυμητή ποιότητα σε χαμηλότερη τιμή, ο υπεύθυνος προμηθειών θα αγοράσει όσες ποσότητες χρειάζεται και έχει τη δυνατότητα, κατευθείαν από τους παραγωγούς ή τους χονδρέμπορους. Όταν υπογράψουμε συμβόλαιο μαζί τους για συνεχή τροφοδότηση της επιχείρησής, τότε θα πετύχουμε καλύτερες τιμές και ευνοϊκότερους όρους πληρωμής. Αυτό δίνει επίσης τη δυνατότητα γρήγορης μεταφοράς των εμπορευμάτων και, το σπουδαιότερο, τα εμπορεύματα αποθηκεύονται στις αποθήκες του προμηθευτή αντί της επιχείρησής μας.

Δεν πρέπει επίσης να παραλείψουμε τους ντόπιους μικρούς προμηθευτές (η εξαίρεση του κανόνα), διότι αυτοί μας βγάζουν από τη δύσκολη θέση αρκετές φορές.

Δέκα χρυσοί κανόνες αγοράς τροφίμων

1. Να αναζητούμε συνεχώς την επιθυμητή ποιότητα στη μικρότερη τιμή.
2. Να διαθέτουμε περισσότερους από έναν προμηθευτή ανά είδος.
3. Να προβλέπουμε τις αγορές σε σχέση με το εμπόριο.
4. Να παραγγέλνουμε τα εμπορεύματα εγκαίρως.
5. Να συγκεντρώνουμε τις παραγγελίες.
6. Να φροντίζουμε οι παραγγελίες να γίνονται συγκεντρωμένες.
7. Να έχουμε ορισμένες ώρες για την επίσκεψη των αντιπροσώπων.
8. Να αποφεύγουμε τα μεγάλα αποθέματα.
9. Να μην διστάζουμε να αλλάξουμε προμηθευτή εάν αυτό είναι αναγκαίο.
10. Να μην ανεχόμαστε να δέχεται προμήθεια ή δώρα ο υπεύθυνος αγορών μας από τον προμηθευτή.

Εικόνα 3β: Μοριακή Γαστρονομία



Πηγή: ιντερνέτ

<http://www.sigmalive.com/city/plus/food/72248>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 – ΤΥΠΟΙ ΓΕΥΜΑΤΩΝ-ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΜΕΝΟΥ

4.1 – ΤΥΠΟΙ ΓΕΥΜΑΤΩΝ

Πριν αρχίσουμε να συνθέτουμε ένα μενού και να μάθουμε τους κανόνες σύνταξης του, καλό είναι να δούμε πρώτα τα διάφορα είδη και τύπους γευμάτων.

1. ΤΟ ΠΡΟΓΕΥΜΑ – PETIT DEJEUNER

Το πρωινό ρόφημα, απλό συνηθισμένο (ευρωπαϊκό) ή σύνθετο και εμπλουτισμένο (αμερικάνικο), σερβίρεται συνήθως τις πρωινές ώρες.

2. ΤΟ ΚΟΛΑΤΣΙΟ – LE SNACK

Μεταξύ 10:00 και 12:00 το πρωί παίρνουμε κάτι πρόχειρο και γρήγορο σε κάποιο διάλειμμα της εργασίας μας όπως: σάντουιτς, τοστ, τυρόπιτα, κ.α.

3. ΜΕΣΗΜΒΡΙΝΟ ΓΕΥΜΑ – DEJEUNER

Είναι το πρώτο κανονικό φαγητό της ημέρας και περιλαμβάνει εδέσματα σε ελαφρές συνήθως παρασκευές και μενού αποτελούμενα από τρία πιάτα.

4. ΤΟ ΒΡΑΔΙΝΟ ΦΑΓΗΤΟ – DINER

Είναι το βασικότερο φαγητό της ημέρας. Το βράδυ καθόμαστε περισσότερη ώρα στο τραπέζι απ' ό τι το μεσημέρι. Το βραδινό μενού περιλαμβάνει συνήθως τέσσερα πιάτα.

5. ΤΟ ΓΡΗΓΟΡΟ ΓΕΥΜΑ – DEJEUNER RAPIDE

Είναι ένα γεύμα για βιαστικούς πελάτες. Περιλαμβάνει συνήθως ψητά σχάρας με γαρνιτούρες πατάτες και λαχανικά. Μπορεί να σερβιριστεί όλες τις ώρες.

6. ΤΟ ΣΟΥΠΕ – SOUPER

Αυτό το είδος το συναντάμε τόσο στο εξωτερικό όσο και στην πατρίδα μας. Στην κεντρική και βόρεια Ευρώπη τα εστιατόρια κλείνουν νωρίς και σερβίρουν στους πελάτες ειδικά φαγητά αργά το βράδυ.

7. ΤΑ ΕΠΙΣΗΜΑ ΓΕΥΜΑΤΑ – MENUS GALA

Στην περίπτωση αυτή, ανάλογα με την εκδήλωση, σερβίρουμε πλούσια μενού σε εορταστική ατμόσφαιρα και σε όμορφα διακοσμημένες αίθουσες.

8. Ο ΚΡΥΟΣ ΜΠΟΥΦΕΣ – BUFFET FROID

Είναι η παράθεση πλούσια και ωραία διακοσμημένων πιατελών με κρύες παρασκευές φαγητών, εκτεθειμένων σε ειδικούς πάγκους-τραπέζια.

9. ΓΕΥΜΑ ΧΟΡΤΟΦΑΓΩΝ – REPAS VEGETARIENS

Αυτά τα φαγητά δεν περιλαμβάνουν καθόλου κρέας ή γάλα. Προσφέρονται ειδικά σε ορισμένους πελάτες που δεν τρώνε, για διάφορους λόγους, καθόλου κρέας. Μερικά δε αυστηρώς “εστιατόρια χορτοφαγίας” δεν σερβίρουν τίποτε το ζωικό.

10. ΓΕΥΜΑΤΑ ΔΙΑΙΤΗΣ – REPAS DE REGIMES

Αυτά τα γεύματα είναι παρασκευασμένα με ειδική συνταγή για μια ορισμένη πελατεία που υποφέρει από κάποια πάθηση. Μόνο εξειδικευμένοι μάγειροι-διαιτολόγοι μπορούν να συνθέσουν φαγητά αυστηρής διαίτας. Σερβίρονται σε ειδικά εστιατόρια.

4.2 – ΓΕΝΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΜΕΝΟΥ

Πριν αναλύσουμε παρακάτω όλους τους όρους που θα μας επιτρέψουν ύστερα από την εκμάθησή τους να συνθέσουμε άνετα ένα σωστό μενού, καλό είναι να δούμε τους βασικούς γενικούς κανόνες και να λάβουμε υπόψη μας ορισμένα στοιχεία.

Από τα στοιχεία αυτά θα εξαρτηθεί και θα κριθεί η επιτυχία της σύνθεσης των διαφόρων εδεσμάτων μενού έτσι ώστε αυτά να γίνουν άψογα από απόψεως αισθητικής, γεύσεως και διαιτητικής.

Οι κανόνες είναι πολλοί αλλά μπορούμε να αναφερθούμε συγκεντρωτικά στους πιο γενικούς παρακάτω:

1. Το μενού πρέπει να συνδυάζει εξ ίσου τη σωστή διατροφή με τη γεύση.
2. Τα σερβιριζόμενα εδέσματα πρέπει να είναι εναρμονισμένα με το είδος του μενού, η δε εκτέλεση του να είναι άψογη.
3. Οι επαναλήψεις των ιδίων φαγητών και των ιδίων τρόπων παρασκευής πρέπει να αποφεύγονται.
4. Το μενού πρέπει να είναι ανάλογο με την κατηγορία και το είδος της επιχείρησης.
5. Στη σύνταξη ενός μενού πρέπει αν συνεργάζονται στενά ο Σεφ της κουζίνας, ο Μαιτρ και ο υπεύθυνος σύνταξης του, εάν υπάρχει άλλος υπάλληλος που το συντάσσει εκτός των προηγούμενων δύο.
6. Να μην ξεφεύγουμε από τον προϋπολογισμένο κόστος, όταν έχουμε προκαθορισμένη τιμή πώλησης, όπως στην περίπτωση των allotment.
7. Να μην επαναλαμβάνουμε (σερβίρουμε) για δεύτερη φορά το ίδιο φαγητό στο ίδιο μενού.
8. Να μην προσφέρουμε την ίδια γαρνιτούρα σε παρασκευές φαγητών στο ίδιο μενού εκτός ορισμένων εξαιρέσεων.
9. Οι γαρνιτούρες που συνοδεύουν τα κυρίως πιάτα τοποθετούνται κατά σειρά:
 - α. Τα ψάρια όταν σερβίρονται ζεστά και σαν πρώτο πιάτο συνοδεύονται από:
 - Σάλτσα
 - Πατάτες (βραστές, ατμού)
 - Ρύζι ή βραστά λαχανικά
 - β. Η παρασκευή κρέατος στο κυρίως πιάτο συνοδεύεται από:
 - Μια σάλτσα, αν είναι απαραίτητη
 - Πατάτες ή ζυμαρικά
 - Λαχανικά
 - Σαλάτες
10. Πριν συντάξουμε ένα μενού θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας το φύλο και την εθνικότητα των πελατών.
11. Να αρχίζουμε πάντοτε από τις ελαφρές παρασκευές και ζωμούς. Στη συνέχεια να προχωρούμε στις πιο βαριές.
12. Τα γλυκίσματα τα σερβίρουμε πάντοτε στο τέλος του μενού. Ένα φαγητό πολύ πλούσιο σε υδατάνθρακες σερβιρισμένο στην αρχή θα μας προξενήσει το αίσθημα του κορεσμού. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να μην φάμε ευχάριστα και με όρεξη το κυρίως πιάτο.
13. Να μην επαναλαμβάνουμε το ίδιο μενού ή ακόμα παραπλήσιο, εάν είναι δυνατόν, την ίδια εβδομάδα.

14. Να μην επαναλαμβάνεται το ίδιο χρώμα σάλτσας στις παρασκευές. Εν πάση περιπτώσει, πρέπει να έχουμε ποικιλία χρωμάτων στα διάφορα σερβιριζόμενα πιάτα.
15. Να προσαρμόζουμε το συντασσόμενο μενού ανάλογα με την εποχή. Για γαρνιτούρα, εάν είναι δυνατόν, να χρησιμοποιούμε φρέσκα λαχανικά της εποχής. Το καλοκαίρι να συνθέτουμε ελαφρές παρασκευές και το χειμώνα πιο δυνατές.
16. Να μην κάνουμε ορθογραφικά και συντακτικά λάθη. Εάν είναι δυνατόν να χρησιμοποιούμε τη γλώσσα της γαστρονομίας.
17. Να είμαστε έτοιμοι να γράψουμε δίπλα στο μενού και το σύνολο των θερμίδων που περιλαμβάνει.
18. Να υπάρχει μεγάλη ποικιλία σαλατών, που θα συνοδεύουν το κυρίως πιάτο. Οι σαλάτες να είναι από φρέσκα λαχανικά και το χρώμα της να είναι σε αρμονία με την παρασκευή που συνοδεύει.
19. Το μενού κατά τη γραφή και την παρουσίαση να είναι καλαίσθητο.
20. Το κρασί όταν συμπεριλαμβάνεται στο μενού πρέπει να είναι προσεκτικά διαλεγμένο και ανάλογο με το προσφερόμενο φαγητό.

Πρέπει να τονιστεί ότι στη σύνθεση ενός μενού πρέπει να λαμβάνονται υπόψη δύο πράγματα:

- Η παρουσίαση και η σύνταξη
- Η εδεσματολογική σύνθεση

Τα δύο αυτά στοιχεία είναι απαραίτητα για την πραγματοποίηση ενός σωστού μενού. Όσο σωστά από απόψεως ορθογραφίας και συντακτικού κι αν είναι γραμμένο, θα θεωρηθεί αποτυχημένο όταν στη σύνθεση των εδεσμάτων έχουν γίνει βασικά λάθη υγιεινής και διαιτητικής. Για παράδειγμα, αν αρχίσουμε από κοκκινιστό κρέας για πρώτο πιάτο και στη συνέχεια σερβίρουμε τη σούπα ή ακόμη να συνθέσουμε σωστά τα εδέσματα, αλλά να έχουμε κάνει τρομερά συντακτικά λάθη που όποιος τα διαβάσει ή θα χαμογελάσει ή δεν θα καταλάβει το περιεχόμενο.

4.3 – ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΕΝΟΥ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΕΠΟΧΕΣ

Στη σύνθεση ενός μενού πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη η εποχή του έτους. Αυτό είναι βασικότατο, διότι όταν χρησιμοποιούμε φρούτα, λαχανικά, ψάρια, κλπ. στην εποχή τους, εκτός του ότι το μενού γίνεται περισσότερο εύγευστο, είναι πιο υγιεινό και μας εξασφαλίζει μικρότερο κόστος.

Η επιτυχία δεν είναι μόνο να συνθέσουμε τα εδέσματα βάσει της εποχής. Πρέπει πρώτα να ερευνήσουμε και να αγοράσουμε από την αγορά τα φρέσκα και νοπιά προϊόντα για να τα παρασκευάσουμε. Είναι δυνατόν, τώρα, με τη χρήση των θερμοκηπίων και των αποθηκών-ψυγείων να βρίσκουμε φρούτα και λαχανικά όλο σχεδόν το χρόνο. Οφείλουμε λοιπόν, πρώτα να γνωρίζουμε τι προϊόντα έχει αυτή την εποχή η αγορά και έπειτα να συνθέτουμε το μενού. Όταν λάβουμε αυτά υπόψη μας, σε συνδυασμό με τους κανόνες σύνθεσης μενού, θα είμαστε σίγουροι ότι η επιτυχία μας είναι δεδομένη.

Οι εδεσματολογικοί κανόνες μας επιβάλλουν να λαμβάνουμε υπόψη μας και το μεταβολισμό του ανθρώπινου οργανισμού. Επίσης η διαιτητική ιατρική μας λέει ότι άλλη ποσότητα φαγητού χρειάζεται ο ανθρώπινος οργανισμός το καλοκαίρι και άλλη το χειμώνα.

Το καλοκαίρι, λόγω υπερβολικής ζέστης πρέπει να συνθέτουμε μενού ελαφριά και ως προς τον τρόπο παρασκευής καθώς και ως προς την ποσότητα των θερμίδων. Την εποχή του καλοκαιριού τα φαγητά πρέπει να είναι παρασκευασμένα από ελαφρά αλατισμένα λαχανικά και φρούτα. Προτιμούνται κυρίως σαλάτες και κρύα πιάτα διότι πρέπει να κάνουμε χρήση περισσότερων πρωτεϊνών και λευκωμάτων απ' ότι λίπη. Φαγητά με βαριές σάλτσες αποφεύγονται. Το χειμώνα, αντιθέτως, που κάνει κρύο ο οργανισμός θέλει πολλές θερμίδες για να κάνει τις καύσεις του που είναι αυξημένες. Τότε χρειάζεται ένα μενού με τρία πιάτα τουλάχιστον, με περισσότερες θερμίδες και περισσότερους υδατάνθρακες.

4.3.1- Σύνθεση εορταστικών μενού (Menus Gala)

Για να συνθέσουμε ένα επίσημο, εορταστικό μενού, πρέπει να λάβουμε υπόψη μας πολλούς παράγοντες, όπως:

- Το είδος της εκδήλωσης (επέτειος, γενέθλια, γάμος, δεξίωση, κ.α.)
- Τον αριθμό των ατόμων που θα λάβουν μέρος
- Το επάγγελμα και το είδος των πελατών
- Το φύλο και την ηλικία
- Την τιμή του εορταστικού αυτού μενού
- Τον τρόπο σερβιρίσματος για να καθοριστεί ο αριθμός του προσωπικού

Η οργάνωση ενός τέτοιου μενού απαιτεί μεγάλη εμπειρία. Η αίθουσα πρέπει να διακοσμηθεί κατάλληλα, ανάλογα με την εκδήλωση. Πρέπει να γίνει σωστή τοποθέτηση των τραπεζιών για τη διευκόλυνση του σέρβις. Ακόμη, πρέπει να καθοριστεί και το είδος του σερβιρίσματος, ανάλογα με το μενού και τέλος, να καθοριστεί ο χώρος της ορχήστρας, αν υπάρχει, και πίστα χορού.

Η σύνθεση των εδεσμάτων ποικίλλει. Είναι ανάλογη με την εκδήλωση και έχει απεριόριστη σύνθεση εδεσμάτων. Πρέπει και εδώ να τηρήσουμε ευλαβικά τις βασικές αρχές σύνθεσης του μενού. Η σειρά των εδεσμάτων θα είναι τέτοια που θα μας επιτρέπει να είμαστε μέσα στα πλαίσια της διαιτητικής και της απόλυτης σειράς σύνθεσης.

Επειδή το μενού είναι μεγάλο με πολλά πιάτα, αρχίζουμε με τις πιο ελαφρές παρασκευές που ανοίγουν την όρεξη. Στη συνέχεια σερβίρουμε τα κρέατα και αργότερα προς το τέλος τα λεπτά (φίνα) φαγητά.

Εικόνα 4α: Gala Winning Tabletops 2010



Πηγή: ιντερνέτ

<http://specialevents.com/photogallery/ten-years-Gala-Award-winning-dining-table-designs/index3.html>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 – ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

5.1 – ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

Σε όποια γλώσσα και να γραφεί το μενού θα πρέπει από την άποψη της παρουσίασης να τηρούνται ορισμένοι τύποι. Η κάρτα, το χαρτί που θα γραφεί το μενού, πρέπει να έχει διαλεχτεί πολύ προσεκτικά και με πολύ γούστο ώστε να εκφράζει την κατηγορία και την οργάνωση της επιχείρησης μας. Το σχήμα της κάρτας μπορεί να ποικίλλει. Μπορεί να είναι ένα απλό ορθογώνιο χαρτί, λευκό ή άλλου χρώματος, ή ακόμη να είναι ένα χοντρό χαρτί πολυτελείας διακοσμημένο με διάφορα σχέδια.

