



FLAVOURS
of EUROPE

Καλώς ήρθατε!



Γεια σε όλους & όλες! Ας γνωριστούμε. Είμαι η Jana. Θα είμαι η βοηθός σας καθ' όλη τη διάρκεια αυτού του μαθήματος με αρκετές ιδέες, συμβουλές και σχόλια, με σκοπό να σας βοηθήσω να ολοκληρώσετε το μάθημα με επιτυχία.

Ας πούμε μερικά πράγματα εκ των προτέρων:

- Κάθε ενότητα χωρίζεται σε κεφάλαια. Στο τέλος κάθε κεφαλαίου θα μπορείτε να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο αυτοαξιολόγησης για να προχωρήσετε στην επόμενη φάση.
- Μαζί με το υλικό κάθε κεφαλαίου, υπάρχει αρκετό συμπληρωματικό υλικό για τη βελτίωση των γνώσεών σας σε κάθε θέμα:
 - **Σύνδεσμοι ενδιαφέροντος.** Ιστοσελίδες στις οποίες μπορείτε να μεταβείτε για να εμπλουτίσετε τις πληροφορίες σας. ΣΗΜΕΙΩΣΗ: οι περισσότεροι σύνδεσμοι είναι διαθέσιμοι στα Αγγλικά
 - **Πρόσθετες πληροφορίες.** Ορισμένα πληροφορίες σε πλαίσια υπάρχουν για να αποσαφηνίσουν ορισμένες ιδέες, έννοιες, ορισμούς...
 - **Μελέτες περιπτώσεων.** Οι καλύτερες εμπειρίες που θα σας βοηθήσουν να έχετε μια πρακτική εικόνα για κάθε ένα από τα θέματα.
- Είμαι στη διάθεσή σας για ό,τι χρειαστείτε κατά τη διάρκεια αυτής της μαθησιακής διαδικασίας.



FLAVOURS
of EUROPE

Εργαλειοθήκη κατάρτισης - Ενότητα #1

Επιχειρηματίας στον τόπο μου

ΚΕΦΑΛΑΙΑ

1. Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.
2. Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.
3. Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα.
4. Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα.
5. Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα & την αξία.
6. Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας.
7. **Τρόφιμα**, η βάση της γαστρονομίας
8. Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση ενός προϊόντος.
9. Συμπέρασμα



Ας ξεκινήσουμε

ΚΕΦΑΛΑΙΑ

1. Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.
2. Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.
3. Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα.
4. Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα.
5. Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα & την αξία.
6. Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας.
7. **Τρόφιμα**, η βάση της γαστρονομίας
8. Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση του προϊόντος.
9. Συμπέρασμα



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.

Καλώς ήρθατε σε αυτό το πρώτο κεφάλαιο! Σήμερα ξεκινάτε μια πορεία γεμάτη προκλήσεις για να γίνετε επιχειρηματίες στις αγροτικές περιοχές. Γνωρίζουμε ότι ο δρόμος δεν είναι εύκολος, γι' αυτό θέλουμε να σας προσφέρουμε κάθε είδους υλικά/πόρους για να τα κάνουμε όλα πιο προσβάσιμα.

Και θέλουμε να ξεκινήσουμε με έναν **ορισμό** του/της επιχειρηματία. Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να ορίσουμε έναν/μία επιχειρηματία.

- Ο/η επιχειρηματίας είναι κάποιος/α που παίρνει μια απόφαση να αναλάβει καινοτόμες δράσεις ή εγχειρήματα.
- Ο/η επιχειρηματίας είναι σε θέση να εντοπίσει και να ανακαλύψει κάποια επιχειρηματική ευκαιρία. Με βάση αυτό, σκέφτεται την σωστή διαχείριση των πόρων, προκειμένου να ξεκινήσει ένα επιχειρηματικό σχέδιο.
- Ένας/μία επιχειρηματίας εντοπίζει ευκαιρίες αναλύοντας και μελετώντας την αγορά και τις διακυμάνσεις της. Με τον τρόπο αυτό, εντοπίζει τις προτιμήσεις και τις συμπεριφορές του κοινού.
- Ο/η επιχειρηματίας συγκεντρώνει **οικονομικούς, χρηματοδοτικούς και ανθρώπινους πόρους** για να δώσει μορφή στο σχέδιό του.
- Ένας/μία επιχειρηματίας θέτει την ιδέα σε κίνηση με αποφασιστικότητα, αντιμετωπίζοντας τη θέση ευθύνης του/της.
- Ένας/μία επιχειρηματίας κυνηγάει ένα όνειρο και δεν ησυχάζει μέχρι να το πραγματοποιήσει.



Εσείς οι ίδιοι/ες είστε ήδη επιχειρηματίες επειδή θέλατε να ξεκινήσετε αυτόν τον δρόμο!

Ερώτηση:



Με ποιον από αυτούς τους ορισμούς ταυτίζεστε περισσότερο; Μπορείτε να δώσετε εσείς έναν ορισμό;



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Τι είναι η
επιχειρηματικότητα; Η
επιχειρηματικότητα σ'
ένα αγροτικό
περιβάλλον.

Ορισμένοι/ες επιχειρηματίες έχουν πολύ συγκεκριμένες ικανότητες. Ίσως έχετε και εσείς ορισμένες από αυτές:

1. **Επιχειρηματική δημιουργικότητα**, για τη σύλληψη & υλοποίηση νέων επιχειρηματικών ιδεών.
2. **Ηγετική ικανότητα**, η οποία θα σας βοηθήσει να συνεργαστείτε με άλλους ανθρώπους και να θέσετε έναν στόχο.
3. Ικανότητα **προσαρμογής & διαχείρισης των αλλαγών**. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να γνωρίζετε πώς να προσαρμόζεστε σε νέες συνθήκες (αλλαγές στη ζήτηση προϊόντων, αλλαγές στη νομοθεσία κ.λπ.).
4. **Επιμονή και προσανατολισμός στον στόχο**, καθώς οι συνθήκες μπορεί να είναι δυσμενείς στην αρχή και πρέπει να ξέρετε πώς να επιμένετε. Η Μισέλ Ομπάμα δήλωσε ότι δεν υπάρχει μαγική συνταγή για την επιτυχία- όλα εξαρτώνται από τη σκληρή δουλειά, τη λήψη σωστών αποφάσεων και την επιμονή.
5. **Πάθος**. Ένας/μία επιχειρηματίας όπως εσείς θα πρέπει να είναι ενθουσιώδης και να πιστεύει στην ιδέα του/της για να την αναπτύξει.
6. **Αυτοπεποίθηση**, ώστε να προσφέρετε ασφάλεια στο έργο και στην ομάδα σας και να επιτύχετε τους στόχους που έχουν τεθεί.
7. Ο/η επιχειρηματίας πρέπει να είναι **ρεαλιστής/στρια** και να έχει μεγάλη ικανότητα ανάλυσης του περιβάλλοντος.
8. Η ανάληψη **υπολογισμένων κινδύνων** είναι πολύ σημαντική για τον/την επιχειρηματία προκειμένου να μην ασχοληθεί με άκυρες ευκαιρίες. Προσοχή! Είναι σημαντικό να μην διακινδυνεύετε περισσότερα από όσα μπορείτε.

Η επιχειρηματικότητα εξακολουθεί να είναι ένας τομέας με σαφές μειονέκτημα στην Ευρώπη σε σύγκριση με άλλες χώρες του κόσμου. Για παράδειγμα, υψηλότερο ποσοστό Αμερικανών, Καναδών και Αυστραλών ενηλίκων ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα σε υψηλότερα ποσοστά σε σχέση με τους/τις Ευρωπαίους/ες ομότιμους/ές τους.

Γνωρίζετε ότι...;



Η Ευρωπαϊκή Ένωση ενθαρρύνει τη δημιουργία επιχειρήσεων και την προώθηση της επιχειρηματικής κουλτούρας, με έμφαση σε τρεις προτεραιότητες:

1. Βελτίωση της εκπαίδευσης και κατάρτισης σε θέματα επιχειρηματικότητας.
2. Άρση των διοικητικών εμποδίων.
3. Προώθηση της κουλτούρας της επιχειρηματικότητας.





FLAVOURS
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Τι είναι η
επιχειρηματικότητα;
Επιχειρηματικότητα
σ' ένα αγροτικό
περιβάλλον.

Η πιο σημαντική ιδιότητα της αγροτικής επιχειρηματικότητας έγκειται στο γεγονός ότι οι άνθρωποι (όπως εσείς) δημιουργούν τη δική τους εναλλακτική λύση απασχόλησης, ώστε να μην χρειάζεται να εγκαταλείψουν το μέρος, όπου ζουν. Αυτή η έλλειψη επαγγελματικών επιλογών και προσφορών εργασίας συνδέεται επίσης με τη διατήρηση των οικογενειακών επιχειρήσεων και τη μεγάλη ευαισθησία στην ανάπτυξη και την αύξηση του πληθυσμού στο μέρος όπου κατοικούν.

Το μέλλον δεν βρίσκεται μόνο στις λεγόμενες 'έξυπνες πόλεις', αλλά και στις αγροτικές περιοχές. Σήμερα, υπάρχει μια ευκαιρία για ανάπτυξη στις αγροτικές περιοχές: οι επαγγελματίες της πόλης αναζητούν χώρους στο αγροτικό περιβάλλον για να αναπτύξουν το ταλέντο τους και να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους.

Επιπλέον, οι διευκολύνσεις για την αγροτική επιχειρηματικότητα σημαίνουν ότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι αποφασίζουν να κάνουν το άλμα από την πόλη στην ύπαιθρο. Τα προγράμματα ενίσχυσης και ένα περιβάλλον με λιγότερο ανταγωνισμό καθιστούν τον αγροτικό κόσμο μια πραγματική επιλογή για πολλούς ανθρώπους που θέλουν να αλλάξουν τη ζωή τους και να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Φαίνεται ότι στις αγροτικές περιοχές είναι ευκολότερο να στήσεις μια νέα επιχείρηση που κανείς στην περιοχή δεν έχει σκεφτεί και να έχεις λιγότερο ανταγωνισμό. Και όχι μόνο αυτό, αλλά επίσης, όταν πρόκειται για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης, τα πάντα, γενικά, είναι φθηνότερα: το κόστος της στέγασης, των επαγγελματικών χώρων ή μιας αποθήκης και το βιοτικό επίπεδο είναι πιο προσιτά από ό,τι στις πόλεις.

Γνωρίζετε

ότι...;



Το αγροτικό περιβάλλον ήταν ανέκαθεν άγνωστο στους επιχειρηματίες των πόλεων και δεν τους κέντριζε το ενδιαφέρον, αλλά ο COVID-19 άλλαξε την αντίληψη που είχαμε για τον κόσμο και πιθανότατα επαναπροσδιόρισε το πριν και το μετά στην κοινωνία μας, στον τρόπο εργασίας μας, στις αξίες της ζωής μας, στις καταναλωτικές μας συνήθειες και, ίσως, αυτές οι αλλαγές να αποτελέσουν ευκαιρία για τον αγροτικό κόσμο και για την προώθηση της επιχειρηματικότητας σε αυτό το περιβάλλον.



ΚΕΦΑΛΑΙΑ

1. Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.
2. Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.
3. Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα.
4. Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα.
5. Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα & την αξία.
6. Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας.
7. **Τρόφιμα**, η βάση της γαστρονομίας
8. Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση ενός προϊόντος.
9. Συμπέρασμα





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.



Όπως στο διάσημο παιχνίδι **Trivial Pursuit**, σας καλούμε να σκεφτείτε έξι τομείς ή στάδια για να δημιουργήσετε μια επιχείρηση σ' ένα αγροτικό περιβάλλον ξεκινώντας από το μηδέν.

- Ιστορία (**κίτρινο**). Το προσωπικό σας ιστορικό. Γνωρίστε τις ικανότητες και δεξιότητες στις οποίες έχετε επιτύχει στο παρελθόν.
- Γεωγραφία (**μπλε**). Πού θέλετε να βρεθείτε. Ποιος είναι ο στόχος σας για τη δημιουργία μιας εταιρείας;
- Τέχνη και Λογοτεχνία (**Καφέ**). Αναγνώσεις, εκθέσεις και έγγραφα για τη δημιουργία της επιχείρησής σας.
- Επιστήμη και Φύση (**Πράσινο**). Η πραγματικότητά σας, το περιβάλλον σας, η παρατήρηση της πραγματικότητας.
- Εξωστρέφεια (**ροζ**). Προσωπικές δεξιότητες. Η "τέχνη του φαίνεσθαι". Ποιο είναι το μυστικό σας όπλο;
- Αθλητισμός (**πορτοκαλί**). Πρακτική.

Γνωρίζετε
ότι...;



Το Trivial Pursuit είναι ένα επιτραπέζιο παιχνίδι. Ο Scott Abbott, αθλητικός συντάκτης της εφημερίδας Canadian Press, και ο Chris Haney, φωτογράφος του περιοδικού Montreal Gazette, ανέπτυξαν την ιδέα τον Δεκέμβριο του 1979 - το παιχνίδι τους κυκλοφόρησε δύο χρόνια αργότερα. Στις Η.Π.Α, το παιχνίδι έγινε δημοφιλές το 1984, όταν πωλήθηκαν περίπου 20 εκατομμύρια αντίτυπα. Η Parker Brothers (που σήμερα ανήκει στη Hasbro) αγόρασε τα δικαιώματα του παιχνιδιού το 1988. Μέχρι το 2004, έχουν πωληθεί περίπου 88 εκατομμύρια αντίτυπα, σε 26 χώρες και 17 γλώσσες.





FLAVOURS
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας



"Δεν υπάρχει καλύτερος προγνωστικός δείκτης για το μέλλον από το παρελθόν". (Καθηγητής Luis Puchol)



ΙΣΤΟΡΙΑ

Προηγούμενες εμπειρίες

Οι εμπειρίες σας θα αποτελέσουν τη βάση της επιχείρησής σας, διότι ποιος θα ξεκινούσε ένα έργο στο οποίο έχει ελάχιστες πιθανότητες επιτυχίας; Αναλογιστείτε ποιες δραστηριότητες ήταν επιτυχείς στο παρελθόν. Ακόμη και αν δεν έχετε υπάρξει ακόμη επιχειρηματίας, είμαστε σίγουροι ότι υπάρχουν εμπειρίες που μπορείτε να ενσωματώσετε στο νέο σας εγχείρημα, ιδίως γαστρονομικές:

- Έχετε μαγειρέψει για κάποιον άλλο εκτός από την οικογένειά σας;
- Έχετε φυτέψει, φροντίσει ή καλλιεργήσει προϊόντα;
- Σας αρέσει να συναναστρέφεστε με άλλους ανθρώπους;
- Σημειώσατε τις συνταγές των γονιών ή των παππούδων/γιαγιάδων σας και προσπαθήσατε να τις αναπαράγετε κατά καιρούς;

Θυμηθείτε:



Όλες αυτές οι εμπειρίες θα δουν τώρα το φως της ημέρας με έναν νέο μαγικό τρόπο. Θυμηθείτε ποιες είναι και γράψτε τις. Θα είναι πολύτιμες για εσάς!





FLAVOURS
of EUROPE



ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ

Στόχοι και στρατηγικές

Όλα ξεκινούν με μια ιδέα, η οποία πρέπει να μετατραπεί σε στόχους. Να θυμάστε ότι οι στόχοι σας πρέπει να είναι **SMART** - ακρωνύμιο με 5 πυλώνες, δηλ:

- **Συγκεκριμένος (Specific):** Η μη σαφήνεια του στόχου σας είναι μια καλή αρχή... για καταστροφή. Αφιερώστε λίγο χρόνο για να το σκεφτείτε μεθοδευμένα. Για παράδειγμα, η "αύξηση των πωλήσεων" απέχει πολύ από έναν συγκεκριμένο στόχο.
- **Μετρήσιμος (Measurable):** Να θυμάστε να χρησιμοποιείτε μεταβλητές που μπορείτε αργότερα να μετρήσετε. Για παράδειγμα: "Αύξηση κατά 3%" είναι ένας μετρήσιμος στόχος. Η μετρησιμότητα ενός στόχου SMART μπορεί να είναι ποσοτική ή ποιοτική.
- **Εφικτός (Attainable):** Πρέπει να είναι υλοποιήσιμος. Επομένως, πρέπει να κάνετε την ιδέα σας να συνάδει με τον στόχο.
- **Σχετικός (Relevant):** Μην φτάσετε στα μισά του δρόμου. Προσπαθήστε να κάνετε τον στόχο λίγο πιο φιλόδοξο, ώστε να αποτελεί πρόκληση για εσάς και να σχετίζεται με τα σχέδιά σας.
- **Ρεαλιστικός Χρονικά (Time-bound):** Είναι πολύ σημαντικό οι στόχοι να έχουν μια ημερομηνία-στόχο ή ένα χρονικό πλαίσιο για το πότε θα πρέπει να ολοκληρωθούν - άρα είναι χρονικά δεσμευμένοι. Αυτό από τη μία δίνει την αίσθηση του επείγοντος, αλλά ωστόσο βοηθά όταν πρόκειται να επανεξεταστεί κατά πόσον ο στόχος έχει επιτευχθεί ή όχι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας



"Δεν υπάρχει καλός άνεμος για εκείνον που δεν ξέρει πού πηγαίνει".
(Σενέκας)

Γνωρίζετε
ότι...;



Η στρατηγική είναι, πολύ απλά, να σκεφτόμαστε μακροπρόθεσμα. Πού θα θέλατε να δείτε τη μικρή επιχείρησή σας σε πέντε χρόνια; Έχοντας πάντα τη στρατηγική στο μυαλό σας, θα είναι ευκολότερο να πετύχετε τα σχέδιά σας!





FLAVOURS
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας



ΤΕΧΝΗ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ

Πόροι για την επιχειρηματικότητα

Τι πόρους χρειάζεστε για την υλοποίηση του έργου σας; Υπάρχουν πολλοί άνθρωποι που μπορεί να έχουν ήδη αναλάβει ένα παρόμοιο εγχείρημα και έχουν συστηματοποιήσει τις εμπειρίες τους με βιβλία ή εγχειρίδια. Από την άλλη πλευρά, είναι επίσης πιθανό στην περιοχή σας να υπάρχουν βοηθήματα, γραφεία ή φορείς υποστήριξης για επιχειρηματίες, ειδικά σε αγροτικές περιοχές. Κάντε μια έρευνα όλων αυτών το συντομότερο δυνατό.

- a) Βιβλία και εγχειρίδια για την επιχειρηματικότητα
- b) Εκθέσεις για τους πελάτες
- c) Μαρτυρίες και εμπειρίες άλλων επιχειρηματιών στην πόλη σας ή στο περιβάλλον σας, οι οποίοι/ες, ακόμη και αν δεν δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα με εσάς, μπορούν σίγουρα να σας μεταφέρουν τις εντυπώσεις τους σχετικά με τους πελάτες, την αγορά, τα χρονοδιαγράμματα...
- d) Τα Γραφεία Υποστήριξης Επιχειρηματιών συχνά υπάρχουν σε αγροτικές περιοχές. Μη διστάσετε να επικοινωνήσετε μαζί τους. Τα περισσότερα από αυτά έχουν δημόσιο χαρακτήρα και διαθέτουν τεχνικούς που θα σας βοηθήσουν να αναπτύξετε σωστά το επιχειρηματικό σας σχέδιο.



"Αν οι φιλοδοξίες σας δεν είναι μεγαλύτερες από τους πόρους σας, δεν είστε επιχειρηματίας".
(C.K. Prahalad)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας



ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΦΥΣΗ

Περιβάλλον



Η ανάλυση της αγοράς είναι το κλειδί για το επιχειρηματικό μας σχέδιο. Σε αυτή θα βρούμε, αφενός, την αγορά στην οποία θα εισαχθεί το προϊόν μας, το μέγεθός της, τους παράγοντες επιτυχίας που τη χαρακτηρίζουν, τα εμπόδια εισόδου και εξόδου που μπορεί να συναντήσουμε, ποια είναι η φυσική εξέλιξη και ανάπτυξή της, ο μετέπειτα ρυθμός της και οι τρέχουσες τάσεις. Και, από την άλλη πλευρά, θα πρέπει να προβούμε σε ενδελεχή διερεύνηση του ανταγωνισμού που θα συναντήσουμε για να προσφέρουμε το καλύτερο προϊόν και να προσεγγίσουμε τον μεγαλύτερο αριθμό καταναλωτών. Αλλά να έχετε κάτι κατά νου! Συνήθως σε μια αγροτική κοινωνία ο ανταγωνισμός είναι πάντα πιο "φιλικός".



"Δεν έχει σημασία αν το περιβάλλον σας είναι σκοτεινό. Φωτίστε το μέρος σας". (Ανώνυμος)





ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ

Προσωπικές δεξιότητες

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Πώς να ξεκινήσετε
μια νέα επιχείρηση
δημιουργώντας ένα
τοπικό
γαστρονομικό
σημείο στην
οικογενειακού
τύπου μονάδα σας

Ποιες είναι οι σημαντικότερες δεξιότητές σας; Είμαι σίγουρη ότι ξέρετε πώς να κάνετε πράγματα που επηρεάζουν θετικά την επιχείρησή σας. Αυτές οι δεξιότητες (που ονομάζονται κοινωνικές δεξιότητες) είναι εκείνες που θα βελτιώσουν το έργο σας, τις σχέσεις σας με τους πελάτες και, φυσικά, την προσωπική σας ζωή. Ποιες θα μπορούσαν να είναι αυτές οι δεξιότητες;

- Διαχείριση χρόνου.
- Δημόσια ομιλία.
- Ομαδική εργασία.
- Ηγεσία.
- Δεξιότητες πωλήσεων.
- Διαπραγμάτευση.
- ...κλπ (η λίστα μπορεί να έχει πάνω από είκοσι..)

Σας ενθαρρύνουμε να ενισχύσετε ορισμένες από αυτές τις δεξιότητες, οι οποίες θα είναι πολύ επωφελείς στο μέλλον σας ως επιχειρηματίας.

Ερώτηση:



Με ποια δεξιότητα ταυτίζεστε περισσότερο και ποια πιστεύετε ότι μπορείτε να προσφέρετε στους άλλους όταν εργάζεστε σε μια ομάδα;



"Όταν όλα αλλάζουν... νέες δεξιότητες είναι απαραίτητες". (Marta Grañó)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Πώς να ξεκινήσετε
μια νέα επιχείρηση
δημιουργώντας ένα
τοπικό
γαστρονομικό
σημείο στην
οικογενειακού
τύπου μονάδα σας



ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ

Δράσεις που πρόκειται να αναπτύξετε

Τώρα πρέπει να πιάσουμε δουλειά! Και πρέπει να το κάνετε βήμα προς βήμα, με υπομονή, γνωρίζοντας ότι θα υπάρξουν πολλές προκλήσεις που θα χρειαστεί να διαχειριστείτε.

Σε αυτό το στάδιο θα πρέπει να καθορίσετε το επιχειρηματικό μοντέλο και το οικονομικό σχέδιο, το οποίο θα περιγράφει λεπτομερώς τις οικονομικές ρυθμίσεις (πώς θα χρηματοδοτηθείτε), το βασικό χαρτοφυλάκιο προϊόντων ή υπηρεσιών για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων και σκοπών, μια ενδιάμεση κατάσταση εσόδων και όλες τις βραχυπρόθεσμες/μεσοπρόθεσμες/μακροπρόθεσμες χρηματοδοτικές ανάγκες.



"Όταν όλα αλλάζουν. "Η ιδέα που δεν προσπαθεί να γίνει λέξη είναι μια κακή ιδέα, και η λέξη που δεν προσπαθεί να γίνει πράξη είναι μια κακή λέξη." (Τσέστερτον)



ΚΕΦΑΛΑΙΑ

1. Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.
2. Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.
3. **Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα.**
4. Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα.
5. Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα & την αξία.
6. Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας.
7. Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας
8. Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση του προϊόντος.
9. Συμπέρασμα



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα

Σε αυτή την ενότητα θα εξετάσουμε μια θεμελιώδη πτυχή, τα νομικά πλαίσια κατά τη σύσταση μιας επιχείρησης.

