



FLAVOURS
of EUROPE



Добре дошли!

Здравейте на всички! Представям се. Аз съм Яна. Ще ви придружавам по време на курса с някои идеи, съвети и коментари, с цел да ви помогна да завършите успешно курса.

Не забравяйте няколко неща предварително:

Всеки модул е разделен на части. В края на всяка единица ще можете да попълните въпросника за самооценка, за да преминете към следващата фаза.

Заедно с материалите от всеки модул има няколко допълнителни материала, които да подобрят знанията ви по всяка тема:

Връзки от интерес. Уебсайтове, на които можете да отидете, за да попълните информацията си.

Допълнителна информация. Няколко полета, които ще се появяват в текста, за да се изяснят някои идеи, понятия, определения...

Казуси от практиката. Най-добрият опит, който ще ви помогне да придобиете практическа представа за всяка от темите.

Ние сме на ваше разположение, за да ви помогнем във всичко, от което се нуждаете по време на този учебен процес.



FLAVOURS
of EUROPE

Инструментариум за обучение

Модул #1

Предприемач в моето село

УРОЦИ

1. Какво е предприемачество? Предприемачество в селската среда.
2. Как да започнете нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в семейната си единица.
3. Правни рамки и необходими стъпки.
4. Как да се осигури удовлетворение от местната храна.
5. Как да се гарантира и измерва качеството, стойността.
6. Как да се отговори на очакванията на туристите.
7. Храната, основата на гастрономията
8. Разходи и рискове. Как да се направи добро остойностяване на продукта.
9. Заключение



Да започнем

УРОЦИ

1. Какво е предприемачество? Предприемачество в селската среда.
2. Как да започнете нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в семейната си единица.
3. Правни рамки и необходими стъпки.
4. Как да се осигури удовлетворение от местната храна.
5. Как да се гарантира и измерва качеството, стойността.
6. Как да се отговори на очакванията на туристите.
7. Храната, основата на гастрономията
8. Разходи и рискове. Как да се направи добро остойностяване на продукта.
9. Заключение



УРОК 1

Какво е предприемачество? **Предприемачеството в селската среда.**

Добре дошли в този първи наръчник! Днес започвате един изпълнен с предизвикателства път към предприемачеството в селските райони. Знаем, че пътят не е лесен, затова искаме да ви предложим всякакви ресурси, за да направим всичко по-лесно.

Искаме да започнем с определение за предприемач. Има много начини за определяне на понятието предприемач.

Предприемачът е човек, който предприема иновативни действия или начинания.

- Предприемачът е човек, който е в състояние да идентифицира и открие някаква бизнес възможност. Въз основа на това той или тя организира ресурси, за да започне бизнес проект.
- Предприемачът открива възможности, като анализира и изучава пазара и неговите колебания. По този начин той/тя определя предпочитанията и нагласите на обществото.
- Предприемачът събира финансови, икономически и човешки ресурси, за да придаде форма на своя проект.
- Предприемачът дава ход на идеята си с решителност, изправен пред отговорната си позиция.
- Предприемачът преследва мечтата си и не се успокоява, докато не я осъществи.



Вие самият вече сте предприемач, защото искахте да започнете по този път.

Въпрос:
?

С кое от тези определения се идентифицирате най-много? Можете ли да дадете определение?



Някои предприемачи имат много специфични компетенции. Може би и вие имате някои от тях:

1. Предприемаческа креативност за създаване на нови бизнес идеи.
2. Лидерство, което ще ви помогне да работите с други хора и да си поставяте цели.
3. Способност да се адаптирате и да управлявате промените. Това означава да знаете как да се адаптирате към нови обстоятелства (промени в търсенето на продукти, промени в законодателството и т.н.).
4. Устойчивост и целеустременост, тъй като в началото условията може да са неблагоприятни и трябва да знаете как да упорствате. Мишел Обама заяви, че няма магическа формула за успех; всичко се свежда до упорита работа, вземане на правилни решения и постоянство.
5. Страст. Предприемач като вас ще трябва да бъде ентузиазизиран и да вярва в идеята си, за да я развие.
6. Увереност в себе си, за да внесете сигурност в проекта и в екипа си и да постигнете поставените цели.
7. Предприемачът трябва да е реалист и да има голяма способност да анализира средата.
8. Поемането на пресметнати рискове е много важно за предприемача, за да не попада на фалшиви възможности. Бъдете внимателни! Важно е да не рискувате повече, отколкото можете.
9. Предприемачеството продължава да бъде област, в която ние в Европа сме в явно неравностойно положение в сравнение с други страни по света. Например, по-голям дял от американските, канадските и австралийските възрастни в трудоспособна възраст се занимават с предприемаческа дейност, отколкото техните европейски връстници.

**Знаете ли,
че...?**



Европейският съюз насърчава създаването на предприятия и насърчаването на предприемаческата култура, особено в три приоритетни области:

1. Подобряване на образованието и обучението по предприемачество.
2. Премахване на административните пречки.
3. Насърчаване на културата на предприемачеството.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 1
Какво е
предприемачество?
Предприемачеството
в селската среда.

Най-важното качество на селското предприемачество се състои в това, че хората (като вас) създават собствена алтернатива за заетост, така че да не се налага да напускат средата си на живот. Тази липса на професионални възможности и предложения за работа е свързана и с поддържането на семейни предприятия и голямата чувствителност към развитието и растежа на населението, което те обитават.

Бъдещето не е само в т.нар. интелигентни градове, но и в селските райони. Понастоящем в селските райони има големи възможности за развитие: професионалистите от градовете търсят места в селската среда, за да развият своя талант и да подобрят качеството си на живот.

Освен това улесненията за предприемачество в селските райони означават, че все повече хора решават да направят крачка от града към селото. Програмите за подпомагане и средата с по-малка конкуренция превръщат селските райони в реална възможност за много хора, които искат да променят живота си и да започнат собствен бизнес.

Изглежда, че в селските райони е по-лесно да се предложи нов бизнес, за който никой в района не се е сетил, и да има по-малка конкуренция. И не само това, но и когато става въпрос за създаване на нов бизнес, всичко като цяло е по-евтино: цената на жилището, търговското помещение или склада и стандартът на живот са по-достъпни, отколкото в градовете.

**Знаете ли,
че...?**



Селската среда винаги е била непозната за градските предприемачи и не е привличала техния интерес, но кризата COVID-19 променя представата ни за света и вероятно ще отбележи "преди" и "след" в нашето общество, в начина ни на работа, в ценностите ни на живот, в потребителските ни навици и може би тези промени могат да бъдат възможност за селския свят и за насърчаване на предприемачеството в тази среда.





Урок 1
Въпроси за самокоригиране
Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

- a) **Предприемачът задвижва идеята с решителност, изправен пред своята отговорна позиция.**
- b) Предприемачът задвижва идеята с решителност, изправен пред позицията си на власт.
- c) Предприемачът задвижва идеята с решителност, изправен пред позицията си на финансови интереси.
- d) Предприемач задвижва идеята с обществена помощ, изправен пред своята отговорна позиция.

ВЪПРОС 2

- a) **Предприемачът трябва да е реалистичен човек и да има голям капацитет да анализира средата.**
- b) Предприемачът трябва преди всичко да има въображение. Нека оставим реализма на счетоводителите.
- c) Предприемачът трябва да бъде благоразумен, но не и реалист. Реалността не е най-доброто възможно за предприемачеството.
- d) Нито един от горните отговори не е верен.

ВЪПРОС 3

Предприемачеството в градските или

селските райони е неясно, стига да имате ясни идеи.

- a) **В селските райони има големи възможности за предприемачество.**
- b) Предприемачеството в селските райони е сериозна грешка, поради липсата на възможности.
- c) Интелигентните градове създават повече възможности за предприемачество в селските райони.

ВЪПРОС 4

- a) Разходите за създаване на бизнес са пряко свързани с наетия персонал. В селските райони тези разходи са по-високи.
- b) Първоначалната инвестиция за започване на бизнес не зависи от района, който сте избрали.
- c) Разходите за развитие на бизнеса са по-евтини в градовете, отколкото в селските райони.
- d) **Разходите за жилище, търговско помещение или склад и стандартът на живот са по-достъпни в селските райони, отколкото в градовете.**

**ИНТЕРЕСНИ
ВРЪЗКИ**



**[Правене на бизнес в
Европейския съюз](#)**
**[Какво е
предприемачество](#)**



ЧАСТИ

1. Какво е предприемачество? Предприемачеството в селската среда.
2. Как да стартирате нов бизнес, като създадете местна гастрономическа точка в тяхната семейна единица.
3. Правна рамка и необходими стъпки.
4. Как да се осигури удовлетворение от местната храна.
5. Как да се гарантира и измерва качеството и стойността.
6. Как да се отговори на очакванията на туристите.
7. Храната, основата на гастрономията
8. Разходи и рискове. Как да се направи добро остойностяване на продукта.
9. Заключение



УРОК 2

Как да стартирате нов бизнес, като създадете местна гастрономическа точка в тяхната семейна единица.



Подобно на известната игра "Trivial Pursuit", ви каним да обмислите шест области или етапи за създаване на бизнес в селска среда, започвайки от нулата.

- История (**Жълто**). Вашата лична история. Запознайте се с компетенциите и уменията, в които сте били успешни в миналото.
- География (**Син**). Къде искате да бъдете. Каква е вашата цел при създаването на компания?
- Изкуство и литература (**кафяво**). Четива, доклади и документи за създаване на вашия бизнес.
- Наука и природа (**Зелено**). Вашата реалност, вашето обкръжение, наблюдение на реалността.

Изложби (**Розово**). Лични умения. „Изкуството, което имате“. Какво е твоето тайно оръжие?

Спорт (**оранжево**). Практикувайте

Знаете ли,
че...?



Trivial Pursuit е настолна игра. Скот Абът, спортен редактор във вестник Canadian Press, и Крис Хейни, фотограф в списание Montreal Gazette, разработват идеята през декември 1979 г.; играта е пусната на пазара две години по-късно. В Съединените щати играта става популярна през 1984 г., когато са продадени около 20 милиона копия. През 1988 г. "Паркър Брадърс" (сега част от "Хасбро") купува правата върху играта. Към 2004 г. са продадени около 88 милиона копия в 26 държави и на 17 езика.





Урок 2

Как да стартирате нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в единица от семеен тип.



ИСТОРИЯ

Минали преживявания

Опитът ви ще бъде в основата на вашия бизнес, защото кой би се заел с проект, който има малки шансове за успех? Анализирайте кои дейности са били успешни в миналото. Дори ако все още не сте били предприемач, сигурни сме, че има опит, който можете да включите в новия си проект, особено гастрономически:

- Готвили ли сте за някой друг освен семейството си?
- Засадили ли сте, погрижили ли сте се или прибрали ли сте продукцията?
- Интересувате ли се от работа с хора?
- Записахте ли рецептите на вашите родители или баби и дядовци и опитахте ли да ги повторите понякога?

Запомнете:



Всички тези преживявания сега ще видят бял свят по нов възшебен начин. Спомнете си какви са те и ги запишете. Те ще бъдат много ценни за вас.



"Няма по-добър предсказател на бъдещето от миналото."
(проф. Луис Пухол)





Урок 2

Как да стартирате нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в единица от семеен тип.



GEOGRAPHY

Goals and Strategies

Всичко започва с идея, която трябва да се трансформира в цели. Не забравяйте, че вашите цели трябва да са SMART, т.е.