Όταν η κάρτα είναι διπλή, τότε στην εξωτερική άνω πλευρά θα φέρει τον τίτλο της επιχείρησης ή το όνομα του εστιατορίου ή ενδεχομένως κάποιο μονόγραμμα. Στην εσωτερική αριστερή πλευρά θα τυπωθεί η σύνθεση του μενού, ενώ στη δεξιά πλευρά μπορούμε να γράψουμε τα αντίστοιχα κρασιά που εμείς προτείνουμε ή έχουμε εκ των προτέρων διαλέξει. Στην κάρτα του μενού μπορούμε να δώσουμε διάφορα σχήματα, εάν αυτή είναι η πολιτική πωλήσεων της εταιρείας μας. Η γραφή που χρησιμοποιούμε είναι η κανονική με μικρά γράμματα, εκτός από ορισμένες περιπτώσεις συνεστιάσεων που για έμφαση αλλάζουμε το στυλ της γραφής και γράφουμε με κεφαλαία ή καλλιτεχνικά γράμματα.

Εν πάση περιπτώσει, ότι σχήμα ή μέγεθος κι αν έχει η κάρτα που θα γράφει το μενού, θα πρέπει απαραίτητως να έχει:

- Στην κορυφή αριστερά ή στο κέντρο επάνω τη φίρμα μας.
- Στη συνέχεια την ημερομηνία σερβιρίσματος του μενού.
Την ημερομηνία την γράφουμε με το όνομα της ημέρας, ημέρα (αριθμό), μήνα με το όνομα του και το χρόνο (αριθμό).
- Όταν γράφουμε το μενού στα γαλλικά, τότε ο μήνας γράφεται με μικρό γράμμα, αντίθετα με τα ελληνικά που γράφουμε με κεφαλαίο.
- Στην ημερομηνία δεν κάνουμε συντμήσεις ούτε βάζουμε παύλες και τελείες.
- Το είδος του μενού που προσφέρουμε. Πιο κάτω και στο κέντρο της κάρτας γράφουμε το είδος του μενού, δηλαδή αν είναι μεσημεριανό, βραδινό.
- Γράφουμε αναλυτικά παρακάτω τα προσφερόμενα φαγητά. Γράφουμε τα εδέσματα αφήνοντας μεγάλα διαστήματα μεταξύ των δύο σέρβις. Τα φαγητά, όμως, που σερβίρονται σε ένα σέρβις, τα γράφουμε μαζί, μαζεμένα, δηλαδή χωρίς να αφήνουμε διάστημα.
- Η σαλάτα δεν αποτελεί ξεχωριστό πιάτο όταν συνοδεύει το κρέας και γράφονται μαζί. Όταν όμως σερβίρεται στην αρχή του μενού τότε αποτελεί χωριστό πιάτο και γράφεται χωριστά. Γράφουμε τα προσφερόμενα εδέσματα με απόλυτη συμμετρία. Γράφουμε επίσης από τι αποτελείται το κουβέρ.
- Τέλος, επιτρέπεται η εγγραφή και η υπόδειξη ενός ή δυο κρασιών που ταιριάζουν με τα αναφερόμενα στο μενού εδέσματα. Υπάρχουν μερικές περιπτώσεις όπου η ημερομηνία ή η φίρμα της επιχείρησης αναφέρονται στο τέλος του εντύπου μενού.

5.2 – ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΕΝΟΥ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΕΔΕΣΜΑΤΟΛΟΓΙΚΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ

Κατά τον ορισμό, μενού είναι η σειρά των εδεσμάτων που απαρτίζουν ένα γεύμα ή δείπνο. Όπως έχουμε είδη αναφέρει, η αρμονία στη σειρά παράθεσης των εδεσμάτων συντείνει, εκτός από τη σωστή και υγιεινή διατροφή, στη μεγαλύτερη απόλαυση και ικανοποίηση των πελατών.

Η σύνθεση των μενού απαιτεί απ' αυτόν που τα συντάσσει ορισμένες απαραίτητες γνώσεις, όπως:

1. Να γνωρίζει καλή ορθογραφία και συντακτικό.
2. Να γνωρίζει τους μαγειρικούς κανόνες και τους γαστρονομικούς όρους.
3. Να είναι σε θέση να διαλέξει τον αριθμό των πιάτων που αρμόζει για την κάθε περίπτωση.
4. Να έχει αρκετές γνώσεις ψυχολογίας πελατών.
5. Να είναι σε θέση να κοστολογεί αμέσως και σωστά τα φαγητά και κατά συνέπεια τα μενού.

Παίρνοντας ως δεδομένο τις παραπάνω απαραίτητες γνώσεις του υπευθύνου σύνθεσης των μενού, για την εξασφαλισμένη επιτυχία τους είναι απαραίτητο να λαμβάνονται υπόψη και τα παρακάτω:

- Ο υπεύθυνος της σύνθεσης των μενού πρέπει να συνεργάζεται στενά με το Σεφ της κουζίνας και το Μαιτρ του εστιατορίου, εκτός αν είναι ένας απ' αυτούς που το συντάσσει.
- Το γένος των πελατών. Αν είναι όλοι άνδρες ή γυναίκες ή και τα δύο μαζί.
- Η ηλικία των πελατών.
- Η εθνικότητα (χώρα προέλευσης).
- Η κοινωνική τους κατάσταση (κυρίως το επάγγελμα τους).
- Οι επιθυμίες των πελατών, φυσικά όταν αυτές είναι μέσα στα πλαίσια των δυνατοτήτων να πραγματοποιηθούν.
- Η εποχή και οι κλιματολογικές συνθήκες.
- Το ποσό που θα διαθέσουμε για την αγορά των πρώτων υλών για την πραγματοποίηση του μενού, με άλλα λόγια ποιο θα είναι το κόστος του.
- Τον αριθμό των ατόμων που θα πάρουν το μενού όταν πρόκειται για Banquet ή Table d' hote.
- Τις εγκαταστάσεις της κουζίνας μας με τις τεχνικές δυνατότητες παραγωγής καθώς, επίσης και τις εγκαταστάσεις του εστιατορίου.
- Τις δυνατότητες του σέρβις, δηλαδή τι περιθώριο από απόψεως τραπεζοκόμησης υπάρχει για να καθοριστεί η σύνθεση του καθώς και ο τρόπος σερβιρίσματος.
- Ο χρόνος που οι πελάτες θέλουν να διαθέσουν στην αίθουσα του εστιατορίου. Απ' αυτόν θα εξαρτηθεί και το είδος του μενού.

5.3 – ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΛΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Η καλή εξυπηρέτηση δεν περιλαμβάνει μόνο το άψογο σερβίρισμα, αλλά και κάτι άλλο πιο ουσιαστικό. Αυτό που με δυο λέξεις μπορούμε να ονομάσουμε «καλή ατμόσφαιρα».

Την καλή αυτή ατμόσφαιρα, εκτός από την ωραία διακόσμηση, τα φωτιστικά, τα έπιπλα, κλπ. δημιουργεί αλλά και διατηρεί το προσωπικό του μαγαζιού με την καλή του εμφάνιση όσο και με τους καλούς του τρόπους. Το αφιλόξενο προσωπικό και η άσχημη εξυπηρέτηση είναι οι κυριότεροι συντελεστές δυσφήμισης, άρα και της αποτυχίας των επιχειρήσεων. Γενικότερα, όσοι εργάζονται στους χώρους εστίασης πρέπει να έχουν υπόψη τους το ακόλουθο αξίωμα: *Όλοι οι άνθρωποι δεν μπορούν να δημιουργήσουν το δικό τους περιβάλλον. Μπορούν όμως να το επιλέξουν.*

Βασικό στοιχείο καλής εξυπηρέτησης του πελάτη είναι η πρώτη εντύπωση που παρουσιάζει το προσωπικό και έχει άμεση σχέση με την καλή ατμόσφαιρα. Αυτή η εντύπωση έχει σχέση με το ντύσιμο-εμφάνιση όσο και με τους καλούς τρόπους του προσωπικού.

5.3.1 – Ντύσιμο – Εμφάνιση

Σε κάθε εργαζόμενο στους χώρους εστίασης δεν πρέπει να διαφεύγει ότι:

- Τα ρούχα του ή η στολή του πρέπει να είναι σιδερωμένη και στα μέτρα του σώματος.
- Το πουκάμισο πρέπει να είναι καθαρό και καλά σιδερωμένο.
- Η γραβάτα να έχει καλό κόμπο και να είναι ίσια.
- Το παπιγιόν (αν απαιτείται) να είναι μαύρο.
- Το καθημερινό ξύρισμα (για τους άνδρες) είναι απαραίτητο.
- Τα παπούτσια να είναι πάντα γυαλισμένα και με δεμένα κορδόνια.

Επιπλέον, συντελούν ώστε ο εργαζόμενος να έχει καλή διάθεση τα καθαρά εσώρουχα, οι καθαρές κάλτσες και τα άνετα μαλακά παπούτσια.

Συνιστάται κάθε εργαζόμενος να έχει και ένα δεύτερο ζευγάρι κάλτσες και παπούτσια, ώστε, όταν αισθάνεται κούραση στα πόδια του, να αλλάζει ότι φορά με καθαρά. Το αίσθημα ευφορίας που νιώθει συντελεί στην αποδοτική εργασία.

Οι εργαζόμενοι πρέπει να έχουν υπόψη τους ότι ποτέ δεν καπνίζουν ή πίνουν σε ώρες εργασίας και ότι αποφεύγονται τα φαγητά με δυνατές μυρωδιές (σκόρδο). Δε συνιστάται επίσης οι εργαζόμενοι να φορούν κοσμήματα, όπως σκουλαρίκια, δαχτυλίδια με πέτρες κ.α.

Εικόνα 5α: Άσχημη εξυπηρέτηση (cartoon)



"I'm afraid we don't allow smoking in here Sir.
We consider it to be unhygienic."

Πηγή: ιντερνέτ

http://www.cartoonstock.com/directory/n/non-smoking_restaurants.asp

5.3.2 – Καλοί τρόποι

Η καλή εξυπηρέτηση ξαίνεται από τον τρόπο που το προσωπικό απευθύνεται στους πελάτες. Για να πετύχει η λεγόμενη **πρώτη εντύπωση** στον πελάτη, σημασία μεγάλη έχει ο τρόπος με τον οποίο ο πελάτης θα λάβει τον χαιρετισμό από το προσωπικό ως και ο τρόπος που θα οδηγηθεί στο τραπέζι.

Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο από το προσωπικό πρέπει ο εργαζόμενος να έχει ικανότητα σε θέματα συναναστροφής. Κυρίως δεν πρέπει να του διαφεύγει ότι πολλοί αισθάνονται αμηχανία όταν μπαίνουν στο χώρο και κυρίως την πρώτη φορά. Ο φιλικός χαιρετισμός και το χαμόγελο συντελούν στη δημιουργία ζεστής ατμόσφαιρας.

Τεχνικά, αυτό εύκολα επιτυγχάνεται. Ο υπεύθυνος υπάλληλος πρέπει να κοιτάζει τον πελάτη μέσα στα μάτια και να του απευθύνει τον κατάλληλο χαιρετισμό προσφωνώντας τον «κύριο» ή «κυρία».

Στο σημείο αυτό πρέπει να δοθεί στον πελάτη η ευκαιρία να μιλήσει. Συνήθως όσοι γνωρίζουν λένε: “Κράτηση στο όνομα του κ.” ή “Τραπέζι για δύο άτομα”. Ο υπάλληλος τότε απαντά: “Πόσα άτομα είστε;” ή “Μάλιστα κύριε ή κυρία”. Κατά τη διάρκεια αυτού του σύντομου χαιρετισμού, πρέπει ο υπάλληλος να είναι απερίσπαστος από ελέγχους καταλόγων, γρανίματα ή κάτι άλλο σχετικό και να στέκεται όρθιος μπροστά στον πελάτη και ποτέ ακουμπισμένος. Εάν είναι ανάγκη, πρέπει να βοηθήσει τον πελάτη να βγάλει το πανωφόρι του κλπ.

Αφού όλα τακτοποιηθούν, με μια ευγενική χειρονομία προσκαλεί ο υπάλληλος τον πελάτη να τον ακολουθήσει και συνοδεύει τον πελάτη ή τους πελάτες στο τραπέζι ρίχνοντας, αν χρειαστεί, ένα βλέμμα στο βιβλίο των κρατήσεων, για να σημειωθεί ότι ο πελάτης ή η συντροφιά αφίχθηκε.

Όταν υπάρχει κράτηση για μεγάλη ομάδα ατόμων, πρέπει ο υπάλληλος να ελέγχει τον αριθμό των αφιχθέντων, καθώς πρέπει να συμφωνεί με τον αριθμό που αναφέρει η κράτηση. Αν διαπιστωθεί ότι ο αριθμός των προσώπων είναι διαφορετικός, τότε ίσως ένα άλλο τραπέζι να είναι πιο κατάλληλο.

Γενικά ο υπάλληλος πρέπει να εκτελεί άριστα όλα τα καθήκοντα πριν καλέσει τον πελάτη για να τον ακολουθήσει. Σημειώνεται ότι ποτέ δεν πρέπει να εγκαταληφθεί ο πελάτης στην αίθουσα χωρίς συνοδεία. Από το σημείο αυτό, αρχίζει η άλλη διαδικασία. Αυτό που ονομάζεται **διαδικασία πώλησης**.

Ο τραπεζοκόμος ουσιαστικά πρέπει να χαρακτηριστεί ως προσωπικό πωλήσεων. Είναι δε ιδιαίτερης σημασίας το προσωπικό πωλήσεων να είναι κατάλληλοι πωλητές. Το κακό είναι πως πολλοί υπεύθυνοι δε μεταδίδουν στο προσωπικό τους τις απαραίτητες πληροφορίες, ώστε να μπορούν να πραγματοποιούν τις ανάλογες πωλήσεις.

Οι πωλήσεις στο μπαρ και την τραπεζαρία δεν πρέπει να γίνονται με τρόπο πιεστικό, αλλά να βασίζονται στην προσωπική κατανόηση προς τον πελάτη. Άλλωστε ο πελάτης έχει πάρει την απόφαση να υποστηρίξει το μαγαζί. Από το σημείο αυτό, έργο του πωλητή είναι να υποβάλλει τις κατάλληλες εισηγήσεις, ώστε να βοηθηθεί ο πελάτης να παραγγείλει, αυξάνοντας φυσικά την κατανάλωση.

Είναι εύκολο να εξηγηθεί στο προσωπικό, και κυρίως σε εκείνο που αμοίβεται με ποσοστά, ότι με τις σωστές πωλήσεις, που βασίζονται και σε σωστές εισηγήσεις, βάζει περισσότερα χρήματα στην τσέπη του. Επιπλέον ο πελάτης μπορεί να ερμηνεύσει μια διακριτική πώληση ως ειδική περιποίηση που πιθανόν θα έχει συνέχεια, που σημαίνει επανάληψη των επισκέψεων στο κατάστημα.

Συνοψίζοντας, πρέπει οι τραπεζοκόμοι, για να επιτύχουν υψηλές πωλήσεις, να έχουν υπόψη τους τα εξής:

- Να γνωρίζουν τα συστατικά της κάθε παρασκευής.
- Να γνωρίζουν τη μέθοδο με την οποία γίνεται η παρασκευή, ώστε να δοθούν υπεύθυνες πληροφορίες όταν ερωτηθούν.
- Να γνωρίζουν το χρόνο παρασκευής των διαφόρων παρασκευασμάτων.
- Να γνωρίζουν λεπτομερώς τα είδη που υποχρεωτικά συνοδεύουν αυτά που πωλούν.
- Να είναι εξοικειωμένοι με την ορολογία των παρασκευασμάτων.
- Να γνωρίζουν το σωστό σερβίρισμα για όλα τα προσφερόμενα είδη.
- Να γνωρίζουν πότε πρέπει να προσφέρουν το επόμενο πιάτο ή ποτό.
- Να γνωρίζουν την τεχνική της σωστής παράθεσης κρασιών.

Ο τραπεζοκόμος μπορεί να προωθήσει τις πωλήσεις ποτών με ένα Σέρι ως ορεκτικό, εάν ο πελάτης αρνηθεί ένα κοκτέιλ. Αυτό είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικό κατά την ώρα του μεσημβρινού φαγητού, γιατί το Σέρι δεν θεωρείται σκληρό ποτό. Επίσης, όταν ο πελάτης απορρίπτει ένα λικέρ, ο τραπεζοκόμος μπορεί να προσφέρει ένα γλυκό Σέρι ή άλλο επιδόρπιο κρασί.

Ο τραπεζοκόμος δείχνει τους καλούς του τρόπους όταν, παίρνοντας την παραγγελία, αρχίζει πάντα από το νεότερο πρόσωπο και αφήνει τελευταίο το μεγαλύτερο. Εάν τα πρόσωπα είναι δυο (άντρας και γυναίκα), πρώτα παίρνει την παραγγελία της γυναίκας. Τα πιάτα σερβίρονται με την ίδια σειρά που πήρε την παραγγελία, και από τη δεξιά πλευρά των πελατών.

Μετά την εκτέλεση της παραγγελίας, ο τραπεζοκόμος ή ο μπάρμαν παρακολουθούν διακριτικά τους πελάτες, προσπαθώντας να προλάβουν ότι τους ζητηθεί, αποφεύγοντας πάντως να παρακολουθούν τη συζήτηση τους.