Το πρώτο βήμα για τη σύσταση μιας εταιρείας, όσο μικρή και αν είναι, είναι η επιλογή της νομικής της μορφής. Είναι προτιμότερο να το κάνετε με τη βοήθεια μιας συμβουλευτικής εταιρείας με την οποία θα διαχειριστείτε τα πρώτα βήματα: σύσταση της εταιρείας, φορολογικές υποχρεώσεις, πληρωμή φόρων...



Να έχετε κατά νου: Κάθε τύπος εταιρείας απαιτεί έναν ελάχιστο αριθμό εταίρων και επενδύσεων (κεφάλαιο) και καθορίζει την ευθύνη της εταιρείας και των εταίρων για τα χρέη αυτής.

Υπάρχουν και άλλοι ειδικοί τύποι εταιρειών, όπως οι αστικές ή οι κοινότητες αγαθών, οι οποίες έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά από τις προηγούμενες και οι οποίες διέπονται σε επίπεδο φόρων από άλλο καθεστώς.

Μπορεί ακόμη και να επιλέξετε τελικά να καθιερωθείτε ως **Αυτοαπασχολούμενος/η εργαζόμενος/η.**





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα

Αφού επιλέξετε τη νομική μορφή που σας ταιριάζει καλύτερα, ήρθε η ώρα να καταχωρίσετε την επιχείρησή σας στο μητρώο εμπορικών σημάτων ή κάτι παρόμοιο που υπάρχει στη χώρα σας.

Σε κάθε χώρα ή περιοχή υπάρχει ένα μητρώο που καταγράφει τον αριθμό των εταιρειών και τις δραστηριότητές τους στην εμπορική κίνηση ή, που είναι περίπου το ίδιο, το σύνολο των εργασιών των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Εκεί θα πρέπει να επαληθεύσετε μέσω του ειδικού πιστοποιητικού ότι η εταιρική επωνυμία της εταιρείας σας είναι μοναδική και ότι δεν συμπίπτει με εκείνη οποιασδήποτε άλλης εταιρείας (*προδέσμευση επωνυμιών και διακριτικών τίτλων*).

Μόλις κατοχυρώσετε την επωνυμία, σειρά έχουν οι τράπεζες – επισκεφτείτε την τράπεζα της εμπιστοσύνης σας, αλλά και άλλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

Εξετάστε ποια τράπεζα σας προσφέρει τους πιο ευνοϊκούς όρους για να ανοίξετε λογαριασμό στο όνομα της εταιρείας σας. Σε αυτόν τον λογαριασμό πρέπει να καταθέσετε το μετοχικό κεφάλαιο, το ελάχιστο ή το επιλεγμένο.

Το επίσημο έγγραφο, στο οποίο αναγράφονται τα στοιχεία του εταίρου ή των εταίρων και οι εισφορές που έχουν καταβληθεί, πιστοποιεί το κοινωνικό κεφάλαιο στο καταστατικό και το οποίο θα πρέπει να προσκομίσετε ενώπιον συμβολαιογράφου ή δημόσιου λειτουργού για την επίσημη έναρξη της εταιρείας σας.



Σημαντικό: Μην ξεχάσετε να ζητήσετε το πιστοποιητικό κατάθεσης, εάν η τράπεζα δεν το εκδώσει κανονικά.



Θυμηθείτε: Το νομικό πλαίσιο διαφέρει ανάλογα με τη χώρα στην οποία διαμένετε. Όσα περιγράφονται εδώ είναι κατευθυντήριες γραμμές και όχι σαφείς οδηγίες που μπορούν να ακολουθηθούν κατά γράμμα.

Το καλύτερο που έχετε να κάνετε είναι να λάβετε πληροφορίες και συμβουλές από τον επίσημο φορέα της χώρας σας.



Νομικά πλαίσια & απαραίτητα βήματα

- Επιλέξτε **νομική μορφή**.
- Καταχωρήστε την επιχείρησή σας στο **μητρώο εμπορικών σημάτων**.
- Επιλέξτε μια **τράπεζα** με οφέλη για την επιχείρησή σας.
- Μην ξεχάσετε να ζητήσετε το **πιστοποιητικό κατάθεσης**.



ΚΕΦΑΛΑΙΑ

1. Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.
2. Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.
3. Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα.
4. Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα.
5. Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα, την αξία.
6. Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας.
7. Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας
8. Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση του προϊόντος.
9. Συμπέρασμα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα

Σε αυτή την ενότητα θα αναπτύξουμε την έννοια της ικανοποίησης των πελατών. Χωρίς τον πελάτη δεν μπορούμε να ξεκινήσουμε μια επιχείρηση και να την αναπτύξουμε.

Το πρόσωπο με το οποίο θέλουμε να δημιουργήσουμε κάθε είδους εμπορική σχέση πρέπει να λαμβάνει θετικές εισροές από την εταιρεία μας ανά πάσα στιγμή, όχι μόνο όταν πραγματοποιείται η αγορά ή η κατανάλωση. Πριν από την πρώτη φυσική επαφή, πρέπει να προσελκύσετε την προσοχή τους, ώστε να γνωρίσουν το προϊόν σας και να δείξουν ενδιαφέρον γι' αυτό. Στη συνέχεια, μόλις πραγματοποιηθεί η πώληση, η επαφή με τον πελάτη σας πρέπει να είναι συνεχής (αλλά προσέξτε να μην γίνετε βαρετός) και πρέπει να είστε σε θέση να ανταποκρίνεστε πολύ γρήγορα, ώστε να συνεχίσουν να σας εμπιστεύονται και να επαναλάβουν την πράξη της αγοράς περισσότερες φορές.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

Οι ενέργειες για να αποκτήσετε έναν/μία ικανοποιημένο/η πελάτη/ισσα με το προϊόν σας μπορούν να είναι οι εξής:

- **Ενημερώστε με σαφήνεια.** Τα προϊόντα & οι υπηρεσίες σας πρέπει να χαρακτηρίζονται από διαφάνεια και να ενημερώνετε μέσω των καναλιών που θεωρείτε κατάλληλα για το τι πρόκειται να πουλήσετε, σε τι προορίζεται το προϊόν σας, ποια είναι τα χαρακτηριστικά του και ποια ανάγκη σκοπεύει να ικανοποιήσει. Εάν πρόκειται για ένα εστιατόριο, είναι πολύ εύκολο. Εάν πρόκειται να πουλήσετε τρόφιμα, πρέπει να προσδιορίσετε τις ιδιότητες του καθενός.
- **Πάντα να είστε ειλικρινείς.** Πολλές διαφημιστικές καμπάνιες τείνουν να υπερβάλλουν στις αρετές και τις χρησιμότητες ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Πρόκειται για μια παράλογη στρατηγική, διότι έχει μόνο βραχυπρόθεσμο όφελος, αφού με την πρώτη αγορά ο πελάτης/ισσα θα συνειδητοποιήσει ότι αυτά που άκουσε είναι ψευδή. Επιπλέον, λόγω της μη εκπλήρωσης των προσδοκιών που δημιουργούνται, ο καταναλωτής θα νιώσει δυσπιστία απέναντι σε εσάς και το προϊόν σας. Αυτό θα λειτουργήσει αρνητικά στο μέλλον για οτιδήποτε νέο λανσάρετε.
- **Διατηρήστε τις συναλλαγές σας φιλικές.** Η αντιμετώπιση σε όλες τις περιπτώσεις πρέπει να είναι επαγγελματική και ευγενική, αλλά είναι σαφές ότι δεν είναι το ίδιο να απευθύνεστε σε ένα νεότερο άτομο από ό,τι σε ένα πιο ενήλικο κοινό με μεγάλη αγοραστική δύναμη. Ως εκ τούτου, η αντιμετώπιση θα πρέπει πάντα να προσαρμόζεται σε αυτό που περιμένει ο καταναλωτής, οπότε θα πρέπει να διαχειρίζεστε την κάθε περίπτωση εξατομικευμένα.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα.



Μην ξεχνάτε: Οι προτιμήσεις των πελατών μπορεί να αλλάξουν με την πάροδο του χρόνου.

- **Λύστε οποιοσδήποτε αμφιβολίες ή ερωτήσεις γρήγορα, με ασφάλεια και αποτελεσματικότητα.** Γνωρίζετε ήδη ότι η εξυπηρέτηση μετά την πώληση (after sales service) είναι ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία για την επίτευξη της αφοσίωσης των πελατών. Οποιοδήποτε παράπονο ή πρόβλημα πρέπει να επιλύεται γρήγορα, ώστε το άτομο να μην αισθάνεται ότι έχει παραμεληθεί. *"Πώς μπορούμε να το λύσουμε;"* θα πρέπει να είναι η στάση σας.
- **Προσαρμόστε το προϊόν στις προτάσεις που διατυπώνονται.** Οι προτιμήσεις των καταναλωτών μπορεί να μεταβάλλονται με την πάροδο του χρόνου και η εταιρεία πρέπει να είναι σε θέση να ανιχνεύει αυτές τις αλλαγές. Επομένως, είναι απαραίτητο να διατηρείται στενή επαφή με τον καταναλωτή για να τις εντοπίζει.




ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

1. Ποιες είναι οι συνέπειες της μη ικανοποίησης του πελάτη;

Εάν η ποιότητα του *πιάτου* σας (στην περίπτωση ενός εστιατορίου), το τελικό προϊόν ή η συμπεριφορά σας δεν ικανοποιεί τον πελάτη, μπορεί να προκύψουν οι ακόλουθες καταστάσεις:

- 1. Ο πελάτης/ισσα δεν επαναλαμβάνει την ενέργεια αγοράς.** Εάν ο πελάτης/ισσα δεν λάβει την αναμενόμενη μεταχείριση ή το προϊόν δεν ικανοποιεί τις ανάγκες του, δεν θα το αγοράσει ξανά και θα πάει να προστεθεί στη λίστα πελατών του ανταγωνισμού. Επομένως, είναι μια πηγή εσόδων λιγότερη που μπορεί να έχει αντίκτυπο στην τελική γραμμή παραγωγής σας.
- 2. Οι πελάτες δεν κάνουν βελτιώσεις ή προτάσεις σχετικά με το προϊόν.** Ένας/μία πελάτης/ισσα/ισσα μπορεί να συνεχίσει να αγοράζει το προϊόν επειδή πραγματικά ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους ή του αρέσει, αλλά αν δεν του συμπεριφέρεστε καλά μπορεί να αρνηθεί να δώσει πληροφορίες που θα του ζητήσετε αργότερα. Κατά συνέπεια, δεν θα γνωρίζετε τις αλλαγές στις προτιμήσεις και δεν θα είστε σε θέση να αντιδράσετε σε αλλαγές προτιμήσεων.
- 3. Ο πελάτης/ισσα ενεργεί ως αρνητικός «αγγελιαφόρος».** Πολλές επιχειρήσεις έχουν αναπτυχθεί χάρη στις συστάσεις γνωστών πελατών που δημιούργησαν αλυσίδες εμπιστοσύνης και συνέβαλαν στην εδραίωση της επιχείρησης. Αντίθετα, αν ο πελάτης/ισσα δεν είναι ικανοποιημένος, θα απομακρυνθεί από εσάς κι έτσι θα χάσετε πιθανούς πελάτες.



Ένας ικανοποιημένος πελάτης/ισσα είναι το κλειδί για τη διασφάλιση της επιτυχίας της επιχείρησής σας.





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

2. Ποια είναι τα οφέλη για εσάς αν ένας/μία πελάτης/ισσα είναι ικανοποιημένος/η;

- **Αύξηση των πωλήσεων:** όσο περισσότεροι πελάτες/ισσες, τόσο περισσότερες πωλήσεις για την επιχείρηση και τόσο μεγαλύτερη η πιθανότητα εξασφάλισης υψηλότερων κερδών.
- **Παγιώστε ένα ασφαλές εισόδημα για εσάς μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα:** αν ο/η πελάτης/ισσα είναι ικανοποιημένος/η, θα επαναλάβει την ενέργεια αγοράς στο μέλλον και, ως εκ τούτου, η εταιρεία εξασφαλίζει έναν ελάχιστο αριθμό πωλήσεων σε σημαντικό χρονικό διάστημα. Με σκοπό την πραγματοποίηση προβλέψεων για το μέλλον για την ανάληψη νέων έργων, είναι ένα 'μαξιλάρι' που παρέχει ασφάλεια.
- **Ότι ο πελάτης/ισσα λειτουργεί ως θετικός αγγελιαφόρος:** ο/η ικανοποιημένος/η πελάτης/ισσα θα συμβουλεύσει άτομα στο περιβάλλον του/της με τις ίδιες προτιμήσεις και ανάγκες ώστε να αγοράσουν το προϊόν. Με τον ίδιο τρόπο, αυτός θα το κάνει με έναν άλλο, και ούτω καθεξής.
- **Ενίσχυση της εικόνας του εμπορικού σήματος:** η εταιρεία καταφέρνει να εδραιώσει μια εικόνα του εμπορικού σήματος που μπορεί να είναι πολύ χρήσιμη: Πρώτον, για να επιτευχθεί η σύνδεση με ορισμένες αξίες. Δεύτερον, επειδή θα είναι ευκολότερο να προσελκύσει την προσοχή του καταναλωτή κατά το λανσάρισμα νέων προϊόντων.
- **Μεγαλύτερη προδιάθεση της αγοράς για την ενσωμάτωση νέων προϊόντων:** οι πελάτες/ισσες θα είναι προσεκτικοί σε κάθε καινοτομία που επηρεάζει την εταιρεία, ιδίως αν αυτή σχεδιάζει να λανσάρει ένα νέο προϊόν στην αγορά.

Γνωρίζετε ότι...;



Το να διατηρείτε τους/τις πελάτες/ισσες σας ευχαριστημένους είναι το κλειδί για να εξασφαλίσετε την αφοσίωσή τους και την επιτυχία της επιχείρησής σας. Όταν οι πελάτες/ισσες είναι ικανοποιημένοι/ες με το προϊόν σας, είναι πιστοί, σπουδαίοι υποστηρικτές, συχνοί αγοραστές των προϊόντων και των υπηρεσιών σας και θέλουν πραγματικά να πετύχετε στην αγορά.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

Για να εξασφαλίσετε την αφοσίωση και την πίστη των πελατών σας, πρέπει να εργαστείτε με τις ακόλουθες στρατηγικές για να βελτιώσετε την ικανοποίηση των πελατών σας.

A. Κατανόηση των προσδοκιών των πελατών.

Δεν μπορείτε να περιμένετε να εξυπηρετήσετε και να ικανοποιήσετε τους/τις πελάτες/ισσές σας εάν δεν κατανοείτε και δεν ανταποκρίνεστε στις προσδοκίες τους. Αν αποτύχετε, υπάρχει αποσύνδεση μεταξύ των προσδοκιών των πελατών και του προϊόντος ή της υπηρεσίας σας, οπότε λάβετε μέτρα για να την αντιμετωπίσετε. Μιλήστε τους, στείλτε ερωτηματολόγια πελατών και ζητήστε ανατροφοδότηση.

Ενεργήστε με βάση την ανατροφοδότηση που λαμβάνετε. Αυτό θα αυξήσει την αφοσίωση των πελατών και θα τους ενθαρρύνει να παρέχουν ανατροφοδότηση και στο μέλλον.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

B. Ζήστε εσείς πρώτοι/ες την εμπειρία.

Η επόμενη από τις στρατηγικές για τη βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών είναι να αξιολογείτε κάθε σημείο της διαδρομής των πελατών σαν να ήσασταν εσείς ένας από αυτούς. Με άλλα λόγια: δοκιμάστε το προϊόν, δείτε αν το απολαμβάνετε.

Υπάρχουν πολλά σημεία επαφής όπου οι πελάτες/ισσές σας αλληλεπιδρούν πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά την αγορά. Γιατί να μην ζήσετε την εμπειρία αυτή εσείς πρώτοι/ες; Εγγραφείτε για ένα demo, δείτε πώς λειτουργεί η διαδικασία, καταχωρίστε ένα παράπονο, στείλτε το μέσω email και αξιολογήστε το χρόνο απόκρισης. Ίσως ακούγεται ανόητο, αλλά είναι σημαντικό.

Μόλις τα μάθετε όλα αυτά από πρώτο χέρι, θα ξέρετε ποιοι τομείς χρειάζονται βελτίωση. Αυτό θα κάνει τις διαδικασίες και τις λειτουργίες σας πιο αποτελεσματικές, ενισχύοντας την εμπειρία και την ικανοποίηση των πελατών.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

Γ. Συνδεθείτε με τους προμηθευτές σας και, αν έχετε, με την ομάδα πωλήσεών σας.

Συχνά παραβλέπεται, αλλά πρέπει να αλληλεπιδράτε με την ομάδα πωλήσεών σας σε τακτική βάση και ανάλογα με τις ανάγκες. Είναι αυτή που έρχεται σε άμεση επαφή με τους/τις πελάτες/ισσες και γνωρίζουν ποια είναι τα προβλήματα. Χρησιμοποιήστε αυτά τα δεδομένα για να διορθώσετε τυχόν ελλείψεις που έχετε στο "ταξίδι/εμπειρία» του/της πελάτη/ισσας.

Είναι επίσης σημαντικό να εμπιστευέστε και να εκπαιδεύετε τους πωλητές σας. Αφήστε τους να συμμετέχουν στη διαδικασία και να επιλύουν με πάθος τα προβλήματα των πελατών. Αυτό θα διασφαλίσει τη δέσμευση των εργαζομένων και θα μειώσει την κόπωση των εργαζομένων.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

Δ. Να φέρεστε καλά στους/στις πελάτες/ισσές σας.

Μια στρατηγική για την υποστήριξη των πελατών και τη διασφάλιση της ικανοποίησής τους είναι η καλή μεταχείρισή τους. Πρέπει να τους φέρεστε με σεβασμό, με απόλυτη προσοχή και δέσμευση. Αυτό πρέπει να αντανακλάται από όλες τις ομάδες και σε όλες τις διαδικασίες.

Πρέπει να συμπάσχετε με τα προβλήματά τους. Εάν ένας/μία πελάτης/ισσα αισθάνεται ότι ο ιστότοπος δεν είναι υποστηρικτικός ή είναι δύσκολος στην πλοήγηση, τότε να έχετε μια ζωντανή συνομιλία για να διαχειριστείτε τα σχόλια αυτά. Όλοι οι πελατοκεντρικοί οργανισμοί προσπαθούν να κάνουν τους ιστότοπούς τους εύχρηστους και οπτικά ελκυστικούς για να κρατούν τους/τις πελάτες/ισσες ευχαριστημένους/ες.

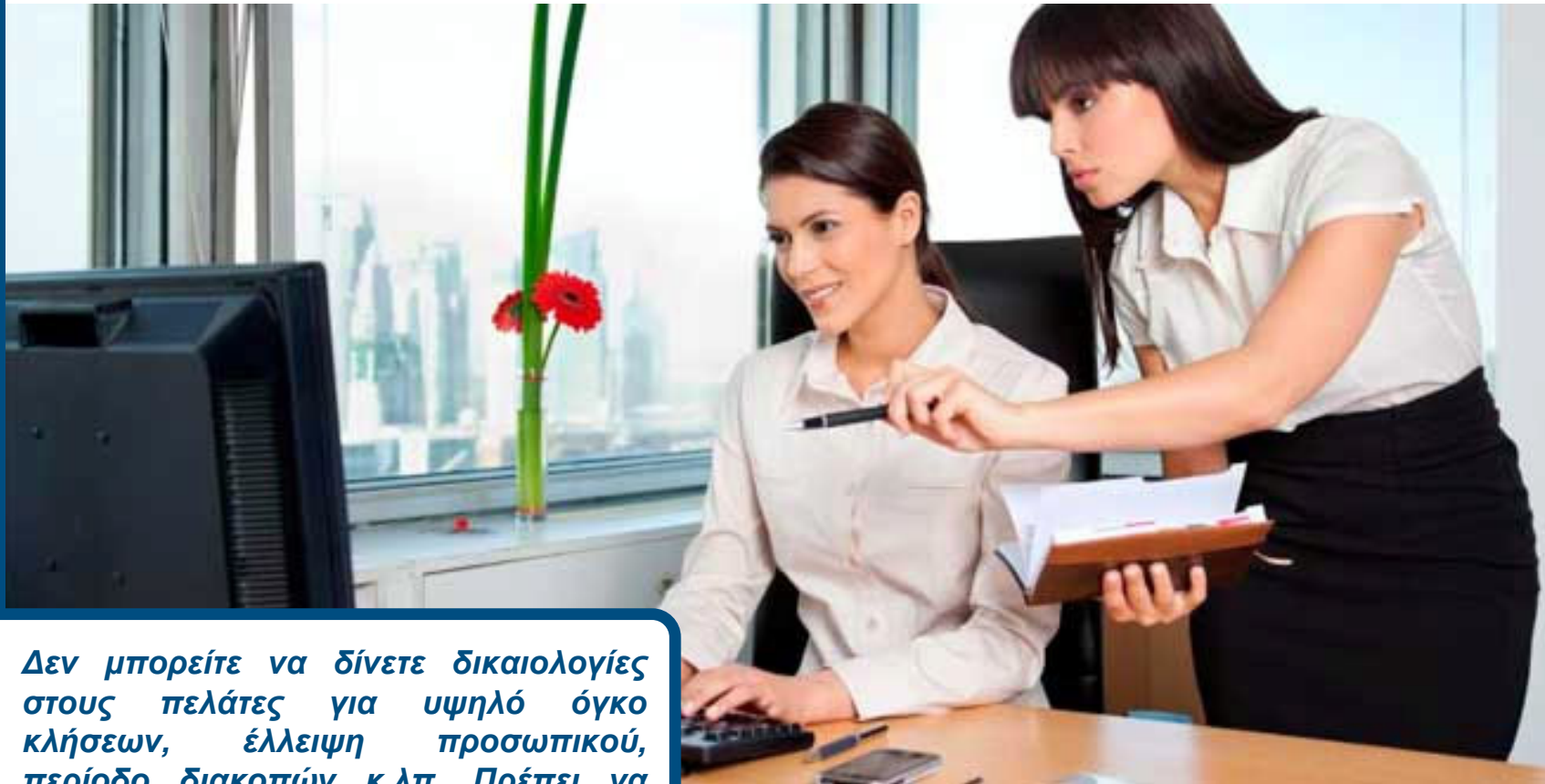


ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

Ε. Μείωση των χρόνων αναμονής.

Οι υψηλότεροι χρόνοι αναμονής μειώνουν σημαντικά τις βαθμολογίες ικανοποίησης των πελατών. Επομένως, είναι ευθύνη της μάρκας να συμπεριλάβει μεταξύ των στρατηγικών για τη βελτίωση της ικανοποίησης τον προγραμματισμό και την πρόσληψη προσωπικού υποστήριξης. Και αυτό μπορεί να βοηθηθεί με έναν καλό ιστότοπο και ένα καλό σύστημα ηλεκτρονικών πωλήσεων, αν πρόκειται για προϊόν. Ή ένα καλό σύστημα κρατήσεων, αν πρόκειται για εστιατόριο.



Να έχετε
κατά νου:



Δεν μπορείτε να δίνετε δικαιολογίες στους πελάτες για υψηλό όγκο κλήσεων, έλλειψη προσωπικού, περίοδο διακοπών κ.λπ. Πρέπει να προβλέψετε αυτές τις καταστάσεις και να τις προγραμματίσετε.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

Ε. Προσφέρετε πολυκαναλική βοήθεια.

Μπορεί πάντα να υπάρχουν κάποια μικρά προβλήματα που μπορεί να έχουν οι πελάτες σας λόγω έλλειψης πληροφοριών. Μπορείτε, αν το επιθυμείτε, να παρέχετε φυλλάδια, οδηγίες και κάθε είδους υποστηρικτικό υλικό για να λύσετε τις μικρές απορίες ή αμφιβολίες τους.



Οι πελάτες σας θα εκτιμήσουν την πολυκαναλική επικοινωνία, καθώς θα τους βοηθήσει να λάβουν λύσεις γρήγορα (κοινωνικά δίκτυα, φυλλάδια, κάποιο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου...).