- **Конкретни:** Да не сте наясно с целта си е добро начало... за провал. Отделете известно време, за да обмислите това честно. Например, "увеличаване на продажбите" далеч не е конкретна цел.
- **Измерими:** Не забравяйте да използвате величини, които по-късно можете да измерите. Например: "Ръст от 3%" е измерима цел. Измеримостта на една SMART цел може да бъде количествена или качествена.
- **Постижими:** Тя трябва да е постижима. Затова трябва да направите така, че идеята ви да попадне в целта..
- **Релевантни :** Не стигайте до средата на пътя. Опитайте се да си поставите малко по-амбициозна цел, така че да ви предизвика.
- **Обвързани във времето:** Много е важно целите да имат целева дата или времева рамка, в която трябва да бъдат изпълнени - следователно обвързани със срокове. Това не само създава усещане за неотложност, но и помага при прегледа на това дали целта е била успешно постигната..

Знаете ли,
че...?



Стратегията се състои в това, че трябва да се мисли дългосрочно. Къде бихте искали да видите вашия малък бизнес след пет години? Ако винаги имате стратегия в ума си, ще бъде по-лесно да я постигнете.



"Няма добър вятър за този, който не знае къде отива." (Сенека)





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 2

Как да стартирате нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в единица от семеен тип.



ИЗКУСТВО И ЛИТЕРАТУРА

Ресурси за предприемачество

От какви ресурси се нуждаете, за да осъществите проекта си? Има много хора, които може би вече са предприели подобно начинание и са систематизирали опита си в книги или наръчници. От друга страна, възможно е също така във вашия регион да съществуват помощи, служби или органи за подпомагане на предприемачи и по-конкретно в селските райони. Съберете всичко това колкото е възможно по-скоро.

Книги и наръчници по предприемачество

- a) Доклади за клиенти
- b) Препоръки и опит на други предприемачи във вашия град или околностите, които, дори и да не са в същия сектор като вас, със сигурност могат да ви кажат своите впечатления за клиенти, пазар, графици...
- c) Офисите за подкрепа на предприемачите са често срещани в селските райони. Не се колебайте да се свържете с тях. Повечето от тях са от публичен характер и имат техници, които да ви помогнат да направите правилно бизнес плана.



"Ако стремежите ви не са по-големи от ресурсите ви, вие не сте предприемач." (К.К. Прахалад)





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 2
Как да стартирате
нов бизнес, като
създадете местен
гастрономически
пункт в единица от
семеен тип.



НАУКА И ПРИРОДА

Заобикаляща среда



Анализът на пазара е от ключово значение за нашия бизнес план. В него ще анализираме, от една страна, пазара, на който ще бъде въведен продуктът, неговия размер, факторите за успех, които го характеризират, какви бариери за навлизане и излизане можем да срещнем, какво е естественото му развитие и растеж, последващите му темпове и настоящите тенденции. И, от друга страна, ще трябва да направим задълбочено проучване на конкуренцията, пред която сме изправени, за да предложим най-добрия продукт и да достигнем до най-голям брой потребители. Но бъдете сигурни! Със сигурност на един селски пазар конкуренцията винаги ще бъде "приятелска".



"Няма значение дали заобикалящата ви среда е тъмна. Осветете своята част." (Анонимен)





Урок 2

Как да стартирате нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в единица от семеен тип.



ШОУ И Развлечения

Лични умения

Кои са най-изявените ви умения? Сигурен съм, че знаете как да правите неща, които оказват положително въздействие върху бизнеса ви. Тези умения (наречени "меки умения") са тези, които ще подобрят проекта ви, отношенията с клиентите ви и, разбира се, личния ви живот. Какви биха били някои от тези умения?

- Управление на времето.
- Ораторство.
- Съвместна дейност.
- Лидерство.
- Търговски умения.
- Преговори.
- ...и така нататък до повече от двадесет.

Насърчаваме ви да усъвършенствате някои от тези умения, които ще бъдат много полезни в бъдещето ви като предприемач.

Въпрос:



С какво умение се идентифицирате най-много и каква компетентност смятате, че можете да предоставите на другите, когато работите в екип?



„Когато всичко се промени... необходими са нови умения“. (Марта Граньо)





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 2

Как да стартирате нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в единица от семеен тип.



СПОРТ

Действия, които ще развиете

Сега трябва да започнем работа. И трябва да го правите стъпка по стъпка, с търпение, като знаете, че ще има много трудности, през които ще трябва да преминете.

На този етап ще трябва да определите бизнес модела и финансовия план, в който подробно ще бъдат описани финансовите договорености (как ще се финансирате), основното портфолио от продукти или услуги за постигане на стратегическите цели и задачи, междинен отчет за приходите и всички онези краткосрочни/средносрочни/дългосрочни нужди от финансиране.



"Когато всичко се променя. "Идеята, която не се опитва да се превърне в дума, е лоша идея, а думата, която не се опитва да се превърне в действие, е лоша дума."
(Честъртън)



Въпроси за самокоригиране

Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

- a) Миналият опит не е от полза, когато става въпрос за създаване на бизнес.
- b) **Опитът е ясен предсказател за дейностите, в които ще успеем в бъдеще.**
- c) Има много успешни предприемачи без личен опит.
- d) Нито едно от горните твърдения не е правилно.

ВЪПРОС 2

Цел в термините на SMART означава, че тя е: Конкретни, измерими, подходящи, релевантни и временни.

- a) Подходящи, измерими, постижими, реалистични и обвързани със срокове.
- b) **Конкретен, измерим, постижим, уместен и ограничен във времето.**
- c) Устойчив, смислен, постижим, уместен и ограничен във времето.

ВЪПРОС 3

- a) Препоръките, които други предприемачи могат да ви дадат, не трябва да се вземат предвид във вашия бизнес, ако са от друг сектор.
- b) **Добрият предприемач никога няма да сподели с вас ключовете си към успеха.**

- c) Препоръките, които други предприемачи могат да ви дадат, не са важни, защото всеки човек е важен different.
- d) **Препоръките на други предприемачи могат да бъдат много интересни при започване на бизнес.**

ВЪПРОС 4

Посочете умение, което не е пряко необходимо за стартиране на бизнес:

- a) **Физическа издръжливост.**
- b) Умения за слушане.
- c) Преговори
- d) Лидерство

ВЪПРОС 5

- a) Стратегията е дисциплината за поставяне на непосредствени цели, които са лесни за постигане.
- b) **Стратегията е изкуството да мислиш дългосрочно.**
- c) Стратегията е установяване на позициониране в съзнанието на потенциалния потребител на нашия продукт.
- d) Стратегията е разработването на карта с резултати с всички области на бизнеса.



УРОЦИ

1. Какво е предприемачество? Предприемачеството в селската среда.
2. Как да стартирате нов бизнес, като създадете местна гастрономическа точка в тяхната семейна единица.
3. **Правни рамки и необходими стъпки.**
4. Как да осигурим удовлетворение от местната храна.
5. Как да гарантираме и измерваме качество, стойност.
6. Как да отговорим на очакванията на туриста.
7. Храната, основата на гастрономията
8. Разходи и рискове. Как да направите добра себестойност на продукта.
9. Заключение



УРОК 3

Правни рамки и необходими стъпки

В тази част ще разгледаме основен аспект, правните рамки при създаването на нашия бизнес.

Първата стъпка при създаването на компания, колкото и малка да е тя, е да изберете нейната правна форма. За предпочитане е да го направите с помощта на консултант, с който да управлявате началото: учредяване на фирма, фискални задължения, плащане на данъци...



За да имате предвид: Всеки тип компания изисква минимален брой партньори и инвестиции (капитал) и ще определи отговорността на компанията и партньорите за дълговете на компанията.

Съществуват и други специални видове дружества, като например гражданските или стоковите общности, които имат различни характеристики от предходните и които се регулират на данъчно равнище по различен начин.

Възможно е дори най-накрая да изберете да се утвърдите като **самостоятелно заето лице**.





След като сте избрали най-подходящата правна форма, е време да регистрирате фирмата си в регистъра на търговските марки или в друг подобен регистър във вашата страна.

Във всяка страна или регион има регистър, който регистрира броя на дружествата и техните дейности в търговския оборот или, което е същото, на набора от операции на бизнес дейностите.

Там трябва да удостоверите чрез отрицателен сертификат, че фирменото наименование на вашето дружество е уникално и че не съвпада с това на друго дружество.

След като разполагате с наименованието, отидете в банките; във вашата банка на доверието, но също така и в тези на финансовите институции.

Анализирайте коя банка ви предлага най-изгодни условия за откриване на сметка на името на вашата фирма. В тази сметка трябва да внесете акционерния капитал, минималния или избрания.

Това удостоверение, в което фигурират данните на съдружника или съдружниците и направените вноски, акредитира дружествения капитал в устава и което ще трябва да представите пред нотариус или държавен служител.



Важно: Не забравяйте да поискате сертификата за депозит, ако банката не го издаде както обикновено.





Не забравяйте: Разделът за правната рамка се различава в зависимост от страната, в която живеете. Това служи като ръководство, но само за да сте сигурни, че знаете как да го направите.

Най-добре е да получите информация и съвет от официалната институция във вашата страна.



Правни рамки & НЕОБХОДИМИ СТЪПКИ

- Изберете **правна форма**.
- Регистрирайте бизнеса си в **Регистъра** на търговските марки.
- Изберете **банка** с предимства за вашия бизнес.
- Не забравяйте да поискате **сертификата за депозит**.





Урок 3

Въпроси за самокоригиране

Моля, посочете верния отговор

Въпрос 1

Какво ще определи отговорността на партньорството?

Инвестицията на първоначалния капитал.

- a) Безвъзмездни средства или субсидии.
- b) Броят на членовете.
- c) Броят на членовете заедно с първоначалната капиталова инвестиция.

Въпрос 2

a) Най-важното е да започнете възможно най-скоро, административната и фискалната работа може да се извърши по-късно.

b) Регистрацията на търговска марка не е напълно необходима.

c) Първо трябва да направите регистрация на търговска марка и да създадете административен план, преди да започнете да работите.

Въпрос 3

Кой документ не трябва да забравяте, след като оформите договора си с банката?

Your ID card.

- a) Депозитният сертификат.
- b) Документът, удостоверяващ вашата регистрация като предприемач.
- c) Няма конкретни документи.

Въпрос 4

На какво трябва да базирате своя избор на правна рамка?

a) По препоръка на данъчен съветник на член на семейството.

b) В моята интуиция.

c) Винаги трябва да търся съвет от най-близкото си семейство.

d) Ще направя задълбочено проучване и ако се съмнявам, ще се свържа с професионалист.



УРОЦИ

1. Какво е предприемачество? Предприемачество в селската среда.
2. Как да започнете нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в семейната си структура.
3. Правни рамки и необходими стъпки.
4. Как да осигурим удовлетворение от местната храна.
5. Как да гарантираме и измерваме качество, стойност.
6. Как да отговорим на очакванията на туриста.
7. Храната, основата на гастрономията
8. Разходи и рискове. Как да направите добра себестойност на продукта.
9. Заключение



УРОК 4

Как да осигурим удовлетворение от местната храна.

В този раздел ще развием концепцията за удовлетвореността на клиентите. Без клиента не можем да започнем бизнес и да го развиваме.