5.3.3 – Η είσπραξη του λογαριασμού

Η τελευταία φάση είναι η είσπραξη, που γίνεται όταν το ζητήσει ο πελάτης. Η αξία της παραγγελίας αναγράφεται στον ειδικό κατάλογο που εκδίδει ο ταμίας που χειρίζεται την ταμειακή μηχανή. Ο λογαριασμός αυτός παραδίδεται πάντα σε ένα πιατάκι. Όταν ο τραπεζοκόμος πληρωθεί από τον πελάτη, τοποθετεί τα χρήματα στο πιατάκι και το παραδίδει στον ταμιά για την εξόφληση. Τα ρέστα επιστρέφονται μέσα στο πιατάκι. Συνοψίζοντας, ο τραπεζοκόμος πρέπει:

- Να τοποθετεί το λογαριασμό ανάποδα στο πιάτο.
- Να παρουσιάζει το λογαριασμό σε αυτόν που το ζήτησε από δεξιά.
- Εάν δεν γνωρίζει ποιος θα πληρώσει, να αφήνει το λογαριασμό στη μέση του τραπεζιού.
- Μόλις ο πελάτης βάλει χρήματα ή την κάρτα του στο πιατάκι, ο λογαριασμός παραδίδεται στο ταμείο.
- Εάν είναι μετρητοίς, δίνονται τα ρέστα πάντα σωστά.
- Εάν είναι με πιστωτική κάρτα, δίνεται πίσω ο λογαριασμός μαζί με ένα στυλό για υπογραφή.
- Δεν ξεχνά να ευχαριστήσει τον πελάτη και να βεβαιωθεί ότι ο πελάτης έχει υπογράψει και έχει πάρει το αντίγραφο και την κάρτα του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 – ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΔΕΣΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΝΕΑΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

6.1 – ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΑΣΥΡΜΑΤΗΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑΣ

Η ασύρματη παραγγελιοληψία δημιουργήθηκε ειδικά για τις επιχειρήσεις που γνωρίζουν ότι η προηγμένη τεχνολογία αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημά τους και τους εξασφαλίζει το απαραίτητο προβάδισμα για την επιτυχημένη εξέλιξή τους.

Είναι μία πολυχρηστική εφαρμογή που δημιουργήθηκε ειδικά για να καλύψει τις ανάγκες της αγοράς και να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να χειρίζονται με αποτελεσματικότητα σημαντικά τμήματά τους. Παράλληλα, διαθέτει ενσωματωμένες Εφαρμογές Οικονομικών και Διαχείρισης Προσωπικού, η ανάπτυξη των οποίων ενσωματώνει αξιόλογες μεθόδους επιχειρηματικής ανάλυσης, εκπαίδευση εργαζομένων και νέες μεθόδους εργασίας όσον αφορά στους πελάτες.

Το λογισμικό **ασύρματης παραγγελιοληψίας** επόμενης γενιάς για την **διαχείριση χώρων εστίασης** συνδυάζει την απλότητα χρήσης και την ταχύτητα εκτέλεσης σε ένα ευέλικτο περιβάλλον εργασίας κατάλληλο για όλους τους τύπους επιχειρήσεων. Από **εστιατόρια** και **καφέ** μέχρι **fast food** και **delivery**, αποτελεί την ιδανική λύση για αποτελεσματικό έλεγχο, ταχύτητα και αξιοπιστία σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας του καταστήματος.

6.1.1 – Προσωπικός Ψηφιακός Βοηθός (PDA)

Η ασύρματη παραγγελιοληψία γίνεται με τη χρήση των PDA. Ο “*Προσωπικός ψηφιακός βοηθός*” είναι μια φορητή συσκευή που λειτουργεί ως διαχειριστής προσωπικής πληροφορίας.

Το “*PDA*” είναι μια φορητή συσκευή που συνδυάζει την πληροφορική, το τηλέφωνο, το φαξ, το ιντερνέτ και όλα τα χαρακτηριστικά της δικτύωσης. Ένα τυπικό PDA μπορεί να λειτουργήσει ως ένα κινητό τηλέφωνο, να αποστείλει φαξ, να περιηγηθεί στο δίκτυο και να εκτελέσει τις λειτουργίες του προσωπικού οργανωτή. Σε αντίθεση με τους φορητούς υπολογιστές τα περισσότερα PDA λειτουργούν με βάση ένα στυλό για να δημιουργήσουν μια γραφίδα αντί του πληκτρολογίου. Αυτό σημαίνει ότι ενσωματώνονται επίσης τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της αναγνώρισης χειρογράφου. Τα PDA που κυκλοφορούν σήμερα στην αγορά διατίθενται με στυλό και με πληκτρολόγιο.

Τα PDA αποκαλούνται επίσης “*palmtops*”, “*υπολογιστές χειρός*” και “*υπολογιστές τσέπης*”.

Υιοθετούν όλες τις νέες τεχνολογίες για την κάλυψη των αναγκών της αγοράς, όπως την προώθηση των προϊόντων αλλά και την προσφορά υπηρεσιών μέσω Internet (e-Commerce, e-Business κλπ.), καθώς και την ανάγκη βέλτιστης διαχείρισης των πόρων μίας επιχείρησης.

Η ανάγκη για αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση των προβλημάτων, με τη μέθοδο των σεναρίων, στο δίκτυο διανομής ή στα κέντρα πώλησης, καθώς και στη διαδικασία προώθησης στους τελικούς αποδέκτες τόσο των προϊόντων όσο και των υπηρεσιών με τη χρήση πληροφοριακών συστημάτων, έχει σκοπό την παροχή ποιοτικών λύσεων στους ανθρώπους. Μπορεί να καλύψει τόσο τις οριζόντιες όσο και τις κάθετες ανάγκες μηχανοργάνωσης και πληροφόρησης κάθε μεσαίας και μεγάλης επιχείρησης.

6.1.2 – Ιστορική αναδρομή

Η “*Apple Computer*” ήταν η πρώτη εταιρία που παρουσίασε ένα PDA το 1993, το οποίο είχε την ονομασία “*Newton Message Pad*”. Αργότερα, μερικοί ακόμα κατασκευαστές παρουσίασαν στην αγορά ορισμένες παρόμοιες εκδοχές.

Ο όρος “*PDA*” χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά στις 7 Ιανουαρίου 1992 από την Apple Computer Ceo, από τον John Sculley, στη παρουσίαση Ηλεκτρονικών Ειδών Ευρείας Κατανάλωσης στο Λας Βέγκας της Νεβάδας, που αναφέρθηκε στο “*Apple Newton*”. Το 1996, Η Nokia παρουσίασε το πρώτο κινητό τηλέφωνο PDA με πλήρη λειτουργικότητα, το “*9000 Communicator*”, το οποίο ανήλθε πρώτο στις παγκόσμιες πωλήσεις.

Το “*Communicator*” γέννησε μια καινούργια κατηγορία στην κινητή τηλεφωνία: τα “*smartphone*”. Σήμερα η συντριπτική πλειοψηφία των PDA συγκαταλέγεται στα *smartphone*. Πάνω από 150 εκατομμύρια smartphones πωλούνται κάθε χρόνο, ενώ αυτά που δεν διαθέτουν τηλεφωνική λειτουργία ανέρχονται στα 3 εκατομμύρια σε πωλήσεις. Οι πιο διάσημες κατηγορίες είναι η HTC, τα Apple, τα Palm, τα Nokia N-Series και τα RIM Blackberry.

6.2 – ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

6.2.1 – Γενικές δυνατότητες

Τα σύγχρονα PDA παρέχουν την δυνατότητα:

- Σύνδεση στο ιντερνέτ
- Ηλεκτρονική οπτική απεικόνιση για περιήγηση στο ιντερνέτ
- Αναπαραγωγή ήχου και πολυμέσων
- Χρησιμοποίηση ως κινητό τηλέφωνο
- Λειτουργία προσωπικού οργανωτή

Επίσης, πολλά μοντέλα έχουν την δυνατότητα σύνδεσης με intranet ή extranet μέσω Wi-Fi ή μέσω Ασύρματων Δικτύων Ευρείας Περιοχής.

6.2.2 – Τυπικά χαρακτηριστικά

- Οθόνη Αφής (για την εισαγωγή δεδομένων)
- Υποδοχή Κάρτας Μνήμης (για αποθήκευση δεδομένων)
- Υπέρυθρες Ακτίνες
- Bluetooth ή Wi-Fi

Ωστόσο, ορισμένα μπορεί να μην διαθέτουν οθόνη αφής, αλλά πλήκτρα, ή πληκτρολόγιο κατεύθυνσης καθώς και ένα αριθμητικό πληκτρολόγιο ή πληκτρολόγιο αντίχειρα. Πέρα από τις λειτουργίες και το λογισμικό της συσκευής, περιλαμβάνει επίσης και τα ακόλουθα βασικά χαρακτηριστικά:

- Ημερολόγιο
- Λίστα Υπενθυμίσεων
- Βιβλίο διευθύνσεων για τις επαφές
- Υπόμνημα

Οι συσκευές που έχουν ασύρματη μετάδοση δεδομένων περιλαμβάνουν επίσης, πέρα από τα βασικά χαρακτηριστικά, και:

- Υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Αλληλογραφίας (e-mail)
- Περιήγηση στο δίκτυο

6.2.2.α – Οθόνη Αφής

Πολλά από τα πρωτότυπα PDA, όπως το *Apple Newton* και το *Palm Pilot*, είχαν ως κύριο χαρακτηριστικό την οθόνη αφής που εξυπηρετούσε τον χρήστη στην επιλογή μερικών κουμπιών για την συντόμευση στην πρόσβαση των χρησιμοποιούμενων προγραμμάτων. Η οθόνη αφής των PDA και των συσκευών Windows Mobile, διαθέτουν μια κινητή γραφίδα που διευκολύνει στην πραγματοποίηση των επιλογών. Ο χρήστης αγγίζοντας την οθόνη μπορεί να επιλέξει τα κουμπιά, να δώσει εντολές, να μετακινηθεί και να κάνει επιλογές σύροντας το δάχτυλο του ή το “στυλό” της συσκευής.

Μέθοδοι Εισαγωγής Κειμένου:

- **Εικονικό Πληκτρολόγιο**, όπου το πληκτρολόγιο εμφανίζεται στην οθόνη αφής και το κείμενο εισάγεται πατώντας το πληκτρολόγιο της οθόνης με το δάχτυλο ή τη γραφίδα.
- **Εξωτερικό Πληκτρολόγιο**, συνδέεται μέσω USB, Υπέρυθρες ή Bluetooth.
- **Αναγνώριση Γραφικού Χαρακτήρα**, οι λέξεις και τα γράμματα είναι γραμμένα στη οθόνη αφής και το PDA μετατρέπει την είσοδο σε κείμενο.

Παρά τα αυστηρά έργα έρευνας και ανάπτυξης οι έμπειροι χρήστες έχουν μεικτές απόψεις σχετικά με τα συστήματα χειρόγραφης ανάπτυξης. Τα PDA με οθόνες αφής και πλήρη πληκτρολόγια προορίζονται για επαγγελματική χρήση καθώς διευκολύνουν την εισαγωγή δεδομένων και την πλοήγηση.

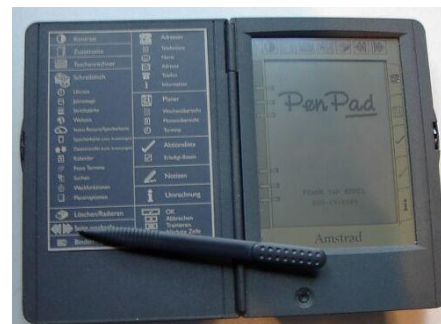
6.2.2.β – Κάρτα Μνήμης

Μολονότι, τα αρχικά PDA δεν είχαν υποδοχή για κάρτα μνήμης, σήμερα τα περισσότερα διαθέτουν είτε μια μορφή υποδοχής Secure Digital (SD), είτε μια υποδοχή για Compact Flash. Αρχικά σχεδιάστηκαν καθαρά για αποθήκευση μνήμης, οι κάρτες Secure Digital εισόδου/εξόδου (SDIO) και οι Compact Flash είναι διαθέσιμες και για αξεσουάρ όπως το Wi-Fi και οι ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές.

Εικόνα 6α : Pocket Computer



Εικόνα 6β : Palmtop



Πηγή: ιντερνέτ

6.2.2.γ – Ενσύρματη συνδεσιμότητα

Ενώ τα αρχικά PDA συνδέονταν με τον προσωπικό υπολογιστή του χρήστη μέσω σειριακών θυρών ή μέσω κάποιας άλλης ιδιόκτητης σύνδεσης, τα περισσότερα σήμερα συνδέονται μέσω ενός καλωδίου USB. Το USB απαιτεί μια μηχανή για να λειτουργήσει ως “οικοδεσπότης” κάτι που δεν είναι μια τυπική λειτουργία των PDA. Ορισμένες παλαιότερες συσκευές είχαν την ικανότητα να συνδεθούν στο ιντερνέτ έμμεσα με τη βοήθεια ενός εξωτερικού μόντεμ που συνδεόταν μέσω μιας σειριακής θύρας του PDA ή ενός συνδέσμου συγχρονισμού, ή άμεσα χρησιμοποιώντας μια κάρτα επέκτασης που εφοδίαζε μια θύρα Ethernet.

6.2.2.δ – Ασύρματη συνδεσιμότητα

Τα πιο εξελιγμένα PDA διαθέτουν *Bluetooth*, ένα δημοφιλές πρωτόκολλο ασύρματης συνδεσιμότητας για φορητές συσκευές. Τα *Bluetooth* μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να συνδέσουν πληκτρολόγια, ακουστικά, δέκτες GPS, και άλλα παρόμοια αξεσουάρ. Έχει επίσης την δυνατότητα να μεταφέρει αρχεία μεταξύ ορισμένων PDA που διαθέτουν *Bluetooth*.

Όλα τα *smartphone* και ορισμένα από τα καινούργια PDA όπως το Apple iPod touch, μπορούν να συνδεθούν σε ασύρματα δίκτυα ευρείας περιοχής, όπως αυτά που παρέχονται από δίκτυα τηλεπικοινωνιών.

Τα παλαιότερα μοντέλα PDA παρείχαν μια θύρα υπέρυθρων που επέτρεπε σύντομη ασύρματη επικοινωνία. Ελάχιστα είναι τα μοντέλα που χρησιμοποιούν αυτήν την τεχνολογία καθώς οι υπέρυθρες έχουν αντικατασταθεί από τα *Bluetooth*. Ορισμένοι εκτυπωτές διαθέτουν είσοδο για υπέρυθρες και μπορούν να δεχτούν δεδομένα από PDA μέσω αυτών για εκτύπωση.

6.2.3 – Συγχρονισμός

Τα περισσότερα PDA μπορούν να συγχρονίσουν τα δεδομένα τους με εφαρμογές ενός προσωπικού υπολογιστή του χρήστη. Αυτό επιτρέπει στον χρήστη να ενημερώνει τις επαφές του, το πρόγραμμα ή οποιαδήποτε άλλη πληροφορία στον υπολογιστή του, χρησιμοποιώντας λογισμικό όπως το Microsoft Outlook ή το ACT, και να έχει τα ίδια δεδομένα μεταφερόμενα στο PDA και αντίθετως.

Ο συγχρονισμός αποτρέπει την απώλεια πληροφοριών που έχουν αποθηκευτεί στη συσκευή σε περίπτωση που χαθεί, κλαπεί ή καταστραφεί.

6.2.4 – Ανθεκτικές συσκευές PDA

Καθώς η κινητή τεχνολογία γίνεται όλο και πιο κοινή, χρησιμοποιείται περισσότερο ως εργαλείο μάθησης. Ορισμένες επιχειρήσεις και κρατικοί οργανισμοί βασίζονται στα ανθεκτικά PDA γνωστά και ως *Enterprise Digital Assistants (EDAs)*, (*επιχειρηματικοί ψηφιακοί βοηθοί*), για τις εφαρμογές των δεδομένων του κινητού.

Τα EDA συνήθως έχουν επιπλέον χαρακτηριστικά στη συλλογή δεδομένων, όπως αναγνώστη barcode, ανάγνωση ραδιοφωνικής συχνότητας, αναγνώστη μαγνητικής ταινίας καρτών κα.