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

ΣΤ. Ακούστε τους/τις πελάτες/ισσές σας.

Η ακρόαση των ικανοποιημένων ή δυσαρεστημένων πελατών σας είναι μια άλλη στρατηγική για τη βελτίωση της εμπειρίας τους. Μπορείτε να κάνετε μια απλή έρευνα στο τέλος κάθε αγοράς ή κάθε κατανάλωσης.

**Να έχετε
κατά νου:**



Αν κάνετε έρευνα στους πελάτες αλλά δεν ενεργείτε βάσει των ανατροφοδοτήσεών τους, τελικά δεν θα τους ικανοποιήσετε και δεν θα είστε αποτελεσματικοί.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

Ζ. Δημιουργήστε διαδικτυακές κοινότητες.

Η δημιουργία διαδικτυακών κοινοτήτων είναι ένας πολύ καλός τρόπος για τη διαχείριση της εξυπηρέτησης πελατών, των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ και την αντιμετώπιση τυχόν ανησυχιών των πελατών. Για παράδειγμα, αν ζητάτε από τους πελάτες σας το email ή το κινητό τους τηλέφωνο, μπορείτε να δημιουργήσετε μια λίστα αλληλογραφίας μέσω mail ή WhatsApp με νέα και κάποιες ενδιαφέρουσες ανακοινώσεις. Μπορείτε επίσης να παρέχετε κάποιες πληροφορίες σχετικά με τον υγιεινό τρόπο ζωής, τη διατροφή και ορισμένα συστατικά των τροφίμων που αξίζει να λάβουν υπόψη τους...

Οι κοινότητες είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να συγκεντρώσετε ιδέες σχετικά με νέα τρόφιμα, συστατικά, προϊόντα..., δηλαδή: να αποκτήσετε πρόσβαση στις πληροφορίες που χρειάζεστε.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

Η. Εξασφαλίστε την ικανοποίηση της ομάδας σας.

Η εμπειρία των εργαζομένων και η εμπειρία των πελατών συνδέονται μεταξύ τους. Οι αφοσιωμένοι εργαζόμενοι είναι γνωστό ότι συμβάλλουν στη βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών.

Προσπαθήστε να επιβραβεύσετε τις προσπάθειες των προμηθευτών σας, της ομάδας σας, όσων σας βοηθούν σε αυτές τις πρώτες στιγμές με ανιδιοτελή τρόπο... Δείξτε την εκτίμησή σας και προσφέρετέ τους ένα εξαιρετικό εργασιακό περιβάλλον και εμπλουτίστε την εμπειρία τους - να θυμάστε ότι η ικανοποίηση των "εσωτερικών πελατών" είναι επίσης σημαντική.

Οι ηγέτες των επιχειρήσεων πρέπει να αναπτύξουν την ικανότητα να παρακινούν την ομάδα τους, ώστε τα μέλη της να αισθάνονται ικανοποιημένα και αφοσιωμένα στην εργασία που εκτελούν και να την εκτελούν άριστα με τη μεγαλύτερη δυνατή προσπάθεια: αυτό θα καταστήσει την επιχείρηση πολύ πιο ανταγωνιστική και παραγωγική.

Ένα από τα σημαντικότερα οφέλη της παρακίνησης στην εργασία είναι η δέσμευση της ομάδας και η διαθεσιμότητά της να συνεισφέρει περισσότερο, να αποδίδει καλύτερα και να επιτυγχάνει τόσο τους ατομικούς όσο και τους ομαδικούς στόχους.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πώς να προσφέρετε
ικανοποίηση μέσα
από παραδοσιακά
τρόφιμα

Εκτός από αυτά που αναφέρθηκαν, υπάρχουν και άλλα σημαντικά οφέλη για την επιχείρησή σας όταν όλη η ομάδα έχει κίνητρα, όπως τα ακόλουθα:

- Μεγαλύτερη παραγωγικότητα, καθώς θα αποδίδει καλύτερα στα καθήκοντά της και θα συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων.
- Χαμηλότερο επίπεδο απουσιών, καθώς ολόκληρη η ομάδα αισθάνεται άνετα με την εργασιακή της ζωή.
- Βελτίωση του επιπέδου εξυπηρέτησης των πελατών που προέρχεται από την καλή συμπεριφορά και την εσωτερική ικανοποίηση από την εργασία στην ομάδα.
- Καλύτερη φήμη ως εργοδοσία, γεγονός που θα σας επιτρέψει να προσελκύσετε και να διατηρήσετε τα καλύτερα talέντα για την εταιρεία σας.
- Αποτελεσματικότερη απόδοση της εταιρείας χάρη στο συνεργατικό περιβάλλον και την ενεργητικότητα της ομάδας εργασίας.

Η παρακίνηση των εργαζομένων είναι εξίσου σημαντική με την αυτοπαρακίνηση. Εσείς θα είστε το καθημερινό παράδειγμα για τους υπαλλήλους σας και πρέπει να καταλάβετε ότι η εικόνα που δίνετε - ο τρόπος που αντιμετωπίζετε τους πελάτες και η στάση σας απέναντι στις δυσκολίες ή τα καθημερινά καθήκοντα, θα είναι το παράδειγμα προς μίμηση για τους/τις εργαζόμενους/ες και τους/τις συναδέλφους.



ΚΕΦΑΛΑΙΑ

1. Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.
2. Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.
3. Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα.
4. Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα.
5. Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα & την αξία.
6. Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας.
7. Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας
8. Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση ενός προϊόντος.
9. Συμπέρασμα



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα & την αξία.

Στην περίπτωση σας, ο ποιοτικός έλεγχος τροφίμων είναι η χρήση τεχνολογικών, φυσικών, χημικών, μικροβιολογικών, διατροφικών και οργανοληπτικών παραμέτρων για να διασφαλιστεί ότι ένα τρόφιμο είναι υγιεινό και νόστιμο, προκειμένου να προστατευθούν οι καταναλωτές, από την απάτη αλλά και να θωρακίσουν την υγεία τους.

Εάν κάνετε το βήμα να ξεκινήσετε μια μικρή επιχείρηση, να θυμάστε ότι θα ανήκετε στη βιομηχανία τροφίμων και ως εκ τούτου, θα πρέπει να τηρείτε βασικούς κανόνες για να φροντίσετε την ασφάλεια των πελατών σας. Θα χειρίζεστε και θα αποθηκεύετε φρέσκα τρόφιμα που θα μετατρέπονται σε έτοιμα προς κατανάλωση πιάτα, τα οποία αναμένεται να ικανοποιούν όχι μόνο την ανάγκη των πελατών σας για φαγητό, αλλά και να εξασφαλίζουν μια αξέχαστη εμπειρία που θα παρακινεί σε μελλοντικές επισκέψεις. Από εσάς εξαρτάται αν οι πελάτες θα επηρεάσουν άλλους πελάτες που θα επαναλάβουν τον κύκλο αγοράς ξανά και ξανά και οι οποίοι θα εγγυηθούν την κερδοφορία της επιχείρησής σας.



Ερώτηση:

?

Πώς θα ορίζατε την ποιότητα; Πόσο εύκολο είναι τελικά να δώσετε έναν ορισμό;



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να
διασφαλίσετε και να
μετρήσετε την
ποιότητα και την
αξία.

1. Η έννοια της ποιότητας

Ποιότητα σημαίνει παροχή αξίας στον/στην πελάτη/ισσα και αυτό δεν είναι τίποτε άλλο από την προσφορά συνθηκών χρήσης του προϊόντος ή της υπηρεσίας ανώτερων από αυτές που ο πελάτης/ισσα αναμένει να λάβει και σε προσιτή τιμή. Ορισμένοι ειδικοί ορίζουν την ποιότητα ως εξής: *"Παρέχοντας στον πελάτη όχι αυτό που θέλει, αλλά αυτό που δεν φανταζόταν ποτέ ότι ήθελε, και μόλις το πάρει, συνειδητοποιεί ότι ήταν αυτό που πάντα ήθελε"*.

Είναι σαφές ότι για να επιτευχθεί αυτό το επίπεδο ικανοποίησης, απαιτούνται περισσότερες από μία προσπάθειες, και εδώ ταιριάζουν απόλυτα τα συστήματα διαχείρισης ποιότητας, των οποίων η προϋπόθεση βασίζεται στην "τάξη", ώστε το τελικό αποτέλεσμα να είναι πάντα το ίδιο, ελαχιστοποιώντας τις απώλειες και αυξάνοντας την κερδοφορία, χωρίς να θυσιάζεται η ικανοποίηση του/της πελάτη/ισσά σας.

Υπάρχουν διάφορες επιλογές για την εφαρμογή της "ποιότητας" στις επιχειρήσεις εστίασης και η ιδανική είναι βασικά αυτή που ταιριάζει σε κάθε μοντέλο. Καθώς κάθε εστιατόριο ή υπηρεσία εστίασης έχει μια ιστορία που προηγείται, είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε τον τρόπο που έχει δημιουργηθεί η πρόταση αξίας και στη συνέχεια να αναπτύξουμε ένα σύστημα που την ενισχύει. Αυτή, αν θέλετε, είναι η μεγαλύτερη ευκαιρία για τη δημιουργία συστημάτων ποιότητας, καθώς οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν έχουν τυποποιημένες διαδικασίες, και σε ορισμένες περιπτώσεις οι διαδικασίες είναι πρακτικά ανύπαρκτες. Εάν στη βιομηχανία τροφίμων η ποιότητα συνδέεται με την ασφάλεια, είναι πιθανό ότι στη βιομηχανία εστίασης αυτό είναι το κριτήριο που πρέπει να ληφθεί υπόψη όταν πρόκειται για τη διαχείριση της ποιότητας.

Γνωρίζατε ότι...;



Μια μελέτη που διεξήχθη από το Πανεπιστήμιο του Οχάιο προσδιόρισε τα πιο σημαντικά σημεία ελέγχου για τη διατήρηση της ασφάλειας των τροφίμων και τη μείωση του αριθμού των κρουσμάτων και των κρουσμάτων τροφιμογενών νοσημάτων: Να εφαρμόζετε προσωπική υγιεινή, να μαγειρεύετε σωστά τα τρόφιμα, να αποφεύγετε τη διασταυρούμενη μόλυνση, να διατηρείτε τα τρόφιμα στις σωστές θερμοκρασίες και να απορρίπτετε τρόφιμα άγνωστης προέλευσης.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να
διασφαλίσετε και να
μετρήσετε την
ποιότητα & την αξία.

2. Ποιότητα τροφίμων

Οι καταναλωτές συνήθιζαν να θεωρούν ότι τα τρόφιμα είναι καλής ποιότητας όταν είναι άριστης εμφάνισης και ανόθευτα. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, η έννοια της ποιότητας των τροφίμων έχει αλλάξει. Σήμερα, θεωρούμε ότι τα τρόφιμα είναι καλής ποιότητας όταν έχουν ορισμένα επιθυμητά χαρακτηριστικά. Τα χαρακτηριστικά αυτά μπορεί να είναι τόσο εξωγενή όσο και ενδογενή. Τα εξωγενή χαρακτηριστικά είναι άυλα, αλλά παραμένουν μέρος του τροφίμου, για παράδειγμα οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις κατά την καλλιέργεια, ο τρόπος προέλευσης και η παραδοσιακή τεχνογνωσία που εφαρμόζεται κατά την συγκομιδή/παρασκευή του.

Επί του παρόντος, η έννοια της ποιότητας των τροφίμων βασίζεται σε μια σύνθετη έννοια που επηρεάζεται από ένα ευρύ φάσμα παραγόντων. Τα χαρακτηριστικά που συμβάλλουν στην ποιότητα των τροφίμων παρουσιάζονται στο παρακάτω πλαίσιο.

Γνωρίζετε
ότι...;



Χαρακτηριστικά της ποιότητας των τροφίμων είναι: ασφάλεια, ηθική, αισθητική, λειτουργικότητα, ευκολία, αυθεντικότητα, αισθητηριακές ιδιότητες, διατροφική αξία και προέλευση.





FLAVOURS
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να
διασφαλίσετε και να
μετρήσετε την
ποιότητα & την αξία.

Η 24η Περιφερειακή Διάσκεψη για την Ευρώπη του Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών (FAO) προσπάθησε να επεκτείνει τον γενικό ορισμό της ποιότητας, ο οποίος περιέχεται στο πρότυπο του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης (ISO), στην ποιότητα των τροφίμων*:

1. Ιστορικά, η ποιότητα νοείται κυρίως ως η απουσία ελαττωμάτων, απάτης και νοθείας.
2. Πιο πρόσφατα, η ποιότητα βασίζεται σε αναμενόμενες ιδιότητες, όπως τα διατροφικά χαρακτηριστικά ή τα οφέλη που προκύπτουν από αυτά. Αυτό γεννά την ανάγκη να λαμβάνονται υπόψη οι δικαιολογημένες προσδοκίες των χρηστών και να ζητείται από τους φορείς να κάνουν το ίδιο.
3. Τέλος, η ποιότητα προσδιορίζει τα επιθυμητά χαρακτηριστικά που είναι πιθανό να δικαιολογήσουν την προστιθέμενη αξία - για παράδειγμα, οι μορφές παραγωγής (βιολογική γεωργία, περιβαλλοντική προστασία και καλή μεταχείριση των ζώων), οι περιοχές παραγωγής (ονομασία προέλευσης) και οι σχετικές παραδοσιακές τεχνικές.

Η ποιότητα των τροφίμων έχει μια αντικειμενική διάσταση, η οποία είναι το μετρήσιμο φυσικοχημικό χαρακτηριστικό ενός τροφίμου, και μια υποκειμενική διάσταση που πλαισιώνεται από τις προσδοκίες, τις αντιλήψεις και την αποδοχή των καταναλωτών ("καταλληλότητα για κατανάλωση").



*Εσείς, τι γνωρίζετε για την
ποιότητα των τροφίμων;*



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να
διασφαλίσετε και να
μετρήσετε την
ποιότητα & την αξία.

Οι προσδοκίες των καταναλωτών βασίζονται σε ενδείξεις ποιότητας (πληροφοριακά ερεθίσματα) που είναι εγγενείς (π.χ. η εξαγωγή συμπερασμάτων για την ωριμότητα των φρούτων από το χρώμα τους) ή εξωγενείς προς το προϊόν (π.χ. διαφήμιση, εικόνα προϊόντος, εμπορικό σήμα). Όσο καλύτερη είναι η αντιστοιχία μεταξύ των προσδοκιών που έχουν οι καταναλωτές πριν από την αγορά (προσδοκώμενη ποιότητα) και της εμπειρίας που αποκομίζουν από τη χρήση των προϊόντων (βιωμένη ποιότητα), τόσο υψηλότερο είναι το επίπεδο ικανοποίησης των καταναλωτών. Έχει αποδειχθεί ότι μια θετική εμπειρία με μια μάρκα μειώνει τον κίνδυνο δυσαρέσκειας και χρησιμοποιείται συχνά για να συναχθεί συμπέρασμα για την ποιότητα του προϊόντος. Ως αποτέλεσμα, οι καταναλωτές συχνά εμπιστεύονται γνωστές μάρκες ως δείκτες ποιότητας.

Έρευνες έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές θεωρούν τη γεύση και άλλα αισθητηριακά χαρακτηριστικά των τροφίμων, την θρεπτική αξία, την ευκολία και τη διαδικασία παραγωγής (π.χ. Βιολογικά προϊόντα, καλή μεταχείριση των ζώων κ.λπ.) ως τους σημαντικότερους παράγοντες που καθορίζουν την ποιότητα των τροφίμων*. Από την άποψη αυτή, οι αισθητηριακές ιδιότητες (γεύση, άρωμα κ.λπ.) αξιολογήθηκαν από το 96% των 30.000 ερωτηθέντων σε γερμανική έρευνα ως η κυρίαρχη διάσταση της ποιότητας των τροφίμων, ακολουθούμενη από την "ασφάλεια" (93%) - η "φρεσκάδα" και η "ελκυστική εμφάνιση" κατατάσσονται στην τρίτη (92%) και τέταρτη (87%) θέση αντίστοιχα. Η έκθεση "*Ειδικό Ευρωβαρόμετρο 389*" του 2012 έδειξε ότι η ποιότητα, η τιμή και η προέλευση των τροφίμων είναι σημαντικά για την πλειονότητα των πολιτών της ΕΕ, αλλά η στάση απέναντι στις μάρκες μπορεί να διαφέρει σημαντικά. Επιπλέον, η έκθεση αναφέρει ότι "οι απόψεις σχετικά με τη σημασία των εμπορικών σημάτων διαφέρουν πολύ περισσότερο μεταξύ των κρατών μελών απ' ό,τι για την ποιότητα, την τιμή και την προέλευση". Τα αποτελέσματα συνοψίζονται παρακάτω όπου φαίνονται οι προτεραιότητες των καταναλωτών κατά την αγορά τροφίμων (με βάση στοιχεία που ελήφθησαν από το Ειδικό Ευρωβαρόμετρο 389).



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να
διασφαλίσετε και να
μετρήσετε την
ποιότητα & την αξία.

Η ποιότητα των τροφίμων αξιολογήθηκε ως ο σημαντικότερος λόγος αγοράς (96%), ακολουθούμενη από την τιμή (91%). Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι οι πληροφορίες για το εμπορικό σήμα είναι σαφώς λιγότερο σημαντικές για τους αγοραστές τροφίμων - το 50% των πολιτών της ΕΕ θεωρεί ότι οι πληροφορίες αυτές δεν είναι σημαντικές.

Διπλή ποιότητα τροφίμων

Η ποιότητα είναι ένα από τα πιο πολύτιμα χαρακτηριστικά κατά την επιλογή των τροφίμων που θα αγοράσει κανείς - ωστόσο, η αντικειμενική περιγραφή της είναι ένα πολύ δύσκολο έργο. Η ποσότητα και το είδος των συστατικών επηρεάζουν την ποιότητα των τροφίμων. Σε αρκετές χώρες της ΕΕ έχουν εκφραστεί ανησυχίες για τα τρόφιμα που διατίθενται με την ίδια συσκευασία και εμπορική επωνυμία στην εγχώρια αγορά, αλλά διαφέρουν από τα προϊόντα που πωλούνται σε γειτονικές αγορές. Μια τέτοια διαφοροποίηση μπορεί να συνιστά αθέμιτη εμπορική πρακτική όταν η διαφορά (διπλή ποιότητα) δεν γνωστοποιείται επαρκώς στον καταναλωτή, ακόμη και αν τηρούνται οι διατάξεις της νομοθεσίας της ΕΕ για την ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα τρόφιμα.

Η ποιότητα αποτελεί σημαντικό ζήτημα για τους καταναλωτές όταν αγοράζουν τρόφιμα. Είναι εξίσου σημαντικό για τους παραγωγούς όταν διαπραγματεύονται την τιμή των προϊόντων τους. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προστατεύει τα τρόφιμα με διακριτά ποιοτικά χαρακτηριστικά μέσω συστημάτων ποιότητας τροφίμων.



Γνωρίζετε
ότι...;



*Το 9% των προϊόντων που
παρουσιάστηκαν ως ίδια σε
όλη την ΕΕ είχαν
διαφορετική σύνθεση.*





FLAVOURS
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να
διασφαλίσετε και να
μετρήσετε την
ποιότητα & την αξία.

Συστήματα ποιότητας τροφίμων της ΕΕ

Οι Ευρωπαίοι καταναλωτές εκτιμούν ορισμένα τρόφιμα για τις ιδιαίτερες ιδιότητές τους, τόσο τις εγγενείς όσο και τις εξωγενείς. Προκειμένου να διαφοροποιούνται ευκολότερα τα προϊόντα αυτά, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή τα προστατεύει μέσω συστημάτων ποιότητας τροφίμων. Για το σκοπό αυτό, θεσπίζει ορισμένους κανόνες σχετικά με το ποια τρόφιμα πρέπει να προστατεύονται, τι πρέπει να κάνουν οι παραγωγοί για να αναγνωριστούν τα προϊόντα τους και πώς να επικοινωνούν στους καταναλωτές τη διακριτική τους ποιότητα. Οι ευρωπαίοι και μη ευρωπαίοι παραγωγοί που επιθυμούν να προστατεύσουν τα προϊόντα τους με ένα σύστημα ποιότητας μπορούν να υποβάλουν αίτηση στην εθνική τους αρχή, η οποία τη διαβιβάζει στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία με τη σειρά της επαληθεύει ότι το προϊόν πληροί τις προϋποθέσεις για να ενταχθεί στο σύστημα. Για όλα τα συστήματα ποιότητας, οι αρμόδιες εθνικές αρχές σε κάθε χώρα της ΕΕ είναι υπεύθυνες για την πρόληψη και την αποφυγή της κατάχρησης των προϊόντων που χρησιμοποιούν την εν λόγω ονομασία.

Τύποι συστημάτων ποιότητας

Σήμερα υπάρχουν τέσσερα συστήματα ποιότητας τροφίμων στην ΕΕ. Υπάρχουν επίσης εθνικά και περιφερειακά σήματα ποιότητας που εφαρμόζονται στα διάφορα κράτη μέλη. Τα προϊόντα που προστατεύονται από συστήματα ποιότητας, είτε εθνικά είτε της ΕΕ, μπορούν να αναγνωρίζονται από τα λογότυπα των αντίστοιχων συστημάτων, τα οποία εμφανίζονται στη συσκευασία.

Γεωγραφικές ενδείξεις

Η γεωγραφική ένδειξη είναι ένας τρόπος επισήμανσης προϊόντων που έχουν ορισμένες ιδιότητες ή καλή φήμη λόγω της γεωγραφικής τους προέλευσης και της παραδοσιακής τεχνογνωσίας που εφαρμόζεται. Εντός της ΕΕ, δύο συστήματα ποιότητας τροφίμων ασχολούνται με τις γεωγραφικές ενδείξεις.



Θα θέλατε να μάθετε
περισσότερα για την
ποιότητα στα τρόφιμα;



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να
διασφαλίσετε και να
μετρήσετε την
ποιότητα & την αξία.

α) Προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ)



Για να θεωρηθεί ένα τρόφιμο προϊόν ΠΟΠ, η παραγωγή, η μεταποίηση και η προετοιμασία πρέπει να πραγματοποιείται σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Η προϋπόθεση αυτή περιλαμβάνει επίσης την πρώτη ύλη που χρησιμοποιείται για την παραγωγή του, η οποία πρέπει επίσης να προέρχεται από τη συγκεκριμένη περιοχή. Σημαντικό ρόλο παίζει επίσης η παραδοσιακή τεχνογνωσία των κατοίκων της περιοχής.

Ένα παράδειγμα προϊόντος ΠΟΠ είναι το "Brabantse Wal asperges", μια ποικιλία λευκών σπαραγγιών από την περιοχή Brabant των Κάτω Χωρών. Τα αλμυρά υπόγεια ύδατα, το αμμώδες έδαφος και η τεχνογνωσία των ντόπιων αγροτών κάνουν τα σπαράγγια ξεχωριστά. Η γεωγραφία της περιοχής Brabant παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των χαρακτηριστικών του προϊόντος.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να
διασφαλίσετε και να
μετρήσετε την
ποιότητα & την αξία.

β) Προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη (ΠΓΕ)



Η ονομασία ΠΓΕ είναι λιγότερο περιοριστική. Τουλάχιστον ένα από τα στάδια παραγωγής, μεταποίησης ή παρασκευής πρέπει να πραγματοποιείται σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Η πρώτη ύλη που χρησιμοποιείται στην παραγωγή μπορεί να προέρχεται από άλλη περιοχή.

Ένα παράδειγμα τέτοιου προϊόντος είναι το "Düsseldorfer Mostert", μια έτοιμη προς χρήση πάστα μουστάρδας από την πόλη του Ντίσελντορφ στη Γερμανία. Παρασκευάζεται αναμειγνύοντας καφέ και κίτρινους σπόρους μουστάρδας με μοσχολέμονο και νερό πλούσιο σε ασβέστιο και μεταλλικά στοιχεία από το Ντίσελντορφ και μη φιλτραρισμένο ξύδι που παράγεται στο Ντίσελντορφ. Το ξύδι, το νερό και η τεχνική παραγωγής συνδέουν το προϊόν με το Ντίσελντορφ, αλλά οι σπόροι μουστάρδας μπορούν να προέλθουν από αλλού.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να
διασφαλίσετε και να
μετρήσετε την
ποιότητα & την αξία.