Човекът, с когото искаме да установим какъвто и да е вид търговски взаимоотношения, трябва да получава положителен принос от нашата компания през цялото време, а не само когато се извършва действието покупка или потребление. Преди да осъществите първия физически контакт, трябва да привлечете вниманието му, за да се запознае с вашия продукт и да прояви интерес към него. След това, след като продажбата е осъществена, контактът с клиента трябва да бъде постоянен (но внимавайте да не се превърнете в скука) и трябва да можете да реагирате много бързо, така че той да продължи да ви се доверява и да повтори акта на покупка още няколко пъти.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4

Как да осигурим
удовлетворение от
местната храна.

Действията за постигане на удовлетвореност на клиента от вашия продукт могат да бъдат следните:

- **Информирайте ясно.** Трябва да бъдете прозрачни и да информирате чрез каналите, които смятате за удобни, за това какво ще продавате, за какво е предназначен продуктът ви, какви са характеристиките му и каква нужда е предназначен да реши. Ако става въпрос за ресторант, това е много лесно. Ако ще продавате храни, трябва да посочите свойствата на всяка една от тях.
- **Винаги казвайте истината.** Много рекламни кампании са склонни да преувеличават достойнствата и полезността на даден продукт или услуга. Това е абсурдна стратегия, защото тя има само краткосрочен кредит, тъй като при първата покупка клиентът ще разбере, че това, което е чул, е невярно. Освен това, поради несбъдване на създадените очаквания, потребителят ще изпитва недоверие към вас и вашия продукт. Това ще бъде катастрофа в бъдеще за всичко ново, което пускате на пазара.
- **Поддържайте отношенията си приятелски.** Отношението във всички случаи трябва да бъде професионално и вежливо, но е ясно, че не е същото да се обръщате към по-млад човек, отколкото към по-възрастна аудитория с голяма покупателна способност. Затова отношението винаги трябва да е съобразено с това, което потребителят очаква, така че във всеки случай трябва да използвате подходящия регистър.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Как да осигурим
удовлетворение от
местната храна.

- **Отговаряйте на всякакви съмнения или въпроси бързо, безопасно и ефективно.** Вече знаете, че следпродажбеното обслужване е един от най-важните инструменти за постигане на лоялност на клиентите. Всяко оплакване или проблем трябва да бъдат решени бързо, за да не се чувства човекът, че е бил пренебрегнат. "Как можем да го решим?" трябва да бъде най-използваната от вас фраза.
- **Приспособете продукта към повдигнатите предложения.** Предпочитанията на потребителите могат да се променят с течение на времето и компанията трябва да е в състояние да открие тези промени. Затова е важно да поддържате тесен контакт с потребителя, за да ги откриете.



Не забравяйте:
предпочитанията на
клиентите може да се
променят с времето.





1. Какви са последствията от неудовлетворяването на клиента?

Ако качеството на вашето ястие, на крайния продукт или на обработката ви не удовлетворява клиента, могат да възникнат следните ситуации:

- 1. Клиентът не повтаря действието за покупка.** Ако клиентът не получи очакваното отношение или продуктът не задоволява нуждите му, той няма да го купи отново и ще отиде да попълни списъка с клиенти на конкуренцията. Следователно това е един източник на приходи по-малко, който може да окаже влияние върху крайния резултат.
- 2. Клиентите не правят подобрения или предложения за продукта.** Клиентът може да продължи да купува продукта, защото наистина отговаря на очакванията ви или го харесва, но ако не се отнасяте добре с него, той може да откаже да предостави информация, която по-късно поискате. Вследствие на това няма да сте наясно с промените в предпочитанията и няма да можете да реагирате на евентуални промени.
- 3. Клиентът действа като отрицателен потребител.** Много предприятия са се разраснали благодарение на препоръки от познати клиенти, които са създали вериги на доверие, които са помогнали за консолидиране на бизнеса. Напротив, ако клиентът не е доволен, той ще ви посъветва да не поддържате никакви отношения с него и ще загубите потенциални клиенти.

Доволният клиент е
ключът към успеха на
вашия бизнес.





2. Какви са ползите за вас, ако клиентът е доволен?

- **Увеличени продажби:** колкото повече клиенти, толкова повече продажби за предприятието и толкова по-голяма вероятност за осигуряване на по-високи печалби.
- **Консолидиране на сигурни доходи за вас в средносрочен и дългосрочен план:** ако клиентът е доволен, той ще повтори действието на покупката в бъдеще и следователно компанията си осигурява минимален брой продажби за значителен период от време. С оглед на изготвянето на прогнози за бъдещето, за да се предприемат нови проекти, това е опора, която осигурява сигурност.
- **Това, че клиентът действа като положителен препоръчител:** удовлетвореният клиент ще посъветва хората от своето обкръжение със същите предпочитания и потребности да купят продукта. По същия начин този ще го направи и с друг и т.н.
- **Укрепване на имиджа на марката:** компанията успява да затвърди имиджа на марката, който може да бъде много полезен в различни аспекти. Първо, да се постигне връзка с определени ценности. Второ, защото ще бъде по-лесно да се привлече вниманието на потребителите при пускането на нови продукти.
- **По-голяма предразположеност на пазара към включването на нови продукти:** клиентите ще бъдат внимателни към всяка новост, засягаща дружеството, особено ако то планира да пусне нов продукт

**Знаеш ли,
че...?**



Удовлетворяването на клиентите ви е ключов фактор за осигуряване на тяхната лоялност и за успеха на вашия бизнес. Когато клиентите са доволни от вашия продукт, те са лоялни, големи защитници, чести купувачи на вашите продукти и услуги и наистина искат да успеете на пазара.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Как да осигурим
удовлетворение от
местната храна

За да осигурите лоялността и предаността на клиентите си, трябва да работите върху следните стратегии за подобряване на удовлетвореността на клиентите.

А. Разберете очакванията на клиентите.

Не можете да очаквате да обслужвате и удовлетворявате клиентите си, ако не разбирате и не отговаряте на техните очаквания. Ако не успеете, има разминаване между очакванията на клиентите и вашия продукт или услуга, така че предприемете стъпки, за да го преодолеете. Разговаряйте с тях, изпращайте анкети на клиентите и искайте обратна връзка.

Действайте в съответствие с получената обратна връзка. Това ще увеличи лоялността на клиентите и ще ги насърчи да предоставят обратна връзка в бъдеще.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Как да осигурим
удовлетворение от
местната храна

В. Изпитайте го сами.

Следващата от стратегиите за подобряване на удовлетвореността на клиентите е да оцените всяка точка от пътуването на клиентите, сякаш сте един от тях. С други думи: изпробвайте продукта, играйте си с него.

Съществуват няколко точки на контакт, в които клиентите ви взаимодействат преди, по време или след покупката. Защо да не преминете сами през това преживяване? Регистрирайте се за демонстрация, вижте как работи процесът, регистрирайте оплакване, изпратете го по имейл и оценете времето за отговор. Звучи глупаво, но е важно.

След като се запознаете с всичко това от първа ръка, ще знаете кои области се нуждаят от подобрене. Така процесите и операциите ви ще станат по-ефективни, което ще повиши преживяването и удовлетвореността на клиентите.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Как да осигурим
удовлетворение от
местната храна

С. Свържете се с доставчиците си и, ако имате такива, с екипа си по продажбите.

Често се пренебрегва, но трябва да взаимодействате с екипа си по продажбите редовно и при необходимост. Те са тези, които са в пряк контакт с клиентите и знаят какви са проблемите. Използвайте тези данни, за да отстраните всички недостатъци, които имате в пътуването на клиентите.

Важно е също така да се доверявате и да обучавате своите търговци. Позволете им да участват в процеса и със страст да решават проблемите на клиентите. Това ще гарантира ангажираността на служителите и ще намали тяхното изтичане.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Как да осигурим
удовлетворение от
местната храна

D. Отнасяйте се добре с клиентите си.

Една от стратегиите за подкрепа на клиентите и осигуряване на тяхната удовлетвореност е да се отнасяте добре с тях. Трябва да се отнасяте към тях с уважение, с най-голямо внимание и ангажираност. Това трябва да бъде отразено във всички екипи и процеси.

Трябва да сте съпричастни към техните проблеми. Ако клиентът смята, че уебсайтът е безпомощен или труден за навигация, организирате чат на живо, за да получите тази обратна връзка. Всички организации, ориентирани към клиентите, се стремят да направят уебсайтовете си лесни за използване и визуално привлекателни, за да останат те доволни.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Как да осигурим
удовлетворение от
местната храна

Е. Намалете времето за изчакване.

По-дългото време за изчакване значително понижава оценката на удовлетвореността на клиентите. Така че отговорност на марката е да включи сред стратегиите за подобряване на удовлетвореността планирането и наемането на обслужващ персонал. А това може да бъде подпомогнато с добър уебсайт и добра система за електронни продажби, ако става въпрос за продукт. Или добра система за резервации, ако става въпрос за ресторант.



Трябва да се **Не можете да се извините пред**
има в предвид: **клиентите с голям брой обаждания,**
липса на персонал, сезон на отпуските и
т.н. Трябва да предвидите тези ситуации
и да ги планирате.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Как да осигурим
удовлетворение от
местната храна

Г. Предложете многоканална помощ.

Винаги може да има някои малки проблеми, които клиентите ви могат да имат поради липса на информация. Ако желаете, можете да предоставите брошури, документи и всякакви помощни материали, за да разрешите малките им съмнения.



Клиентите ви ще оценят многоканалната комуникация, тъй като тя ще им помогне да получат бързо решения (социални мрежи, брошури, съобщение по имейл...).





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Как да осигурим
удовлетворение от
местната храна

Ж. Вслушвайте се в клиентите си.

Изслушването на доволни и недоволни клиенти е друга стратегия за подобряване на удовлетвореността. Разберете какво работи и какво пречи на отличното преживяване на клиентите. Можете да направите просто проучване в края на всяка покупка или всяко потребление. Имайте предвид: Ако проучвате клиентите, но не действате по тяхната обратна връзка, няма да ги направите щастливи и няма да бъдете ефективни.

**Имайте
предвид:**



Ако проучвате клиентите, но не действате по техните отзиви, няма да ги направите щастливи и няма да бъдете ефективни.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Как да осигурим
удовлетворение от
местната храна

3. Изградете онлайн общности.

Изграждането на онлайн общности е чудесен начин за управление на обслужването на клиенти, маркетинговите дейности и решаването на всякакви проблеми на клиентите. Например, ако поискате от клиентите си електронна поща или мобилен телефон, можете да създадете списък за изпращане по пощата или Whatsapp с новини и някои интересни съобщения. Можете също така да предоставите информация за здравословния начин на живот, храненето и някои компоненти на храната, които си струва да се вземат под внимание...

Общностите са отличен начин за събиране на идеи за нови храни, компоненти, продукти..., т.е. за получаване на необходимата информация.



I. Осигурете удовлетворението на вашия екип.

Преживяването на служителите и преживяването на клиентите са свързани. Известно е, че ангажираните служители допринасят за повишаване на удовлетвореността на клиентите.

Опитайте се да възнаградите усилията на вашите доставчици, на вашия екип, на тези, които ви помагат в тези първи моменти по един незаинтересован начин... Ценете ги и им предлагайте чудесна работна среда и обогатявайте опита им; не забравяйте, че удовлетвореността на вътрешните клиенти също е важна.

Бизнес лидерите трябва да развият способността да мотивират екипа си, така че той да се чувства удовлетворен и отдаден на работата, която извършва, и да я изпълнява отлично с най-големи усилия, това ще направи бизнеса много по-конкурентоспособен и продуктивен.

Една от най-значимите ползи от мотивацията за работа е ангажираността на екипа и неговата готовност да допринася повече, да работи по-добре и да постига както индивидуални, така и групови цели.