6.2.4.α – Τυπικές εφαρμογές

- Διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας
- Παράδοση πακέτων
- Λογιστική διαδρομή
- Τήρηση αρχείων στην ιατρική περίθαλψη των νοσοκομείων
- Υποστήριξη και διαχείριση εγκαταστάσεων
- Επιβολή παρκινγκ
- Πρόσβαση στον έλεγχο και την ασφάλεια
- Τήρηση ενεργητικού κεφαλαίου
- Ενδείξεις μετρητή από επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας
- Ασύρματες εφαρμογές στο σέρβις των εστιατορίων και χώρων φιλοξενίας

6.2.4.β – Εφαρμογές συσκευών στους χώρους εστίασης

- Διαχείριση Παραγγελιών από Εστιατόρια, Delivery, Takeaway
- Διαχείριση Ασύρματων Τερματικών
- Διαχείριση Εκτυπωτών Κουζίνας
- Διαχείριση Ταμειακών Μηχανών
- Διαχείριση Αποθήκης
- Διαχείριση Υποκαταστημάτων
- Κρατήσεις Τραπεζιών
- Διαχείριση Στατιστικών Εκτυπώσεων
- Κοστολόγηση Μερίδας
- Παρακολούθηση Προσωπικού
- Αυτόματη ενημέρωση κουζίνας

6.2.4.γ – Οφέλη της επιχείρησης

- Μείωση κόστους προσωπικού: οι διαδικασίες εντός και σε όλο το εύρος της επιχείρησης είναι πλέον κοινές
- Μείωση κόστους αποθεμάτων λόγω βελτίωσης της αποδοτικότητας των επιχειρησιακών διαδικασιών
- Μείωση κόστους προμηθευτών
- Μείωση χρόνου κλεισίματος οικονομικών κύκλων
- Βελτίωση διαχείρισης ρευστών διαθεσίμων
- Αυτοματοποίηση διαδικασιών
- Ανασχεδιασμός διαδικασιών
- Τυποποίηση και ομογενοποίηση των πληροφοριακών συστημάτων και υποδομών
- Ευελιξία και πληρότητα πληροφοριακής υποδομής της επιχείρησης
- Βελτίωση στην πρόσβαση, στη χρήση και στο συνδυασμό πληροφοριών
- Βελτίωση της ανταπόκρισης προς τους πελάτες
- Βελτίωση των επιδόσεων στην εφοδιαστική αλυσίδα
- Εύκολη επέκταση της επιχείρησης σε προϊόντα/υπηρεσίες/διαδικασίες
- Εύκολη υποστήριξη νέων συνεργασιών/εξαγορών/συγχωνεύσεων

6.2.5 – Υποσυστήματα

1. Οικονομική διαχείριση:

- Γενική Λογιστική
- Αναλυτική Λογιστική
- Λογιστική Κέντρων Κόστους
- Λογιστικό Σχέδιο Αναφοράς (αφορά σε πολυεθνικές),

2. Εμπορική Διαχείριση:

- Διαχείριση Αποθηκών
- Διαχείριση Πελατών
- Διαχείριση σχέσεων Πελατών CRM
- Διαχείριση Εμπορικής Πολιτικής
- Διαχείριση Προσφορών-Παραγγελιών
- Διαχείριση Πωλήσεων
- Διαχείριση Υπηρεσιών
- Διαχείριση Προμηθευτών
- Διαχείριση Αγορών
- Διαχείριση Πληρωμών
- Κοστολόγηση Εισαγωγών
- Διαχείριση Προϋπολογισμού–Budget
- Διαχείριση Ταμειακού Προϋπολογισμού – Cash Flow
- Διαχείριση Παγίων
- M.I.S. Reporting

3. Παρακολούθηση Παραγωγής:

- Πίνακες Υλικών – Συνταγολόγια (Bill of Materials–BOM)
- Έλεγχος Αποθεμάτων
- Διαχείριση Παρτίδων και Σειριακών Αριθμών
- Διαχείριση Φάσεων Παραγωγής
- Κοστολόγηση Παραγωγής

4. Παρακολούθηση Μισθοδοσίας:

- Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού
- Διαχείριση Μισθολογίου
- Διαχείριση Μισθοδοσίας
- Διαχείριση Παρουσίας Προσωπικού

5. Management Information System:

Το M.I.S. Reporting αποτελεί ένα εργαλείο δημιουργίας καταστάσεων με ενσωματωμένο OLAP (Sales Analyzer). Το συγκεκριμένο υποσύστημα δίνει τη δυνατότητα στο χειριστή να δημιουργεί τις προσωπικές αναφορές του (reports) σύμφωνα με τα ιδιαίτερα στοιχεία που αντλεί από τη βάση δεδομένων, οι οποίες τον βοηθούν στην καθημερινή ροή εργασίας. Το εργαλείο αυτό έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει όλα τα πεδία της βάσης ως κριτήρια επιλογής, να ορίσει νέους αθροιστές και γενικά να σχεδιάσει και να αντλήσει οποιασδήποτε μορφής πληροφορίες ζητηθούν. Η βοήθεια που προσφέρει το M.I.S. είναι απεριόριστη, σε βαθμό που να εξυπηρετεί τις ανάγκες του απλού χειριστή αλλά και να αντεπεξέρχεται αποτελεσματικά στις απαιτητικές και πολύπλοκες ανάγκες πληροφόρησης της διοίκησης.

6.3 – ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ

Ο πληρέστερος ορισμός για τον όρο της καινοτομίας δίνεται από τον Chris Freeman:

"η βιομηχανική καινοτομία περιλαμβάνει τις δραστηριότητες τεχνικού σχεδιασμού, παραγωγής, διοίκησης και εμπορίας που σχετίζονται με την εισαγωγή ενός νέου (ή βελτιωμένου) προϊόντος ή με την πρώτη εμπορική εφαρμογή μιας νέας (ή βελτιωμένης) διαδικασίας ή εξοπλισμού" (C. Freeman, 1982, The Economics of Industrial Innovation, 2nd ed, Pinter)

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει δώσει ιδιαίτερη σημασία στην ανάπτυξη της καινοτομίας στην Ευρωπαϊκή οικονομία. Το 1990 εξέδωσε την Πράσινη Βίβλο για την Καινοτομία, όπου ορίζεται η καινοτομία ως: *"η επιτυχής δημιουργία, αφομοίωση και εκμετάλλευση, κάτι καινούργιου, σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο"* Με άλλα λόγια, η καινοτομία μπορεί να ορισθεί και ως η αξιοποίηση της τεχνολογίας με σκοπό την ικανοποίηση της χρήσης (της ζήτησης) ή για την επίλυση ενός προβλήματος, το οποίο δεν είναι απαραίτητο να έχει γίνει αντιληπτό εκ των προτέρων.

6.3.1 – Διαφορετικές μορφές καινοτομίας

Μέχρι πρόσφατα η καινοτομία αντιμετωπιζόταν ως το μέσο της μετατροπής των αποτελεσμάτων έρευνας σε εμπορικώς επιτυχημένα προϊόντα και υπηρεσίες. Σήμερα, ενώ η έρευνα εξακολουθεί να παίζει καίριο ρόλο ως μέγιστος συμβαλλόμενος στην καινοτομία, νέες μορφές καινοτομίας έχουν αναδυθεί. Αυτές περιλαμβάνουν την προσέγγιση των συστημάτων στην ολοκλήρωση των νέων τεχνολογιών και διαδικασιών από διαφορετικά πεδία, νέα επιχειρηματικά μοντέλα και τρόπους επιχειρηματικότητας καθώς και νέους τρόπους προσέγγισης και εξυπηρέτησης των πελατών.

Η καινοτομία μπορεί να έχει διαφορετικά:

- **εστίαση:** τεχνολογία, οργανισμός ή εξωτερικές σχέσεις.
- **είδη:** προσauxανόμενα ή ριζικά.
- **πηγές:** μεταφορά της τεχνολογίας ή ανάπτυξη νέων επιχειρησιακών μοντέλων/ εννοιών.

6.3.2 – Η καινοτομία ως μηχανή οικονομικής ανάπτυξης

Η ταχύτητα και αποτελεσματικότητα της διάχυσης της καινοτομίας μέσω της οικονομίας είναι βασική για την παραγωγικότητα και οικονομική ανάπτυξη. Μπορεί να φωτογραφηθεί ως διαδικασία καταρράκτης. Μέσω των δυνάμεων του ανταγωνισμού και απομίμησης, η αρχική καινοτομία αναπτύσσεται και βελτιώνεται έτσι ώστε η επίδραση στην οικονομία είναι πολλές φορές μεγαλύτερη από αυτή που προκλήθηκε από την πρώτη εφαρμογή της καινοτομίας. Οι ηγέτες της ανάπτυξης τεχνολογίας δεν είναι απαραίτητα ηγέτες στην υιοθέτηση τεχνολογίας. Η πιο σημαντική οικονομική συνεισφορά δεν προέρχεται απαραίτητα από αυτόν που την υιοθέτησε πρώτος αλλά από αυτόν που την ακολούθησε γρήγορα ο οποίος υιοθετεί το καινοτομικό σχέδιο που συλλαμβάνει τη διεθνή αγορά. Όπως ο Jack Welch της General Electric το θέτει: "Η διαχειριστική υπόθεση σήμερα είναι ότι κάποιος, κάπου έχει μια καλύτερη ιδέα και η διαχειριστική παρόρμηση είναι να ανακαλύψουμε ποιος έχει την καλύτερη ιδέα, να την μάθουμε και να την κάνουμε πράξη –γρήγορα."

Σε γρήγορα κινούμενους τομείς, είναι οι νέες επιχειρήσεις με ενδεχόμενο ανάπτυξης που είναι συχνά οι πιο καινοτομικές, πιέζοντας τις καθιερωμένες επιχειρήσεις να ανταποκριθούν στην αλλαγή με το να γίνονται οι ίδιες περισσότερο καινοτομικές. Ενθαρρύνοντας την αναγκαιότητα νέων εταιριών είναι μια δυνατή ώθηση για καινοτομία σε πολλούς τομείς.

6.3.3 - Καινοτομία ενάντια στη δημιουργικότητα

- **Δημιουργικότητα** –βρίσκοντας νέες ιδέες.
- **Καινοτομία** –πραγματοποιώντας τις νέες ιδέες.

Η καινοτομία συμβάλλει στη:

- Βελτίωση προϊόντων και υπηρεσιών.
- Διατήρηση των υπαρχόντων και έλκυση νέων πελατών.
- Εύρεση νέων τρόπων για την επίλυση προβλημάτων.
- Εξοικονόμηση χρημάτων.
- Βελτίωση εργασίας.
- Η εργασία γίνεται ευκολότερη, γρηγορότερη και πιο διασκεδαστική.
- Αύξηση της προώθησης.
- Επιτυχία θεαματικών αποτελεσμάτων.

Μορφές και πηγές καινοτομίας

- Η καινοτομία μπορεί να είναι προσαυξανόμενη ή ριζική.
- Η καινοτομία μπορεί να προκύπτει από μεταφορά τεχνολογίας ή μέσω της ανάπτυξης νέων επιχειρηματικών μοντέλων και αντιλήψεων.
- Η καινοτομία μπορεί να είναι τεχνολογική, οργανωτική ή παρουσιαστική.

Ποικίλες διαδρομές καινοτομίας

Ο νεωτερισμός που είναι βασικός στην καινοτομία μπορεί να προκύψει από πολλούς τρόπους:

- ❖ **Ανακάλυψη.** Η εκμετάλλευση της ανακάλυψης προκύπτει από τα εργαστήρια έρευνας ή από ξεχωριστούς εφευρέτες.
- ❖ **Υιοθέτηση.** Παίρνουμε την ιδέα από άλλους επιχειρηματικούς τομείς και την υιοθετούμε για χρήση στις δικές μας διαδικασίες παραγωγής ή αγοράς.
- ❖ **Καινοτομία αξίας.** Παρουσιάζοντας μια ριζική αλλαγή που θα διαβλεφθεί από τους πελάτες σαν προσφορά καλύτερης ή περισσότερης αξίας.
- ❖ **Νέα επιχειρησιακά μοντέλα.** Εισαγωγή μίας πλήρως νέας προσέγγισης στην επιχείρηση με τον αντικειμενικό στόχο δημιουργίας νέου χώρου αγοράς ή αυξανόμενη κερδοσκοπία της υπάρχουσας αγοράς.

6.3.4 –Η σημασία της καινοτομίας

Η τεχνολογική εξέλιξη και οι παράλληλες αλλαγές στο κοινωνικό και οικονομικό γίνεσθαι συντελούνται μέσω της υλοποίησης καινοτομιών. Η ικανότητα μιας κοινωνίας να καινοτομεί αποτελεί, σε ένα βαθμό, μηχανισμό ανανέωσης και εξέλιξης. Η καινοτομία αφορά κάθε πλευρά της οικονομικής ή παραγωγικής διαδικασίας.

Στο επίπεδο της επιχείρησης ή του οργανισμού η καινοτομία συντελείται κύρια είτε με την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών είτε με την αλλαγή-αναδιάρθρωση των διαδικασιών παραγωγής-λειτουργίας.

Συνολικά η συνεχής καινοτομική προσπάθεια για νέα προϊόντα-υπηρεσίες ή νέες παραγωγικές διαδικασίες δημιουργούν ένα **ανταγωνιστικό πλεονέκτημα** σε τρεις κρίσιμες περιοχές:

- **Στην αξιοποίηση των πόρων:** ανάπτυξη δραστηριοτήτων Έρευνας και Ανάπτυξης, εφαρμογή νέας τεχνολογίας, παραγωγικότητα πωλήσεων, παραγωγής κλπ., νέες παραγωγικές επενδύσεις και επέκταση σε νέες αγορές ή της πελατειακής βάσης.

- **Στην ανάπτυξη και ανανέωση του οργανισμού:** επενδύσεις και μεγέθυνση, ευκαιρίες επαγγελματικής ανέλιξης για το ανθρώπινο δυναμικό, νέες προσλήψεις και αισιοδοξία, υψηλό φρόνημα και ηθικό.

- **Στην επιχειρηματική επιτυχία:** φήμη και προσέλκυση νέων πελατών, εικόνα δυναμικής επιχείρησης, προϊόντα διακριτά από του ανταγωνισμού, συνεχής ανάπτυξη και δυσχέρεια για των ανταγωνισμό να ακολουθήσει.

Συνεπώς, η συνεχής καινοτομία αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο της επιχειρηματικής επιτυχίας και συνεπώς της οικονομικής ανάπτυξης.

Η καινοτομία δεν είναι συνώνυμη της επιτυχίας. Είναι συχνή η παρεξήγηση ότι καινοτομία είναι η επιτυχής εισαγωγή ενός προϊόντος στην αγορά ή μιας τεχνολογίας στην παραγωγή. Η παρανόηση αυτή ίσως εντείνεται από το γεγονός ότι, για εποπτικούς λόγους ή λόγους προβολής, τα περισσότερα παραδείγματα στην έρευνα και τη διδασκαλία αντλούνται από επιτυχημένες περιπτώσεις. Εντούτοις, οι περιπτώσεις αποτυχίας είναι δυνατό να προσφέρουν εξίσου χρήσιμα συμπεράσματα, ιδωμένες με τα κατάλληλα αναλυτικά εργαλεία ή σε σύγκριση με αντίστοιχες επιτυχίες. Άρα σημαντική είναι η καινοτομική ικανότητα, δηλαδή η ικανότητα εισαγωγής του νέου στην επιχείρηση, τον οργανισμό, την οικονομία ή την κοινωνία.

6.3.5 – Πώς η καινοτομία δίνει ώθηση στην επιχείρηση

Σε αγορές που «διψάνε» για καθετί καινούργιο, η καινοτομία δεν αποτελεί πια μόνο προστιθέμενη αξία, αλλά συνιστά το ζητούμενο για κάθε σύγχρονη επιχείρηση. Πρωτοπορία και δημιουργικότητα βρίσκονται στις προτεραιότητες κάθε επιχειρηματικής αναζήτησης και στον πυρήνα του σύγχρονου management. Σε μια εποχή που οι αγορές εμφανίζουν μεγάλη προσφορά και περιορισμένη ζήτηση, οι προϋποθέσεις για την επικράτηση του καλύτερου μοιάζουν να επαναπροσδιορίζονται συνεχώς.

Η ανάγκη για εξέλιξη, αλλαγή, πρωτοπορία μοιάζει σήμερα περισσότερο ουσιαστική από ποτέ. Η καινοτομία αποτελεί πια μόνιμη αναζήτηση μέσα στην επιχείρηση και προς αυτή την κατεύθυνση εναποτίθενται όλες οι ελπίδες για διάκριση. Οι νέες ιδέες αποτελούν τη βάση κάθε στρατηγικού σχεδιασμού και την πεμπτουσία του καλού manager.

Η επιχείρηση που θα ξεχωρίσει πρέπει να δίνει συνέχεια κάτι καινούργιο, να προλαβαίνει τις ανάγκες της αγοράς, να καταφέρνει να εκπλήσσει ευχάριστα τους απαιτητικούς και συνειδητοποιημένους πια καταναλωτές. Σε καιρούς αφθονίας το διαφορετικό δεν παρέχει μόνο προστιθέμενη αξία. Είναι το ζητούμενο.

6.3.6 – Ηλεκτρονικό μενού

Υπάρχουν κάποια πράγματα που φαντάζουν πολύ απίστευτα για να είναι πραγματικά. Τουλάχιστον έτσι νομίζουν κάποιοι. Ωστόσο, αυτό δεν αλλάζει το γεγονός πως είναι όντως πραγματικά. Η ανάπτυξη εστιάζει όλο και πιο πολύ στην καινοτομία, μέσα από τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων που όχι μόνο διαψεύδουν όλους όσους είχαν την οποιαδήποτε αμφιβολία για αυτά, αλλά συχνά φέρνουν τα πάνω κάτω στην αγορά.

Η επανάσταση στους χώρους εστίασης, και ειδικότερα στο σέρβις και τα εδεσματολόγια των επιχειρήσεων, αναμένεται να πάρει μεγάλη διάσταση με την δημιουργία ενός πλήρως καινοτόμου προϊόντος το οποίο κυκλοφορεί στην αγορά το τελευταίο χρονικό διάστημα και σε ελάχιστες χώρες. Το καινοτόμο αυτό προϊόν που μόλις εμφανίστηκε στην παγκόσμια αγορά είναι τα **ηλεκτρονικά μενού**, ή *e-menus* που εμφανίζονται στην οθόνη ενός i-Pad.

Σύμφωνα με ένα δημοσίευμα σε μια ιστοσελίδα η κυρία *Anastacia Mott Austin* δηλώνει:

Ίσως η εποχή του “γκρινιάρη” σερβιτόρου πλησιάζει προς το τέλος, και ο μόνος τρόπος για να μην σερβίρεται γρήγορα το πιάτο μας είναι να αργεί ο σερβιτόρος να μας το φέρει. Εταιρίες υψηλής τεχνολογίας στο Ισραήλ και τη Ιαπωνία έχουν εγκαταστήσει ήδη νέες οθόνες αφής στα τραπέζια των εστιατορίων τους και μάλιστα ισχυρίζονται ότι είναι πολύ δημοφιλής.