γ) Εγγυημένη παραδοσιακή ειδικότητα (ΕΤΕ)



Ορισμένα παραδοσιακά προϊόντα διατροφής με ιδιαίτερες ιδιότητες δεν συνδέονται με συγκεκριμένη περιοχή. Το καθεστώς εγγυημένου παραδοσιακού ιδιότυπου προϊόντος προστατεύει τα προϊόντα αυτά από την παραποίηση και την κατάχρηση.

Παράδειγμα ΕΤΕ είναι το ζαμπόν Serrano. Καθώς προστατεύεται από το αντιστοιχο καθεστώς, οι ευρωπαίοι παραγωγοί πρέπει να τηρούν την παραδοσιακή μέθοδο παραγωγής, εάν επιθυμούν να το παράγουν. Δεν υπάρχουν περιορισμοί όσον αφορά την περιοχή παραγωγής ή τη ράτσα χοίρου που μπορεί να χρησιμοποιηθεί.

Η καταχώριση των τροφίμων και των γεωργικών προϊόντων, των οίνων, των αλκοολούχων ποτών και των αρωματισμένων οίνων στο πλαίσιο των καθεστώτων ΠΟΠ, ΠΓΕ και ΕΤΕ είναι διαθέσιμη στην πύλη e-Ambrosia της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

ΧΡΗΣΙΜΟΙ
ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ



[Σφραγίδες ποιότητας
της Ευρωπαϊκής
Ένωσης](#)

[Κανονισμοί για τα
συστήματα ποιότητας.](#)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πώς να
διασφαλίσετε και να
μετρήσετε την
ποιότητα & την αξία.

δ) Βιολογικά τρόφιμα



Τα βιολογικά τρόφιμα έχουν πιστοποιηθεί ότι έχουν καλλιεργηθεί με τη χρήση τεχνικών βιολογικής γεωργίας. Η βιολογική γεωργία περιλαμβάνει τη δημιουργία ενός βιώσιμου γεωργικού συστήματος. Δεν χρησιμοποιεί συνθετικά φυτοφάρμακα ή γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς. Οι βιοκαλλιεργητές προσπαθούν να διατηρήσουν τη βιοποικιλότητα, να χρησιμοποιούν τους φυσικούς πόρους με υπευθυνότητα και να διασφαλίζουν ότι τα ζώα της φάρμας λαμβάνουν καλή φροντίδα. Διάφορα είδη τροφίμων, όπως φρούτα, λαχανικά, δημητριακά και κρέατα, μπορούν να είναι βιολογικά. Το "βιολογικό" είναι ένα ποιοτικό χαρακτηριστικό που σχετίζεται με τη διαδικασία παραγωγής. Επομένως, το βιολογικό σύστημα είναι ένα σύστημα ποιότητας τροφίμων.



**Πείτε μου, γνωρίζετε αυτές τις σφραγίδες;
Θυμάστε κάποιο προϊόν από τη χώρα σας που
να φέρει κάποια από αυτές;**



ΚΕΦΑΛΑΙΑ

1. Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.
2. Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.
3. Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα.
4. Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα.
5. Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα & την αξία.
6. Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας.
7. Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας
8. Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση ενός προϊόντος.
9. Συμπέρασμα



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας

Όπως είδατε σε προηγούμενες ενότητες, αποκαλούμε προσδοκίες πελατών αυτό που οι πελάτες/ισσές μας περιμένουν από εμάς ως BRAND. Οι προσδοκίες αυτές συνδέονται στενά με τις εμπειρίες που είχαν προηγουμένως με την πρότασή μας, όσον αφορά την ποιότητα του προϊόντος μας και με την εξυπηρέτηση πελατών που παρέχουμε.

Σε κάθε αλληλεπίδραση που έχουμε με τους πελάτες, εμείς ως εταιρεία θα έχουμε το καθήκον (και την ευκαιρία) να ανταποκριθούμε στις προσδοκίες ενός προϊόντος και να ικανοποιήσουμε τις ανάγκες του πελάτη, αλλά και να τις υπερβούμε. Αν είμαστε μια μικρή επιχείρηση, η πρόκλησή μας είναι μεγαλύτερη, καθώς το 76% των χρηστών αναμένει καλύτερη εξυπηρέτηση από τις μικρότερες εταιρείες.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να
ικανοποιήσετε τις
προσδοκίες ενός
επισκέπτη/μιας
επισκέπτριας

1. Κατηγορίες για την οργάνωση της εμπειρίας και των προσδοκιών των πελατών

Για να μπορέσουμε να σκεφτούμε τον βαθμό προσδοκίας των πελατών, μπορούμε να αναφέρουμε τρεις κατηγορίες στις οποίες είναι δυνατόν να τους οργανώσουμε ανάλογα με το πώς αισθάνονται μετά την εμπειρία της αγοράς τους:

Δυσανεστημένος πελάτης/ισσα: ο/η πελάτης/ισσα είναι δυσανεστημένος/η όταν υπάρχει διαφορά μεταξύ των προσδοκιών του και της εμπειρίας που είχε κατά την αγορά. Με άλλα λόγια, όταν αισθάνεται ότι δεν πήρε αυτό που περίμενε. Σύμφωνα με μελέτη του Γραφείου Καταναλωτικών Υποθέσεων του Λευκού Οίκου, σχεδόν όλοι οι δυσανεστημένοι πελάτες δεν παραπονιούνται απευθείας στην εταιρεία. Και όχι μόνο αυτό, αλλά το 91% δηλώνει ότι δεν θα ξαναγοράσει ποτέ από τη μάρκα που του προκάλεσε την κακή εμπειρία.

Αδιάφορος/η πελάτης/ισσα: Αν καταφέρουμε να ανταποκριθούμε στις προσδοκίες των πελατών μας και δεν προσφέρουμε προστιθέμενη αξία ή η εξυπηρέτησή μας ήταν απλώς καλή, οι πελάτες μας μπορεί να αδιαφορήσουν για το προϊόν/υπηρεσία μας. Αν και υπάρχει πιθανότητα να αγοράσουν ξανά από εμάς, είναι πολύ πιθανό να μη μας συστήσουν.

Ικανοποιημένος/η πελάτης/ισσα: Αν ξεπεράσουμε τις προσδοκίες τους, τότε ο πελάτης/ισσα θα είναι ευχαριστημένος/η. Όχι μόνο επειδή πήρε το προϊόν και την υπηρεσία που έψαχνε, αλλά και επειδή έλαβε κάτι που δεν περίμενε και που ήταν πολύτιμο για την εμπειρία του. Το 72% των χρηστών λένε σε περισσότερα από 6 άτομα για μια θετική εμπειρία με μια μάρκα (ThinkJar). Αυτό σημαίνει ότι είναι πολύ πιθανό να συνεργαστούν ξανά μαζί μας και να γίνουν πρεσβευτές της μάρκας.





FLAVOURS
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να
ικανοποιήσετε τις
προσδοκίες ενός
επισκέπτη/μιας
επισκέπτριας

2. Ποιοι παράγοντες επηρεάζουν τις προσδοκίες των πελατών;

Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που επηρεάζουν τις προσδοκίες των πελατών/ισσών, καθώς ο καθένας & η καθεμία φέρει μαζί του μια μοναδική υποκειμενικότητα- ωστόσο, μπορούμε να απαριθμήσουμε μερικές από τις κύριες ιδιότητες που πρέπει να εξετάσουμε σε βάθος:

- Η εμφάνιση των εγκαταστάσεών μας, οι άνθρωποι με τους οποίους συναναστρέφονται, τα κοινωνικά δίκτυα, η σήμανση, η επιγραφή, η παρουσίαση των προϊόντων μας κ.λπ. είναι συγκεκριμένα στοιχεία που ο/η πελάτης/ισσα θα χρησιμοποιήσει για να σχηματίσει μια εικόνα για την επιχείρησή μας.
- Η ακρίβειά μας στην παροχή της απαιτούμενης υπηρεσίας και η αξιοπιστία μας είναι σημαντικά σημεία. Πρέπει να επιδιώξουμε να συμμορφωθούμε με τις προτεινόμενες κατευθυντήριες γραμμές με τον καλύτερο τρόπο, χρονικά και τυπικά.
- Ο βαθμός ανταπόκρισής μας: όσο πιο γρήγορα απαντάμε στις ανησυχίες των χρηστών, τόσο πιο άνετα θα αισθάνονται, τόσο περισσότερο θα τους ακούμε και τόσο περισσότερο θα βλέπουν ότι είναι σημαντικοί για την εταιρεία.

Για τους καταναλωτές, οι εμπειρίες που είχαν με άλλους προμηθευτές και η ψυχική τους κατάσταση είναι παράγοντες που επηρεάζουν σημαντικά τις προσδοκίες τους. Δεν είναι δυνατόν να ελέγξουμε τα συναισθήματα και τις προηγούμενες εμπειρίες που φέρνουν μαζί τους οι χρήστες, αλλά μπορούμε να τα διοχετεύσουμε σε μια καλή εμπειρία. Ένα από τα εργαλεία που μπορούν να μας βοηθήσουν σε αυτή την περίπτωση είναι η ενεργητική ακρόαση.

Από την άλλη πλευρά, η εξάσκηση της ενσυναίσθησης γίνεται όλο και πιο σημαντική. Σύμφωνα με τη New Voice Media, ο κύριος λόγος για τον οποίο οι πελάτες/ισσες αλλάζουν πάροχο προϊόντων και υπηρεσιών είναι επειδή αισθάνονται ότι δεν εκτιμώνται από τη μάρκα.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να
ικανοποιήσετε τις
προσδοκίες ενός
επισκέπτη/μιας
επισκέπτριας

3. Πώς να βελτιώσουμε τις πωλήσεις μας

Προκειμένου να ανταποκριθούμε και να υπερβούμε τις προσδοκίες των πελατών, μπορεί να βοηθήσει να κατανοήσουμε ότι αυτές ποικίλλουν ανάλογα με τη στιγμή της πώλησης στην οποία βρισκόμαστε. Η αρχή μιας πώλησης δεν είναι το ίδιο με αυτό που συμβαίνει μετά την πώληση.

Πριν από την πώληση: Όταν ένας/μία πελάτης/ισσα επικοινωνεί με την επιχείρησή σας, πρέπει να αισθάνεται ευπρόσδεκτος/η, να αισθάνεται ότι είναι σημαντικός/ή για αυτήν. Μπορείτε να δώσετε γρήγορες, συνοπτικές απαντήσεις, να κάνετε μια συζήτηση με ενσυναίσθηση. Μην προσφέρετε μαγικές λύσεις ή μην υπερβάλλετε για τις ιδιότητες του προϊόντος σας. Περιγράψτε πώς δουλεύετε και ποια λύση μπορείτε να προσφέρετε και βάλτε ένα χρονικό όριο. Επικοινωνήστε και σχεδιάστε μαζί τους.

Κατά τη διάρκεια της πώλησης: Να θυμάστε ότι αυτή τη στιγμή η σχέση τιμής/ποιότητας είναι πολύ σημαντική. Μια εξυπηρέτηση πελατών με ενσυναίσθηση αυξάνει την ποιότητα των προϊόντων σας. Επιπλέον, οι χρήστες είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν 17% περισσότερο αν έχουν καλή εξυπηρέτηση πελατών, σύμφωνα με στοιχεία της American Express.

Μετά την πώληση: Προσφέρετε πρόσθετες πληροφορίες για να βοηθήσετε τους πελάτες να αξιοποιήσουν στο έπακρο την αγορά τους. Επικοινωνήστε μετά την αγορά για να μάθετε πώς είναι η αλληλεπίδρασή τους με το προϊόν, ρωτήστε για το πώς αισθάνονται κ.λπ. Η ανατροφοδότηση είναι ένας τρόπος για να αναπτυχθείτε και να οικοδομήσετε ταυτόχρονα την αφοσίωση των πελατών. Το 84% των εταιρειών που εργάστηκαν για τη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών απέκτησαν περισσότερα έσοδα, σύμφωνα με έκθεση της Dimension Data.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να
ικανοποιήσετε τις
προσδοκίες ενός
επισκέπτη/μιας
επισκέπτριας

ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΣΤΙΓΜΕΣ ΣΕ ΜΙΑ ΠΩΛΗΣΗ



Πηγή: Ομάδα FLAVOURS OF EUROPE



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να
ικανοποιήσετε τις
προσδοκίες ενός
επισκέπτη/μιας
επισκέπτριας

Φανταστείτε ότι ο/η πελάτης/ισσα παραπονιέται για ένα προϊόν που είναι δικό σας, αλλά έχει συσκευαστεί από άλλους προμηθευτές. Πώς μπορούμε να υπερβούμε τις προσδοκίες του πελάτη αν υπάρχουν παράμετροι που δεν ελέγχουμε; Μέσω ενεργής επικοινωνίας και προγραμματισμού.

Ο καθορισμός των στόχων εργασίας, η εξειδίκευση και η λεπτομέρεια του τρόπου εργασίας για την αποφυγή παρεξηγήσεων και η παροχή της καλύτερης δυνατής προσοχής από την αρχή της σχέσης, θα μας φέρουν σε καλύτερη θέση όσον αφορά τον/την πελάτη/ισσα.



Σύμφωνα με έκθεση της Lithium, όταν οι πελάτες επικοινωνούν με μια μάρκα στο Twitter, το 53% περιμένει απάντηση εντός μιας ώρας. Αν πρόκειται για παράπονο, το ποσοστό αυτό αυξάνεται στο 78%.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να
ικανοποιήσετε τις
προσδοκίες ενός
επισκέπτη/μιας
επισκέπτριας

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΜΑΣ

1. Κάντε ένα σχέδιο. Οραματιστείτε πώς θα εξελιχθεί η διαδικασία πώλησης και τι θα προσφέρετε.
2. Διατηρήστε μια ειλικρινή στάση. Αντιμετωπίστε τις δυσκολίες που μπορεί να προκύψουν.
3. Θέστε στόχους. Υπενθυμίστε τους σε κάθε ευκαιρία, ώστε και τα δύο μέρη να γνωρίζουν πού πηγαίνουν.
4. Δείξτε στο κοινό σας πώς λειτουργεί η εταιρεία, προκειμένου να οπτικοποιήσει πώς η λειτουργία μπορεί να επηρεάσει τις προσδοκίες του.
5. Να είστε ευθείς & διαθέσιμοι/ες να προσφέρετε βοήθεια και άμεση εξυπηρέτηση.

Υπάρχουν δέκα θεμελιώδεις και καθολικές αρχές της εξυπηρέτησης πελατών τις οποίες θα πρέπει να εφαρμόσετε στην πράξη, καθώς ο βαθμός ικανοποίησης των πελατών σας θα καθοριστεί από τις επιδόσεις σας σε αυτούς τους δέκα τομείς:

ΑΡΧΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

- **Να είστε προσιτοί/ές.** Μια αργή ανταπόκριση με μεγάλο χρόνο αναμονής υποδηλώνει μια στάση αδιαφορίας απέναντι στους πελάτες. Από την άλλη πλευρά, μια γρήγορη ανταπόκριση με μικρό χρόνο αναμονής φανερώνει ενδιαφέρον & σεβασμό.

Αυτό σημαίνει ότι πρέπει πάντα να βεβαιώνετε ότι οι εκπρόσωποί σας κάνουν αυτό που πρέπει να κάνουν και όταν χρειάζεται.

- **Αντιμετωπίστε τους πελάτες με ευγένεια.** Όταν εργάζεστε με πελάτες, να εστιάζετε πάντα στην κατάσταση ή το ενδεχόμενο πρόβλημα και όχι στο άτομο. Να είστε ευγενικοί/ές, επειδή τα προβλήματα που προσπαθούν να διαχειριστούν οι πελάτες μπορεί να μη σας φαίνονται σπουδαία, αλλά για τον πελάτη σημαίνουν πολλά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να
ικανοποιήσετε τις
προσδοκίες ενός
επισκέπτη/μιας
επισκέπτριας

- **Ανταποκριθείτε στις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών.** Το μόνο που θέλουν οι πελάτες είναι να νοιάζεστε γι' αυτούς και να κατανοείτε τα προβλήματά τους. Θέλουν να είναι το επίκεντρο της προσοχής σας εκείνη τη στιγμή και θέλουν η αλληλεπίδραση που έχουν μαζί σας να είναι χωρίς προβλήματα.

Πρέπει πάντα να είστε ευαισθητοποιημένοι/ες ως προς τον τρόπο με τον οποίο προσεγγίζετε τους πελάτες και επιλύετε τα προβλήματά τους. Οι πελάτες περιμένουν από εσάς να τους ικανοποιήσετε. Δώστε τους κάθε λόγο να σας εμπιστεύονται.

Ευχαριστήστε τους **ειλικρινά** που σας επέλεξαν. Και τέλος, σεβαστείτε τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών και διορθώστε τα λάθη. Μάθετε να προβλέπετε τις ανάγκες των πελατών σας.

- **Κάντε αυτό που ζητάει ο/η πελάτης/ισσα, στην ώρα του.** Βεβαιωθείτε ότι εκτελείτε τις εργασίες που απαιτούνται για να ανταποκριθείτε στις ανάγκες των πελατών γρήγορα και αποτελεσματικά. Η γρήγορη επίλυση των ερωτημάτων θα τους εντυπωσιάσει.

Οι πελάτες/ισσες πρέπει απλώς να γνωρίζουν ότι τους εκτιμάτε. Αν ξεχάσετε να κάνετε κάτι που υποτίθεται ότι πρέπει να κάνετε, δεν θα κρατήσετε τους πελάτες σας για πολύ.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να
ικανοποιήσετε τις
προσδοκίες ενός
επισκέπτη/μιας
επισκέπτριας

- Να έχετε καλά εκπαιδευμένους και ενημερωμένους υπαλλήλους. Η σωστή εκπαίδευση των εργαζομένων είναι το θεμέλιο της επιτυχίας. Κάθε επιτυχημένο πρόγραμμα κατάρτισης αποτελείται από μαθήματα βασισμένα στο πρόγραμμα σπουδών που διδάσκουν βασικές γνώσεις, όπως τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρετε και τις βασικές δεξιότητες εξυπηρέτησης πελατών. Ο τρόπος με τον οποίο παραδίδονται αυτά τα μαθήματα κάνει τη διαφορά.

Για να βεβαιωθείτε ότι οι εργαζόμενοι/ες είναι καλά εκπαιδευμένοι και ενημερωμένοι, δημιουργήστε ένα πρόγραμμα εκπαίδευσης plug-and-play. Αλλά προχωρήστε πέρα από τα βασικά, εξηγώντας επίσης την αποστολή και τις αξίες της εταιρείας.

Επιπλέον, βεβαιωθείτε ότι η εκπαίδευση για την ικανότητα εξυπηρέτησης πελατών περιλαμβάνει θέματα όπως η οικοδόμηση μακροχρόνιων σχέσεων με τους πελάτες και η κατανόηση της ανάγκης για μια πελατοκεντρική προσέγγιση. Αυτά τα θέματα θα δώσουν σε κάθε εργαζόμενο/η μια καλύτερη αίσθηση του σκοπού όταν πρόκειται για την ικανοποίηση των πελατών.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να
ικανοποιήσετε τις
προσδοκίες ενός
επισκέπτη/μιας
επισκέπτριας

- **Πείτε στους πελάτες τι μπορούν να περιμένουν από εσάς.** Ο σωστός καθορισμός των προσδοκιών θα καθορίσει την επιτυχία ή την αποτυχία της σχέσης σας με κάθε πελάτη/ισσα. Εάν οι πελάτες/ισσες δεν έχουν σαφή αντίληψη του τι παίρνουν, θα αποτύχετε. Αν παρέχετε κάτι που οι πελάτες/ισσες δεν θέλουν ή δεν είναι αυτό που περίμεναν, ανεξάρτητα από το πόσο φανταστική ή γρήγορη είναι η δουλειά σας, το πιθανότερο είναι ότι θα αποτύχετε.

Ο καθορισμός των προσδοκιών δεν είναι δύσκολος, αλλά απαιτεί χρόνο. Δεν μπορείτε να κάνετε υποθέσεις και πρέπει να είστε ξεκάθαροι με τους πελάτες & τις πελάτισσές σας σχετικά με το τι πρόκειται να λάβουν.

Ο καθορισμός των προσδοκιών είναι μια διαδικασία συνεχούς επικοινωνίας. Το αποτέλεσμα μπορεί να αλλάξει ελαφρώς ή μπορεί να βρείτε έναν καλύτερο τρόπο για να κινητοποιηθείτε. Εάν η αλλαγή είναι αρκετά σημαντική, φροντίστε να ενημερώσετε τους πελάτες & τις πελάτισσές σας. Κρατήστε τους/τες ενήμερους/ες ανά πάσα στιγμή.

- **Τηρήστε τις δεσμεύσεις σας.** Για οποιονδήποτε λόγο, οι πελάτες/ισσες περιμένουν από εσάς να κάνετε αυτό που λέτε ότι θα κάνετε και τότε δεσμευεστε ότι θα το κάνετε. Γίνετε γνωστοί/ες για την τήρηση του λόγου σας.
- **Κάντε τα πράγματα σωστά την πρώτη φορά.** Αυτό περιλαμβάνει τη διασφάλιση ότι όλες οι δραστηριότητες εκτελούνται σωστά την πρώτη φορά και κάθε επόμενη φορά. Το να ολοκληρώνετε όλες τις υπηρεσίες σωστά την πρώτη φορά δεν είναι εύκολο, αλλά αυτό μπορεί να είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να προσελκύσετε και να διατηρήσετε τους πελάτες & τις πελάτισσές σας.





FLAVOURS
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Πώς να
ικανοποιήσετε τις
προσδοκίες ενός
επισκέπτη/μιας
επισκέπτριας

- **Συνέπεια.** Επικοινωνήστε με τον πελάτη ή την πελάτισσά σας μετά την αγορά, μετά την παράδοση ενός γεύματος ή μετά την επίλυση του προβλήματος για να τον/την ρωτήσετε τι σκέφτηκε και αν έμεινε ικανοποιημένος/η. Εάν έμειναν ικανοποιημένοι/ες από την όλη διαδικασία, μπορείτε να εκμεταλλευτείτε την ευκαιρία και να τους/τις ζητήσετε να σας βαθμολογήσουν στα κοινωνικά δίκτυα, στον ιστότοπό σας κ.λπ. Εάν όχι, προσπαθήστε να διορθώσετε τα πράγματα. Με την καλή εξυπηρέτηση πελατών, θέτετε τα θεμέλια μιας επιτυχημένης επιχείρησης.
- **Να είστε ηθικοί/ές.** Οι προσδοκίες των πελατών εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες και η διαδικασία επιλογής ενός προϊόντος μπορεί να είναι πολύ περίπλοκη. Ένας από τους κύριους παράγοντες είναι η αξιοπιστία. Θέλουν να γνωρίζουν πόσο αξιόπιστοι/ες και ειλικρινείς είστε ως πάροχοι υπηρεσιών. Για να ανταποκριθείτε σε αυτόν τον κρίσιμο παράγοντα, πρέπει να καταβάλλετε προσπάθεια να γνωρίσετε τους πελάτες & τις πελάτισσές σας αλλά κυρίως τις ανάγκες τους - να ακούτε και να ενημερώνετε τους πελάτες σε γλώσσα που καταλαβαίνουν - να διαθέτετε (ή να αναπτύσσετε) τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις για να παρέχετε την υποσχεθείσα υπηρεσία αξιόπιστα και με ακρίβεια- να είστε πρόθυμοι/ες να βοηθήσετε τους πελάτες & τις πελάτισσές σας και να παρέχετε άμεση εξυπηρέτηση - και να είστε ευγενικοί/ές, να συμπεριφέρεστε με σεβασμό και να είστε φιλικού/ές.