Освен споменатите, когато целият екип е мотивиран, има и други важни ползи за вашия бизнес, като например следните:

- По-голяма производителност, тъй като ще се справите по-добре със задачите си и ще допринесете за постигането на целите.
- По-ниско ниво на отсъствие от работа, тъй като целият екип се чувства комфортно с работния си живот.
- Подобряване на нивото на обслужване на клиентите, произтичащо от доброто отношение и вътрешната удовлетвореност от работата в екипа.
- По-добра репутация като работодател, това ще ви позволи да привлечете и задържите най-добрите таланти за вашата компания.
- По-ефективно представяне на компанията благодарение на средата за сътрудничество и проактивността на работния екип.

Мотивацията на служителите е също толкова важна, колкото и самотивацията. Вие ще бъдете ежедневният пример за вашите служители и трябва да разберете, че имиджът, който давате; как се отнасяте към клиентите и отношението ви към трудности или ежедневни задачи, ще бъде примерът за подражание на работниците и колегите.



Урок 4

Въпроси за самокоригиране

Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Каква трябва да бъде една рекламна кампания?

- a) Тя трябва да е възможно най-реална и да отговаря на качествата на продукта.
- b) Преувеличаването в рекламните кампании ще доведе до по-голямо доверие от страна на потребителите.
- c) Трябва да преувеличавате достойнствата на продукта или услугата, това увеличава продажбите в дългосрочен план.
- d) Трябва да преувеличавате достойнствата на продукта или услугата, това увеличава продажбите в краткосрочен план.

ВЪПРОС 2

Посочете невярното твърдение.

- a) Клиентът повтаря действието за покупка.
- b) Клиентът действа като негативен предписващ.
- c) Клиентите не правят подобрения или предложения относно продукта.
- d) Клиентът не повтаря действието по закупуване..

ВЪПРОС 3

Важно ли е за предприемача да тества продукта?

- a) Не, собственикът не е реалист по отношение на своя продукт.

- b) Да, ще знаете кои области се нуждаят от подобрене.
- c) Това ще направи процесите и операциите по-ефективни.
- d) Не, трябва ви само препоръките на клиентите.
- e) Трябва да бъдат тествани от потребител, който не е свързан с продукта.

ВЪПРОС 4

Мотивация за работа :

- a) Неефективно представяне на компанията благодарение на средата за сътрудничество.
- b) По-високо ниво на отсъствия, тъй като целият екип се чувства комфортно с личния си живот.
- c) Ако екипът е мотивиран, производителността на задачите е по-малка.
- d) Това е ангажимент на екипа и неговата готовност да допринесе повече, да се представя по-добре и да постига целите.

ВЪПРОС 5

Отбележете правилното твърдение.

- a) Не е много важно да се изграждат онлайн общности.
- b) Дългото време на изчакване значително повишава рейтингите на клиентите.
- c) Не предлага многоканална помощ.
- d) Вслушвайте се в клиентите си.



УРОЦИ

1. Какво е предприемачество? Предприемачеството в селската среда.
2. Как да стартирате нов бизнес, като създадете местна гастрономическа точка в тяхната семейна единица.
3. Правни рамки и необходими стъпки.
4. Как да осигурим удовлетворение от местната храна.
5. Как да гарантираме и измерваме качество, стойност.
6. Как да отговорим на очакванията на туриста.
7. Храната, основата на гастрономията
8. Разходи и рискове. Как да направите добра себестойност на продукта.
9. Заключение



УРОК 5

Как да се гарантира и измерва качеството и стойността.

Във вашия случай контролът на качеството на храните е използването на технологични, физични, химични, микробиологични, хранителни и сензорни параметри, за да се гарантира, че дадена храна е здравословна и вкусна, за да се предпазят потребителите както от измами, така и от тяхното здраве.

Ако решите да започнете малък бизнес, не забравяйте, че ще бъдете част от хранително-вкусовата промишленост и в този смисъл трябва да спазвате основни правила, за да гарантирате безопасността на клиентите си. Ще обработвате и съхранявате пресни хранителни продукти, които ще бъдат превърнати в готови за консумация ястия, от които се очаква да задоволят не само нуждата на клиентите ви от храна, но и да осигурят незабравимо преживяване, което ще мотивира бъдещи посещения. В ръцете ви е фактът, че клиентите ще повлияят на други посетители, които ще повторят цикъла на повторните покупки отново и отново и които ще гарантират рентабилността на вашия бизнес.



Въпрос:

?

Как бихте определили качеството? Бихте ли дали определение?





1. Концепцията за качество

Качеството означава предоставяне на стойност за клиента, а това не е нищо друго освен предлагане на условия за използване на продукта или услугата, които са по-добри от тези, които клиентът очаква да получи, и то на достъпна цена. Някои експерти определят качеството като: Качеството се изразява в това, че "клиентът получава не това, което иска, а това, което не си е представял, че иска, и след като го получи, разбира, че това е било това, което винаги е искал".

Ясно е, че за да се достигне това ниво на удовлетвореност, са необходими повече от един опит и именно тук идеално се вписват системите за управление на качеството, чиято предпоставка се основава на "въвеждане на ред", така че крайният резултат да е винаги един и същ, като се свеждат до минимум загубите и се увеличава рентабилността, без да се жертва удовлетвореността на клиента.

Съществуват няколко варианта за прилагане на "качеството" в ресторантьорския бизнес и идеалният по принцип е този, който отговаря на всеки модел. Тъй като всеки ресторант или хранителна услуга има история, която го предшества, е необходимо да се разбере как е било изградено предложението за стойност, а след това да се разработи система, която го подобрява. Това, ако щете, е най-голямата област на възможности за създаване на системи за качество, тъй като повечето заведения нямат стандартизирани процеси, а в някои случаи процесите практически не съществуват. Ако в хранително-вкусовата промишленост качеството е обвързано с безопасността, то вероятно в ресторантьорството това е критерият, който трябва да се вземе предвид, когато става въпрос за управление на качеството.

**Знаете ли,
че...?**



Проучване, проведено от университета в Охайо, идентифицира най-важните контролни точки за поддържане на безопасността на храните и намаляване на броя на случаите и огнищата на болести, пренасяни с храна: Практикувайте лична хигиена, гответе храната правилно, избягвайте кръстосано замърсяване, съхранявайте храната при правилните температури и отхвърляйте храна от неизвестни източници.





2. Качество на храната

Потребителите смятат, че храната е с добро качество, когато е без дефекти и без примеси. През последните години обаче понятието за качество на храните се промени. Днес смятаме, че храната е с добро качество, когато притежава определени желани качества. Тези качества могат да бъдат както външни, така и вътрешни. Външните характеристики са нематериални, но остават част от хранителния продукт, например въздействието върху околната среда, мястото на произход и традиционното ноу-хау, прилагано при производството му.

Понастоящем понятието за качество на храните се основава на сложна концепция, която се влияе от широк кръг фактори. Характеристиките, които допринасят за качеството на храните, са показани на фигурата по-долу.

Знаете ли,
че...?



*Характеристиките на
качеството на храните са:
безопасност, етичност,
естетичност, функционалност,
удобство, автентичност,
сензорност, хранителност и
произход.*





24-ата регионална конференция за Европа на Организацията по прехрана и земеделие на ООН (ФАО) се опита да разшири общото определение за качество, което се съдържа в стандарта на Международната организация по стандартизация (ISO), до качеството на храните*:

1. Исторически погледнато, качеството се разбира най-вече като липса на дефекти, измами и фалшификации.
2. Напоследък качеството се основава на очаквани свойства, като например хранителни характеристики или произтичащи от тях ползи. Това въвежда необходимостта да се вземат предвид законните очаквания на потребителите и да се изисква от операторите да правят същото.
3. И накрая, качеството обозначава желаните характеристики, които вероятно ще оправдаят добавената стойност; например формите на производство (биологично земеделие, съобразяване с околната среда и хуманно отношение към животните), производствените райони (наименование за произход) и свързаните с тях традиции.

Качеството на храните има обективно измерение, което е измеримата физикохимична характеристика на хранителния продукт, и субективно измерение, което се определя от очакванията, възприятията и приемането от потребителите ("годност за консумация").



*Кажете ми какво знаете за
качеството на храната?*



Очакванията на потребителите се основават на сигнали за качество (информационни стимули), които са вътрешни (например, извод за зрялост на плода от неговия цвят) или външни за продукта (например, реклама, имидж на марката). Колкото по-добро е съответствието между очакванията на потребителите преди покупката (очаквано качество) и опита, който получават при използването на продуктите (преживяно качество), толкова по-високо е нивото на удовлетвореност на потребителите. Доказано е, че положителният опит с дадена марка намалява риска от неудовлетвореност и често се използва за извод за качеството на продукта. В резултат на това потребителите често се доверяват на добре познати марки като показатели за качество.

Проучванията показват, че потребителите смятат вкуса и другите сетивни характеристики на храната, здравето, удобството и производствения процес (например биологично производство, хуманно отношение към животните и т.н.) за най-важните фактори, определящи качеството на храните*. В това отношение 96% от 30 000 респонденти в германско проучване оценяват сетивните характеристики (вкус, аромат и др.) като доминиращо измерение на качеството на храните, следвани от "безопасността" (93 %); "свежестта" и "привлекателният външен вид" се нареждат съответно на трето (92%) и четвърто място (87%)*. Специалният доклад "Евробарометър 389" от 2012 г. показва, че качеството, цената и произходът на храните са важни за мнозинството от гражданите на ЕС, но отношението към марките може да варира значително. Освен това в доклада се посочва, че "мненията за важността на марките се различават много повече в отделните държави членки, отколкото по отношение на качеството, цената и произхода*". Резултатите са обобщени на фигурата по-долу, показваща приоритетите на потребителите при покупка на храни (въз основа на данни, взети от специално проучване на Евробарометър 389).



Качеството на храната е оценено като най-важната причина за покупка (96%), следвано от цената (91%). Интересното е, че информацията за марката е очевидно по-малко важна за купувачите на храни; 50% от гражданите на ЕС смятат тази информация за маловажна.

Двойно качество на храната

Качеството е една от най-ценените характеристики при избора на храна, която да бъде закупена; обективното му описание обаче е много трудна задача. Количеството и видът на съставките оказват влияние върху качеството на храната. В няколко държави от ЕС бяха изразени опасения относно храните, които се предлагат на вътрешния пазар с еднакви опаковки и търговска марка, но се различават от продуктите, продавани на съседните пазари. Подобно разграничаване може да представлява нелоялна търговска практика, когато разликата (двойно качество) не е адекватно съобщена на потребителя, дори ако се спазват разпоредбите на законодателството на ЕС за предоставяне на информация на потребителите на храни.

Качеството е важен въпрос за потребителите, когато купуват храна. Също толкова важно е и за производителите, когато договарят цената на своите продукти. Ето защо Европейската комисия защитава хранителни продукти с отличителни качествени характеристики чрез схеми за качество на храните.



**Знаете ли,
че...?**



**9% от продуктите,
представени като еднакви
в целия ЕС, са с различен
състав**





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 5
Как да гарантираме
и измерваме
качество и стойност.

Схеми на ЕС за качество на храните

Европейските потребители ценят някои хранителни продукти заради техните специални качества, както вътрешни, така и външни. За да може по-лесно да се разграничат тези продукти, Европейската комисия ги защитава чрез схеми за качество на храните. За тази цел тя установява определени правила за това кои храни следва да бъдат защитени, какво трябва да направят производителите, за да бъдат признати техните продукти, и как да съобщават на потребителите за тяхното отличително качество. Европейските и неевропейските производители, които желаят техните продукти да бъдат защитени чрез схема за качество, могат да изпратят заявление до своя национален орган, който след това го изпраща на Европейската комисия, която проверява дали продуктът отговаря на изискванията за включване в схемата. За всички схеми за качество компетентните национални органи във всяка страна от ЕС отговарят за предотвратяването и избягването на злоупотреба с продукти, използващи това наименование.