Η Ιαπωνική εταιρία Aska T3 και η Ισραηλινή Concerptic έχουν συνάψει με τα εστιατόρια στις χώρες αυτές καθώς και σε τμήματα της Ευρώπης, να ξεκινήσει η επιτραπέζια παραγγελία. Οι λάτρεις των συσκευών λένε ότι οι παραγγελίες είναι ευκολότερες, ταχύτερες και πιο διασκεδαστικές και μάλιστα οι πελάτες τείνουν να κάνουν περισσότερες παραγγελίες μέσω των i-Pad απ’ ότι από τους σερβιτόρους.

Η Αμερικάνικη εταιρία Microsoft δήλωσε στον τύπο ότι το επιτραπέζιο αυτό σύστημα το οποίο έκανε το ντεμπούτο του μετά από πολύ αναμονή θα ξεκινήσει να εμφανίζεται στο καζίνο Harrah και τα Sheraton Hotels. Το σύστημα **Surface** είναι κάτι περισσότερο από ένα απλό e-menu, οι χρήστες του θα είναι σε θέση να παραγγέλνουν το φαγητό τους από τα τραπέζια τους, καθώς και να παίζουν παιχνίδια, να ακούνε μουσική και να επικοινωνούν μεταξύ τους εάν επιθυμούν.

Οι λειτουργίες του e-menu ως ένας ασύρματος υπολογιστής έχουν τη δυνατότητα σύνδεσης με τα υπόλοιπα τραπέζια και μέσω ενός κεντρικού υπολογιστή με τον ιδιοκτήτη και το προσωπικό της κουζίνας. Προσφέροντας τα παιχνίδια δίνει την δυνατότητα να παραμένουν οι πελάτες απασχολημένοι κατά την αναμονή του φαγητού τους.

Είναι γεγονός ότι οι πελάτες έλκονται από την προσφορά των φωτογραφιών και τη πρόσβαση στα επιδόρπια, τη λίστα κρασιών, και όλων των εδεσμάτων που προσφέρονται. Ακόμα και οι ιδιοκτήτες παραδέχονται ότι οι πελάτες παραγγέλνουν περισσότερα πιάτα λόγω των ελκυστικών φωτογραφιών από τα τυπικά που θα έπαιρναν στη περίπτωση του κανονικού καταλόγου.

Η ιδέα έχει κάποια πλεονεκτήματα και κάποια μειονεκτήματα. Ένα πλεονέκτημα είναι ότι οι πελάτες δεν θα χρειαστούν πλέον να φωνάζουν τον σερβιτόρο για το παραμικρό που θα θέλουν να παραγγείλουν ή να ζητήσουν, και ας το παραδεχτούμε ότι υπάρχουν πολλοί αγέλαστοι σερβιτόροι έξω. Ένα σοβαρό μειονέκτημα είναι η μείωση των θέσεων εργασίας, και τι θα απογίνουν όλοι αυτοί οι άνεργοι σερβιτόροι; Σύμφωνα με το Εθνικό Σύνδεσμο Εστιατορίων το εργατικό δυναμικό που εργάζεται στην υπηρεσία τροφίμων κατέχει τη δεύτερη θέση του εργοδότη παγκοσμίως και ανέρχεται στους 12,8 εκ. εργαζόμενους. Παρόλο αυτά τα εστιατόρια υποδέχονται την ηλεκτρονική εξυπηρέτηση επειδή η βιομηχανία της τεχνολογίας αυξάνεται ταχύτερα από τις θέσεις που πρέπει να γεμίσουν.

Δεν είναι όμως όλοι αρκετά ενθουσιασμένοι με την ιδέα της αντικατάστασης ανθρώπων με τα ηλεκτρονικά μενού. Οι άνθρωποι που έχουν τη λεγόμενη “τεχνοφοβία” αναρωτιούνται: *“Πιο είναι το νόημα να βγαίνεις από το σπίτι σου και να πηγαίνεις σε ένα εστιατόριο όπου δεν θα υπάρχει η αλληλεπίδραση των ανθρώπων που εργάζονται εκεί; Πιο θα είναι το μέλλον για τα ψηφιακά πιάτα, επιδόρπια και κρασιά; Αυτό ονομάζεται takeout και δεν χρειάζεται να φεύγεις από το σπίτι σου.”*

Υπάρχουν, επίσης, οι άνθρωποι που λένε ότι δεν πιστεύουν στις οθόνες αλλά στους ανθρώπους και προτιμούν να περιμένουν ορισμένα λεπτά για να έρθει ο σερβιτόρος αντί να χρησιμοποιήσουν ένα ηλεκτρονικό μενού. Μπορεί να το θεωρούν ορισμένοι ως ένα απλό τέχνασμα με ημερομηνία λήξεως, πάντως σε κάποιους άλλους φαίνεται να προσελκύει το ενδιαφέρον και ανυπομονούν να το δοκιμάσουν.

Εικόνα 6γ: Ηλεκτρονικό μενού i-Pad



Πηγή: ιντερνέτ

<http://eater.com/archives/2010/08/30/inad-sushi-menu-hv-sharn.nhn>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ-ΕΡΕΥΝΑ

7.1 – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ-ΕΡΕΥΝΑ

Η έρευνα αυτή έγινε στο νομό Θεσσαλονίκης και συγκεκριμένα στα κέντρα διασκέδασης, τα εστιατόρια, τις καφετέριες καθώς και άλλους χώρους εστίασης.

Η εκτίμηση αφορά τους πολίτες του Νομού Θεσσαλονίκης τη χρονική περίοδο φθινόπωρο-χειμώνα 2010-2011 και τα στοιχεία είναι κατά 70% πλήρη.

Η επιλογή του δείγματος πραγματοποιήθηκε με την μέθοδο «απλής τυχαίας δειγματοληψίας».

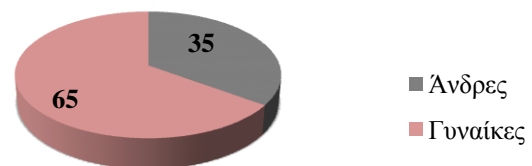
Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος «κατά στρώματα», της απλής τυχαίας δειγματοληψίας με βάση το φύλο, την ηλικία, το επάγγελμα, την μόνιμη κατοικία, την χώρα προέλευσης.

Συνολικά το πληθυσμιακό πεδίο που ερωτήθηκε ήταν περίπου 100 άτομα:

Ως προς το φύλο

Ανδρες 35%

Γυναίκες 65%

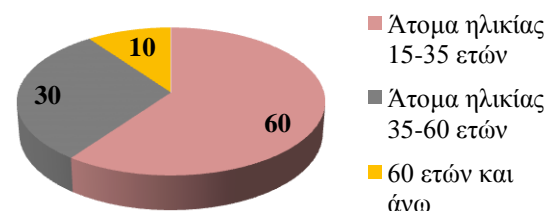


Ως προς την ηλικία

Άτομα ηλικίας 15-35 ετών 60%

Άτομα ηλικίας 35-60 ετών 30%

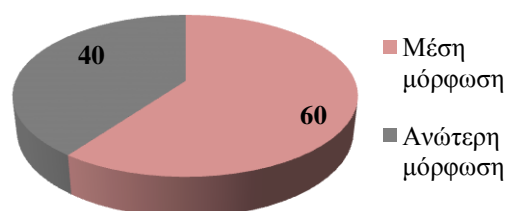
60 ετών και άνω 10%



Το μορφωτικό τους επίπεδο ήταν:

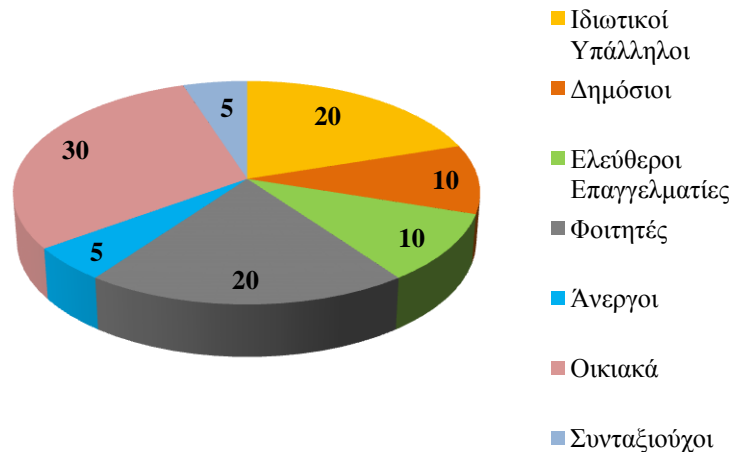
Μέση μόρφωση 60%

Ανώτερη μόρφωση 40%



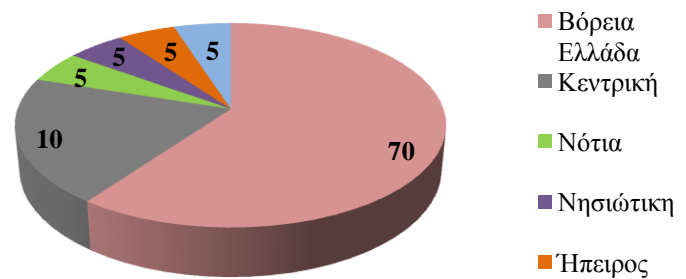
Επαγγελματικά ήταν:

Ιδιωτικοί Υπάλληλοι 20%
 Δημόσιοι 10%
 Ελεύθ. Επαγγελματίες 10%
 Φοιτητές 20%
 Άνεργοι 5%
 Οικιακά 30%
 Συνταξιούχοι 5%



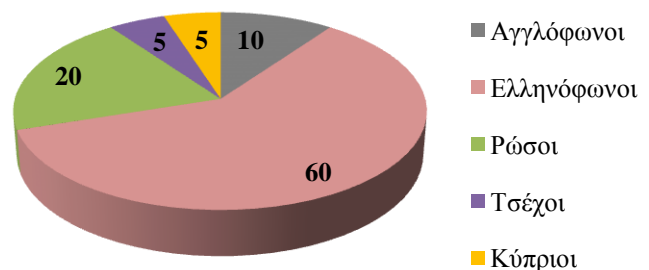
Οι Έλληνες σαν μόνιμη κατοικία είχαν την:

Βόρεια Ελλάδα 70%
 Κεντρική 10%
 Νότια 5%
 Νησιώτικη 5%
 Ήπειρος 5%
 Κύπρος 5%



Χώρα:

Αγγλόφωνοι 10%
 Ελληνόφωνοι 60%
 Ρώσοι 20%
 Τσέχοι 5%
 Κύπριοι 5%



Για το ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις κλειστού και ανοικτού τύπου.

Το ερωτηματολόγιο πλαισίωσαν από 34 ερωτήσεις.

Οι ερωτήσεις έγιναν με προσωπική επαφή για καλύτερη ανταπόκριση και πιστότητα.

Για εκπαιδευτικούς λόγους τα γραφήματα των απαντήσεων στις ερωτήσεις των ερευνών είναι σε μορφή πίτας.

Κάποιες ερωτήσεις επίσης είναι ίδιες, σε διαφορετικό θέμα, αλλά οι λόγοι που έγιναν είναι πολλοί, πχ άνοιγμα διαλόγου και προθυμία απαντήσεων.

Σε κάθε έρευνα αναφέρεται η μεθοδολογία της συγκεκριμένης έρευνας, οι ερωτήσεις και οι απαντήσεις σε μορφή πίτας.

Για τη συγκεκριμένη εργασία χρησιμοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα.

Έγινε καταμέτρηση των ερωτηματολογίων.

Έγινε μετάφραση των ξενόγλωσσων απαντήσεων.

Μελετήθηκαν τα δεδομένα του ερωτηματολογίου.

Συζητήθηκε η εγκυρότητα των απαντήσεων.

Μετρήθηκαν οι απαντήσεις και καταχωρήθηκαν τα δεδομένα.

Συμπεριλήφθηκε ο μεγαλύτερος αριθμός των απαντήσεων σε κάθε ερώτηση.

Βρέθηκε το ποσοστό ανά απάντηση σε κάθε δεδομένο, με την μέθοδο της απλής αναλογικής.

Καταχωρήθηκαν τα δεδομένα με σειρά προτίμησης.

Δημιουργήθηκαν τα διαγράμματα και οι πίτες, ανάλογα με τα δεδομένα ποσοστά.

Σε χωριστό κεφάλαιο αναφέρονται τα συμπεράσματα, με τα υπέρ και τα κατά, ανά έρευνα, ταξινομημένα.

Τα ευρήματα αναφέρθηκαν όλα καθώς θεωρήθηκαν στατικώς σημαντικά.

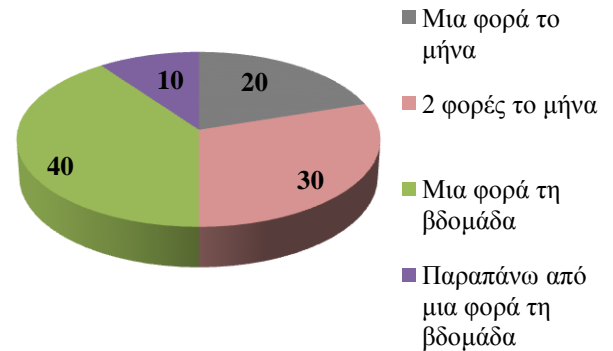
Τέλος, προτάσσονται «προτάσεις βελτίωσης» πάλι ανά έρευνα. Οι παρακάτω ταξινομήσεις γίνονται ιδιαίτερα χρήσιμες στην έρευνα του Marketing και πιο συγκεκριμένα στο στάδιο προσέγγισης καταναλωτικών ομάδων, με στόχο τη ανάπτυξη της τεχνολογίας στο τομέα του επισιτισμού και τα καινοτόμα προϊόντα, με το πέρασμα του χρόνου στο νομό Θεσσαλονίκης.

7.2 – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Πόσο συχνά βγαίνετε έξω;

- α. Μια φορά το μήνα → 20%
- β. 2 φορές το μήνα → 30%
- γ. Μια φορά τη βδομάδα → 40%
- δ. Παραπάνω από μια φορά τη βδομάδα → 10%

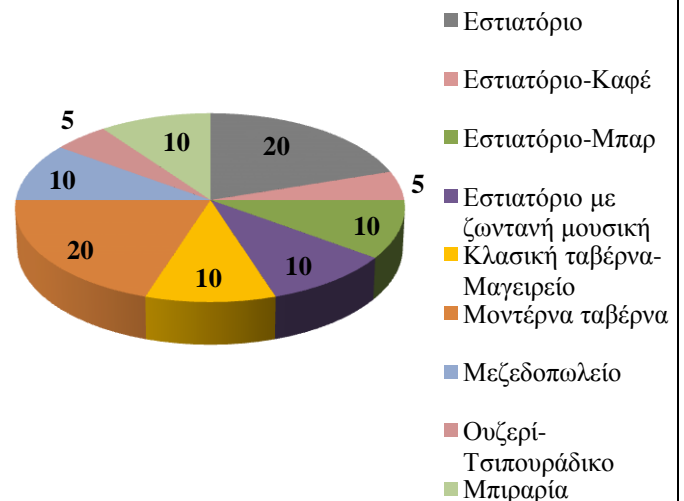
(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε το βαθμό εξόδου των κατοίκων)



2. Σε ποιο από τα παρακάτω καταστήματα προτιμάτε να πηγαίνετε;

- α. Εστιατόριο → 20%
- β. Εστιατόριο-Καφέ → 5%
- γ. Εστιατόριο-Μπαρ → 10%
- δ. Εστιατόριο με ζωντανή μουσική → 10%
- ε. Κλασική ταβέρνα-Μαγειρείο → 10%
- στ. Μοντέρνα ταβέρνα → 20%
- ζ. Μεζεδοπωλείο → 10%
- η. Ουζερί-Τσιπουράδικο → 5%
- θ. Μπιραρία → 10%
- ι. Άλλο: _____

(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε τις προτιμήσεις των κατοίκων ως προς το μέρος διασκεδάσεως τους)

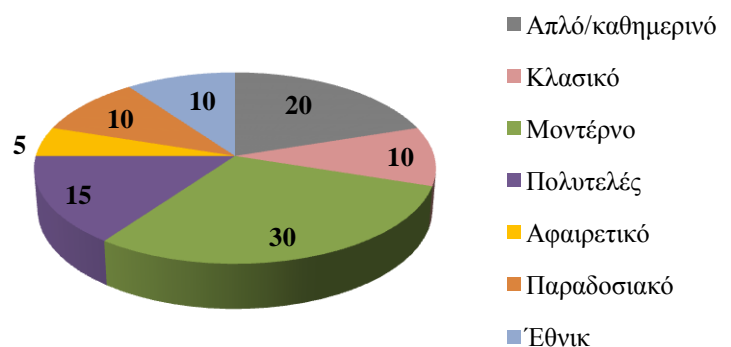


3. Ποιο στυλ διακόσμησης προτιμάτε;

- Απλό/καθημερινό → 20%
- Κλασικό → 10%
- Μοντέρνο → 30%
- Πολυτελές → 15%
- Άλλο: _____

- Αφαιρετικό (μίνιμαλ) → 5%
- Παραδοσιακό → 10%
- Έθνικ → 10%

(Η ερώτηση έγινε για να κατανοήσουμε την προτίμηση των κατοίκων ως προς τη διακόσμηση που προτιμούν)