ΚΕΦΑΛΑΙΑ

1. Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.
2. Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.
3. Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα.
4. Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα.
5. Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα & την αξία.
6. Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας.
7. Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας
8. Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση ενός προϊόντος.
9. Συμπέρασμα



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας

Στη βιομηχανία τροφίμων, η υγιεινή είναι ένα από τα βασικά όπλα για τη διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων. Ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα σε ασφαλή τρόφιμα που δεν αποτελούν φορέα ασθένειας ή τροφικής δηλητηρίασης.

Επί του παρόντος, το νομικό πλαίσιο εφαρμογής σε σχέση με τους χειριστές τροφίμων βασίζεται σε δύο κανονισμούς. Αφενός στον Κανονισμό (ΕΚ) 852/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 29ης Απριλίου 2004 για την υγιεινή των τροφίμων (συγκεκριμένα, στο κεφάλαιο VIII του παραρτήματος II καθορίζονται οι όροι ατομικής υγιεινής για τους/τις εργαζόμενους/ες και στο κεφάλαιο XII του ίδιου παραρτήματος II αναφέρεται η εκπαίδευση που πρέπει να λαμβάνουν οι χειριστές τροφίμων) και αφετέρου στον Κανονισμό (ΕΚ) 882/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 29ης Απριλίου 2004 για τους επίσημους ελέγχους που διενεργούνται για να εξακριβωθεί η συμμόρφωση προς τη νομοθεσία περί ζωοτροφών και τροφίμων και προς τους κανόνες για την υγεία και την καλή διαβίωση των ζώων.

Άλλοι επίσημοι έλεγχοι περιλαμβάνουν: την επιθεώρηση των επιχειρήσεων τροφίμων και των προϊόντων τροφίμων, η οποία είναι απαραίτητη για την επαλήθευση των συνθηκών υγιεινής και την αξιολόγηση των διαδικασιών ορθής παρασκευής και χειρισμού, προκειμένου να διασφαλιστεί ο στόχος του παρόντος κανονισμού (πρόληψη, εξάλειψη ή μείωση σε αποδεκτά επίπεδα κάθε κινδύνου για την ασφάλεια των τροφίμων).



Θυμηθείτε: Τα τρόφιμα κατά την παραγωγή, τη μεταφορά, την επεξεργασία και το χειρισμό τους αποτελούν σημαντικό μέσο για την εξάπλωση παραγόντων ικανών να προκαλέσουν ανθρώπινες ασθένειες. Οι ορθές πρακτικές ξεκινούν με την κατάλληλη εκπαίδευση που επιτρέπει την απόκτηση γνώσεων που αλλάζουν το όραμα προς τη σωστή νοοτροπία υγιεινής για την παραγωγή τροφίμων χωρίς κινδύνους.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση
της γαστρονομίας.

Ορισμένοι αξιοσημείωτοι ορισμοί :

- **Παρασκευασμένο τρόφιμο:** μαγειρικό παρασκεύασμα που προκύπτει από την ωμή ή μαγειρεμένη ή προμαγειρεμένη παρασκευή ενός ή περισσότερων τροφίμων ζωικής ή φυτικής προέλευσης, με ή χωρίς την προσθήκη άλλων εγκεκριμένων ουσιών και, κατά περίπτωση, καρυκευμάτων. Μπορεί να παρουσιάζεται συσκευασμένο ή μη και έτοιμο για κατανάλωση, είτε άμεσα είτε μετά από πρόσθετη θέρμανση ή μαγειρική επεξεργασία.
- **Έτοιμο προς κατανάλωση τρόφιμο θερμικής επεξεργασίας:** έτοιμο προς κατανάλωση τρόφιμο το οποίο, κατά την παρασκευή του, έχει υποβληθεί στο σύνολό του σε θερμική διαδικασία (αύξηση της θερμοκρασίας), ώστε να μπορεί να καταναλωθεί άμεσα ή με ελαφρά θέρμανση.
- **Εγκατάσταση:** βιομηχανία, χώροι ή μόνιμη ή προσωρινή εγκατάσταση όπου παρασκευάζονται, χειρίζονται, συσκευάζονται, αποθηκεύονται, παρέχονται, σερβίρονται ή πωλούνται παρασκευασμένα τρόφιμα, με ή χωρίς εξυπηρέτηση, για κατανάλωση.
- **Κοινότητα:** ομάδα καταναλωτών με παρόμοια χαρακτηριστικά που ζητούν μια υπηρεσία έτοιμου φαγητού, όπως σχολεία, επιχειρήσεις, νοσοκομεία, κατοικίες και μέσα μεταφοράς.



1. Απαραίτητες συνθήκες υγιεινής

Από την 1η Φεβρουαρίου 2002, οι χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης διαθέτουν ενιαίο νομικό καθεστώς για την ονομασία των τροφίμων, με τη δημοσίευση του κανονισμού ΕΚ αριθ. 178/2002 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 28ης Ιανουαρίου 2002. Ο κανονισμός αυτός καθόρισε τις αρχές και τις απαιτήσεις της νομοθεσίας για τα τρόφιμα και δημιούργησε την Ευρωπαϊκή Αρχή Τροφίμων.

Αυτός ο οργανισμός, η Ευρωπαϊκή Αρχή Τροφίμων, δίνει έναν κοινό ορισμό των τροφίμων για όλα τα κράτη μέλη, με τους ακόλουθους στόχους:

- Κατοχύρωση της ασφάλειας των τροφίμων και της υγείας των καταναλωτών.
- Διευκόλυνση και διασφάλιση της λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς.
- Αποφυγή των ανισοτήτων ως προς τους διαγωνισμούς που προκηρύσσονται.
- Εξάλειψη της ανασφάλειας δικαίου, τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους οικονομικούς φορείς.

Συνεπώς, ο κανονισμός επεκτείνει την έννοια του τροφίμου σε όλες τις ουσίες, τα συστατικά, τις πρώτες ύλες, τα πρόσθετα και τα θρεπτικά συστατικά που προσλαμβάνονται από τον άνθρωπο μέσω του γαστρεντερικού. Ο νέος κοινός ορισμός που εγκρίθηκε περιλαμβάνει τα ποτά, τις τσίχλες και το νερό, καθώς και κάθε ουσία που ενσωματώνεται εθελοντικά στο τρόφιμο κατά την παρασκευή, την προετοιμασία ή την επεξεργασία του, π.χ. πρόσθετα, λίπη και βιταμίνες, καθώς και υπολείμματα που προέρχονται από την παραγωγή και την επεξεργασία τροφίμων, όπως υπολείμματα κτηνιατρικών φαρμάκων και φυτοφαρμάκων.

Ωστόσο, τα ακόλουθα ΔΕΝ θεωρούνται ως τέτοια: ζωοτροφές, φυτά πριν από τη συγκομιδή, φάρμακα, καλλυντικά, καπνός και προϊόντα καπνού, ναρκωτικές ή ψυχοτρόπες ουσίες και ζώντα ζώα (εκτός από εκείνα που παρασκευάζονται, συσκευάζονται και/ή σερβίρονται για ανθρώπινη κατανάλωση στο εν λόγω κράτος, όπως στην περίπτωση των στρειδιών).

**Γνωρίζετε
ότι...;**



Κάθε ουσία ή προϊόν που προορίζεται ή ενδέχεται να προσληφθεί από τον άνθρωπο, είτε έχει υποστεί επεξεργασία είτε όχι, εν όλω ή εν μέρει, πρέπει να συμμορφώνεται με τα μέτρα υγιεινής.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση
της γαστρονομίας.

1.1. Τύποι τροφίμων

Τα τρόφιμα χωρίζονται σε τρεις κύριους τύπους:

- a) Σε αυτό που μπορεί να έχει ή να μην έχει αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία του καταναλωτή.
- **Επιβλαβές:** Όλα τα τρόφιμα που καταναλώνονται μπορούν να προκαλέσουν οξεία ή χρόνια επιβλαβή αποτελέσματα στον καταναλωτή.
 - **Ακίνδυνο:** Αβλαβές: Σύνολο συνθηκών που πληροί ένα τρόφιμο ή μια διαδικασία που εγγυάται την απουσία παραγόντων ικανών να προκαλέσουν παρενέργειες στον καταναλωτή.
- β) Με βάση τις συνθήκες αποθήκευσης:
- **Ευπαθή τρόφιμα** (π.χ σύμφωνα με τον Ισπανικό Κώδικα Τροφίμων). Αυτά που, λόγω των χαρακτηριστικών τους, απαιτούν ειδικές συνθήκες διατήρησης κατά τις περιόδους αποθήκευσης και μεταφοράς τους. Μεταβάλλονται γρήγορα και πρέπει να καταναλώνονται σε σύντομο χρονικό διάστημα. Ανάμεσά τους, εφόσον δεν έχουν υποστεί επεξεργασία, είναι τα αυγά, το γάλα, το κρέας ή τα ψάρια.
 - **Μερικώς κατεργασμένα τρόφιμα** (σύμφωνα με τον ισπανικό κώδικα τροφίμων). Αυτά που έχουν συντηρηθεί ή υποστεί επεξεργασία με διάφορες διαδικασίες που τους επιτρέπουν να διατηρηθούν περισσότερο υπό κατάλληλες συνθήκες. Η κατάψυξη, η αφυδάτωση, το αλάτισμα, το κάπνισμα, η κονσερβοποίηση ή η φωτοοξείδωση (στην περίπτωση του γάλακτος) είναι μερικά παραδείγματα των μεθόδων ή διαδικασιών που χρησιμοποιούνται.
 - **Μη ευπαθή τρόφιμα** είναι εκείνα που δεν απαιτούν ειδικές συνθήκες αποθήκευσης, για παράδειγμα: όσπρια, δημητριακά, ξηροί καρποί. Αν και δεν απαιτούν ψυχρή αποθήκευση, τα τρόφιμα αυτά πρέπει να διατηρούνται μακριά από την υγρασία και τη βρωμιά.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση
της γαστρονομίας.

γ) Βάσει της παρουσίας αλλοιώσεων ή μολύνσεων που το καθιστούν ακατάλληλο για κατανάλωση:

Τροποποιημένο φαγητό: Τρόφιμα τα οποία, λόγω φυσικών, φυσικών, χημικών, βιολογικών ή ανεπαρκούς επεξεργασίας, έχουν υποστεί αλλοίωση των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών και της θρεπτικής τους αξίας, καθιστώντας τα ακατάλληλα για ανθρώπινη κατανάλωση. Είναι εύκολα ανιχνεύσιμα από το χρώμα, την οσμή, τη γεύση ή/και την εμφάνισή τους. Οι πιο συνηθισμένες αλλοιώσεις που μπορεί να εμφανιστούν στα τρόφιμα οφείλονται σε διάφορους παράγοντες, όπως

- Κρύο: μπορεί να προκαλέσει για παράδειγμα στερεοποίηση του λαδιού ή του μελιού.
- Άνεμος: μπορεί να προκαλέσει ξήρανση των τροφίμων.
- Θερμότητα: μπορεί να προκαλέσει απώλεια βιταμινών.
- Σχηματισμός αερίων: που μπορεί να προκαλέσουν διόγκωση των δοχείων ή των συσκευασιών.
- Χρόνος: μπορεί να προκαλέσει μαλάκωμα ή σήψη των τροφίμων.
- Όξυνση ορισμένων τροφίμων, όπως τα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Υποβαθμισμένα τρόφιμα: Πρόκειται για τρόφιμα στα οποία παρατηρείται γήρανση, αλλαγή χρώματος, βαθουλώματα, σπάσιμο, είναι μέσα σε κακώς κλεισμένα δοχεία και έχουν δεχτεί εξωτερικούς τραυματισμούς στη συσκευασία του προϊόντος. Αυτές οι αλλοιώσεις μπορεί να προκαλέσουν επακόλουθη μόλυνση.

Μολυσμένα τρόφιμα: Είναι εκείνα που περιέχουν παθογόνα μικρόβια, χημικές ή ραδιενεργές ουσίες, τοξίνες, παράσιτα ή οποιοδήποτε ξένο σώμα στη σύνθεση του τροφίμου, το οποίο επιτρέπει τη μετάδοση ασθενειών στον άνθρωπο ή στα ζώα. Επίσης, αν περιέχουν φυσικά τοξικά συστατικά σε συγκεντρώσεις υψηλότερες από τις επιτρεπόμενες θεωρούνται μολυσμένα.

Γνωρίζετε
ότι...;



Η αλλοίωση των τροφίμων μπορεί να οφείλεται σε φυσικούς περιβαλλοντικούς παράγοντες, όπως η θερμοκρασία, το φως ή ο αέρας, οι οποίοι τροποποιούν τα χαρακτηριστικά των προϊόντων. Μια άλλη πιθανότητα είναι ότι, υπό ορισμένες συνθήκες και λόγω των ίδιων των συστατικών των τροφίμων ή της επαφής τους με άλλα στο περιβάλλον τους, προκαλούνται χημικές αντιδράσεις που συμβάλλουν στην αλλοίωση του προϊόντος.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση
της γαστρονομίας.

1.2. Μόλυνση τροφίμων: Πώς μπορεί να προληφθεί;

Η μόλυνση των τροφίμων συμβαίνει όταν τα τρόφιμα έρχονται σε επαφή με ορισμένα στοιχεία ή ουσίες που τα καθιστούν επικίνδυνα για κατανάλωση.

Ανάλογα με τη φύση τους, οι μολυσματικοί παράγοντες ταξινομούνται σε φυσικούς, χημικούς και βιολογικούς παράγοντες.

- **Μόλυνση από φυσικούς παράγοντες:** πρόκειται για σωματίδια και ξένα σώματα που φτάνουν στο τρόφιμο, γενικά κατά το χειρισμό ή τη μεταφορά, (σωματίδια γυαλιού, ξύλου, πλαστικού, κομμάτια οστών, φτερά, οργανικά υπολείμματα (όπως αυτά από άλλες τροφές) ή αντικείμενα προσωπικής χρήσης (ρολόγια, δαχτυλίδια...).
- **Μόλυνση από χημικούς παράγοντες:** ορισμένα τοξικά χημικής προέλευσης μπορεί να υπάρχουν φυσικά στα τρόφιμα- αυτό συμβαίνει με ορισμένες φυτικές και ζωικές τοξίνες ή τοξίνες που υπάρχουν σε ορισμένους μύκητες. Άλλοι χημικοί παράγοντες μπορεί να ενσωματωθούν τυχαία στα τρόφιμα: πρόσθετα τροφίμων, ζιζανιοκτόνα, φυτοφάρμακα, ίχνη φαρμάκων, προϊόντα που χρησιμοποιούνται για τον καθαρισμό και την απολύμανση, προϊόντα που χρησιμοποιούνται κατά τη λειτουργία ή τη συντήρηση μηχανημάτων και εξοπλισμού (έλαια, λιπαντικά κ.λπ.).



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας.

Υπάρχουν τέσσερα μέτρα που μπορούν να βοηθήσουν στην πρόληψη του πολλαπλασιασμού των μικροοργανισμών στα τρόφιμα:

ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΛΗΨΗ ΤΗΣ ΜΟΛΥΝΣΗΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ	ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ
<ul style="list-style-type: none"> • Πλένετε τα χέρια σας σχολαστικά με σαπούνι και ζεστό νερό όποτε χρειάζεται (πριν από την προετοιμασία του φαγητού, μετά τη χρήση τουαλέτας, αφού αγγίξετε ωμά τρόφιμα, ζώα, σκουπίδια ή άλλα μολυσμένα αντικείμενα). • Πλένετε σχολαστικά όλες τις επιφάνειες εργασίας και τα σκεύη (μαχαίρια, κατσαρόλες, τηγάνια, μπλέντερ,...) με ζεστό νερό και σαπούνι μετά από κάθε χρήση και πριν προχωρήσετε στο επόμενο βήμα. • Χρησιμοποιήστε σανίδες κοπής από μη πορώδες υλικό και πλύνετε τις στο πλυντήριο πιάτων ή με ζεστό νερό και σαπούνι μετά από κάθε χρήση. • Χρησιμοποιήστε πανιά μιας χρήσης για να πλύνετε και να στεγνώσετε τις επιφάνειες της κουζίνας που έρχονται σε επαφή με τρόφιμα. 	<p>Είναι ζωτικής σημασίας ο κατάλληλος διαχωρισμός των έτοιμων προς κατανάλωση τροφίμων από τις πρώτες ύλες ή τις επιφάνειες εργασίας ή τα σκεύη που ενδέχεται να έχουν μολυνθεί με την παρουσία μικροοργανισμών. Για το σκοπό αυτό, συνιστάται:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Σε όλα τα στάδια χειρισμού και αποθήκευσης των ωμών τροφίμων είναι απαραίτητο να διατηρούνται χωριστά από τα άλλα παρασκευασμένα προϊόντα, τοποθετώντας τα στο κάτω μέρος του ψυγείου, ώστε να αποφεύγεται η μόλυνση των άλλων τροφίμων από τους χυμούς που εκλύουν. • Χρησιμοποιείτε διαφορετικές σανίδες κοπής, μαχαίρια και σκεύη για το χειρισμό ωμών τροφίμων και έτοιμων προς κατανάλωση προϊόντων και ποτέ μην τοποθετείτε μαγειρεμένα τρόφιμα σε δοχείο που έχει έρθει σε επαφή με ωμά τρόφιμα χωρίς να το έχετε πρώτα πλύνει καλά. • Πλένετε πάντα τα χέρια, τα ξύλα κοπής, τα μαχαίρια και άλλα σκεύη με ζεστό σαπούνι & νερό αφού έρθουν σε επαφή με ωμά τρόφιμα.
ΕΠΑΡΚΕΣ ΜΑΓΕΙΡΕΜΑ	ΨΥΞΗ & ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ
<p>Για να επιτευχθεί η εξάλειψη των βακτηρίων που υπάρχουν στα τρόφιμα, είναι απαραίτητο να μαγειρευτούν για επαρκή χρόνο και σε θερμοκρασία που να το επιτυγχάνει αυτό. Αυτό απαιτεί:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Φτάστε σε θερμοκρασία μαγειρέματος τουλάχιστον 65°C. • Εάν το προϊόν θερμαίνεται στο φούρνο μικροκυμάτων, πρέπει να διασφαλίζεται ότι δεν παραμένουν ψυχρές περιοχές, η θερμότητα πρέπει να είναι ομοιόμορφη. • Εάν το φαγητό ξαναζεσταθεί, είναι απαραίτητο να φτάσει τους 65°. 	<p>Οι θερμοκρασίες ψύξης αποτρέπουν ή επιβραδύνουν την ανάπτυξη των μικροοργανισμών, επομένως, αφού μαγειρευτεί το τρόφιμο, πρέπει να ψυχθεί το συντομότερο δυνατό, ώστε:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τα έτοιμα προς κατανάλωση τρόφιμα πρέπει να διατηρούνται στο ψυγείο εντός δύο ωρών μετά το μαγείρεμα. • Μην ξεπαγώνετε τα τρόφιμα σε θερμοκρασία δωματίου, πάντα να τα βάζετε στο ψυγείο. • Τοποθετήστε τα τρόφιμα στο θάλαμο ή στο ψυγείο με τέτοιο τρόπο ώστε να επιτυγχάνεται ροή ψυχρού αέρα μεταξύ τους. • Ελέγχετε περιοδικά τον εξοπλισμό ψύξης για την ορθή λειτουργία του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση
της γαστρονομίας.

2. Διαχείριση τροφίμων

Η ασφάλεια των τροφίμων είναι το σύνολο των μέτρων που διασφαλίζουν ότι τα τρόφιμα που καταναλώνουμε είναι ασφαλή και διατηρούν τις θρεπτικές τους ιδιότητες. Για να γίνει αυτό και να αποφύγετε τις τροφιμογενείς ασθένειες, πρέπει να γνωρίζετε και να τηρείτε τους κανονισμούς υγιεινής σε όλη την τροφική αλυσίδα, με ιδιαίτερη έμφαση στα στάδια ή τις διαδικασίες που συναποτελούν την διαχείριση τροφίμων.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΧΕΙΡΙΣΜΟΥ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

- Η πρωτογενής παραγωγή είναι ο πρώτος κρίκος της αλυσίδας και παρέχει την πρώτη ύλη: γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία και κυνήγι.
- Η βιομηχανία τροφίμων παρασκευάζει και επεξεργάζεται τρόφιμα χρησιμοποιώντας αυτές τις πρώτες ύλες.
- Τα καταστήματα, τα σούπερ μάρκετ και οι υπεραγορές ή παρόμοιες εγκαταστάσεις είναι υπεύθυνα για τη διανομή και την πώληση.
- Ο τελευταίος κρίκος της αλυσίδας είναι οι καταναλωτές, οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για την τελική διαχείριση των τροφίμων.

Επομένως, μετά από όλα τα στάδια της αλυσίδας τροφίμων, μπορεί να δηλωθεί ότι "οι διαχειριστές τροφίμων είναι όλα εκείνα τα άτομα που, λόγω της εργασιακής τους δραστηριότητας, έρχονται σε άμεση επαφή με τα τρόφιμα κατά την προετοιμασία, την παραγωγή, την επεξεργασία, την προετοιμασία, τη συσκευασία, την αποθήκευση, τη μεταφορά, τη διανομή, την πώληση, την προμήθεια και την εξυπηρέτηση".

Επιπλέον, οι διαχειριστές υψηλότερου κινδύνου θεωρούνται εκείνοι των οποίων οι πρακτικές χειρισμού μπορεί να είναι καθοριστικές σε σχέση με την ασφάλεια των τροφίμων - η ομάδα αυτή περιλαμβάνει τους διαχειριστές που ασχολούνται με την προετοιμασία και τον χειρισμό παρασκευασμένων τροφίμων για πώληση, προμήθεια ή/και άμεση εξυπηρέτηση του καταναλωτή ή μιας ομάδας καταναλωτών.



Ο/η διαχειριστής/στρια τροφίμων είναι ένας/μία εργαζόμενος/η που πρέπει να έχει αυστηρότερες συνήθειες υγιεινής από τους/τις άλλους/ες εργαζόμενους/ες, λόγω της μεγάλης ευθύνης που έχει για τη διατήρηση ασφαλών τροφίμων. Ως εκ τούτου, πρέπει να υιοθετεί ένα σύστημα υγιεινής αυτοελέγχου στην εργασία του/της και να γνωρίζει τη διαδικασία παρασκευής και συντήρησης των τροφίμων τηρώντας τις μαγειρικές, υγειονομικές και διατροφικές απαιτήσεις που επιτρέπουν στα τρόφιμα να φτάσουν στον καταναλωτή στις καλύτερες ποιοτικά συνθήκες, έχοντας υπόψη ότι σε πολλές περιπτώσεις ο /η διαχειριστής/στρια είναι αυτός/ή που παρεμβαίνει ως φορέας μετάδοσης στη μόλυνση των τροφίμων, με λανθασμένες ενέργειες και κακές πρακτικές υγιεινής.

2.1. Στάδια της διαδικασίας χειρισμού τροφίμων

Υπάρχουν διάφορα στάδια στη διαχείριση τροφίμων από την άφιξη των προϊόντων στις εγκαταστάσεις σας.

1. Υποδοχή της πρώτης ύλης: Περιλαμβάνει το χρονικό διάστημα μεταξύ της εκφόρτωσης των συστατικών ή της πρώτης ύλης και της σωστής αποθήκευσής τους στις αποθήκες ή τους θαλάμους της βιομηχανίας. Στην περίπτωση των πρώτων υλών που αποτελούνται από ψυχόμενες ή κατεψυγμένες πρώτες ύλες, θα πρέπει να ελέγχεται ότι η ψυκτική αλυσίδα δεν έχει διακοπεί κατά τη μεταφορά και θα πρέπει να αποθηκεύονται γρήγορα χωρίς να ακουμπούν απευθείας στο δάπεδο ή σε επιφάνειες που μπορεί να είναι μολυσμένες. Εάν τα υλικά αυτά φτάσουν σε κακή κατάσταση ή εάν η ψυκτική αλυσίδα έχει σπάσει, θα πρέπει να επιστραφούν στον προμηθευτή. Θα πρέπει να συμπληρώνεται ένα αρχείο των εισερχόμενων προϊόντων, στο οποίο θα σημειώνεται τουλάχιστον η ημέρα άφιξης, ο προμηθευτής, η παρτίδα, η ποσότητα. Στην περίπτωση των ψυχρών προϊόντων, θα πρέπει επίσης να σημειώνεται η θερμοκρασία στην οποία φθάνουν.
2. Διατήρηση: Η διάρκεια ζωής είναι ο μέγιστος χρόνος κατά τον οποίο ένα τρόφιμο διατηρεί όλες τις οργανοληπτικές, θρεπτικές και υγειονομικές του ιδιότητες. Η συντήρηση σε συνδυασμό με τη σωστή αποθήκευση αποσκοπεί στην αύξηση της διάρκειας ζωής των τροφίμων.