Видове схеми за качество

Понастоящем в ЕС съществуват четири схеми за качество на храните. Съществуват и национални и регионални печати за качество, които се прилагат в различните държави-членки. Продуктите, защитени от схемите за качество, независимо дали са национални или на ЕС, могат да бъдат разпознати по логото на съответните схеми, което се поставя върху опаковката.

Географски означения

Географското указание е начин за обозначаване на продукти, които притежават определени качества или добра репутация поради географския си произход и прилаганото традиционно ноу-хау. В рамките на ЕС две схеми за качество на храните се занимават с географските означения.



*Искате ли да научите
повече за качествената
храна?*





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 5
Как да гарантираме
и измерваме
качество и стойност.

а) Защитено наименование за произход (ЗНП)



За да може даден хранителен продукт да се счита за продукт със ЗНП, производството, преработката и приготвянето му трябва да се извършват в определен географски район. Това условие включва и суровините, използвани за производството му, които също трябва да произхождат от този район. Традиционното ноу-хау на хората от региона също играе важна роля.

Пример за продукт със ЗНП е "Brabantse Wal asperges" - сорт бели аспержи от региона Брабант в Нидерландия. Солените подпочвени води, песъчливата почва и ноу-хауто на местните фермери правят аспержите специални. Географските особености на региона Брабант също играят важна роля за формирането на качествата на продукта.



b) Защитено географско указание (ЗГУ)



Обозначението ЗГУ е по-малко ограничително. Поне един от етапите на производство, преработка или подготовка трябва да се извършва в определен географски район. Суровините, използвани в производството, могат да идват от друг регион.

Пример за такъв продукт е "Düsseldorfer Mostert", готова за употреба горчична паста от град Дюселдорф в Германия. Тя се приготвя чрез смесване на семена от кафява и жълта горчица с богата на вар и минерали вода от Дюселдорф и нефилтриран алкохолен оцет, произведен в Дюселдорф. Оцетът, водата и технологията на производство свързват продукта с Дюселдорф, но синапените семена могат да бъдат доставени от други места.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 5
Как да гарантираме
и измерваме
качество и стойност.

с) Гарантиран традиционен специалитет (TSG) (ХТСХ - Храна с традиционно-специфичен характер)

Някои традиционни хранителни продукти със специални качества не са свързани с конкретен регион. Схемата за храни с традиционно специфичен характер защитава тези продукти от фалшифициране и злоупотреба.



Пример за TSG (ХТСХ - Храна с традиционно-специфичен характер) е шунката Серано. Тъй като тя е защитена от схемата за ХТСХ (Храна с традиционно-специфичен характер), европейските производители трябва да спазват традиционния метод на производство, ако желаят да я произвеждат. Няма ограничения за региона на производство или за породата прасета, които могат да се използват.

Регистрацията на хранителни и селскостопански продукти, вина, спиртни напитки и ароматизирани вина по схемите ЗНП, ЗГУ и ХТСХ е достъпна на портала e-Ambrosia на Европейската комисия.

ИНТЕРЕСНИ
ЛИНКОВЕ



[Печати за качество на Европейския съюз](#)

[Регламенти относно схемите за качество.](#)





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 5

Как да гарантираме
и измерваме
качество и стойност.

d) Органична храна



Биологичните храни са храни, за които е сертифицирано, че са отгледани чрез техники за биологично земеделие. Биологичното земеделие включва създаването на устойчива земеделска система. При него не се използват синтетични пестициди или генетично модифицирани организми. Биологичните фермери се стремят да поддържат биоразнообразието, да използват отговорно природните ресурси и да се грижат добре за селскостопанските животни. Различни видове храни, като плодове, зеленчуци, зърнени храни и месо, могат да бъдат биологични. Органична" е атрибут за качество, свързан с производствения процес. Следователно схемата за биологично производство е схема за качество на храните.



**Кажете ми, познавахте ли тези печати?
Спомняте ли си някой продукт от вашата
страна с някой от тях?**





Урок 5

Въпроси за самокоригиране

Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Каква е концепцията за качество?

- a) **Качеството на храните има обективно измерение, което представлява измерима физикохимична характеристика на хранителния продукт, и субективно измерение, което се определя от очакванията, възприятията и приемането от потребителите ("годност за консумация").**
- b) Качеството на храните има субективно измерение, което се определя от очакванията, възприятията и приемането им от потребителите ("годност за консумация").
- c) Качеството на храните има субективно измерение, което се определя от очакванията на потребителите.
- d) Качеството на храните има обективно измерение, изразяващо се в очакванията, възприятията и приемането от страна на потребителите.

ВЪПРОС 2

Колко вида печати за качество има в момента в ЕС?

- a) 6
- b) 4**
- c) 2
- d) 5

ВЪПРОС 3

Какъв е съкратеният термин за защитено наименование за произход?

- a) OPD
- b) PDO**
- c) DOP
- d) DPO

ВЪПРОС 4

Какво представляват печатите за качество на Европейския съюз?

- a) Защитени географски указания, гарантиран традиционен специалитет, биологични храни и гурме храни.
- b) Защитени наименования за произход, защитени географски указания, гарантирани традиционни специалитети и биологични храни.**
- c) Защитени географски означения, гарантиран традиционен специалитет, биологични храни и европейски храни.
- d) Защитени географски указания, гарантиран традиционен специалитет, биологични храни и вегетариански храни.

ВЪПРОС 5

Какви са цветовете на печата за качество на органичните храни?

- a) Жълто и синьо.
- b) Синьо, жълто и бяло.
- c) Червено и жълто.
- d) Зелено и бяло.**



УРОЦИ

1. Какво е предприемачество? Предприемачество в селската среда.
2. Как да започнете нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в семейната си единица.
3. Правни рамки и необходими стъпки.
4. Как да се осигури удовлетворение от местната храна.
5. Как да се гарантира и измерва качеството, стойността.
6. Как да се отговори на очакванията на туристите.
7. Храната, основата на гастрономията
8. Разходи и рискове. Как да се направи добро остойностяване на продукта.
9. Заключение



FLAVOURS
of EUROPE

УРОК 6

Как да отговорим на очакванията на туриста.

Както видяхте в предишните раздели, наричаме очаквания на клиентите това, което те очакват от нас като марка. Очакването е тясно свързано с опита, който те са имали преди това с нашето предложение, по отношение на качеството на нашия продукт и с обслужването на клиентите, което предоставяме.

При всяко взаимодействие с клиентите ние като компания имаме задачата (и възможността) да отговорим на очакванията за даден продукт и да задоволим нуждите на клиента, но и да ги надминем. Ако сме малък бизнес, предизвикателството ни е по-голямо, тъй като 76% от потребителите очакват по-добро обслужване от по-малките компании.





1. Категории за организиране на клиентския опит и очаквания

За да ни помогне да се замислим за степента на очакванията на клиентите, можем да посочим три категории, в които е възможно да ги организираме според това как се чувстват след покупката:

Неудовлетворен клиент: клиентът е неудовлетворен, когато има разлика между неговите очаквания и опита, който е имал при покупката. С други думи, когато смята, че не е получил това, което е очаквал. Според проучване на Службата за защита на потребителите към Белия дом почти всички недоволни клиенти не се оплакват директно на компанията. Не само това, но 91% изразяват мнение, че никога повече няма да купят от марката, която им е причинила лошо преживяване.

Безразличен клиент: Ако успеем да отговорим на очакванията на клиентите, но не предлагаме добавена стойност или обслужването ни е било просто достатъчно, клиентите ни може да останат безразлични към нашата марка. Въпреки че има вероятност да купят отново от нас, вероятно е да не ни препоръчат.

Удовлетворен клиент: Ако надминем очакванията им, клиентът ще бъде доволен. Не само защото е получил продукта и услугата, които е търсил, но и защото е получил нещо, което не е очаквал и което е било ценно за неговото преживяване. 72% от потребителите разказват на повече от 6 души за положителното си преживяване с дадена марка (ThinkJar). Това означава, че е много вероятно те отново да направят бизнес с нас и да станат посланици на марката.





2. Какви фактори влияят на очакванията на клиентите?

Има много фактори, които оказват влияние върху очакванията на клиентите, тъй като всеки от тях носи със себе си уникална субективност; можем обаче да изброим някои от основните качества, които трябва да разгледаме в дълбочина:

- Външният вид на обектите ни, хората, с които общуват, социалните мрежи, указателните табели, табелите, представянето на продуктите ни и т.н. са конкретни елементи, които клиентът ще използва, за да си изгради предварителна представа за нашия бизнес.
- Важни моменти са нашата точност при предоставянето на необходимата услуга и нашата надеждност. Трябва да се стремим да спазваме предложените насоки по най-добрия начин, във времето и формата.
- Нашата отзивчивост: колкото по-бързо отговаряме на проблемите на потребителите, толкова по-комфортно ще се чувстват те, толкова повече ще бъдат изслушвани и ще виждат, че са важни за компанията.

За потребителите опитът, който са имали с други доставчици, и тяхното душевно състояние са фактори, които оказват голямо влияние, когато става въпрос за очаквания. Не е възможно да контролираме емоциите и предишния опит, които потребителите носят със себе си, но можем да ги насочим към добро преживяване. Един от инструментите, които могат да ни помогнат в този случай, е активното слушане.

От друга страна, упражняването на емпатия става все по-важно. Според New Voice Media основната причина клиентите да сменят доставчиците на продукти и услуги е, че се чувстват неоценени от марката.





3. Как да подобрим нашите продажби

За да отговорим на очакванията на клиентите и да ги надминем, може да ни помогне да разберем, че те също се променят в зависимост от момента на продажбата, в който се намираме. Началото на продажбата не е същото като това, което се случва в периода след продажбата.

Съществуват три основни момента:

Преди продажбата: Когато клиентът общува с вашия бизнес, той трябва да се почувства добре дошъл, да усети, че е важен за него. Можете да предоставите бързи и кратки отговори, да проведете съпричастен разговор. Не предлагайте магически решения и не преувеличавайте свойствата на продукта си. Разкажете му как работите и какво решение можете да предложите и в какъв срок. Общувайте и планирайте заедно с него.

По време на продажбата: Не забравяйте, че в този момент съотношението цена/качество е много важно. Съпричастното обслужване на клиентите повишава качеството на вашите продукти. Освен това, по данни на American Express, потребителите са готови да похарчат 17% повече, ако получат добро обслужване на клиентите.

След продажбата: Предложете допълнителна информация, за да помогнете на клиентите да извлекат максимална полза от покупката си. Комуникирайте след покупката, за да разберете какво е взаимодействието им с продукта, попитайте за това как се чувстват и т.н. Обратната връзка е начин за развитие и едновременно с това за изграждане на лоялност на клиентите. Според доклад на Dimension Data 84% от компаниите, които са работили за подобряване на клиентското преживяване, са получили повече приходи.





КЛЮЧОВИ МОМЕНТИ В ЕДНА ПРОДАЖБА



Source: Own production





Урок 6
Как да отговорим на
очакванията на
туриста.

Представете си, че клиентът се оплаква от продукт, който е наш, но е бил опакован от други доставчици. Как можем да надминем очакванията на клиента, ако има променливи, които не контролираме? Чрез активна комуникация и планиране.