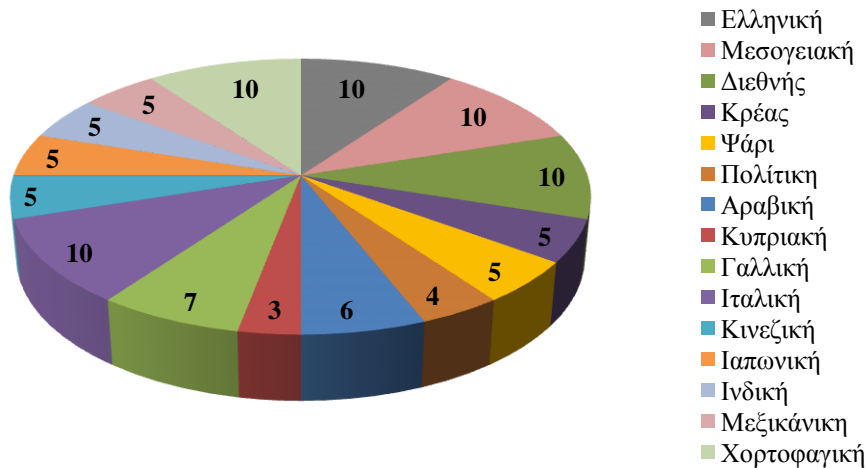


4. Ποια κουζίνα προτιμάτε;

Ελληνική → 10%
 Μεσογειακή → 10%
 Διεθνής → 10%
 Με βάση το κρέας → 5%
 Με βάση το ψάρι → 5%
 Πολίτικη → 4%
 Ανατολικής Μεσογείου → 0%
 Αραβική → 6%
 Κυπριακή → 3%
 Άλλη: _____

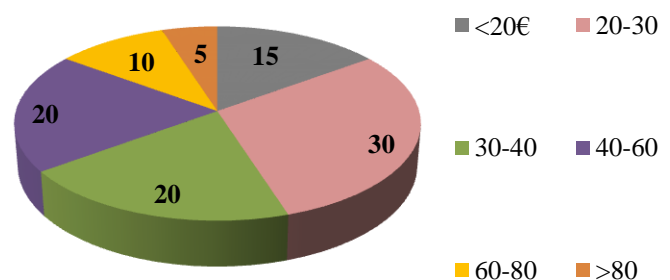
Γαλλική → 7%
 Ιταλική → 10%
 Τσέχικη → 0%
 Κεντροευρωπαϊκή → 0%
 Κινεζική → 5%
 Ιαπωνική → 5%
 Ινδική → 5%
 Μεξικάνικη → 5%
 Χορτοφαγική → 10%

(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε τις προτιμήσεις των κατοίκων ως προς τη κουζίνα που τους αρέσει)



5. Το ποσό που ξοδεύετε συνήθως κατά την έξοδο σας κυμαίνεται στα:

α. <20€ → 15%
 β. 20-30 → 30%
 γ. 30-40 → 20%
 δ. 40-60 → 20%
 ε. 60-80 → 10%
 στ. >80 → 5%



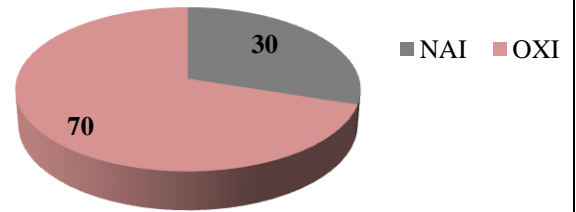
(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε το χρηματικό ποσό που είναι διατεθειμένοι οι πελάτες να ξοδέψουν κατά την έξοδο τους)

6. Επιλέγετε σχεδόν το ίδιο είδος μαγαζιού κάθε φορά που βγαίνετε;

Ναι → 30%

Όχι → 70%

(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε πόσοι κάτοικοι προτιμάνε να επισκέπτονται τα ίδια μαγαζιά)



7. Όταν επιλέγετε ένα μέρος το σημαντικότερο που επηρεάζει την επιλογή σας είναι:

α. Η ποιότητα φαγητού → 30%

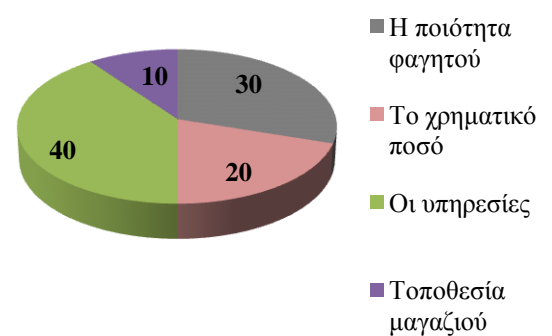
β. Το χρηματικό ποσό που θα δαπανήσετε → 20%

γ. Η ποιότητα των υπηρεσιών → 40%

δ. Η τοποθεσία του μαγαζιού → 10%

Άλλο: _____

(Η ερώτηση έγινε για να κατανοήσουμε τους λόγους για τους οποίους επιλέγουν οι κάτοικοι να επιλέξουν ένα μέρος)



8. Με ποιο από τα παρακάτω πρόσωπα βγαίνεται συνήθως;

α. Σύζυγο → 25%

β. Φίλους → 30%

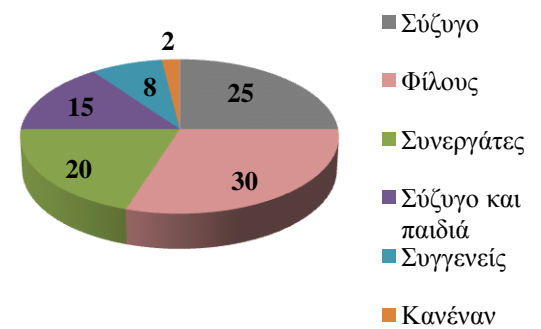
γ. Συνεργάτες → 20%

δ. Σύζυγο και παιδιά → 15%

ε. Συγγενείς → 8%

στ. Κανέναν → 2%

(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε τις προτημίσεις των πελατών ως προς τη παρέα κατά τη έξοδο)



9. Συμβουλευέστε τον σερβιτόρο για το φαγητό και το ποτό που θα παραγγείλετε;

α. Πάντα → 30%

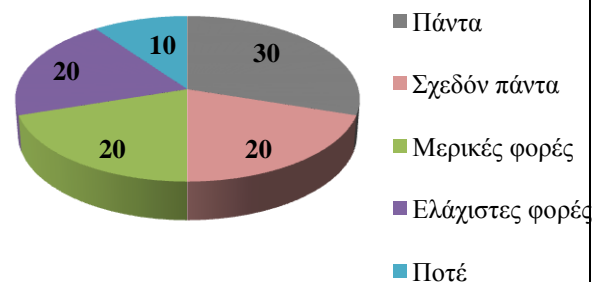
β. Σχεδόν πάντα → 20%

γ. Μερικές φορές → 20%

δ. Ελάχιστες φορές → 20%

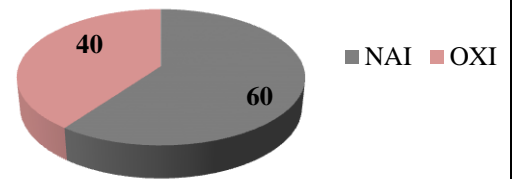
ε. Ποτέ → 10%

(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε κατά πόσο ζητάνε οι πελάτες την άποψη για την παραγγελία τους από τον σερβιτόρο)



10. Κάνετε κράτηση τραπέζιού πριν πάτε σε ένα μαγαζί;

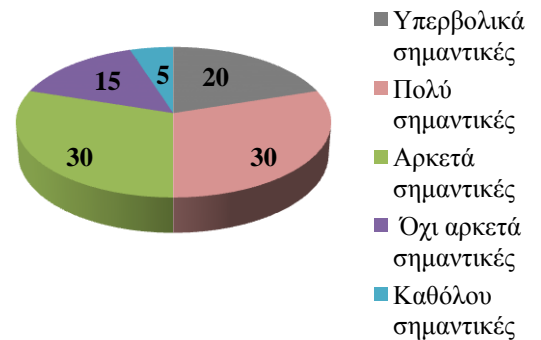
Ναι → 60%
Όχι → 40%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε πόσοι άνθρωποι προγραμματίζουν την έξοδο τους)

11. Οι υπηρεσίες σε ένα κέντρο εστίασης είναι για σας:

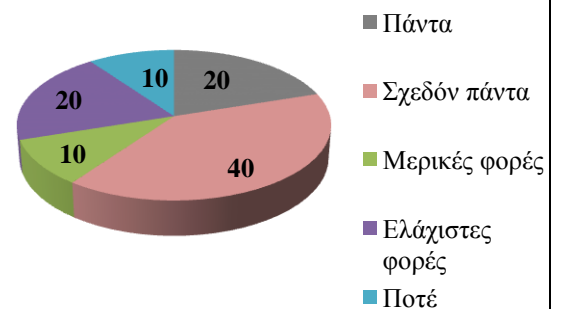
α. Υπερβολικά σημαντικές → 20%
β. Πολύ σημαντικές → 30%
γ. Αρκετά σημαντικές → 30%
δ. Όχι αρκετά σημαντικές → 15%
ε. Καθόλου σημαντικές → 5%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε το βαθμό σημαντικότητας των υπηρεσιών για τους πελάτες)

12. Είστε ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες του σέρβις και της κουζίνας;

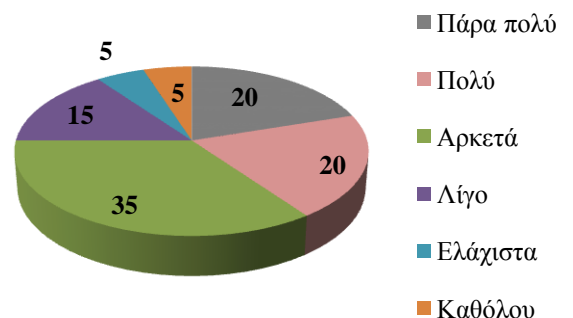
α. Πάντα → 20%
β. Σχεδόν πάντα → 40%
γ. Μερικές φορές → 10%
δ. Ελάχιστες φορές → 20%
ε. Ποτέ → 10%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε πόσες φορές μένουν οι πελάτες ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες)

13. Κατά πόσο είστε ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που σας προσφέρονται;

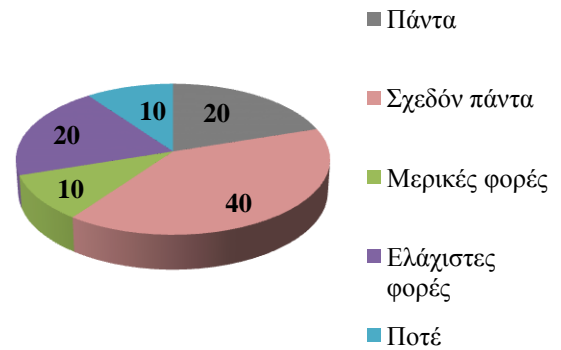
α. Πάρα πολύ → 20%
β. Πολύ → 20%
γ. Αρκετά → 35%
δ. Λίγο → 15%
ε. Ελάχιστα → 5%
στ. Καθόλου → 5%



(Η ερώτηση έγινε για να κατανοήσουμε τον βαθμό ικανοποίησης των πελατών από τις υπηρεσίες)

14. Ο σερβιτόρος/α που έρχεται να σας πάρει την παραγγελία είναι ευπαρουσίαστος και ευγενικός;

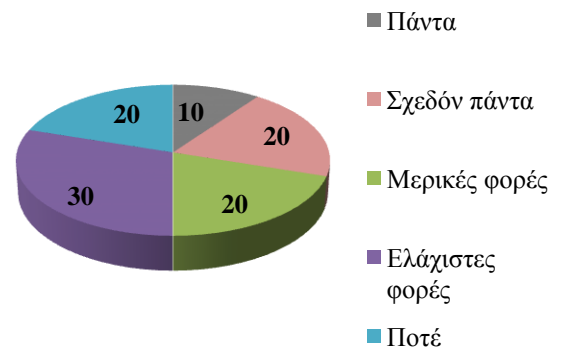
- α. Πάντα → 20%
- β. Σχεδόν πάντα → 40%
- γ. Μερικές φορές → 10%
- δ. Ελάχιστες φορές → 20%
- ε. Ποτέ → 10%



(Η ερώτηση έγινε για να κατανοήσουμε κατά πόσο μένουν οι πελάτες ικανοποιημένοι από την παρουσίαση και τους τρόπους του σερβιτόρου)

15. Αφήνετε φιλοδώρημα;

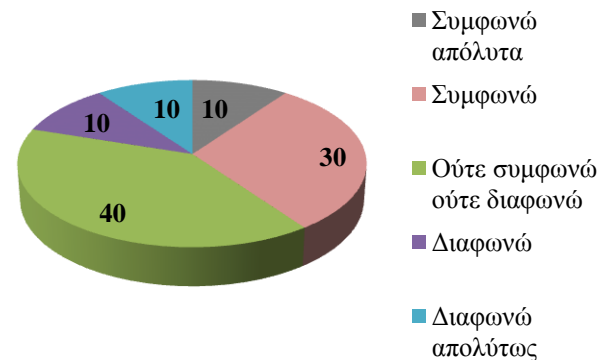
- α. Πάντα → 10%
- β. Σχεδόν πάντα → 20%
- γ. Μερικές φορές → 20%
- δ. Ελάχιστες φορές → 30%
- ε. Ποτέ → 20%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε εάν οι πελάτες αμοίβουν επιπλέον το προσωπικό για τις υπηρεσίες του)

16. Τα μεγάλα εστιατόρια παρέχουν καλύτερες υπηρεσίες από τα μικρά;

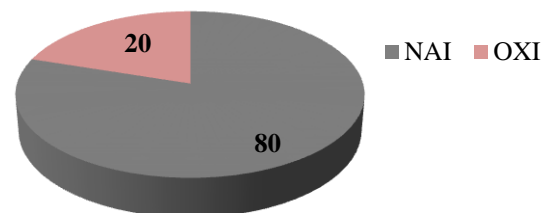
- α. Συμφωνώ απόλυτα → 10%
- β. Συμφωνώ → 30%
- γ. Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ → 40%
- δ. Διαφωνώ → 10%
- ε. Διαφωνώ απολύτως → 10%



(Η ερώτηση έγινε για μάθουμε την άποψη των πελατών για τις υπηρεσίες των μεγάλων και μικρών εστιατορίων)

17. Πιστεύετε ότι η γνώση, η εμπειρία και η προσπάθεια για καλή απόδοση συμβάλλουν στη βελτίωση της εργασίας;

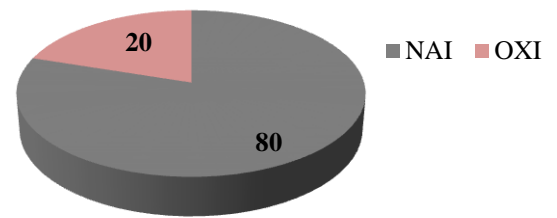
- Ναι → 80%
- Όχι → 20%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε αν οι πελάτες πιστεύουν ότι τα παραπάνω χαρακτηριστικά συμβάλλουν στην βελτίωση της εργασίας)

18. Είστε λάτρεις της τεχνολογίας;

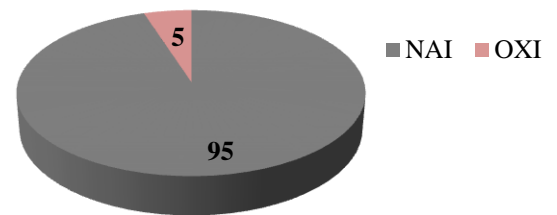
Ναι → 80%
Όχι → 20%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε εάν οι κάτοικοι αγαπάνε την τεχνολογία)

19. Πιστεύετε ότι η ανάπτυξη της τεχνολογίας διευκολύνει την καθημερινότητα του ανθρώπου;

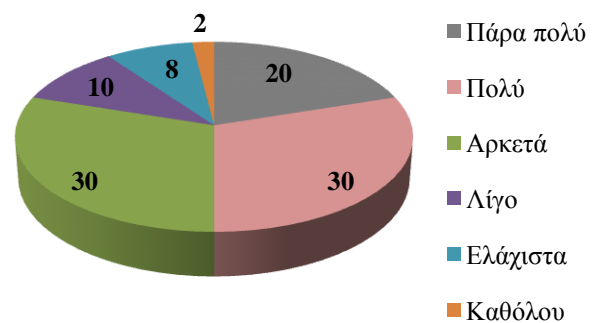
Ναι → 95%
Όχι → 5%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε εάν οι άνθρωποι πιστεύουν ότι η τεχνολογία διευκολύνει την καθημερινότητα μας)

20. Κατά πόσο πιστεύετε ότι η τεχνολογία συμβάλλει στην αλλαγή της ζωής μας;

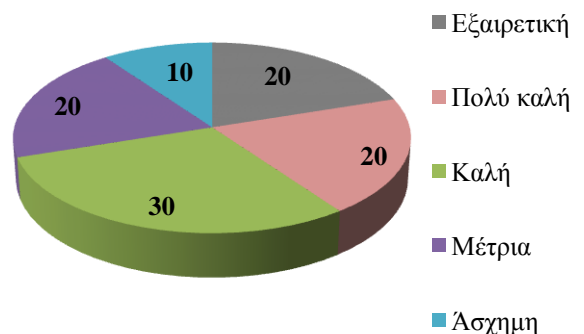
α. Πάρα πολύ → 20%
β. Πολύ → 30%
γ. Αρκετά → 30%
δ. Λίγο → 10%
ε. Ελάχιστα → 8%
στ. Καθόλου → 2%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε κατά πόσο πιστεύουν οι άνθρωποι ότι η τεχνολογία συμβάλλει στην αλλαγή της ζωής μας)

21. Τι σχέση έχετε με την τεχνολογία;

α. Εξαιρετική → 20%
β. Πολύ καλή → 20%
γ. Καλή → 30%
δ. Μέτρια → 20%
ε. Άσχημη → 10%



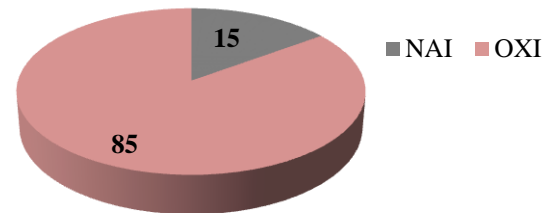
(Η ερώτηση έγινε για να κατανοήσουμε το βαθμό της επαφής των ανθρώπων με την τεχνολογία)