Η εξασφάλιση του ψύχους ή της θερμότητας στα τρόφιμα είναι δύο από τις κύριες μεθόδους συντήρησης, αν και υπάρχουν πολλές άλλες που μειώνουν την ποσότητα των μικροοργανισμών που υπάρχουν στα τρόφιμα:

• **Εφαρμογή του κρύου.**

- Ψύξη: Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, η ψύξη συνίσταται στην υποβολή των τροφίμων σε θερμοκρασίες μεταξύ 0° και 5°C, οι οποίες θα πετύχουν τον πιο αργό πολλαπλασιασμό των μικροοργανισμών, φροντίζοντας έτσι για μεγαλύτερη διάρκεια ζωής.
- Κατάψυξη: Κατά την κατάψυξη υποβάλλουμε τα τρόφιμα σε θερμοκρασίες κάτω των -18°C. Έτσι οι μικροοργανισμοί πεθαίνουν, η δραστηριότητά τους "παραλύει" εντελώς, επιτρέποντας τη διατήρηση του προϊόντος για μήνες.

• **Εφαρμογή θερμότητας.**

Οι υψηλές θερμοκρασίες είναι οι μόνες που καταστρέφουν τους μικροοργανισμούς. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι εφαρμογής θερμότητας στα προϊόντα:

- Παστερίωση: Αυτή συνίσταται στην υποβολή του τροφίμου σε θερμοκρασίες κοντά στους 80°C. Αυτό καταστρέφει αρκετούς μικροοργανισμούς, αλλά όχι όλους, γι' αυτό είναι σημαντικό μετά την παστερίωση τα τρόφιμα αυτά να διατηρούνται στο ψυγείο, ώστε οι μικροοργανισμοί που έχουν επιβιώσει να μην πολλαπλασιάζονται. Η διάρκεια ζωής των τροφίμων που υποβάλλονται σε αυτή τη θερμική επεξεργασία είναι χαμηλή. Παράδειγμα: παστεριωμένο γάλα.
- Μαγείρεμα: Το τρόφιμο υποβάλλεται σε θερμοκρασίες περίπου 100°C. Με αυτή τη μέθοδο εξαλείφουμε τους περισσότερους μικροοργανισμούς αλλά όχι τους "σπόρους" τους. Το τρόφιμο που υποβάλλεται σε αυτή την επεξεργασία τροποποιεί τις οργανοληπτικές του ιδιότητες.
- Αποστείρωση: Κατά συνέπεια, καταστρέφονται όλοι οι μικροοργανισμοί στο τρόφιμο, συμπεριλαμβανομένων των σπόρων τους.
- Υπερυψηλή θερμοκρασία (UHT) Είναι ένα σύστημα όπου εφαρμόζουμε υπερυψηλή θερμοκρασία για πολύ λίγο χρόνο, αλλά αρκετό για να εξαλείφουμε όλους τους μικροοργανισμούς και τους "σπόρους" τους και να κάνουμε το τρόφιμο να υποφέρει όσο το δυνατόν λιγότερο από αυτή τη θερμική επεξεργασία. Παράδειγμα: γάλα μακράς διάρκειας UHT (μπορούμε να το αποθηκεύσουμε εκτός ψυγείου).





FLAVOURS
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση
της γαστρονομίας.

3. Αποθήκευση: Πρώτες ύλες ή τελικά προϊόντα πρέπει να αποθηκεύονται σωστά για να αποφεύγεται η μόλυνση. Για το σκοπό αυτό, πρέπει να πληρούνται ορισμένες βασικές απαιτήσεις:
- Μην αφήνετε τα τρόφιμα σε άμεση επαφή με το δάπεδο ή τους τοίχους.
 - Μην αποθηκεύετε τα τρόφιμα μαζί με προϊόντα που μπορούν να τα μολύνουν, όπως προϊόντα καθαρισμού κ.λπ. ή μην αποθηκεύετε φρέσκο προϊόν με έτοιμο προϊόν για να αποφύγετε τη διασταυρούμενη μόλυνση.
 - Μην υπερβαίνετε τη χωρητικότητα της αποθήκης ή των ψυκτικών θαλάμων, διότι τα προϊόντα δεν θα διατηρούνται/ψύχονται σωστά.
 - Βεβαιωθείτε ότι τα προϊόντα που φτάνουν πρώτα στην αποθήκη φεύγουν πρώτα, έτσι ώστε η εναλλαγή των προϊόντων να είναι σωστή και να αποφεύγουμε τη λήξη τους.
 - Ελέγχετε τουλάχιστον μία φορά την ημέρα τις θερμοκρασίες των θαλάμων αποθήκευσης και βεβαιωθείτε ότι τηρούνται τα κατάλληλα όρια θερμοκρασίας (ψύξη 0°- 5°C, κατάψυξη -18°C).
 - Αφήστε αρκετό χώρο μεταξύ των προϊόντων ώστε να επιτρέπεται η κυκλοφορία του αέρα μεταξύ τους.
 - Μην αφήνετε κατάλληλο φαγητό κοντά στον χώρο των σκουπιδιών ή των επιστροφών.



Θυμηθείτε: Σε αυτό το σημείο είναι πολύ σημαντικό να ορίσουμε την ψυκτική αλυσίδα και τη σημασία της στα τρόφιμα. Είναι απαραίτητο να διατηρείται το ψύχος (ψύξη ή κατάψυξη) σε κατάλληλη θερμοκρασία σε όλη την αλυσίδα τροφίμων, δηλαδή σε όλα τα στάδια από τα οποία περνάει το τρόφιμο μέχρι να φτάσει στον καταναλωτή. Εάν δεν διατηρηθεί αυτή η θερμοκρασία, τα τρόφιμα μπορεί να υποστούν μεταβολές που θα μειώσουν τη διάρκεια ζωής τους και μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο τον καταναλωτή.



2.2. Ατομική υγιεινή για τους/τις διαχειριστές/στρίες τροφίμων

Οι συμπεριφορές υγιεινής είναι εκείνες οι ακέραιες συμπεριφορές που πρέπει να θυμόμαστε και να εφαρμόζουμε σε όλες τις καταστάσεις. Αναφέρονται σε εκείνες τις συνήθειες που καθιστούν δυνατή τη μικρότερη δυνατή μόλυνση των πρώτων υλών λόγω της σωστής συμπεριφοράς του/της εργαζομένου/ης, του καθαρισμού και της απολύμανσης των εγκαταστάσεων και των μηχανημάτων, του ελέγχου του νερού, των παρασίτων και της καθαριότητας της βιομηχανίας. Η υγιεινή πρέπει να εφαρμόζεται πιστά σε όλα της τα στάδια.

Αναφερόμαστε σε όλες εκείνες οι διεργασίες, από τις οποίες πρέπει να περάσει η πρώτη ύλη που αποτελεί το τρόφιμο, προκειμένου να μετατραπεί σε προϊόν έτοιμο να χρησιμοποιηθεί από τον καταναλωτή.

Συνήθως μιλάμε για διαχείριση, όταν αυτή γίνεται από τον/την διαχειριστή/στρία του τροφίμου, αλλά, κατά τον ίδιο τρόπο, οι ενέργειες με τις οποίες το κρέας υφίσταται επεξεργασία, είτε είναι μαγειρεμένο, είτε κιμάς, είτε γεμιστό, αποτελούν επίσης διαχείριση.

Οι ορθές πρακτικές διαχείρισης είναι όλες εκείνες οι ενέργειες και αποφάσεις που λαμβάνουν χώρα κατά την επεξεργασία των τροφίμων και έχουν θετική επίδραση στη διατήρηση των τροφίμων σε υγιεινές συνθήκες. Οι ενέργειες αυτές πρέπει να εφαρμόζονται και να προωθούνται. Όλες μαζί αποτελούν το εγχειρίδιο των καλών πρακτικών διαχείρισης τροφίμων. Περιλαμβάνουν όλες εκείνες τις πρακτικές που, με προληπτικό τρόπο, μειώνουν τον κίνδυνο για την υγεία, όπως η μόλυνση από μικρόβια και βλαβερές ουσίες.

Η υγιεινή των τροφίμων είναι το σύνολο των μέτρων που είναι απαραίτητα για την ασφάλεια και την υγιεινή των τροφίμων. Τα μέτρα αυτά καλύπτουν όλα τα στάδια της παραγωγής μέχρι το σημείο πώλησης στον καταναλωτή. Αυτό σημαίνει ότι η υγιεινή πρέπει να προϋσταται κάθε δραστηριότητας που σχετίζεται με την παραγωγή και την πώληση τροφίμων.



Θα πρέπει να επιβληθούν αυστηρά μέτρα και αποτελεσματικός έλεγχος για την αποφυγή της μόλυνσης.

Τα χέρια: είναι ο κύριος παράγοντας και φορέας μετάδοσης βακτηρίων, τα χέρια πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο καθαρά ανά πάσα στιγμή και τα νύχια πρέπει να διατηρούνται κοντά, καθαρά και άβαφα.

Πηγή μόλυνσης.

Η κύρια μόλυνση των χεριών μας από παθογόνους μικροοργανισμούς προκαλείται βασικά από:

- Μόλυνση από κόπρανα που παράγεται μετά τη χρήση της τουαλέτας ή το χειρισμό σκουπιδιών. Στο σπίτι, επιπλέον, θα πρέπει να συμπεριληφθεί και η μόλυνση που παράγεται από την αλλαγή βρεφικής πάνας ή από την επαφή με κατοικίδια ζώα ή τα περιπτώματά τους.
- Χειρισμός ακατέργαστων προϊόντων, συνήθως με υψηλή επιφανειακή μόλυνση, όπως κρέας, πουλερικά, φρούτα και λαχανικά.
- Μόλυνση από την επαφή με αντικείμενα που χρησιμοποιούνται συνήθως από πολλούς ανθρώπους, όπως τηλέφωνο, χρήματα, πόμολα θυρών, κάγκελα....
- Μόλυνση με εκκρίσεις που παράγονται από το φτέρνισμα ή το βήχα ή από το άγγιγμα διαφόρων μολυσμένων περιοχών του σώματος, όπως το στόμα, η μύτη ή τα μαλλιά.



ΧΡΗΣΙΜΟΙ
ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ



[Πώς να πλύνετε τα χέρια σας](#)

[Πώς να τα σαπουνίζετε σωστά](#)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας

Το πλύσιμο των χεριών είναι μια απλή πράξη που όμως δεν γίνεται πάντα σωστά. Οι κανονισμοί για τους/τις διαχειριστές/στριες τροφίμων αναφέρουν απλώς ότι πρέπει να χρησιμοποιείται ζεστό νερό και σαπούνι ή κατάλληλο απολυμαντικό. Ο στόχος είναι η εξάλειψη των περιστασιακών μικροβίων. Αυτό εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τα ατομικά χαρακτηριστικά του κάθε ατόμου. Ωστόσο, υπάρχει ένα σημείο στα χέρια όπου δημιουργούνται μικροπεριβαλλοντικές συνθήκες που ευνοούν τη διατήρηση και την ανάπτυξη μικροβίων: γύρω και κάτω από τα νύχια. Επιπλέον, κατά τη μηχανική πράξη του πλυσίματος των χεριών, πολλές περιοχές συχνά πλένονται ανεπαρκώς, όπως οι μεσοδαχτύλιοι χώροι και το πίσω μέρος των χεριών.

Το πλύσιμο εξαρτάται επίσης από τον τύπο της μόλυνσης ή την προέλευσή της. Εάν η μόλυνση είναι σημαντική, για παράδειγμα μετά την έξοδο από το μπάνιο, η διαχείρισή της πρέπει να είναι πιο επιθετική απ' ό,τι σε άλλες περιπτώσεις και μπορεί να γίνει απλό ή διπλό τρίψιμο με βούρτσα νυχιών. Η χρήση βούρτσας νυχιών έχει σημαντικό αποτέλεσμα για την εξάλειψη των περιστασιακών μικροβίων.

Σε κάθε περίπτωση είναι απαραίτητη η χρήση σαπουνιού, είτε έχει βακτηριοκτόνο είτε μη βακτηριοκτόνο δράση. Εάν το πλύσιμο πραγματοποιείται σωστά, η χρήση σαπουνιών με απολυμαντικά δεν θα ήταν απαραίτητη, καθώς ως συνέπεια της σχετικής δράσης μπορεί να επιτευχθεί σημαντική μείωση των παθογόνων μικροοργανισμών.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας

Θα πρέπει να επιβληθούν αυστηρά μέτρα και αποτελεσματικός έλεγχος για την αποφυγή της μόλυνσης.

Μαλλιά: ο/η διαχειριστής/στρια θα πρέπει να έχει καθαρά μαλλιά με δίχτυ μαλλιών ή κάλυμμα κεφαλής για να αποφεύγεται η μόλυνση των τροφίμων από τα μαλλιά ή την πιτυρίδα, καθώς τα μαλλιά ανανεώνονται συνεχώς και προσλαμβάνουν ρύπους από το περιβάλλον. Συνιστάται επίσης να μην χρησιμοποιούνται καρφίτσες για να συγκρατούνται καπέλα ή δίχτυα μαλλιών, καθώς μπορεί να πέσουν στο τρόφιμο και να προκαλέσουν φυσική μόλυνση αυτού.

Μάτια, μύτη και στόμα: Ο μικροοργανισμός *Staphylococcus aureus* προκαλεί τροφική δηλητηρίαση και είναι παρών στη μύτη και το στόμα του 50% περίπου του πληθυσμού. Αυτοί οι μικροοργανισμοί μεταδίδονται εύκολα με την ομιλία, το βήχα ή το φτέρνισμα, γι' αυτό και αυτές οι συμπεριφορές πρέπει να αποφεύγονται κατά το χειρισμό τροφίμων.

Σώμα: οι διαχειριστές/στριες δεν πρέπει να έχουν ατημέλητα μαλλιά, ατημέλητα γένια ή αμέλεια της προσωπικής καθαριότητας. Καλό είναι να κάνουν καθημερινά ντους και να διατηρούν το δέρμα τους όσο το δυνατόν πιο καθαρό, ώστε να αποφεύγεται η μόλυνση νυχιών αλλά και κάθε είδους μόλυνση που θα μπορούσε να είναι επικίνδυνη για το τρόφιμο και για τον καταναλωτή.

Ένδυση: Τα ρούχα εργασίας προορίζονται μόνο για την εργασία. Κάθε μέρα πρέπει να είναι καθαρά και ανοιχτόχρωμα. Σε περίπτωση χρήσης ειδικών ενδυμάτων, όπως ποδιές, προστατευτικά συστήματα, όπως γάντια από πλέγμα ή προστατευτικά περιβραχιόνια, θα πρέπει να πλένονται όσες φορές είναι απαραίτητο, σε χώρους που προβλέπονται για το σκοπό αυτό, όπως καμπίνες ή ντους.

- Εάν είναι δυνατόν, τα ρούχα δεν πρέπει να έχουν εξωτερικές τσέπες και τα κουμπώματα πρέπει να αποφεύγουν τη χρήση κουμπιών.
- Τα ρούχα εργασίας πρέπει να αφήνονται αποκλειστικά στα ντουλάπια, τα οποία θα είναι χωρισμένα σε δύο μέρη, ώστε να μην αναμειγνύονται με τα ρούχα της ημέρας.
- Οι μπότες που χρησιμοποιούνται για την εργασία πρέπει να πλένονται εκτός των χώρων εργασίας. Για το σκοπό αυτό θα παραχωρείται ένας χώρος, αν είναι δυνατόν με μηχανήματα πλύσης μπότας.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας

Η χρήση γαντιών από καουτσούκ για το χειρισμό τροφίμων δεν συνιστάται, καθώς τα βακτήρια μπορούν να αποικίσουν το εσωτερικό των γαντιών. Σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορούν να φορεθούν γάντια μιας χρήσης, ωστόσο θα πρέπει να απορρίπτονται αμέσως μετά τη χρήση τους.

Κοψίματα και πληγές: Οι πληγές ή τα κοψίματα στο δέρμα αποτελούν ιδανικό περιβάλλον για την ανάπτυξη βακτηρίων, γι' αυτό θα πρέπει να διατηρούνται καλυμμένα με κατάλληλους επιδέσμους (γάζες, τσιρότα,...), οι οποίοι με τη σειρά τους στεγανοποιούνται με γάντια ή ειδικές δακτυλήθρες και είναι πάντα καθαρές.

Κοσμήματα και προσωπικά αντικείμενα: Συνιστάται να μην φοράτε κοσμήματα ή προσωπικά αντικείμενα (ρολόγια, δαχτυλίδια, σκουλαρίκια) όταν χειρίζεστε τρόφιμα, καθώς εκτός του ότι αποτελούν σημεία όπου τείνουν να συσσωρεύονται ρύποι, μπορούν να προκαλέσουν προβλήματα φυσικής μόλυνσης εάν αποκολληθούν από τα τρόφιμα.

Ως εκ τούτου, οι διαχειριστές/στριες τροφίμων είναι το κλειδί για τη διατήρηση της σωστής υγιεινής και συμβάλλουν με τις συνήθειές τους στη διάθεση στην αγορά ασφαλών, ακίνδυνων και ποιοτικών τροφίμων. Οι σημαντικότερες συνήθειες που πρέπει να τηρούνται είναι οι εξής:

- Διατήρηση του χώρου εργασίας, των εργαλείων και του εξοπλισμού καθαρού και τακτοποιημένου.
- Σε περίπτωση οποιασδήποτε ασθένειας (εμετός, διάρροια, κρουολόγημα) θα πρέπει να ενημερωθεί ο/η άνωτερός/ή τους.
- Διασφάλιση της σωστής προσωπικής υγιεινής.
- Τήρηση των κανόνων υγιεινής όσον αφορά τον ρουχισμό και την προσωπική καθαριότητα.
- Αποφυγή συνηθειών που θα μπορούσαν να προκαλέσουν μόλυνση των τροφίμων. Ως εκ τούτου, δεν πρέπει να βήχουν ή να φτερνίζονται, να μιλούν, να τρώνε, να μασάνε τσίχλα, να καπνίζουν, να ξύνουν τα μαλλιά ή τη μύτη τους ή να φορούν κοσμήματα ή κρέμες που μπορεί να μεταδώσουν οσμή ή γεύση στο φαγητό.



3. Προδιαγραφές & υγιεινή των εγκαταστάσεων

3.1. Γενικές απαιτήσεις για χώρους που χρησιμοποιούνται για τρόφιμα (εκτός των περιπατητικών ή προσωρινών).

Σύμφωνα με τον κανονισμό αριθ. 852/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου:

1. Οι χώροι που προορίζονται για τρόφιμα πρέπει να διατηρούνται καθαροί και να είναι καλοσυντηρημένοι.
2. Η διάταξη, ο σχεδιασμός, η κατασκευή, η θέση και το μέγεθος των εγκαταστάσεων τροφίμων πρέπει:
 - a) να επιτρέπουν την κατάλληλη συντήρηση, καθαρισμό ή/και απολύμανση, να αποτρέπουν ή να ελαχιστοποιούν την αερομεταφερόμενη μόλυνση και να παρέχουν επαρκή χώρο εργασίας για την υγιεινή εκτέλεση όλων των εργασιών.
 - b) να αποτρέπουν την συσσώρευση ρύπων, την επαφή με τοξικά υλικά, την εναπόθεση σωματιδίων στα τρόφιμα και το σχηματισμό μούχλας στις επιφάνειες.
 - c) να επιτρέπουν ορθές πρακτικές υγιεινής των τροφίμων, συμπεριλαμβανομένης της προστασίας από τη μόλυνση, ιδίως την καταπολέμηση των παρασίτων.
 - d) όπου είναι απαραίτητο, να παρέχουν κατάλληλες συνθήκες χειρισμού και αποθήκευσης με ελεγχόμενη θερμοκρασία και επαρκή χωρητικότητα ώστε τα τρόφιμα να διατηρούνται σε κατάλληλη θερμοκρασία, η οποία μπορεί να ελέγχεται και, εάν είναι απαραίτητο, να καταγράφεται.

ΧΡΗΣΙΜΟΙ
ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ



[Κανονισμός αριθ. 852/2004
του Ευρωπαϊκού
Κοινοβουλίου](#)





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας

3. Πρέπει να υπάρχει επαρκής αριθμός τουαλετών με καζανάκι που να συνδέονται με ένα αποτελεσματικό σύστημα αποχέτευσης. Οι τουαλέτες δεν πρέπει να επικοινωνούν άμεσα με χώρους όπου γίνεται χειρισμός τροφίμων.
4. Πρέπει να υπάρχει επαρκής αριθμός νιπτήρων, κατάλληλα τοποθετημένων και προοριζόμενων για τον καθαρισμό των χεριών. Οι νιπτήρες για το πλύσιμο των χεριών πρέπει να διαθέτουν ζεστό και κρύο τρεχούμενο νερό, καθώς και υγιεινό εξοπλισμό καθαρισμού και στεγνώματος των χεριών. Όπου είναι απαραίτητο, οι εγκαταστάσεις για το πλύσιμο των τροφίμων πρέπει να είναι χωριστές από εκείνες για το πλύσιμο των χεριών.
5. Θα πρέπει να παρέχονται κατάλληλα και επαρκή μέσα μηχανικού ή φυσικού αερισμού. Πρέπει να αποφεύγονται τα μηχανικά ρεύματα από τις μολυσμένες περιοχές προς τις καθαρές περιοχές. Τα συστήματα εξαερισμού πρέπει να είναι κατασκευασμένα έτσι ώστε τα φίλτρα και άλλα μέρη που πρέπει να καθαρίζονται ή να αντικαθίστανται και γενικά να είναι εύκολα προσβάσιμα.
6. Όλες οι τουαλέτες πρέπει να διαθέτουν επαρκή φυσικό ή μηχανικό αερισμό.
7. Οι χώροι τροφίμων πρέπει να διαθέτουν επαρκή φυσικό ή τεχνητό φωτισμό.
8. Τα συστήματα διάθεσης λυμάτων πρέπει να είναι επαρκή για την εκπλήρωση του προβλεπόμενου σκοπού και να είναι σχεδιασμένα και κατασκευασμένα έτσι ώστε να αποφεύγεται κάθε κίνδυνος μόλυνσης. Όταν τα κανάλια αποχέτευσης είναι πλήρως ή εν μέρει ανοικτά, πρέπει να σχεδιάζονται κατά τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται ότι τα απόβλητα δεν ρέουν από μολυσμένη περιοχή σε καθαρή περιοχή, ιδίως σε περιοχή όπου γίνεται διακίνηση τροφίμων που ενδέχεται να παρουσιάζουν υψηλό κίνδυνο για τον τελικό καταναλωτή.
9. Όπου είναι απαραίτητο, θα πρέπει να παρέχονται κατάλληλες εγκαταστάσεις αλλαγής ρούχων για το προσωπικό.
10. Τα προϊόντα καθαρισμού και απολύμανσης δεν πρέπει να αποθηκεύονται σε χώρους όπου γίνεται χειρισμός τροφίμων.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας

3.2. Ειδικές απαιτήσεις για χώρους όπου παρασκευάζονται, επεξεργάζονται ή μεταποιούνται τρόφιμα (εκτός από κυλικεία και κινητές εγκαταστάσεις).