Определянето на работните цели, конкретният и подробен начин на работа, за да се избегнат всякакви недоразумения, и осигуряването на най-доброто внимание от самото начало на взаимоотношенията ще ни поставят в по-добра позиция по отношение на клиента.



Според доклад на Lithium, когато клиентите се свържат с марка в Twitter, 53% очакват отговор в рамките на един час. Ако подадат оплакване, този процент нараства до 78%.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 6
Как да отговорим на
очакванията на
туриста.

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА НАШИТЕ ПРОДАЖБИ

1. Изгответе план. Визуализирайте как ще се развие процесът на продажба и какво предлагате.
2. Поддържайте честно отношение. Посрещнете трудностите, които могат да възникнат.
3. Поставете цели. Напомняйте ги при всяка възможност, така че и двете страни да знаят накъде са се запътили.
4. Покажете му как работи компанията. За да визуализира как това може да се отрази на очакванията му.
5. Бъдете директни. Предложете му как можете да му помогнете и по какъв начин.



Съществуват десет основни и универсални принципа за обслужване на клиенти, които трябва да приложите на практика, тъй като степента на удовлетвореност на вашите клиенти ще се определя от вашето представяне в тези десет области:

ПРИНЦИПИ НА ОБСЛУЖВАНЕ НА КЛИЕНТИ

- **Бъдете достъпни.** Бавният отговор с дългото време на чакане означава безразлично отношение към клиентите. От друга страна, бързият отговор с кратко време за изчакване означава загриженост за тях.
- **Това означава винаги да се уверявате, че вашите представители правят това, което трябва да правят и когато трябва да го правят.**
- **Отнасяйте се с клиентите учтиво.** Когато работите с клиенти, винаги се фокусирайте върху ситуацията или проблема, а не върху човека. Бъдете учтиви, защото проблемите, които клиентите се опитват да решат, може да не изглеждат големи за вас, но за клиента те означават много.
 - **Вежливостта е най-видимият начин за изразяване на уважение.** Отличното обслужване на клиентите не може да се осъществи без приятелска атмосфера. Наложително е всяко лице, което обслужва клиента, да разбере, че любезността започва от всеки клиент.
 - **Всеки ден ние вземаме решение за това как се чувстваме.** Това се изразява в това какво отношение носим на работа. Ако отношението ви е недружелюбно или безпомощно, ще окажете отрицателно въздействие върху всеки клиент, който влезе в контакт с вас. Ако отношението ви е услужливо и приятелско, ще окажете положително въздействие.





- Отговаряйте на нуждите и желанията на клиентите. Клиентите искат само да се грижите за тях и да разбирате проблемите им. Те искат да са в центъра на вниманието ви в този момент и искат взаимодействието им с вас да е безпроблемно.
- Винаги трябва да проявявате чувствителност към начина, по който подходите към клиентите и решавате техните проблеми. Клиентите очакват от вас да ги удовлетворите. Дайте им всички основания да ви се доверят.

Благодарете им искрено за това, че са избрали да правят бизнес с вас. И накрая, уважавайте нуждите и желанията на клиентите и поправяйте грешките. Научете се да предвиждате нуждите на клиентите си.

- Изпълнявайте навреме това, което клиентът иска. Уверете се, че изпълнявате задачите, необходими за бързото и ефикасно удовлетворяване на нуждите на клиентите. Бързото решаване на запитванията ще ги впечатли.
- Клиентите просто трябва да знаят, че ги цените. Ако забравите да направите нещо, което трябва да направите, няма да задържите клиентите си за дълго.





- Имате добре обучени и знаещи служители. Правилното обучение на служителите е в основата на успеха. Всяка успешна програма за обучение се състои от класове, базирани на учебна програма, които преподават основите, като продуктите и услугите, които предлагате, и основни умения за обслужване на клиенти. Начинът, по който се провеждат тези класове, прави всичко различно.

За да сте сигурни, че служителите са добре обучени и информирани, създайте програма за обучение plug-and-play. Но отидете отвъд основите, като обясните мисията и ценностите на компанията.

Освен това се уверете, че обучението за компетентност в областта на обслужването на клиенти включва теми като изграждане на дългосрочни взаимоотношения с клиентите и разбиране на необходимостта от подход, ориентиран към клиента. Тези теми ще осигурят на всеки служител по-добро усещане за цел, когато става въпрос за удовлетвореност на клиентите.





- **Кажете на клиентите какво могат да очакват от вас.** Доброто определяне на очакванията ще определи успеха или неуспеха на взаимоотношенията ви с всеки клиент. Ако клиентите нямат ясна представа какво получават, вие ще се провалите. Ако предоставяте нещо, което клиентите не искат или не са очаквали, независимо колко фантастична или бърза е работата ви, най-вероятно ще се провалите.

Определянето на очакванията не е трудно, но изисква време. Не можете да правите никакви предположения и трябва да сте прозрачни с клиентите относно това, което ще получат.

Определянето на очакванията е процес на постоянна комуникация. Решението може да се промени леко или да откриете по-добър начин да направите нещо. Ако промяната е достатъчно значителна, не забравяйте да информирате клиентите. Дръжте ги информирани през цялото време.

- **Спазвайте ангажиментите си.** По някаква причина клиентите очакват от вас да направите това, което казвате, че ще направите, и когато казвате, че ще го направите. Станете известни с това, че държите на думата си.
- **Правете нещата правилно от първия път.** Това означава да се уверите, че всички дейности се изпълняват правилно от първия път и всеки следващ път. Извършването на всички услуги правилно от първия път не е лесно, но това може да бъде ефективен начин да привлечете и задържите клиентите си.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 6
Как да отговорим на
очакванията на
туриста.

- **Последвайте.** Свържете се с клиента си след покупка, след доставка на храна или след разрешаване на проблема, за да го попитате какво мисли и дали е доволен. Ако са били доволни от целия процес, можете да се възползвате от възможността да ги помолите за оценка във вашите социални мрежи, уебсайт и т.н. Ако не, опитайте се да оправите нещата. С добро обслужване на клиентите вие полагате основите на успешен бизнес.
- **Бъдете етичен човек.** Очакванията на клиентите зависят от много фактори, а процесът на избор на продукт може да бъде много сложен. Един от основните фактори е доверието. Те искат да знаят колко надежден и честен сте като доставчик на услуги. За да отговорите на този критичен фактор, трябва да положите усилия да опознаете клиентите и техните нужди; да изслушвате и да информирате клиентите на разбираем за тях език; да притежавате (или да развиете) необходимите умения и знания, за да предоставите обещаната услуга надеждно и точно; да сте готови да помогнете на клиентите и да осигурите бързо обслужване; да бъдете учтиви, уважителни и приятелски настроени.



Въпроси за самокоригиране

Въпроси за самокоригиране

ВЪПРОС 1

Посочете невярното твърдение.

- a) Клиентът е завършен.
- b) Недоволен клиент.
- c) Безразличен клиент.
- d) Доволна клиентка.

ВЪПРОС 2

Основни моменти на продажбите.

- a) Преди продажбата, По време на продажбата и След продажбата.
- b) По време на продажбата и след продажбата.
- c) Преди продажбата и след продажбата.
- d) Преди продажбата и По време на продажбата.

ВЪПРОС 3

Показва кой не е практичен съвет за подобряване на продажбите.

- a) Правя план.
- b) Бъдете достъпни.
- c) Покажете му как работи компанията.
- d) Бъдете директни.

ВЪПРОС 4

Принципи за обслужване на клиенти:

- a) Да не е достъпен.
- b) Отговорете на въпроси от бивши клиенти.
- c) Направете това, което клиентът поиска, извън времето.
- d) Кажете на клиентите какво могат да очакват от вас.

ВЪПРОС 5

Очакванията и нуждите на клиентите са свързани с...

- a) Миналите им преживявания.
- b) Предишни преценки за вашата марка.
- c) Вашият настоящ опит и собствени преценки за вашата марка.
- d) Техният минал опит и предишни преценки за вашата марка



УРОЦИ

1. Какво е предприемачество? Предприемачеството в селската среда.
2. Как да стартирате нов бизнес, като създадете местна гастрономическа точка в тяхната семейна единица.
3. Правни рамки и необходими стъпки.
4. Как да осигурим удовлетворение от местната храна.
5. Как да гарантираме и измерваме качество, стойност.
6. Как да отговорим на очакванията на туриста.
7. **Храната, основата на гастрономията**
8. Разходи и рискове. Как да направите добра себестойност на продукта.
9. Заключение



УРОК 7

Храната, основата на гастрономията

В хранително-вкусовата промишленост хигиената е едно от основните средства за гарантиране на качеството на храните. Потребителят има право на безопасна храна, която не е средство за заболяване или хранително отравяне.

Понастоящем правната рамка за прилагане по отношение на лицата, работещи с храни, се основава на два регламента. От една страна, Регламент (ЕО) № 852/2004 на Европейския парламент и на Съвета от 29 април 2004 г. относно хигиената на храните (по-конкретно в глава VIII от приложение II се определят условията за лична хигиена на работниците, а в глава XII от същото приложение II се посочва обучението, което трябва да преминат лицата, работещи с храни), а от друга страна, Регламент (ЕО) № 882/2004 на Европейския парламент и на Съвета от 29 април 2004 г. относно официалния контрол, провеждан с цел осигуряване на проверка на съответствието със законодателството в областта на фуражите и храните и правилата за опазване здравето на животните и хуманното отношение към животните.

Другият официален контрол включва: инспекция на предприятията за храни и хранителните продукти, необходима за проверка на хигиенните условия и оценка на процедурите за добри производствени практики и практики за боравене с храни, за да се гарантира целта на настоящия регламент (да се предотврати, отстрани или намали до приемливи нива всеки риск за безопасността на храните).



Не забравяйте: Храните по време на производството, транспортирането, преработката и обработката им са важен носител на агенти, способни да причинят заболяване на човека. Добрите практики започват с подходящо обучение, което позволява придобиването на знания, променящи визията към подходящ хигиенен манталитет за производство на храни без риск.





Някои определения, които представляват интерес:

Пригответена храна: кулинарно изделие, получено в резултат на сурово или варено, или предварително пригответено приготвяне на една или повече храни от животински или растителен произход, със или без добавяне на други разрешени вещества и, когато е необходимо, подправени. Тя може да бъде представена опакована или не и готова за консумация, директно или след допълнително загряване или кулинарна обработка.

Топлинно обработена готова храна: готова за консумация храна, която по време на приготвянето си е била подложена като цяло на топлинен процес (повишаване на температурата), така че да може да се консумира директно или с леко загряване.

Заведение: отрасъл, помещение или постоянна или временна инсталация, където се приготвят, обработват, опаковат, съхраняват, доставят, сервират или продават готови храни за консумация, със или без обслужване в тях.

Общност: група от потребители със сходни характеристики, които търсят услуга за приготвяне на храна, като например училища, предприятия, болници, жилища и транспортни средства.





1. Необходими хигиенни условия

От 1 февруари 2002 г. страните - членки на Европейския съюз, разполагат с обща правна концепция за обозначаване на храните с публикуването на Регламент ЕО № 178/2002 на Европейския парламент и на Съвета от 28 януари 2002 г. С този регламент се установяват принципите и изискванията на законодателството в областта на храните и се създава Европейският орган по храните.

Именно този орган, Европейският орган по храните, дава общо определение на храните за всички държави членки, като има следните цели:

Осигуряване на безопасността на храните и здравето на потребителите.