22. Γνωρίζετε τι είναι το “PDA” ;

Ναι → 15%

Όχι → 85%

(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε εάν γνωρίζουν οι άνθρωποι την ασύρματη παραγγελιοληψία με τον όρο της τεχνολογίας)

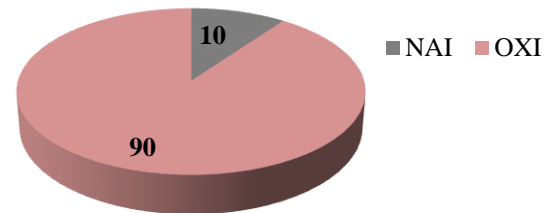


23. Γνωρίζετε τι είναι το “ηλεκτρονικό μενού” (e-menu);

Ναι → 10%

Όχι → 90%

(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε εάν γνωρίζουν οι άνθρωποι το καινοτόμο προϊόν της αγοράς στην σύνθεση των εδεσματολογίων)

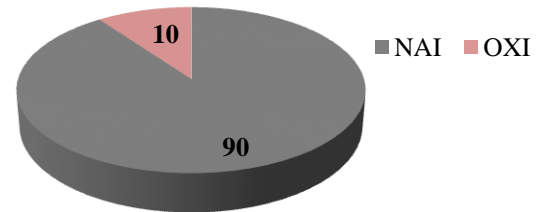


24. Σας έχει τύχει να σας πάρουν παραγγελία με ένα ασύρματο “πραγματάκι”;

Ναι → 90%

Όχι → 10%

(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε εάν οι άνθρωποι έχουν δει ποτέ τον “ασύρματο παραγγελιολήπτη”)



25. Πόσο συχνά το συναντάτε στα μαγαζιά που πηγαίνετε;

α. Πάντα → 5%

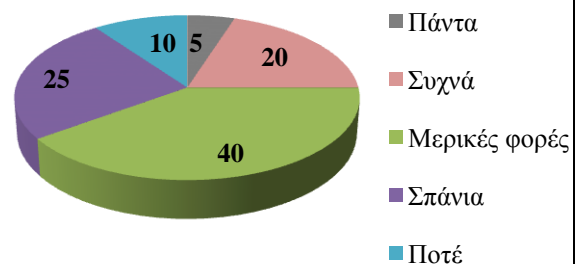
β. Συχνά → 20%

γ. Μερικές φορές → 40%

δ. Σπάνια → 25%

ε. Ποτέ → 10%

(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε πόσο συχνά συναντάνε οι άνθρωποι ένα PDA)



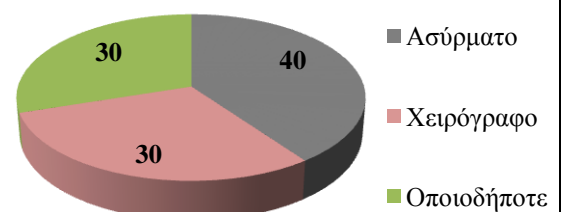
26. Ποιόν τρόπο παραγγελιοληψίας προτιμάτε;

α. Ασύρματο (μέσω i-Pad ή PDA) → 40%

β. Χειρόγραφο → 30%

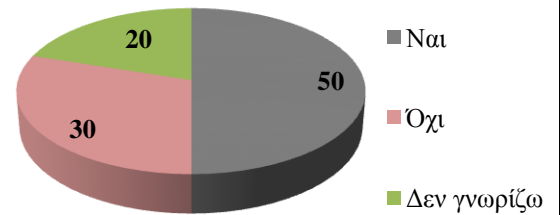
γ. Οποιοδήποτε → 30%

(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε ποιο τρόπο παραγγελιοληψίας θα προτιμούσαν οι πελάτες)



27. Πιστεύετε ότι η παραγγελία προετοιμάζεται και καταφθάνει πιο γρήγορα σε σας με την ασύρματη παραγγελιοληψία;

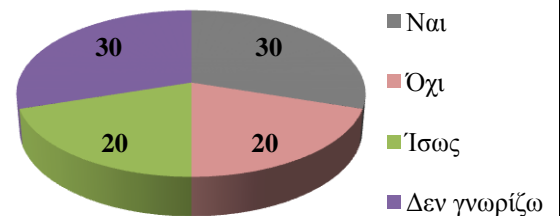
Ναι → 50%
 Όχι → 30%
 Δεν γνωρίζω → 20%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε την άποψη των πελατών για την ταχύτητα των PDA)

28. Η παραγγελία από ένα ηλεκτρονικό μενού (e-menu) γίνεται μέσω i-Pad, οπότε η παρουσία των ανθρώπων είναι ανεπαρκής. Πιστεύεται ότι η αντικατάσταση των ανθρώπων από τεχνολογικά προϊόντα θα διευκολύνει την λήψη της παραγγελίας καθώς και την παράδοση της;

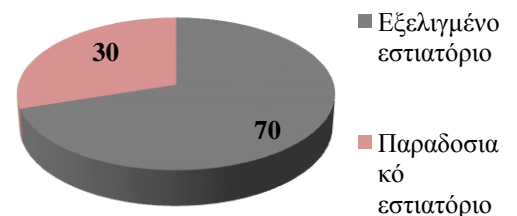
Ναι → 30%
 Όχι → 20%
 Ίσως → 20%
 Δεν γνωρίζω → 30%



(Η ερώτηση έγινε για να δούμε την άποψη των πελατών για την αντικατάσταση ανθρώπων με τεχνολογικά προϊόντα)

29. Σε ποιο μαγαζί πιστεύετε ότι θα είχατε καλύτερη εξυπηρέτηση;

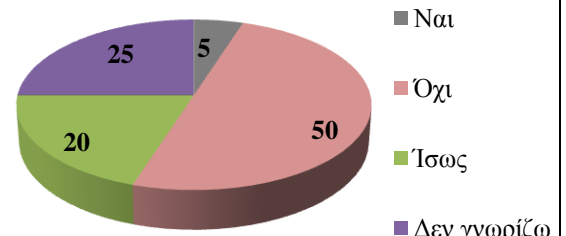
α. Εστιατόριο με έμπειρο προσωπικό και εξελεγμένο τεχνολογικό εξοπλισμό → 70%
 β. Παραδοσιακό εστιατόριο με απλό προσωπικό → 30%



(Η ερώτηση έγινε για να κατανοήσουμε τις ανάγκες των πελατών ως προς την εξυπηρέτηση)

30. Πιστεύετε πως η αντικατάσταση των ανθρώπων από τεχνολογικά προϊόντα είναι κάτι θετικό για την ανθρώπινη ζωή;

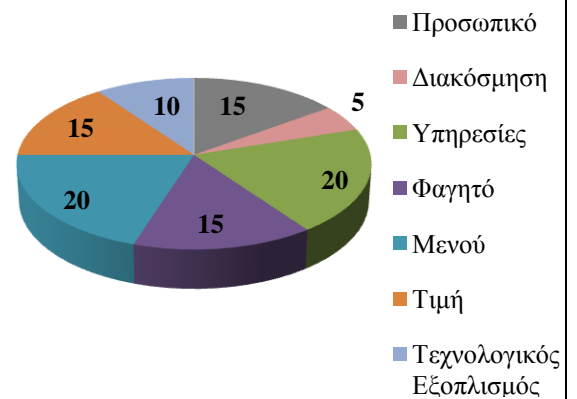
Ναι → 5%
 Όχι → 50%
 Ίσως → 20%
 Δεν γνωρίζω → 25%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε την άποψη των ανθρώπων για την αντικατάσταση τους με τα τεχνολογικά προϊόντα)

31. Σε ποιο τομέα θα επιθυμούσατε να γίνουν αλλαγές σε ένα εστιατόριο;

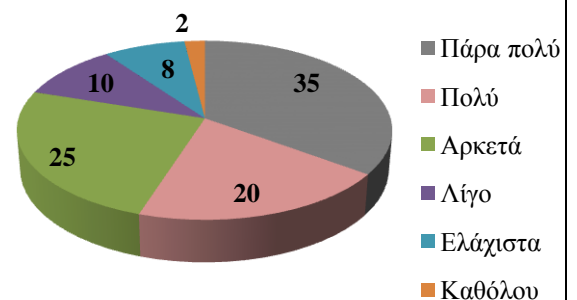
- α. Στο προσωπικό → 15%
- β. Στη διακόσμηση → 5%
- γ. Στις υπηρεσίες → 20%
- δ. Στη ποιότητα του φαγητού → 15%
- ε. Στο μενού → 20%
- στ. Στις τιμές → 15%
- ζ. Στον τεχνολογικό εξοπλισμό → 10%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε τι θα επιθυμούσαν οι πελάτες να αλλάξουν σε ένα εστιατόριο)

32. Κατά πόσο πιστεύετε ότι ένα καλό και έμπειρο προσωπικό συμβάλλει στην προώθηση μιας επιχείρησης;

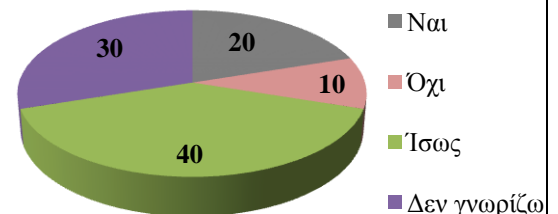
- α. Πάρα πολύ → 35%
- β. Πολύ → 20%
- γ. Αρκετά → 25%
- δ. Λίγο → 10%
- ε. Ελάχιστα → 8%
- στ. Καθόλου → 2%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε πόσο σημαντικό είναι το προσωπικό για την προώθηση μιας επιχείρησης)

33. Πιστεύετε ότι μέσω της ασύρματης παραγγελιοληψίας εξυπηρετείται καλύτερα και ο πελάτης και οι υπάλληλοι;

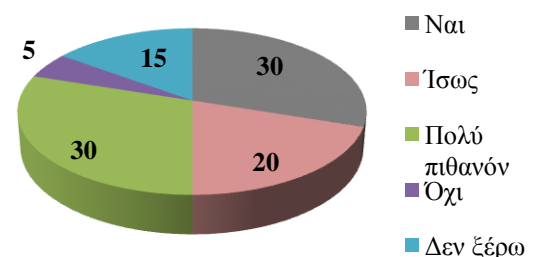
- Ναι → 20%
- Όχι → 10%
- Ίσως → 40%
- Δεν γνωρίζω → 30%



(Η ερώτηση έγινε για να δούμε την άποψη των πελατών όσον αφορά την παραγγελία με PDA και από την πλευρά των πελατών και από την πλευρά των υπαλλήλων)

34. Πιστεύετε η έλλειψη ενδιαφέροντος και ανταπόκρισης για τα PDA και τα ηλεκτρονικά μενού υπάρχει λόγω της ανύπαρκτης διαφήμισης τους στη χώρα μας;

- Ναι → 30%
- Ίσως → 20%
- Πολύ πιθανόν → 30%
- Όχι → 5%
- Δεν ξέρω → 15%



(Η ερώτηση έγινε για να μάθουμε εάν η διαφήμιση μπορεί να συμβάλλει στην προβολή αυτών των τεχνολογικών προϊόντων)

7.3 – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- Ένα μεγάλο ποσοστό ανθρώπων βγαίνει τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα σε μαγαζιά επισιτιστικού ενδιαφέροντος.
- Οι προτιμήσεις των καταναλωτών ποικίλουν όσον αφορά το είδος της κουζίνας και τη διακόσμηση, οι επιλέγουν εστιατόρια μοντέρνα με ελληνική και διεθνής κουζίνα και συνήθως ξοδεύουν ένα ποσό κοντά στα 30€.
- Οι επιλογές των πελατών για την έξοδο τους επηρεάζονται από τις υπηρεσίες του προσωπικού και την ποιότητα του φαγητού που θα τους προσφέρουν.
- Ένα μικρό ποσοστό επιλέγει να βγει μεμονωμένα ενώ οι περισσότεροι επιλέγουν τη παρέα τους από το φιλικό περιβάλλον ή το σύντροφο τους.
- Ένα μεγάλο ποσοστό συμβουλευτεί από το προσωπικό τις επιλογές για το φαγητό και το ποτό που θα παραγγείλουν και συνήθως η έξοδος τους είναι προγραμματισμένη.
- Οι υπηρεσίες που θα τους προσφερθούν έχουν μεγάλη σημασία γι' αυτούς καθώς πολύ συχνά νιώθουν την ικανοποίηση από την περιποίηση του προσωπικού.
- Οι περισσότεροι πελάτες έρχονται σε επαφή με ένα έμπειρο και ευπαρουσίαστο προσωπικό και γι' αυτό συνήθως αφήνουν και κάποιο φιλοδώρημα.
- Υπάρχει μια αντιπαράθεση σχετικά με τις υπηρεσίες των μεγάλων εστιατορίων σε σχέση με τα μικρά, συμπεραίνεται ότι δεν υπάρχει διαφορά στην ποιότητα των υπηρεσιών αυτών των δύο ειδών εστιατορίων.
- Η γνώση, η εμπειρία και η προσπάθεια του προσωπικού συμβάλλει στη βελτίωση της εργασίας.
- Οι περισσότεροι άνθρωποι έχουν καλή σχέση με τη τεχνολογία και πιστεύουν ότι συμβάλλει θετικά στην καθημερινότητα των ανθρώπων καθώς την διευκολύνει.
- Παρόλο αυτά, ελάχιστοι είναι αυτοί που γνωρίζουν τι είναι το PDA και το ηλεκτρονικό μενού (e-menu) με τον ακριβή τους όρο.
- Όταν ερωτούνται οι πελάτες με πιο απλά λόγια γι' αυτά τα τεχνολογικά προϊόντα, πολλοί ανταποκρίνονται και δηλώνουν ότι τα συναντάνε αρκετά συχνά στα μαγαζιά που πηγαίνουν, αλλά δεν δείχνουν και πολύ ενθουσιασμένοι για το αντικείμενο τους.
- Η έλλειψη ενδιαφέροντος και ανταπόκρισης, για αυτά τα προϊόντα, πιθανότατα να οφείλεται στην ανεπαρκή διαφήμιση τους στη χώρα μας.
- Οι μισοί από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι η παραγγελία τους ετοιμάζεται και καταφθάνει πιο γρήγορα, ενώ κάποιοι διαφωνούν και κάποιοι άλλοι απλά δεν έχουν δώσει σημασία άμα υπάρχει διαφορά στην χειρόγραφη ή την ασύρματη παραγγελιοληψία.
- Οι περισσότεροι πελάτες πιστεύουν ότι θα έχουν καλύτερη εξυπηρέτηση σε ένα εστιατόριο με έμπειρο προσωπικό και εξελιγμένο τεχνολογικό εξοπλισμό.
- Παρόλο αυτά ένα μεγάλο ποσοστό δεν επιθυμεί την αντικατάσταση ανθρώπων από τεχνολογικά προϊόντα.
- Οι πελάτες θα προτιμούσαν να γίνουν κάποιες αλλαγές στην ποιότητα του φαγητού, του μενού, τις τιμές, τις υπηρεσίες και το προσωπικό αλλά όχι και τόσο στον τεχνολογικό εξοπλισμό.
- Επίσης, αρκετοί πελάτες πιστεύουν ότι η εισαγωγή των PDA στα καταστήματα εστίασης μπορεί να εξυπηρετήσει καλύτερα και τους πελάτες και τους υπαλλήλους.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί έχει ως σκοπό την έρευνα για τους χώρους εστίασης και την καταγραφή και αξιολόγηση των απόψεων για την σωστή αξιολόγηση των επισιτιστικών μονάδων καθώς και την σχέση τους με την εξέλιξη της τεχνολογίας. Η άποψή σας είναι σημαντική και πρόκειται να συμβάλει δημιουργικά στη διαμόρφωση ενός αποτελεσματικού μοντέλου λειτουργίας.

Παρακαλώ να συμπληρώσετε με ένα (τις) την απάντησή σας.