1. Ο σχεδιασμός και η διαρρύθμιση των χώρων στους οποίους παρασκευάζονται, επεξεργάζονται ή μεταποιούνται τρόφιμα (εξαιρουμένων των κυλικείων και των κινητών χώρων, αλλά συμπεριλαμβανομένων των χώρων που περιέχονται σε μεταφορικά μέσα) πρέπει να επιτρέπει την εφαρμογή ορθών πρακτικών υγιεινής τροφίμων, συμπεριλαμβανομένης της προστασίας από τη μόλυνση μεταξύ και κατά τη διάρκεια των εργασιών. Ειδικότερα:
 - a) οι επιφάνειες του δαπέδου πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται και να απολυμαίνονται εύκολα. Αυτό απαιτεί τη χρήση αδιαπέραστων, μη απορροφητικών, πλενόμενων και μη τοξικών υλικών, εκτός εάν οι υπεύθυνοι επιχειρήσεων τροφίμων μπορούν να πείσουν την αρμόδια αρχή για την καταλληλότητα άλλων χρησιμοποιούμενων υλικών. Κατά περίπτωση, τα δάπεδα πρέπει να επιτρέπουν επαρκή αποστράγγιση.
 - b) οι επιφάνειες των τοίχων πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται εύκολα και, όπου χρειάζεται, να απολυμαίνονται. Αυτό απαιτεί τη χρήση αδιαπέρατων, μη απορροφητικών, πλενόμενων και μη τοξικών υλικών- η επιφάνειά τους πρέπει να είναι λεία σε ύψος κατάλληλο για τις εργασίες που πρόκειται να εκτελεστούν.
 - c) οι οροφές (ή, όταν δεν υπάρχουν οροφές, η εσωτερική επιφάνεια της οροφής), οι ψευδοροφές και άλλες ψευδοεγκαταστάσεις πρέπει να είναι κατασκευασμένες και επεξεργασμένες έτσι ώστε να αποτρέπεται η συσσώρευση ρύπων και να μειώνεται ο σχηματισμός μούχλας και η αποβολή σωματιδίων.
 - d) Τα παράθυρα και τα άλλα ανοίγματα πρέπει να είναι κατασκευασμένα κατά τρόπο που να εμποδίζουν τη συσσώρευση ρύπων, και όσα μπορούν να επικοινωνούν με τον εξωτερικό αέρα πρέπει, όπου είναι απαραίτητο, να είναι εφοδιασμένα με σήτες εντόμων που μπορούν εύκολα να αφαιρεθούν για καθαρισμό. Όταν το άνοιγμα των παραθύρων μπορεί να προκαλέσει μόλυνση, τα παράθυρα πρέπει να παραμένουν κλειστά με κλειδαριά κατά τη διάρκεια της παραγωγής.
 - e) Οι πόρτες θα πρέπει να καθαρίζονται και, εάν είναι απαραίτητο, να απολυμαίνονται εύκολα, προϋποθέτοντας λείες, μη απορροφητικές επιφάνειες.
 - f) οι επιφάνειες (συμπεριλαμβανομένου του εξοπλισμού) στους χώρους όπου γίνεται χειρισμός τροφίμων, και ιδίως εκείνες που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα, πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται και, όπου χρειάζεται, να απολυμαίνονται εύκολα, απαιτώντας λεία, πλενόμενα, ανθεκτικά στη διάβρωση και μη τοξικά υλικά.



2. Όπου είναι απαραίτητο, να παρέχονται επαρκείς εγκαταστάσεις για τον καθαρισμό, την απολύμανση και την αποθήκευση του εξοπλισμού και των εργαλείων εργασίας. Οι εγκαταστάσεις αυτές πρέπει να είναι κατασκευασμένες από υλικά ανθεκτικά στη διάβρωση, να καθαρίζονται εύκολα και να διαθέτουν επαρκή παροχή ζεστού και κρύου νερού.

3. Πρέπει να υπάρχει επαρκής πρόβλεψη, όπου χρειάζεται, για το πλύσιμο των τροφίμων. Όλοι οι νεροχύτες ή παρόμοιες εγκαταστάσεις για το πλύσιμο των τροφίμων πρέπει να διαθέτουν επαρκή παροχή ζεστού ή/και κρύου πόσιμου νερού και να διατηρούνται καθαροί και, όπου είναι απαραίτητο, να απολυμαίνονται.

3.3. Προδιαγραφές εξοπλισμού και εγκαταστάσεων

Όλα τα αντικείμενα, οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός που έρχονται σε επαφή με τρόφιμα:

- Πρέπει να καθαρίζονται σχολαστικά και, εάν είναι απαραίτητο, να απολυμαίνονται. Ο καθαρισμός και η απολύμανση πρέπει να πραγματοποιούνται όσο συχνά χρειάζεται για να αποφεύγεται κάθε κίνδυνος μόλυνσης.
- Η κατασκευή, η σύνθεση και η κατάσταση επισκευής και συντήρησής τους πρέπει να ελαχιστοποιούν τον κίνδυνο μόλυνσης και να επιτρέπουν τον ενδελεχή καθαρισμό τους και, όπου απαιτείται, την απολύμανσή τους.
- Η εγκατάστασή τους πρέπει να επιτρέπει τον επαρκή καθαρισμό του εξοπλισμού και του περιβάλλοντος χώρου.

Εάν είναι απαραίτητο, ο εξοπλισμός θα πρέπει να είναι εφοδιασμένος με όλες τις κατάλληλες διατάξεις ελέγχου για να εξασφαλιστεί η συμμόρφωση με τους στόχους του παρόντος κανονισμού.

Γνωρίζετε ότι...;



Εάν για την πρόληψη της διάβρωσης του εξοπλισμού και των δοχείων είναι απαραίτητη η χρήση χημικών προσθέτων, αυτό θα πρέπει να γίνεται σύμφωνα με την ορθή πρακτική, ώστε να αποφεύγεται η μετάδοση τοξικών ουσιών, οσμών και γεύσεων στα τρόφιμα.



3.4. Καθαρισμός και απολύμανση των εγκαταστάσεων

Ας προσδιορίσουμε πρώτα ορισμένες έννοιες.

Καθαρισμός: Απομάκρυνση της βρωμιάς και των οργανικών υπολειμμάτων με νερό και απορρυπαντικά. Αυτό μειώνει ορισμένους μικροοργανισμούς, αλλά κυρίως απομακρύνει το λίπος και τα ορατά υπολείμματα. Πραγματοποιείται με τη χρήση απορρυπαντικών και κατά την επιλογή τους είναι σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη το υλικό του αντικειμένου ή της επιφάνειας που πρόκειται να καθαριστεί και η φύση της βρωμιάς που πρέπει να αφαιρεθεί. Η συνιστώμενη θερμοκρασία του νερού είναι 40° C.

Επιπλέον, τα προϊόντα θα πρέπει να φυλάσσονται σε αρχικούς κλειστούς και με την κατάλληλη σήμανση χώρους και ταυτόχρονα μακριά από χώρους αποθήκευσης και επεξεργασίας προϊόντων.

Απολύμανση: Αυτή συνίσταται στην εξάλειψη των βακτηρίων που δεν μπορούμε να δούμε. Πραγματοποιείται πάντα μετά τον καθαρισμό. Πρέπει να χρησιμοποιούνται μόνο εγκεκριμένα απολυμαντικά. Μετά την κατάλληλη απολύμανση, οι περισσότεροι μικροοργανισμοί στις επιφάνειες εξαλείφονται, αλλά όχι οι ανθεκτικές μορφές τους ή οι σπόροι. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιούνται χημικά απολυμαντικά που έχουν θανατηφόρο δράση στα μικρόβια. Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα απολυμαντικών και η επιλογή τους θα εξαρτηθεί από:

- Χαρακτηριστικά των προς απολύμανση υλικών.
- Μικρόβια που πρέπει να εξαλειφθούν.
- Συγκέντρωση του απολυμαντικού: η προσθήκη μεγαλύτερης συγκέντρωσης από αυτή που αναφέρεται στο δελτίο δεδομένων του προϊόντος δεν θα έχει ως αποτέλεσμα μεγαλύτερη απολύμανση, ενώ μια συγκέντρωση χαμηλότερη από τη συνιστώμενη δεν θα σκοτώσει όλα τα μικρόβια και μπορεί να οδηγήσει στην καλλιέργεια ανθεκτικότητας. Για να αποφευχθεί το τελευταίο, συνιστάται η εναλλαγή των απολυμαντικών.
- Χρόνος δράσης: είναι σημαντικό να τηρούνται τα αναγραφόμενα στο δελτίο τεχνικών δεδομένων.
- Θερμοκρασία νερού: εάν χρησιμοποιούνται χλωριωμένες ενώσεις, η συνιστώμενη θερμοκρασία είναι 10° C.
- pH διαλύματος.





FLAVOURS
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση
της γαστρονομίας

Σε όλες τις εγκαταστάσεις όπου γίνεται χειρισμός τροφίμων, θα πρέπει να υπάρχει σχέδιο καθαρισμού και απολύμανσης που να καθορίζει σαφώς τη συχνότητα του καθαρισμού και της απολύμανσης, τα εργαλεία ή τις επιφάνειες που πρέπει να υποβληθούν στις διαδικασίες αυτές, τη φύση των ουσιών που πρέπει να εξαιρεθούν, τη δοσολογία του προϊόντος που πρέπει να χρησιμοποιηθεί, τον τρόπο εκτέλεσης αυτών των εργασιών (χειροκίνητα ή μηχανικά) και τον/την υπεύθυνο/η γι' αυτές.

Ο λόγος για τον οποίο καθαρίζονται οι επιφάνειες και τα σκεύη που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα και το περιβάλλον είναι για να μειωθεί ή να αποτραπεί ο κίνδυνος μικροβιολογικής ή φυσικής μόλυνσης και να επιτραπεί/διευκολυνθεί η απολύμανση.

Για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι, πρέπει να πραγματοποιηθεί μια σειρά φάσεων:

1. Προ-καθαρισμός: εξάλειψη ορατών ρύπων, υπολειμμάτων τροφών, αποβλήτων και λιπών- αυτό θα γίνει συνήθως με στεγνά μέσα (βούρτσες και μικρά φαράσια), ώστε να μην εξαπλωθεί η βρωμιά, ενώ αν γίνει υγρός καθαρισμός, συνιστάται η χρήση κρύου νερού.
2. Πρόπλυση: προβολή νερού χαμηλής πίεσης για την εξάλειψη των υπολειμμάτων στον εξοπλισμό - η θερμοκρασία του νερού πρέπει να είναι υψηλότερη από 35-40°C για τη διαλυτοποίηση των λιπών και χαμηλότερη από 60°C για την αποφυγή της πήξης των πρωτεϊνών.
3. Καθαρισμός: συνιστάται στην εφαρμογή ενός απορρυπαντικού για την απομάκρυνση της εναπομείνουσας βρωμιάς. Είναι βολικό να πραγματοποιείται μια πρόσθετη μηχανική ενέργεια, όπως το βούρτσισμα, για την απομάκρυνση της βρωμιάς.
4. Ξέπλυμα: πρόκειται για την απομάκρυνση του απορρυπαντικού και των διαλυμένων ουσιών με τη βοήθεια νερού υπό πίεση. Το σχήμα του πίδακα νερού και η κλίση του σε σχέση με την επιφάνεια είναι σημαντικά, προκειμένου να επιτευχθεί καλό αποτέλεσμα χωρίς να προβάλλονται υπολείμματα στο περιβάλλον.
5. Απολύμανση: εφαρμόστε το απολυμαντικό σύμφωνα με τις οδηγίες του κατασκευαστή.
6. Τελικό ξέπλυμα: πρέπει να είναι άφθονο και με ζεστό ή κρύο νερό ανάλογα με το απολυμαντικό που χρησιμοποιήθηκε (ζεστό αν πρόκειται για χλωριωμένη ένωση).
7. Στέγνωμα: το νερό απομακρύνεται με αποστράγγιση ή με χρήση ξηρού αέρα ή υφασμάτων υγιεινής. Πολλοί μικροοργανισμοί κινδύνου είναι πολύ ευαίσθητοι στις περιβαλλοντικές συνθήκες και καταστρέφονται με την ξήρανση. Το βήμα αυτό είναι σημαντικό για την αποφυγή της παρουσίας συνθηκών που ευνοούν την επαναμόλυνση και επίσης για την αποφυγή του σχηματισμού biofilm.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας

Τα προγράμματα καθαρισμού και απολύμανσης θα πρέπει να εξασφαλίζουν την απολύμανση όλων των τμημάτων της εγκατάστασης (συμπεριλαμβανομένου του εξοπλισμού καθαρισμού).

Η καταλληλότητα και η αποτελεσματικότητα των χρησιμοποιούμενων προϊόντων και των αντίστοιχων προγραμμάτων θα πρέπει να παρακολουθούνται συνεχώς και αποτελεσματικά και, όπου χρειάζεται, να περιγράφονται & να τεκμηριώνονται.

Τα προγράμματα θα πρέπει να καταρτίζονται γραπτώς και η προετοιμασία τους θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη και, ως εκ τούτου, να διευκρινίζει:

- a) Προϊόν προς επεξεργασία.
- b) Επιφάνειες, στοιχεία του εξοπλισμού, σκεύη και εγκαταστάσεις που πρέπει να καθαρίζονται.
- c) Μέθοδος καθαρισμού.
- d) Θερμοκρασία, πίεση και ποσιμότητα του νερού.
- e) Γνώση των κρίσιμων σημείων ως προς την καθαριότητα.
- f) Διαθέσιμα μέσα: προσωπικό, χρονοδιάγραμμα, συστήματα, εξοπλισμός κ.λπ.
- g) Προϊόντα προς χρήση: μορφή εφαρμογής, δοσολογία, χρόνος δράσης κ.λπ.
- h) Συχνότητα.
- i) Τήρηση αρχείου τεχνικών δελτίων & δεδομένων για τα προϊόντα.
- j) Αρχεία ή φύλλα ελέγχου των εργασιών καθαρισμού και απολύμανσης.
- k) Χρησιμοποιούμενο σύστημα παρακολούθησης: περιοδικές επιθεωρήσεις και, εάν είναι δυνατόν, χρήση μικροβιολογικών δοκιμών.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας

Σε όλα τα στάδια της τροφικής αλυσίδας, υπάρχουν πολλά υπολείμματα και απόβλητα που αναπτύσσονται και πρέπει να αποβάλλονται. Μπορεί να προκαλέσουν οσμές ή να αποτελέσουν ενεργή πηγή μικροβιακής μόλυνσης των τροφίμων.

Τα απόβλητα των προϊόντων διατροφής, τα μη βρώσιμα υποπροϊόντα και άλλα υπολείμματα θα πρέπει:

- να απομακρύνονται το συντομότερο δυνατό από τους χώρους στους οποίους εναποτίθενται τα τρόφιμα, ώστε να αποφεύγεται η συσσώρευσή τους, ενώ επιβάλλεται η εξάλειψή τους με υγιεινό τρόπο και χωρίς να επιβαρύνεται το περιβάλλον (διαχωρισμός των αποβλήτων στους διάφορους περιέκτες: χρησιμοποιημένα έλαια, χαρτί και χαρτόνι, πλαστικό και συσκευασίες, γυαλί και οργανική ύλη).
- να εναποτίθενται σε περιέκτες που κλείνουν. Τα εν λόγω δοχεία πρέπει να είναι κατάλληλης κατασκευής ώστε να εμποδίζουν την πρόσβαση των παρασίτων στα απόβλητα, να είναι σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται και να απολυμαίνονται εύκολα.
- Θα πρέπει να υπάρχει επαρκής πρόβλεψη για την αποθήκευση και τη διάθεσή τους. Οι δεξαμενές αποβλήτων θα πρέπει να σχεδιάζονται και να είναι προσβάσιμες με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν να διατηρούνται καθαρές και να είναι απαλλαγμένες από ζώα και επιβλαβείς οργανισμούς.



Καταπολέμηση παρασίτων

Στο χειρισμό τροφίμων ονομάζουμε παράσιτα την παρουσία οργανισμών που ζουν μέσα ή πάνω στα τρόφιμα και που σε επαφή με αυτά, προκαλούν αλλοίωση ή μόλυνση των τροφίμων. Τα ζώα αυτά είναι καταστροφικά και προκαλούν προβλήματα υγείας, οικονομικά και εργασιακά.

Τα κυριότερα παράσιτα στη βιομηχανία τροφίμων είναι:

- Τρωκτικά: αρουραίοι και ποντίκια.
- Έντομα: κατσαρίδες, μυρμήγκια, μύγες, σφήκες, σκαθάρια
- Ακάρεα.
- Πουλιά.

Θα πρέπει να εφαρμόζεται ένα αποτελεσματικό και συνεχές πρόγραμμα εξάλειψης εντόμων, πτηνών, τρωκτικών και άλλων παρασίτων. Οι εγκαταστάσεις και οι περιβάλλοντες χώροι θα πρέπει να επιθεωρούνται περιοδικά για να διασφαλίζεται ότι δεν υπάρχει μόλυνση.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας

Πρέπει να καταρτίζεται ένα σχέδιο απολύμανσης και εξόντωσης αρουραίων στο οποίο θα αναφέρονται γραπτώς τα ακόλουθα τμήματα:

- a) Περιοχές προς επεξεργασία: (Αναφέρατε κάθε χώρο και περιοχή).
- b) Θεραπείες: (Αναφέρατε τη μεθοδολογία).
 - Μέθοδος εφαρμογής.
 - Πιθανοί κίνδυνοι μόλυνσης τροφίμων.
 - Πιθανοί κίνδυνοι για τους ανθρώπους.
 - Μέτρα ασφαλείας που πρέπει να λαμβάνονται κατά την εφαρμογή.
- γ) Χρησιμοποιούμενα προϊόντα. Πρέπει να αναφέρονται τα ακόλουθα:
 - Χρησιμότητα (εντομοκτόνο, απολυμαντικό, τρωκτικοκτόνο).
 - Εμπορική ονομασία.
 - Σύνθεση (ενεργό υλικό των προϊόντων).
 - Κατασκευαστής και αριθμός μητρώου.
 - Δοσολογία και περίοδος ασφαλείας.
 - Επιβλαβής παράγοντας που πρέπει να ελεγχθεί.
- δ) Ημερομηνία έναρξης της εκστρατείας.
- ε) Στοιχεία του εφαρμοστή και κωδικός κάρτας.

Εάν το πρόγραμμα απεντόμωσης και εξολόθρευσης αρουραίων εκτελείται από το προσωπικό της εταιρείας σας, όλες οι παραπάνω πληροφορίες πρέπει να καταγραφούν εγγράφως.

Γνωρίζετε ότι...;



Εάν το πρόγραμμα απολύμανσης εκτελείται από εξουσιοδοτημένη εταιρεία, μετά από κάθε εφαρμογή η εταιρεία θα εκδίδει πιστοποιητικό εγγύησης στο οποίο θα αναγράφονται επίσης όλα τα παραπάνω στοιχεία.





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας

Σε περίπτωση που κάποιο παράσιτο εισβάλει στις γύρω εγκαταστάσεις ή περιοχές, πρέπει να ληφθούν μέτρα εξάλειψης. Τα μέτρα καταπολέμησης που περιλαμβάνουν την επεξεργασία με χημικούς, φυσικούς ή βιολογικούς παράγοντες θα πρέπει να εκτελούνται μόνο υπό την άμεση επίβλεψη προσωπικού που γνωρίζει καλά τους κινδύνους για την υγεία που συνδέονται με τη χρήση τέτοιων παραγόντων, ιδίως τους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν από τα υπολείμματα που παραμένουν στο προϊόν.

Τα παράσιτα ελέγχονται με:

- Λήψη προληπτικών φυσικών μέτρων: αποσκοπούν στην αποτροπή της διείσδυσης, της εξάπλωσης και της διάδοσης.
- Εφαρμογή μεθόδων για την καταστροφή των υφιστάμενων παρασίτων.
- Προληπτικά φυσικά μέτρα:
 - ✓ Σφράγιση και αεροστεγανότητα οπών και κοιλοτήτων σε κατασκευές, ιδιαίτερη προσοχή σε φρεάτια ανελκυστήρων και φορητών ανελκυστήρων, υδραυλικές εγκαταστάσεις και μόνωση αποχέτευσης.
 - ✓ Τοποθέτηση προστατευτικών στα καλύμματα των ψησταριών και των αποχετεύσεων, σίτες στα παράθυρα.
 - ✓ Αποφυγή πηγών έλξης, αποφυγή συσσώρευσης αποβλήτων γύρω από το σφαγείο.
 - ✓ Επαρκής αποθήκευση, απομάκρυνση των προϊόντων από το δάπεδο. Συνιστάται να αφήνετε έναν διάδρομο γύρω από τους τοίχους και να μην εναποθέτετε τρόφιμα δίπλα τους.
 - ✓ Σαφής διαχωρισμός μεταξύ καθαρών και βρώμικων χώρων.
- Καθαριότητα:
 - a) Προστασία των σκουπιδιών με δοχεία με καπάκια και τοποθέτηση των σκουπιδιών μακριά από τα τρόφιμα.
 - b) Υγιεινή των εγκαταστάσεων.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Τρόφιμα, η βάση
της γαστρονομίας

Όσον αφορά τον έλεγχο των τρωκτικών, τα μέσα ελέγχου μπορεί να είναι:

- Δειγματοληπτικά και τυχαία αποτελέσματα, οπότε δεν συνιστάται η χρήση του ελέγχου. Σε αυτά περιλαμβάνονται οι υπέρηχοι, τα μαγνητικά πεδία κ.λπ.
- Η φυτική κόλλα και οι παγίδες.
- Τα πλέον χρησιμοποιούμενα στον κλάδο. Έχουν διάφορες μορφές παρουσίασης: σκόνη, κόκκοι, πάστα, μπλοκ, κ.λπ. Θα πρέπει να αναγράφεται σε σχέδιο πού έχουν τοποθετηθεί και να τηρείται αρχείο με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων, τη συχνότητα αναπλήρωσης, το κατά πόσο έχουν καταναλωθεί κ.λπ.

Το πρόγραμμα καταπολέμησης παρασίτων θα πρέπει να αναφέρει ποιος/α είναι υπεύθυνος/η για την τοποθέτηση των προϊόντων, τον τρόπο χρήσης τους κ.λπ. Όσον αφορά την απεντόμωση, τα μέσα καταπολέμησης μπορεί να είναι:

- οι "παγίδες φωτός", οι οποίες αποτελούνται από ένα υπεριώδες φως που προσελκύει τα έντομα σε ένα ηλεκτροφόρο πλέγμα.
- εντομοκτόνα που μπορούν να δράσουν με κατάποση, επαφή ή εισπνοή.

Γνωρίζετε ότι...;



Ο σχεδιασμός και η εκτέλεση ενός ειδικού σχεδίου θεραπείας και προληπτικών χημικών μέτρων, καθώς και η χρήση νομίμως επιτρεπόμενων προϊόντων και ο έλεγχος των αποτελεσμάτων και η έκδοση πιστοποιητικού, πρέπει να πραγματοποιούνται από εξειδικευμένη και εγγεγραμμένη εταιρεία με τη σχετική άδεια για την εκτέλεση απεντόμωσης και εξολόθρευσης αρουραίων.



ΚΕΦΑΛΑΙΑ

1. Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.
2. Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.
3. Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα.
4. Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα.
5. Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα & την αξία.
6. Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας.
7. Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας
8. **Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση ενός προϊόντος.**
9. Συμπέρασμα



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση ενός προϊόντος.

Σε αυτή την ενότητα θα ασχοληθούμε με το θέμα των λαθών στην επιχειρηματικότητα και με την ορθή κοστολόγηση του προϊόντος σας.

Πρέπει να είμαστε ρεαλιστές/στριες, δεν μπορούμε να πιστεύουμε ότι επειδή ιδρύουμε μια επιχείρηση όλα θα πάνε καλά από τη μια μέρα στην άλλη. Τα λάθη υπάρχουν και είναι πιο συνηθισμένα απ' ό,τι νομίζουμε, τόσο σε μεγάλες όσο και σε μικρές επιχειρήσεις. Ας δούμε τα εννέα πιο συνηθισμένα λάθη κατά την ίδρυση μιας επιχείρησης!