Улесняване и гарантиране на функционирането на вътрешния пазар.

Избягване на неравностойни условия на конкуренция.

Премахване на правната несигурност както за потребителите, така и за икономическите оператори.

Поради това регламентът разширява понятието за храна до всички вещества, съставки, суровини, добавки и хранителни вещества, които се приемат от човека през стомашно-чревния тракт. Приетото ново общо определение включва напитки, дъвки и вода, както и всички вещества, доброволно включени в храната по време на нейното производство, приготвяне или обработка, например добавки, мазнини и витамини, и остатъци, получени при производството и преработката на храни, като остатъци от ветеринарни лекарства и пестициди.

За такива обаче НЕ се считат: фуражи за животни, растения преди прибиране на реколтата, лекарства, козметика, тютюн и тютюневи изделия, наркотични или психотропни вещества и живи животни (с изключение на тези, които са приготвени, опаковани и/или сервирани за консумация от човека в тази държава, както в случая със стридите).

Знаете ли,
че...?



Всяко вещество или продукт, предназначен или има вероятност да бъде погълнат от хора, независимо дали е преработен изцяло или частично, трябва да отговаря на хигиенните мерки.





1.1. Видове храни

Храните се делят на три основни типа :

a) Това може или не може да причини вредно въздействие върху здравето на потребителя.

- **Вредни:** Всички храни, които се консумират, могат остро или хронично да причинят вредни ефекти върху потребителя.
- **Безвредни:** Набор от условия, на които отговаря дадена храна или процес, който гарантира липсата на фактори, способни да предизвикат вредни ефекти за потребителя.

b) Според условията на съхранение:

Нетрайни храни (съгласно Испанския кодекс за храните). Тези, които поради своите характеристики изискват специални условия за съхранение по време на съхранението и транспортирането им. Те се променят бързо и трябва да се консумират в рамките на кратък период от време. Сред тях, стига да не са преработени, трябва да отбележим яйцата, млякото, месото или рибата..

- **Полутрайни храни** (съгласно Испанския кодекс за храните). Тези, които са били консервирани или обработени чрез различни процедури, които им позволяват да издържат по-дълго при подходящи условия. Някои от използваните методи или процеси са замразяване, дехидратиране, осоляване, пушене, консервиране или уплътняване (в случая на млякото).
- **Нетрайни храни са тези**, които не изискват специални условия на съхранение, например: бобови растения, зърнени храни, ядки. Въпреки че не се нуждаят от студено съхранение, тези храни трябва да се предпазват от влага и замърсяване.



с) Поради наличието на изменения или замърсявания, които ги правят негодни за консумация:

Променена храна: Храна, която поради естествени, физични, химични, биологични причини или неподходяща обработка е с влошени органолептични характеристики и хранителна стойност, което я прави негодна за консумация от човека. Те са лесно откриваеми по своя цвят, мирис, вкус и/или външен вид. Най-често срещаните изменения, които могат да се появят в храните, се дължат на различни фактори, като например:

- Студ: може да причини например втвърдяване на масло или мед.
- Вятър: може да причини изсъхване на храната.
- Топлина: може да причини загуба на витамини.
- Образуване на газове: което може да причини издуване на кутии или контейнери.
- Време: може да причини омекване или гниене на хранителните продукти.
- Подкисляване на определени храни като млечни продукти.

Влошена храна: В него е имало стареене, промяна на цвета, вдлъбнатина, счупване, недобре затворени съдове и външни наранявания по опаковката на опакования продукт. Тези влошавания могат да причинят последващо замърсяване.

Заразена храна: Това е това, което съдържа патогенни микроби, химически или радиоактивни вещества, токсини, паразити или каквото и да е чуждо тяло в състава на храната, което позволява предаването на болести на хора или животни. Също така, ако съдържат естествени токсични компоненти в

Знаете ли,
че...?



Промяната на храната може да се дължи на физически фактори на околната среда, като температура, светлина или въздух, които променят характеристиките на продуктите. Друга възможност е, че при определени условия и поради самите хранителни компоненти или техния контакт с други в тяхната среда, се задействат химични реакции, които допринасят за промяната на продукта.





1.2. Замърсяване на храни: Как може да се предотврати?

Замърсяването на храните се получава, когато храната влезе в контакт с определени елементи или вещества, които я правят опасна за консумация.

Според естеството си замърсяващите агенти се класифицират на физични, химични и биологични агенти.

Замърсяване с физически агенти: те се състоят от частици и чужди тела, които попадат в храната, обикновено по време на обработка или транспортиране, (частици от стъкло, дърво, пластмаса, парчета кост, пера, чревно съдържание, органични остатъци (коса, нокти, остатъци от храна) или предмети за лична употреба (часовници, пръстени...).

Замърсяване с химически агенти: някои токсични вещества от химически произход могат да присъстват естествено в храната; такъв е случаят с някои растителни и животински токсини или токсини, съдържащи се в някои гъби. Други химически агенти могат да попаднат случайно в храната: хранителни добавки, хербициди, пестициди, следи от лекарства, продукти, използвани за почистване и дезинфекция, продукти, използвани при експлоатацията или поддръжката на машини и оборудване (масла, смазочни материали и др.).



Съществуват четири начина, които могат да помогнат за предотвратяване на разпространението на микроорганизми в храните:

МЕРКИ ЗА ПРЕДОТВРАТЯВАНЕ НА ЗАМЪРСЯВАНЕ НА ХРАНИТЕ

ПОЧИСТВАНЕ	ЧАСТ ЗА ИЗТЕГЛЯНЕ
<ul style="list-style-type: none"> • Измивайте добре ръцете си със сапун и гореща вода, когато е необходимо (преди приготвяне на храна, след използване на тоалетна, след докосване на сурова храна, животни, отпадъци или други замърсени предмети). • Измивайте старателно всички работни повърхности и прибори (ножове, тенджери, тигани, блендери...) с гореща вода и сапун след всяка употреба и преди да преминете към следващата стъпка. • Използвайте дъски за рязане, изработени от непорьозен материал, и ги мийте в съдомиялна машина или с гореща вода и сапун след всяка употреба. • Използвайте кърпи за еднократна употреба за измиване и подсушаване на кухненските повърхности, които ще бъдат в контакт с храна. 	<p>Изключително важно е да се отделят правилно готовите за консумация храни от суровините, работните повърхности или приборите, които могат да бъдат замърсени с микроорганизми. За тази цел се препоръчва:</p> <ul style="list-style-type: none"> • По време на всички етапи на обработката и съхранението на суровите храни е необходимо те да се държат отделно от другите готови продукти, като се поставят в долната част на хладилника, за да се предотврати замърсяването на другите храни от соковете, които те отделят. • Използвайте различни дъски за рязане, ножове и прибори за работа със сурови храни и готови за консумация продукти и никога не поставяйте сготвена храна върху съд, който е бил в контакт със сурови храни, без да сте го измили предварително. • Винаги измивайте ръцете, дъските за рязане, ножовете и другите прибори с гореща сапунена вода, след като са били в контакт със сурова храна.
ГОТВАЧ	ОХЛАЖДАНЕ И КОНСЕРВИРАНЕ
<p>За да се постигне елиминиране на бактериите, присъстващи в храната, е необходимо тя да се готви за подходящо време и при температура, която постига това. Това изисква:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Достигнете температура на готвене от поне 65°C в центъра на продукта. • Ако продуктът се нагрява в микровълнова фурна, трябва да се гарантира, че няма да останат студени зони, топлината трябва да е равномерна. • Ако храната се претопля, е необходимо да се достигне 65°. 	<p>Температурите на охлаждане предотвратяват или забавят растежа на микроорганизмите, така че след като храната е сготвена, тя трябва да се охлади възможно най-бързо, така че:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Готовите за консумация храни трябва да се съхраняват в хладилник в рамките на два часа след готвене. • Не размразявайте храната на стайна температура, винаги я съхранявайте в хладилник. • Поставете храната в камерата или хладилника по такъв начин, че да постигнете студен въздушен поток между тях. • Периодично проверявайте правилното функциониране на хладилното оборудване.



2. Работа с храни

Безопасността на храните е съвкупност от мерки, които гарантират, че храната, която консумираме, е безопасна и запазва хранителните си свойства. За да се гарантира безопасността на храните и да се избегнат болести, предавани по хранителен път, трябва да познавате и спазвате хигиенните разпоредби по цялата хранителна верига, като се обръща специално внимание на онези етапи или процеси, които изискват работа с храни.

ПРОЦЕСИ ЗА РАБОТА С ХРАНИТЕ

- Първичните производства са първото звено във веригата и осигуряват суровините: земеделие, животновъдство, риболов и лов.
- Хранително-вкусовата промишленост приготвя и преработва храни, като използва тези суровини.
- Магазините, супермаркетите и хипермаркетите или други подобни обекти отговарят за дистрибуцията и продажбата.
- Последното звено във веригата са потребителите, които са отговорни за доброто боравене с тях.

Ето защо, като се проследят всички етапи на хранителната верига, може да се каже, че "работещите с храни са всички лица, които поради своята трудова дейност имат пряк контакт с храни по време на тяхното приготвяне, производство, преработка, подготовка, опаковане, съхранение, транспортиране, дистрибуция, продажба, доставка и обслужване".

Освен това за лица, работещи с храни с по-висок риск, се считат тези, чиито практики на работа могат да бъдат решаващи по отношение на безопасността на храните; тази група включва лицата, работещи с храни, които се занимават с приготвянето и обработката на готови храни за продажба, доставка и/или пряко обслужване на потребителите или колективи.





Работникът, който обработва храни, трябва да има по-строги хигиенни навици от другите работници поради голямата отговорност да създава безопасна храна. Поради това те трябва да възприемат система за хигиенен самоконтрол в работата си и да познават процеса на приготвяне и съхраняване на храната, като спазват кулинарните, санитарните и хранителните изисквания, които позволяват на храната да достигне до потребителя в условия на най-добро качество, като се избягва фактът, че в много случаи именно той се намесва като преносител на заразяването на храната чрез неправилни действия и лоши хигиенни практики.

2.1. Етапи в процеса на обработка на храната

Има няколко етапа в процеса на обработка на храни от пристигането на стоките във вашия обект.

1. Приемна суровина: Етап с голямо значение в процеса на производство и обработка на храни, който включва периода от време между разтоварването на съставките или суровините и правилното им съхранение в складовете или камерите на индустрията. В случай на суровини, състоящи се от охладени или замразени суровини, трябва да се провери дали хладилната верига не е била прекъсната по време на транспортирането и те трябва да се съхраняват бързо, без да почиват директно върху пода или върху повърхности, които могат да бъдат замърсени. Ако тези материали пристигнат в лошо състояние или ако хладилната верига е била нарушена, те трябва да бъдат върнати на доставчика. Следва да се попълни регистър на входящите продукти, като се отбелязват поне денят на пристигане, доставчикът, партидата, количеството. В случай на студени продукти трябва да се отбележи и температурата, при която са пристигнали.
2. Съхранение: Срокът на годност е максималното време, през което дадена храна запазва всички свои органолептични, хранителни и санитарни свойства. Консервирането, заедно с правилното съхранение, има за цел да увеличи срока на годност на храните.





Прилагането на студ и топлина върху храната са два от основните методи за консервиране, въпреки че има много други, които намаляват количеството микроорганизми, присъстващи в храната:

Прилагане на студено.