ΤΟ ΦΥΛΟ ΣΑΣ

ΑΝΔΡΑΣ

ΓΥΝΑΙΚΑ

ΗΛΙΚΙΑ

15-35

35-60

Πάνω από 60

ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΗΣ ΣΑΣ

ΜΕΣΗ

ΑΝΩΤΕΡΗ

ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΣΑΣ

Ιδιωτικός Υπάλληλος

Δημόσιος

Ελεύθ. Επαγγελματίας

Φοιτητής/τρια

Άνεργος

Οικιακά

Συνταξιούχος

Η ΜΟΝΙΜΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑ ΣΑΣ

Βόρεια Ελλάδα

Κεντρική

Νότια

Νησιώτικη

Ήπειρος

Κύπρος

Η ΜΗΤΡΙΚΗ ΣΑΣ ΓΛΩΣΣΑ

Αγγλικά

Ελληνικά

Ρώσικα

Τσέχικα

Κυπριακά

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Πόσο συχνά βγαίνετε έξω;

- Μια φορά το μήνα
- 2 φορές το μήνα
- Μια φορά τη βδομάδα
- Παραπάνω από μια φορά τη βδομάδα

2. Σε ποιο από τα παρακάτω καταστήματα προτιμάτε να πηγαίνετε;

- Εστιατόριο
- Εστιατόριο-Καφέ
- Εστιατόριο-Μπαρ
- Εστιατόριο με ζωντανή μουσική
- Κλασική ταβέρνα-Μαγειρείο
- Μοντέρνα ταβέρνα
- Μεζεδοπωλείο
- Ουζερί-Τσιπουράδικο
- Μπιραρία

3. Ποιο στυλ διακόσμησης προτιμάτε;

- Απλό/καθημερινό
- Κλασικό
- Μοντέρνο
- Πολυτελές
- Αφαιρετικό
- Παραδοσιακό
- Έθνικ

4. Ποια κουζίνα προτιμάτε;

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Ελληνική | <input type="checkbox"/> Γαλλική |
| <input type="checkbox"/> Μεσογειακή | <input type="checkbox"/> Ιταλική |
| <input type="checkbox"/> Διεθνής | <input type="checkbox"/> Τσέχικη |
| <input type="checkbox"/> Με βάση το κρέας | <input type="checkbox"/> Κεντροευρωπαϊκή |
| <input type="checkbox"/> Με βάση το ψάρι | <input type="checkbox"/> Κινεζική |
| <input type="checkbox"/> Πολίτικη | <input type="checkbox"/> Ιαπωνική |
| <input type="checkbox"/> Ανατολικής Μεσογείου | <input type="checkbox"/> Ινδική |
| <input type="checkbox"/> Αραβική | <input type="checkbox"/> Μεξικάνικη |
| <input type="checkbox"/> Κυπριακή | <input type="checkbox"/> Χορτοφαγική |

5. Το ποσό που ξοδεύετε συνήθως κατά την έξοδο σας κυμαίνεται στα:

- <20€
- 20-30
- 30-40
- 40-60
- 60-80
- >80

6. Επιλέγετε σχεδόν το ίδιο είδος μαγαζιού κάθε φορά που βγαίνετε;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

7. Όταν επιλέγετε ένα μέρος το σημαντικότερο που επηρεάζει την επιλογή σας είναι:

- Η ποιότητα φαγητού
- Το χρηματικό ποσό που θα δαπανήσετε
- Η ποιότητα των υπηρεσιών
- Η τοποθεσία του μαγαζιού

8. Με ποιο από τα παρακάτω πρόσωπα βγαίνετε συνήθως;

- Σύζυγο
- Φίλους
- Συνεργάτες
- Σύζυγο και παιδιά
- Συγγενείς
- Κανέναν

9. Συμβουλευέστε τον σερβιτόρο για το φαγητό και το ποτό που θα παραγγείλετε;

- Πάντα
- Σχεδόν πάντα
- Μερικές φορές
- Ελάχιστες φορές
- Ποτέ

10. Κάνετε κράτηση τραπεζιού πριν πάτε σε ένα μαγαζί;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

11. Οι υπηρεσίες σε ένα κέντρο εστίασης είναι για σας:

- Υπερβολικά σημαντικές
- Πολύ σημαντικές
- Αρκετά σημαντικές
- Όχι αρκετά σημαντικές
- Καθόλου σημαντικές

12. Είστε ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες του σέρβις και της κουζίνας;

- Πάντα
- Σχεδόν πάντα
- Μερικές φορές
- Ελάχιστες φορές
- Ποτέ

13. Κατά πόσο είστε ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που σας προσφέρονται;

- Πάρα πολύ
- Πολύ
- Αρκετά
- Λίγο
- Ελάχιστα
- Καθόλου

14. Ο σερβιτόρος/α που έρχεται να σας πάρει την παραγγελία είναι ευπαρουσίαστος και ευγενικός;

- Πάντα
- Σχεδόν πάντα
- Μερικές φορές
- Ελάχιστες φορές
- Ποτέ

15. Αφήνετε φιλοδώρημα;

- Πάντα
- Σχεδόν πάντα
- Μερικές φορές
- Ελάχιστες φορές
- Ποτέ

16. Τα μεγάλα εστιατόρια παρέχουν καλύτερες υπηρεσίες από τα μικρά;

- Συμφωνώ απόλυτα
- Συμφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Διαφωνώ
- Διαφωνώ απολύτως

17. Πιστεύετε ότι η γνώση, η εμπειρία και η προσπάθεια για καλή απόδοση συμβάλλουν στη βελτίωση της εργασίας;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

18. Είστε λάτρεις της τεχνολογίας;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

19. Πιστεύετε ότι η ανάπτυξη της τεχνολογίας διευκολύνει την καθημερινότητα του ανθρώπου;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

20. Κατά πόσο πιστεύετε ότι η τεχνολογία συμβάλλει στην αλλαγή της ζωής μας;

- Πάρα πολύ
- Πολύ
- Αρκετά
- Λίγο
- Ελάχιστα
- Καθόλου

21. Τι σχέση έχετε με την τεχνολογία;

- Εξαιρετική
- Πολύ καλή
- Καλή
- Μέτρια
- Άσχημη

22. Γνωρίζετε τι είναι το "PDA";

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

23. Γνωρίζετε τι είναι το "ηλεκτρονικό μενού" (e-menu);

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

24. Σας έχει τύχει να σας πάρουν παραγγελία με ένα ασύρματο "πραγματάκι";

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

25. Πόσο συχνά το συναντάτε στα μαγαζιά που πηγαίνετε;

- Πάντα
- Συχνά
- Μερικές φορές
- Σπάνια
- Ποτέ

26. Ποιόν τρόπο παραγγελιοληψίας προτιμάτε;

- Ασύρματο (μέσω i-Pad ή PDA)
- Χειρόγραφο
- Οποιοδήποτε

27. Πιστεύετε ότι η παραγγελία προετοιμάζεται και καταφθάνει πιο γρήγορα σε σας με την ασύρματη παραγγελιοληψία;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ

28. Η παραγγελία από ένα ηλεκτρονικό μενού (e-menu) γίνεται μέσω i-Pad, οπότε η παρουσία των ανθρώπων είναι ανεπαρκής. Πιστεύεται ότι η αντικατάσταση των ανθρώπων από τεχνολογικά προϊόντα θα διευκολύνει την λήψη της παραγγελίας καθώς και την παράδοση της

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- ΙΣΩΣ
- ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ

29. Σε ποιο μαγαζί πιστεύετε ότι θα είχατε καλύτερη εξυπηρέτηση;

- Εστιατόριο με έμπειρο προσωπικό και εξελιγμένο τεχνολογικό εξοπλισμό
- Παραδοσιακό εστιατόριο με απλό προσωπικό

30. Πιστεύετε πως η αντικατάσταση των ανθρώπων από τεχνολογικά προϊόντα είναι κάτι θετικό για την ανθρώπινη ζωή;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- ΙΣΩΣ
- ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ

31. Σε ποιο τομέα θα επιθυμούσατε να γίνουν αλλαγές σε ένα εστιατόριο;

- Στο προσωπικό
- Στη διακόσμηση
- Στις υπηρεσίες
- Στη ποιότητα του φαγητού
- Στο μενού
- Στις τιμές
- Στον τεχνολογικό εξοπλισμό

32. Κατά πόσο πιστεύετε ότι ένα καλό και έμπειρο προσωπικό συμβάλλει στην προώθηση μιας επιχείρησης;

- Πάρα πολύ
- Πολύ
- Αρκετά
- Λίγο
- Ελάχιστα
- Καθόλου

33. Πιστεύετε ότι μέσω της ασύρματης παραγγελιοληψίας εξυπηρετείται καλύτερα και ο πελάτης και οι υπάλληλοι;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- ΙΣΩΣ
- ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ

34. Πιστεύετε η έλλειψη ενδιαφέροντος και ανταπόκρισης για τα PDA και τα ηλεκτρονικά μενού υπάρχει λόγω της ανύπαρκτης διαφήμισης τους στη χώρα μας;

- ΝΑΙ
- ΙΣΩΣ
- ΠΟΛΥ ΠΙΘΑΝΟΝ
- ΟΧΙ
- ΔΕΝ ΞΕΡΩ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 – ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

8.1 – ΣΚΟΠΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

- Να ανακαλύψουν οι εμπλεκόμενοι στην εστίαση τις επισιτιστικές αξίες ώστε να βοηθήσουν στην αξιοποίηση τους.
- Να διατυπωθεί η άποψη διαφόρων κοινωνικών τμημάτων για τις υπάρχουσες επισιτιστικές μονάδες.
- Να διατυπωθεί η άποψη για τι παρεχόμενες υπηρεσίες στα διάφορα εστιατόρια.
- Να γίνει σύγκριση ανάμεσα στις επιχειρήσεις εξειδικευμένου προσωπικού και μη εξειδικευμένου.
- Να γίνει σύγκριση ανάμεσα στις επιχειρήσεις εξειδικευμένου τεχνολογικού εξοπλισμού και μη.
- Να διατυπωθεί η γνώμη για την εξέλιξη της τεχνολογίας και της εφαρμογής της στις μονάδες εστίασης.
- Να τονισθεί η άποψη για τις αλλαγές που θα χρησίμευαν στην ανάπτυξη μιας επιχείρησης.
- Να τονισθεί η σημασία των υπηρεσιών που προσφέρεται στους πελάτες στα εστιατόρια.
- Να γνωστοποιηθεί ο βαθμός εμπειρίας και ειδίκευσης του προσωπικού που συναντάνε οι πελάτες.
- Να κατανοηθεί ο βαθμός επαφής του ανθρώπου με την τεχνολογία.
- Να τονισθούν οι προτιμήσεις των καταναλωτών για τις υπάρχουσες επιχειρήσεις επισιτισμού.

8.2 – ΣΤΟΧΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

- Να γίνει αναφορά στην αξιολόγηση των υπάρχόντων υπηρεσιών στους τομείς της εστίασης.
- Να δοθεί περισσότερο ενδιαφέρον στον τρόπο λειτουργίας και την ποιότητα εδεσμάτων και υπηρεσιών μιας εστιατορικής επιχείρησης.
- Να γίνει σωστή πληροφόρηση για την εξέλιξη της τεχνολογίας και της επίδρασης της στην εστίαση.
- Να γίνουν οι απαραίτητες αλλαγές σε ορισμένους τομείς στις επιχειρήσεις επισιτισμού.
- Να δημιουργηθούν κανάλια ενημέρωσης για την ορθή χρήση και πληροφόρηση τεχνολογικών προϊόντων.
- Να γίνει λεπτομερής αναφορά για την συνύπαρξη ανθρώπου και τεχνολογίας.
- Να ενισχυθούν οι προσπάθειες για την βελτίωση του τρόπου διαφήμισης των επιχειρήσεων και των προϊόντων που διαθέτουν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 – ΥΠΕΡ-ΚΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ

9.1 – ΤΑ ΥΠΕΡ

- Υπάρχουν αρκετές επιχειρήσεις εστίασης που μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες μιας κοινωνίας.
- Οι απαιτήσεις των πελατών ικανοποιούνται σχεδόν πλήρως από τις υπάρχουσες επιχειρήσεις επισιτισμού.
- Οι καταναλωτές είναι ικανοποιημένοι από ποιότητα του φαγητού και των υπηρεσιών που τους προσφέρονται.
- Υπάρχει ένα μεγάλο ποσοστό εξειδικευμένου και έμπειρου προσωπικού που μπορεί να βοηθήσει τους πελάτες στις επιλογές τους.
- Η παραγγελίες μέσω των PDA προετοιμάζονται και παραδίδονται πιο γρήγορα από το χειρόγραφο τρόπο.
- Τα PDA εξυπηρετούν καλύτερα και τους πελάτες και τους υπαλλήλους.
- Η ανάπτυξη της τεχνολογίας συμβάλλει στην διευκόλυνση της καθημερινότητας των ανθρώπων.

9.2 – ΤΑ ΚΑΤΑ

- Μέσα στο αυτοματοποιημένο εργασιακό περιβάλλον καταργείται η χειρονακτική εργασία.
- Οι θέσεις εργασίας μειώνονται.
- Η αντικατάσταση των ανθρώπων από τεχνολογικά προϊόντα είναι κάτι αρνητικό για την κοινωνία.
- Οι γνώσεις των ανθρώπων για τα τεχνολογικά προϊόντα είναι ελλείψεις.
- Η διαφήμιση τεχνολογικών προϊόντων που αφορούν την εστίαση δεν έχουν πάρει διάσταση στη χώρα μας.

9.3 – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ

- Θα πρέπει να γίνουν ελάχιστες αλλαγές στους χώρους που απαιτείται όσον αφορά την ποιότητα του φαγητού, τη σύνθεση του μενού, την πολιτική των τιμών και τις υπηρεσίες.
- Το προσωπικό που δεν έχει την απαραίτητη μόρφωση θα πρέπει να επανεκπαιδευτεί και να καθοδηγηθεί σωστά για τον σωστό τρόπο εργασίας.
- Τα κανάλια διαφήμισης πρέπει να ενισχυθούν ώστε να προωθούν τα θετικά στοιχεία με ότι σχετίζεται με τα εστιατόρια και τα προϊόντα τους.
- Πρέπει να βρεθεί ένα κίνητρο για να υποδεχθούν οι πελάτες πιο θερμά τα τεχνολογικά προϊόντα που συμβάλλουν στην καλύτερη εξυπηρέτηση, χωρίς να χρειαστεί η αντικατάσταση των ανθρώπων από αυτά.
- Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να ενημερώνονται συνέχεια για τις ανάγκες των καταναλωτών ώστε να αξιοποιούν αυτές τις πληροφορίες στους τρόπους βελτίωσης της επιχείρησής τους.
- Να δίνεται περισσότερη έμφαση στην προσφερόμενη ποιότητα, σε οποιοδήποτε τομέα και αν αφορά, και όχι τόσο στον τρόπο με τον οποίο μπορεί να επιτευχθεί.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Έχουμε συχνά την εντύπωση, ότι βαδίζουμε σε ελλειπτικούς δρόμους, όταν προσπαθούμε να αναφερθούμε στην σημειολογία της γεύσης.

Το “αίσθημα” της γεύσης, όντας βασική, καθημερινή και θεμελιώδης λειτουργία, συμπληρώνει έναν μακρύ κατάλογο από ευχάριστα ή και δυσάρεστα συναισθήματα, που αν συνδυαστούν με τις επιθυμίες, τις διαθέσεις και τις γευστικές μνήμες, αποτελούν πραγματικό και ουσιαστικό βίωμα.

Στη πραγματικότητα, η γεύση, αποτελεί το μέσο για την πολυπόθητη ως ζητούμενο απόλαυση. Και η αναζήτηση της απόλαυσης, έστω και για όσο διαρκεί το γευστικό ερέθισμα, είναι κινητήριος δύναμη.

Σ’ έναν πλουραλιστικό συνδυασμό αρωμάτων, χρωμάτων και γεύσεων, η σημειολογία της απόλαυσης υπαγορεύει γαστρονομικές περιπλανήσεις που αναπόφευκτα μας ενσωματώνουν στην εμπειρία και στο αποτέλεσμα. Είναι τέχνη τελικά και ίσως νομοθέτημα ευχαρίστησης, το να επιλέγουμε αυτά που μας ελκύουν, μας ταιριάζουν και μας ασκούν πιέσεις γοητείας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξενόγλωσση

- McAlpine, M., 2005-07. *Working in the Food Industry*. Gareth Stevens.
- Lovitt, W., 1977. *The Question Concerning Technology and Other Essays*. Harper Torchbooks.
- Viken, A., 2009. “*The history of personal digital assistants 1980-2000*”, Agile Mobility.
- Patrick (2006). “*Palm PDA cables*”. Deep Wave.
- Marian, Spears. “*A Managerial and Systems Approach, second edition*”. Foodservice Organizations

Ελληνική

- Κυπαρισσίου Π. *Γνωρίζοντας τα τρόφιμα, τροφογνωσία – εμπορευματογνωσία*, γ' έκδοση, , Μαζαράκη.
- Δημαρόγκωνας Α., 2004. «*Η Ιστορία της Τεχνολογίας I+II*», Μακεδονικές Εκδ., Αθήνα 2001.
- Πατεστής, Ι., 2009. *Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Ποτών – F&B Management*, Αθήνα.
- Καλόσακας, Ε., 2009. *Μαγειρεύοντας – οι βάσεις της μαγειρικής Μέρος β', γ' έκδοση*, Αθήνα.
- Τζέρεμι, Ρ., 1996. *Το τέλος της εργασίας και το μέλλον της*, Νέα σύνορα.
- Σαλεσιώτης, Μ., 2007. *Σύνθεση εδεσματολογίου*, Interbooks.
- Θεοδωρέλλης, Δ. Χ., 2006. *Επιστήμη και Τεχνογνωσία στη μαζική Εστίαση*, Θεσσαλονίκη.
- Μάρας, Α. Γ. , 1997. *Οργάνωση-Τεχνική Εστιατορικών Μονάδων*, Interbooks.
- Π. Φαναριώτη, 2004. *Εργασιακές Σχέσεις, Β' Έκδοση*, Αθ. Σταμούλης.
- Αρβανίτης, Κ., 2006. *Μπαρ-Οινολογία*, Προπομπός.
- Βοήθημα για το μάθημα της Τεχνολογίας, Α' Γυμνασίου

Περιοδικά

- *Food Service*, Τεύχος 104, Μάρτιος-Απρίλιος 2011.
- *Bionews*, Τεύχος 86-87, Οκτώβριος-Νοέμβριος 2010.

Φωτογραφικό υλικό

- <http://justing2014.blogspot.com/2011/04/biology-and-technology-like-evil-twins.html>
- http://pvf.blogspot.com/2011/04/blog-post_9059.html
- <http://www.google.gr/imgres?imgurl=http://i-know.gr>
- <http://www.examiner.com/cleveland-restaurant-news-in-columbus>
- <http://www.printxpress.gr/pxp/taxonomy/term/1?page=1>
- <http://www.sigmalive.com/city/plus/food/72248>
- <http://specialevents.com/photogallery/ten-years-Gala-Award-winning-dining-table-designs/index3.html>

- http://www.cartoonstock.com/directory/n/non-smoking_restaurants.asp
- http://www.google.gr/search?um=1&hl=el&biw=1259&bih=758&tbm=isch&sa=1&q=PDA&oq=PDA&aq=f&aqi=g2&aql=&gs_sm=e&gs_upl=21636122174101312101010101168130110.2
- <http://eater.com/archives/2010/08/30/ipad-sushi-menu-by-sharp.php>