1. Δεν ξέρετε πώς να επιλέξετε τη σωστή εταιρική μορφή.
2. Σκέφτεστε περισσότερο τη χρηματοδότηση παρά το εισόδημα.
3. Ξεχνάτε τα νομικά ζητήματα.
4. Ξεκινάτε χωρίς εταιρική συμφωνία.
5. Συγχέετε την τιμολόγηση με την πληρωμή.
6. Εστιάζετε μόνο στην ιδέα.
7. Είστε υπερβολικά αισιόδοξος/η.
8. Δεν έχετε υπόψη σας ένα επιχειρηματικό μοντέλο.
9. Δεν έχετε τις σωστές τιμές.



Μην ανησυχείτε, το να κάνουμε λάθη είναι φυσιολογικό, το πρόβλημα είναι να μην συνειδητοποιούμε ότι τα κάνουμε!



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και
κίνδυνοι.
Πώς να κάνετε μια
ορθή κοστολόγηση
ενός προϊόντος

Τώρα που ξέρουμε ποια είναι τα σφάλματα, ας τα αναλύσουμε:

1. Λάθος επιχειρηματική μορφή/νομική υπόσταση.

Κατά γενικό κανόνα, ξεκινάτε ως αυτοαπασχολούμενος/η και στη συνέχεια ιδρύετε μια εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (ΕΠΕ). Αυτή δεν είναι απαραίτητα η καλύτερη επιλογή εάν θέλετε να προστατεύσετε τα περιουσιακά σας στοιχεία ως επιχειρηματίας. Αξιολογήστε όλες τις μορφές εταιρειών και τα οφέλη που προσφέρονται στη χώρα σας.

2. Υπερτερεί η χρηματοδότηση από το εισόδημα.

Η χρηματοδότηση είναι ένα σημαντικό μέρος της επιχειρηματικότητας, αλλά είναι ακόμη πιο σημαντικό να κερδίζετε εισόδημα, πράγμα που σημαίνει ότι πρέπει να εστιάσετε την προσοχή σας ειδικά στους πελάτες σας. Ένα συνηθισμένο λάθος είναι να ξοδεύετε πολύ χρόνο αναζητώντας επιπλέον χρηματοδότηση που μπορεί να μην είναι απαραίτητη, αντί να εστιάζετε στην ίδια την επιχείρηση.

3. Ξεχνάτε τα νομικά ζητήματα.

Η ίδρυση μιας επιχείρησης συνεπάγεται πολλές νομικές διατυπώσεις και γραφειοκρατία. Κατά την έναρξη μιας επιχείρησης, μην ξεχνάτε θέματα όπως οι πατέντες εμπορικών σημάτων, η προστασία δεδομένων ή η παράδοση εγγράφων εντός των ζητούμενων προθεσμιών.

Ερώτηση:



*Ποιο από όλα τα λάθη
είναι το πιο σοβαρό για
εσάς και ποιο πιστεύετε
ότι δεν θα κάνετε;*



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και
κίνδυνοι.
Πώς να κάνετε μια
ορθή κοστολόγηση
ενός προϊόντος

4. Εκκίνηση χωρίς συμφωνία εταιρικής σχέσης.

Μια συμφωνία ανάμεσα στα ενδιαφερόμενα μέρη ρυθμίζει τις σχέσεις μεταξύ των εταίρων και τους προστατεύει σε περίπτωση μελλοντικών πωλήσεων ή αυξήσεων κεφαλαίου. Λίγες εταιρείες την καταρτίζουν κατά τη σύσταση και αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες πηγές συγκρούσεων στο μέλλον.

5. Σύγκριση της τιμολόγησης με την πληρωμή.

Η πώληση είναι καλή, αλλά δεν σημαίνει απαραίτητα ότι η επιχείρηση λειτουργεί. Γι' αυτό πρέπει να πληρώνεστε με ένα περιθώριο κέρδους.

6. Επικέντρωση μόνο στην ιδέα.

Μην ξεχνάτε ότι η εκτέλεση είναι εξίσου σημαντική, ή ακόμη πιο σημαντική, από το να έχετε μια καλή ιδέα ή να βασίζεστε στην ποιότητα του προϊόντος. Το να θέλετε να βγάλετε τα πάντα τέλεια είναι ένα συνηθισμένο λάθος.

Γνωρίζετε ότι...;



Όταν μιλάμε για επιχειρηματίες, συνηθίζεται πάντα να σκεφτόμαστε τους νέους. Ωστόσο, αυτό δεν ισχύει. Μια μελέτη στις Ηνωμένες Πολιτείες, που διεξήχθη από το Τεχνολογικό Ινστιτούτο της Μασαχουσέτης (MIT), αποκάλυψε ότι ο μέσος όρος ηλικίας ενός επιχειρηματία είναι 45 ετών.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και
κίνδυνοι.
Πώς να κάνετε μια
ορθή κοστολόγηση
ενός προϊόντος

7. Υπερβολική αισιοδοξία.

Σύμφωνα με μελέτη της CB Insights, το 29% των εταιρειών κλείνουν επειδή τους τελειώνουν τα χρήματα. Ένας από τους λόγους γι' αυτό είναι ότι οι επιχειρηματίες τείνουν να είναι πολύ αισιόδοξοι/ες με τις προβλέψεις για τα έσοδά τους, αλλά και για τα έξοδα που θα πρέπει να αναλάβουν. Μην ξεχνάτε να έχετε ένα απόθεμα ασφαλείας για απρόβλεπτα γεγονότα.

8. Έλλειψη επιχειρηματικού μοντέλου

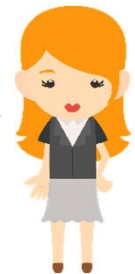
Σύμφωνα με την CB Insights, το 17% των αποτυχιών οφείλεται στο λανσάρισμα ενός προϊόντος χωρίς ένα καλό επιχειρηματικό μοντέλο ή χωρίς να εξελιχθεί το αρχικό μοντέλο. Επιπλέον, το 14% των εταιρειών έκλεισε επειδή δεν ήξερε πώς να εκτελέσει σωστά το σχέδιο μάρκετινγκ και ένα άλλο 10% επειδή δεν ήξερε πώς να διαχειριστεί την επιχείρηση.

9. Ακατάλληλη τιμή.

Αυτός είναι ο λόγος για το 18% των κλεισίματος των νέων επιχειρήσεων, είτε επειδή είναι πολύ ακριβές είτε επειδή είναι πολύ φτηνές και μόλις που καλύπτουν το κόστος λειτουργίας τους.

Θυμηθείτε: Αυτά είναι μερικά από τα πιο συνηθισμένα λάθη. Ποτέ μην ξεχνάτε να λαμβάνετε αποφάσεις με προοπτική για το μέλλον, και αν κάνετε κάποιο λάθος, μπορείτε πάντα να το σκεφτείτε και να μάθετε από αυτό.

Κάθε διαδικασία μάθησης περιλαμβάνει την πραγματοποίηση λαθών, και κάθε λάθος σημαίνει την απόκτηση εμπειρίας.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και
κίνδυνοι.
Πώς να κάνετε μια
ορθή κοστολόγηση
ενός προϊόντος

Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση προϊόντος.

Ο έλεγχος και η ορθή διαχείριση των πρώτων υλών αποτελεί θεμελιώδη πτυχή για την επίτευξη κερδών. Η παρακολούθηση των προϊόντων που πρόκειται να χρησιμοποιήσουμε για την παρασκευή μιας συνταγής θα διευκολύνει τον υπολογισμό του κόστους.

Για να βρούμε την τιμή, θα χρησιμοποιήσουμε ένα εργαλείο που μας βοηθά να προσδιορίσουμε το συνολικό κόστος ενός πιάτου ή προϊόντος μέσω των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται για την παρασκευή του. Αυτή είναι μια θεμελιώδης και ουσιαστική πτυχή στη διαχείριση ξενοδοχείων, εστιατορίων και κουζινών, με την οποία ελέγχουμε ποια τιμή θα βάλουμε στα πιάτα μας για να τα καταστήσουμε κερδοφόρα, καθώς και για να ελέγξουμε και να βελτιστοποιήσουμε τις δαπάνες μας. Με πιο απλά λόγια, θέλουμε να δώσουμε ένα πραγματικό κόστος στο πιάτο ή το προϊόν ανάλογα με την εργασία που μας κοστίζει και την ποιότητα της πρώτης ύλης.

Τι πρέπει να αντικατοπτρίζεται στην ανάλυση του κόστους;



- Συστατικά: Πλήρης κατάλογος των συστατικών που χρησιμοποιούνται για την παρασκευή του προϊόντος.
- Μονάδα που αγοράστηκε: Αυτή είναι η μονάδα μέτρησης στην οποία αγοράστηκαν τα συστατικά από τους προμηθευτές σας. Αυτή μπορεί να είναι οτιδήποτε, από γραμμάρια έως κιλά, λίτρα κ.λπ.
- Μοναδιαίο κόστος αγοράς: Η τιμή ανά μονάδα μέτρησης στο τιμολόγιο του προμηθευτή.
- Απόδοση: Η απόδοση εκφράζεται ως ποσοστό και είναι η ποσότητα που απομένει μετά το ξεκαθάρισμα από περιττά βάρη (πχ κόκκαλα από το κρέας). Για παράδειγμα, το ωφέλιμο βάρος μετά το ξεκαθάρισμα ενός τεμαχίου κρέατος 1.000 γραμμαρίων μπορεί να είναι 700 γραμμάρια (70% απόδοση).
- Πραγματικό μοναδιαίο κόστος: Το κόστος μετά τον υπολογισμό της απόδοσής σας.
- Μέγεθος μερίδας: Ποσότητα από κάθε συστατικό που μπαίνει σε κάθε μερίδα.
- Κόστος σερβιρίσματος: Το κόστος της μερίδας αυτού του συστατικού, που υπολογίζεται με τον ακόλουθο τύπο: Μέγεθος μερίδας x πραγματικό μοναδιαίο κόστος



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και
κίνδυνοι.
Πώς να κάνετε μια
ορθή κοστολόγηση
ενός προϊόντος

Αυτό είναι ένα σημείο εκκίνησης για τον υπολογισμό της τιμής ενός προϊόντος. Ο υπολογισμός των τιμών πώλησης των πιάτων και των προϊόντων είναι το κλειδί για την κερδοφορία μιας επιχείρησης. Και δεν είναι μόνο θέμα γνώσης όλων των εξόδων, υπάρχουν επίσης ζητήματα επιχειρηματικής στρατηγικής, τοποθέτησης και αποδοχής από την αγορά.

Πριν προχωρήσετε στον υπολογισμό των τιμών του προϊόντος σας, είναι σημαντικό να έχετε ξεκαθαρίσει ορισμένες βασικές έννοιες. Μεταξύ αυτών, και όσον αφορά την επιχειρηματική στρατηγική, καλό θα ήταν να γνωρίζετε το συνολικό περιθώριο κέρδους σας, δηλαδή αυτό που σας απομένει μετά την πληρωμή όλων των επιχειρηματικών εξόδων. Ο πιο σαφής τρόπος για να υπολογίσετε αυτό το ποσοστό είναι να χωρίσετε τα έξοδα σε τρεις μεγάλες κατηγορίες: πρώτες ύλες, εργατικό κόστος και έξοδα χώρων.

Γνωρίζετε
ότι...;



Παρόλο που η χρήση των τελικών τιμών 9 δολαρίων είναι ευρέως διαδεδομένη μεταξύ των αμερικανικών λιανοπωλητών, υπάρχουν ελάχιστα στοιχεία για την αποτελεσματικότητά τους. Σε αυτό το εκπαιδευτικό υλικό παρουσιάζουμε μια σειρά από επιτόπιες μελέτες στις οποίες οι τελικές τιμές λειτουργούν πειραματικά. Από τα δεδομένα προκύπτουν δύο συμπεράσματα. Πρώτον, η χρήση τελικής τιμής 9 δολαρίων αύξησε τη ζήτηση και στα τρία πειράματα. Δεύτερον, η αύξηση της ζήτησης ήταν ισχυρότερη για νέα είδη παρά για είδη που ο λιανοπωλητής είχε πουλήσει τα προηγούμενα χρόνια. Υπάρχουν επίσης κάποιες ενδείξεις ότι η τελική τιμή των 9 δολαρίων είναι λιγότερο αποτελεσματική όταν οι λιανοπωλητές χρησιμοποιούν ενδείξεις "Πώληση". Μαζί, αυτά τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι οι τελικές τιμές των 9 δολαρίων μπορεί να είναι πιο αποτελεσματικές όταν οι πελάτες έχουν περιορισμένη πληροφόρηση, γεγονός που μπορεί με τη σειρά του να συμβάλει στην εξήγηση του γιατί οι λιανοπωλητές δεν χρησιμοποιούν τελικές τιμές 9 δολαρίων σε κάθε είδος.

Anderson, E.T., Simester, D.I. Effects of \$9 Price Endings on Retail Sales: Στοιχεία από πειράματα πεδίου. *Quantitative Marketing and Economics* 1, 93-110 (2003).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και
κίνδυνοι.
Πώς να κάνετε μια
ορθή κοστολόγηση
ενός προϊόντος

Η γενική συναίνεση στον κλάδο τείνει να κατανέμει τα έξοδα αυτά ως εξής:

- Πρώτες ύλες: περίπου 30% αλλά ποτέ πάνω από 35%.
- Κόστος εργασίας: περίπου 35%.
- Κόστος στέγασης: το οποίο περιλαμβάνει την ασφάλιση, τους φόρους και τις άδειες, καθώς και το στεγαστικό δάνειο ή το ενοίκιο, την παροχή ενέργειας και την καθαριότητα των χώρων, το οποίο θα πρέπει να είναι περίπου 20%.
- Η τήρηση αυτών των στοιχείων θα σας δώσει ένα περιθώριο μικτού κέρδους της τάξης του 15%.

Από την ανάλυση του ακαθάριστου κέρδους σας, θα έχετε μια καλύτερη βάση για να προχωρήσετε στον προϋπολογισμό της επιχείρησής σας, να καθορίσετε το μενού σας και να υπολογίσετε τις τιμές των προϊόντων σας.





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και
κίνδυνοι.

Πώς να κάνετε μια
ορθή κοστολόγηση
ενός προϊόντος

Ξεκινώντας από την ανάλυση του κόστους, υπάρχουν πολλές μέθοδοι για την τιμολόγηση ενός προϊόντος. Πολλές από αυτές τις μεθόδους τιμολόγησης βασίζονται μόνο σε υποκειμενικά κριτήρια και είναι ακατάλληλες και αναποτελεσματικές, καθώς δεν εστιάζουν σε πραγματικές πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα και το πραγματικό τους κόστος. Γενικά, πρόκειται για μεθόδους που ανήκουν σε μια εποχή όπου τα εργαλεία της έλαμπαν δια της απουσίας τους και βασίζονταν περισσότερο στη σύγκριση με τους ανταγωνιστές ή στον καθορισμό των τιμών που θεωρούνταν λογικές για τους πελάτες.

Μια μέθοδος υπολογισμού της τιμής πώλησης πρέπει πάντα να βασίζεται σε αντικειμενικά κριτήρια που προκύπτουν από μια εξαντλητική ανάλυση όλων των εξόδων που πρόκειται να πραγματοποιήσουμε με τη δραστηριότητά μας, του μικτού περιθωρίου κέρδους που θέλουμε να επιτύχουμε και της έρευνας αγοράς που έχουμε κάνει.





FLAVOURS
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και
κίνδυνοι.
Πώς να κάνετε μια
ορθή κοστολόγηση
ενός προϊόντος

Οι τιμές που καθορίζετε πρέπει να είναι ευθυγραμμισμένες με την ποιότητα της εμπειρίας που προσφέρετε στον πελάτη και με το μέσο επίπεδο δαπάνης που το κοινό-στόχος σας θεωρεί κατάλληλο για την πρόταση αξίας σας, ανάλογα με τη θέση σας, την τοποθεσία σας κ.λπ. Πρέπει να είναι ελκυστικές τιμές για τον καταναλωτή και κερδοφόρες για την επιχείρησή σας.

Υπάρχουν διάφορα αντικειμενικά κριτήρια που εφαρμόζονται, και παρόλο που κανένα από αυτά δεν είναι μια 100% αλάνθαστη μέθοδος, θα είστε σε θέση να φτάσετε όσο το δυνατόν πιο κοντά στη μέγιστη δυνατή κερδοφορία.

Αυτές είναι μερικές από τις κυριότερες:

1. Μέθοδοι προμοδότησης τιμών.
2. Μέθοδος οριακής συνεισφοράς.
3. Ποσοστό κέρδους με τη μέθοδο του κόστους τροφίμων.



Μερικές φορές είναι πολύ δύσκολο να ξέρουμε τι τιμή να βάλουμε στο προϊόν ή την υπηρεσία μας, δεν υπάρχει φόρμουλα που να μας λέει ακριβώς πόσο πρέπει να αξίζει. Αυτά είναι μερικά εργαλεία που μπορούν να σας καθοδηγήσουν, αλλά να θυμάστε ότι εσείς και μόνο εσείς γνωρίζετε την εργασία που απαιτείται και την τιμή που πρέπει να ορίσετε.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και
κίνδυνοι.
Πώς να κάνετε μια
ορθή κοστολόγηση
ενός προϊόντος

1. Μέθοδος προμοδότησης τιμής.

Αυτές βασίζονται στην προσθήκη μιας προσαύξησης τιμής στο κόστος του προϊόντος, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη άλλες μεταβλητές, όπως το κόστος εργασίας ή η σπατάλη. Δεν είναι μια 100% αξιόπιστη μέθοδος, καθώς παραβλέπει κάτι σημαντικό για την αποτίμησή σας, το οποίο είναι το τι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι πελάτες σας για τα πιάτα που προσφέρετε.

2. Μέθοδος οριακής συνεισφοράς.

Η μέθοδος αυτή είναι η διαφορά μεταξύ της τιμής πώλησης του προϊόντος μείον το μεταβλητό κόστος.

Σταθερά έξοδα: Αυτό είναι το κόστος που παραμένει σταθερό, ανεξάρτητα από το αν παράγεται περισσότερο ή λιγότερο.

Μεταβλητό κόστος/κόστη: Αυτά μεταβάλλονται ανάλογα με τον όγκο της παραγωγής.

Κέρδος: (σταθερό κόστος + μεταβλητό κόστος).

Παράδειγμα: αν το συνολικό κόστος ενός προϊόντος είναι 15 ευρώ και θέλετε να κερδίσετε 20% επί του κόστους αυτού, θα πρέπει να πουλήσετε το πιάτο για 18 ευρώ. Το κέρδος του θα είναι τότε 3 ευρώ.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Κόστος και
κίνδυνοι.
Πώς να κάνετε μια
ορθή κοστολόγηση
ενός προϊόντος

3. Ποσοστό κέρδους με τη μέθοδο του κόστους τροφίμων

Αυτή είναι ίσως μία από τις πιο διαδεδομένες μεθόδους και υπολογίζεται με βάση την πραγματική τιμή κόστους των πιάτων σας που έχετε προηγουμένως παρασκευάσει με ανάλυση τιμών, υπολογίζοντας ένα ποσοστό κέρδους μεταξύ 30-35%. Αυτό το ποσοστό θα περιλαμβάνει το κόστος της σπατάλης, καθώς πάντα θα υπάρχει κάποια σπατάλη κατά την προετοιμασία που πρέπει να ληφθεί υπόψη - και το υπόλοιπο κόστος της επιχείρησής σας, είτε σταθερό είτε μεταβλητό (ενοίκιο, ηλεκτρικό ρεύμα, νερό κ.λπ.).

Η άσκηση υπολογισμού που θα πρέπει να εκτελέσουμε θα συνίσταται στη διαίρεση του κόστους ενός προϊόντος με αυτό το ποσοστό, και με αυτόν τον τρόπο θα προκύψει η τιμή κάθε προϊόντος που θα έχουμε προς πώληση. Εάν πληρώνετε 1 ευρώ για κάτι, θα πρέπει να χρεώνετε τουλάχιστον 3,35 ευρώ κατά τη στιγμή της πώλησης. Μπορεί να φαίνεται ότι χρεώνετε πολύ περισσότερα από τα απαραίτητα, αλλά να θυμάστε ότι δεν πληρώνετε μόνο για την πρώτη ύλη. Πληρώνετε για όλη την προετοιμασία της. Χρειάζεστε επίσης αρκετό ακαθάριστο κέρδος για να πληρώσετε τις εγκαταστάσεις και τα άλλα έξοδα όπου θα πουλάτε το προϊόν.

Καθώς πρόκειται για μια από τις πιο συχνά χρησιμοποιούμενες μεθόδους, ας την εφαρμόσουμε σε ένα παράδειγμα ενός βάζου μελιού των 250 γραμμαρίων και τα αποτελέσματα που πήραμε με την κατανομή της τιμής του:

Πραγματικό κόστος ενός βάζου μελιού 250 γρ: 3,10€

Ποσοστιαία αύξηση: 35%

$3,10 / 0,35 = 8,85€$

Αυτή η τιμή μπορεί να μη μας φαίνεται εμπορική και προτιμούμε να την ορίσουμε στα 8,95€. Το μικτό περιθώριο κέρδους σας σε αυτό το στοιχείο του μενού θα εξακολουθήσει να κυμαίνεται στο 30-35%, αλλά η τιμή είναι πιο ελκυστική.



ΚΕΦΑΛΑΙΑ

1. Τι είναι η επιχειρηματικότητα; Η επιχειρηματικότητα σ' ένα αγροτικό περιβάλλον.
2. Πώς να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση δημιουργώντας ένα τοπικό γαστρονομικό σημείο στην οικογενειακού τύπου μονάδα σας.
3. Νομικό πλαίσιο και αναγκαία μέτρα.
4. Πώς να προσφέρετε ικανοποίηση μέσα από παραδοσιακά τρόφιμα.
5. Πώς να διασφαλίσετε και να μετρήσετε την ποιότητα & την αξία.
6. Πώς να ικανοποιήσετε τις προσδοκίες ενός επισκέπτη/μιας επισκέπτριας.
7. Τρόφιμα, η βάση της γαστρονομίας
8. Κόστος και κίνδυνοι. Πώς να κάνετε μια ορθή κοστολόγηση του προϊόντος.
9. Συμπέρασμα





FLAVOURS
of EUROPE

Καλώς ήρθατε σε αυτή την επιχειρηματική περιπέτεια! Σε αυτήν την πρώτη ενότητα σας έχουμε διδάξει τα βασικά στοιχεία προκειμένου να μεταβείτε ομαλά στην επόμενη δραστηριότητά σας ενώ παράλληλα σας έχουμε δώσει ορισμένες κατευθυντήριες γραμμές που πρέπει να έχετε κατά νου. Μια κινεζική παροιμία λέει ότι "όποιος δεν ξέρει να χαμογελάει δεν πρέπει να ανοίξει κατάστημα", γι' αυτό και εστιάσαμε σε αυτά τα πρώτα βήματα της επιχείρησής σας ως προς την εξυπηρέτηση των πελατών, μια βασική προτεραιότητα για εσάς.

Από την άλλη πλευρά, στην πορεία σας ως επιχειρηματίας θα αντιμετωπίσετε νομικές πτυχές, ως προς τη γνώση των οποίων προσπαθήσαμε να σας διευκολύνουμε. Είναι πολύ σημαντικό να οπλιστείτε με υπομονή και να μη φοβηθείτε να κάνετε τα πρώτα βήματα.

Ο δρόμος για την έναρξη της επιχείρησής σας, ιδίως σε ένα αγροτικό περιβάλλον, θα σας προσφέρει πολλές ικανοποιήσεις- πρώτα απ' όλα, θα πρέπει να αναλάβετε τις δικές σας ευθύνες χωρίς να σας κατευθύνουν άλλοι και θα δημιουργήσετε προστιθέμενη αξία στην κοινότητά σας. Εν ολίγοις, θα είστε ο κύριος της ζωής σας.