- **Хладилна техника:** Както вече споменахме, охлаждането се състои в това, че храните се подлагат на температури между 0° и 5°C, което води до по-бавно размножаване на микроорганизмите, като по този начин се постига по-дълъг срок на годност.
- **Замразяване:** При замразяването храната се подлага на температури под -18°C. По този начин микроорганизмите умират, но дейността им е напълно парализирана, което позволява продуктът да се запази в продължение на месеци.

Прилагане на топлина.

Високите температури са единствените, които унищожават микроорганизмите. Има различни начини за прилагане на топлина към продуктите:

- **Пастьоризация:** При нея храната се подлага на температура, близка до 80°C. По този начин се унищожават доста микроорганизми, но не всички, така че е важно след пастьоризацията тези храни да се съхраняват в хладилник, за да не се размножават оцелелите микроорганизми. Срокът на годност на храните, подложени на тази топлинна обработка, е малък. Например: пастьоризирано мляко.
- **Готвене:** Храната се подлага на температури от около 100°C. При този метод се елиминират повечето микроорганизми, но не и техните спори. Храната, подложена на тази обработка, променя органолептичните си свойства.
- **Стерилизация:** Храната се подлага на температури, близки до 120°C, като по този начин се унищожават всички микроорганизми в храната, включително техните спори.
- **УВТ (УНТ)** Това е система, при която прилагаме висока температура за много кратко време, но достатъчно, за да унищожим всички микроорганизми и техните спори и храната да пострада възможно най-малко от тази топлинна обработка. Например: УНТ мляко (можем да го съхраняваме извън хладилника).





3. Съхранение: Суровините или готовите продукти трябва да се съхраняват правилно, за да се избегне замърсяване. За тази цел трябва да бъдат изпълнени редица основни изисквания:
- Не оставяйте храната в пряк контакт с пода или стените.
 - Не съхранявайте хранителни продукти заедно с продукти, които могат да ги замърсят, като почистващи препарати и др., или съхранявайте пресен продукт с готов продукт, за да избегнете кръстосано замърсяване.
 - Не превишавайте капацитета на склада или хладилните камери, защото продуктите няма да бъдат охладени правилно.
 - Уверете се, че продуктите, които пристигат първи в склада, го напускат първи, така че ротацията на продуктите да е адекватна и да избегнем изтичането на срока им на годност.
 - Контролирайте поне веднъж дневно температурите в камерите за съхранение и се уверете, че се спазват съответните температурни граници (охлаждане 0°- 5°C, замразяване -18°C).
 - Оставете достатъчно разстояние между продуктите, за да се осигури циркулация на въздуха между тях.
 - Не оставяйте подходящи храни в близост до зоната за отпадъци или за връщане.



Запомнете: В този момент е много важно да се даде определение на концепцията за хладилната верига и нейното значение за храните. Необходимо е да се поддържа студ (охлаждане или замразяване) при подходяща температура по цялата хранителна верига, т.е. на всички етапи, през които преминава храната, докато стигне до потребителя. Ако тази температура не се поддържа, храната може да претърпи промени, които да намалят срока ѝ на годност и да застрашат потребителя.





2.2. Лична хигиена за работещи с храни

Хигиенното поведение е отношението към чистотата, което трябва да се помни и практикува във всички ситуации. Те се отнасят до онези навици, които правят възможно по-малкото замърсяване на суровините благодарение на правилното отношение на работника, почистването и дезинфекцията на съоръженията и машините, контрола на водата, вредителите и чистотата на промишлеността. Хигиената трябва да се спазва във всички нейни аспекти.

Всички процеси, през които трябва да премине суровината, съставляваща храната, за да се превърне в продукт, готов за употреба от потребителя.

Обикновено говорим за манипулация, когато тя се извършва от работещия с храната, но по същия начин действията, при които се обработва месото, независимо дали е варено, мляно или пълнено, също са манипулации.

Добрите практики за обработка са всички онези действия и решения, които се вземат по време на обработката на храните и които имат положителен ефект върху поддържането на храните в здравословни условия. Тези действия трябва да бъдат запазени и насърчавани. Заедно те съставляват наръчника за добри практики за обработка на храни. Те включват всички онези практики, които по превантивен начин намаляват риска за здравето, като например замърсяване с микроби и вредни вещества.

Хигиената на храните е съвкупност от мерки, необходими за осигуряване на безопасността и здравословността на хранителните продукти. Тези мерки обхващат всички етапи на производството до момента на продажба на потребителя. Това означава, че хигиената трябва да ръководи всяка дейност, свързана с производството и продажбата на храни.





Трябва да се наложат адекватни мерки и ефективен контрол, за да се избегне заразяване.

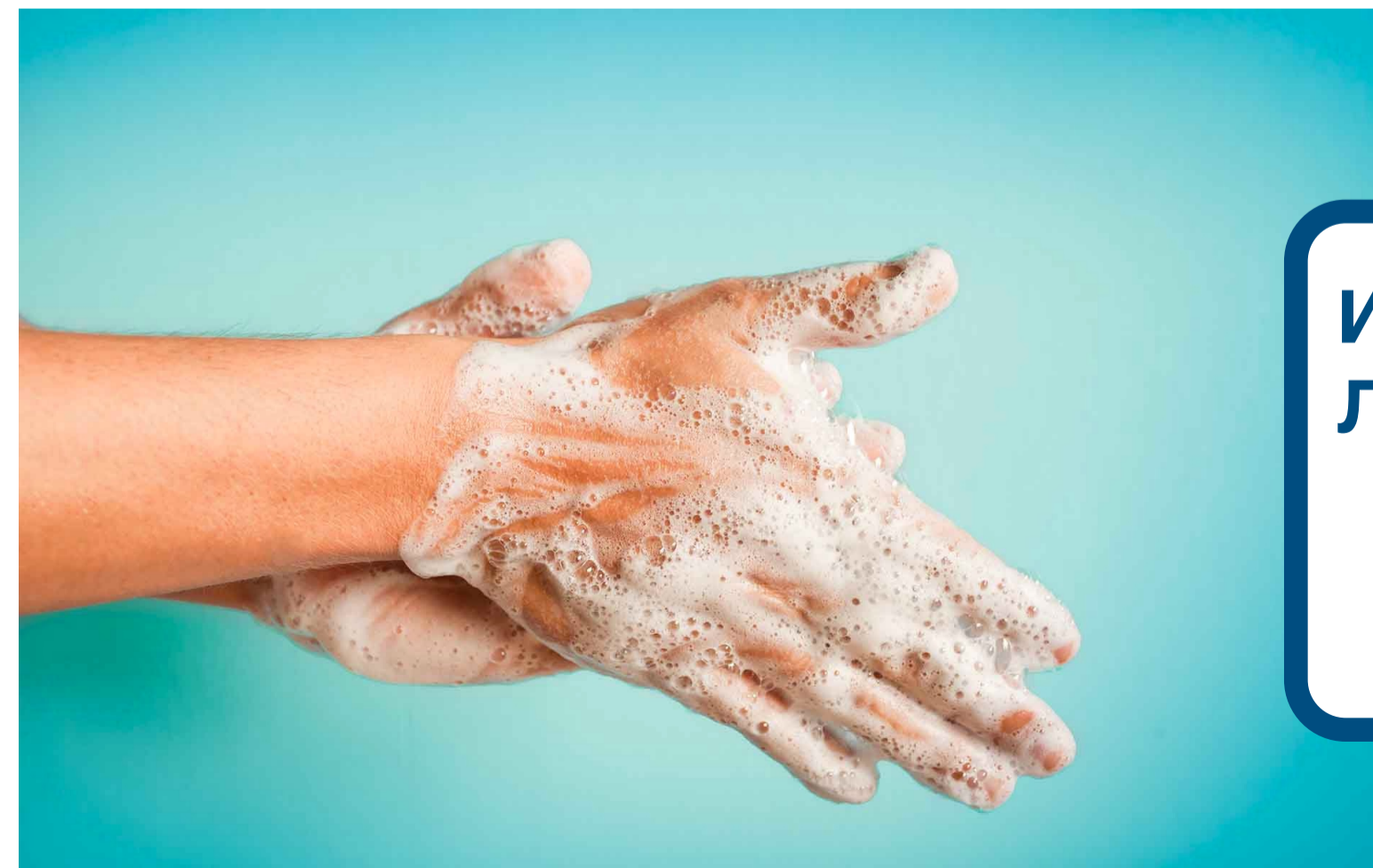
Ръце:

Те са основният агент и средство за предаване на бактерии, ръцете трябва да са възможно най-хигиенични по всяко време, а ноктите трябва да са къси, чисти и nelaкирани.

Източник на замърсяване.

Основното замърсяване на нашите ръце с патогенни микроорганизми се причинява основно от:

- Замърсяване с фекалии след използване на тоалетната или боклук. Освен това в дома трябва да се включи и замърсяването, получено при смяна на пелени или докосване на домашни любимци или техните изпражнения.
- Работа със сурови продукти, обикновено с висока степен на повърхностно замърсяване, като месо, птици, плодове и зеленчуци.
- Замърсяване при допир с предмети, които обикновено се използват от много хора, като телефон, пари, дръжки на врати, парапети....
- Замърсяване със секрети, отделяни при кихане или кашляне, или при докосване на различни замърсени части на тялото, като устата, носа или косата.



ИНТЕРЕСНИ [Как да миете ръцете?](#)
ЛИНКОВЕ



[Как да търкаме
ръцете си?](#)





Миенето на ръцете е просто действие, което обаче невинаги се извършва правилно. Правилата за лицата, работещи с храни, просто посочват, че трябва да се използва гореща вода и сапун или подходящ дезинфектант. Целта е да се елиминира преходната микробиота. Това до голяма степен зависи от индивидуалните характеристики на всеки човек. Има обаче едно място по ръцете, където се създават благоприятни за поддържането и развитието на микроорганизми условия на средата: около и под ноктите. Освен това при механичния акт на миене на ръцете няколко области често се измиват недостатъчно, като например междупръстните пространства и гърба на ръцете.

Измиването зависи и от вида на замърсяването или неговия произход. Ако замърсяването е значително, например след излизане от банята, процедурата за намаляване на замърсяването трябва да бъде по-агресивна, отколкото при други обстоятелства, и може да се извърши еднократно или двукратно почистване с четка за нокти. Използването на четка за нокти има важен механичен ефект за елиминирането на преходната микрофлора.

При всички обстоятелства е важно да се използва сапун, независимо дали има бактерицидно или небактерицидно действие. Ако миенето се извършва правилно, използването на сапуни с дезинфектанти няма да е необходимо, тъй като вследствие на механичното действие може да се постигне значително намаляване на патогенните микроорганизми.





Трябва да се наложат адекватни мерки и ефективен контрол, за да се избегне заразяване.

Коса: Лицето, което обработва храната, трябва да е с чиста коса в мрежа за коса или покривало за глава, за да се избегне замърсяване на храната с коса или пърхот, тъй като косата се обновява непрекъснато и събира замърсявания от околната среда. Препоръчително е също така да не се използват фиби за коса за придържане на шапки или мрежи за коса, тъй като те могат да попаднат в храната и да причинят физическото ѝ замърсяване.

Очи, нос и уста: Микроорганизмът *Staphylococcus aureus* причинява хранителни отравяния и се намира в носа и устата на около 50% от населението. Тези микроорганизми се разпространяват лесно чрез говорене, кашляне или кихане, така че това поведение трябва да се избягва при работа с храна.

Тяло: Лицата, които обработват храната, не трябва да са с небрежна коса, небрежна брада или да не поддържат лична чистота. Препоръчително е да се къпят ежедневно и да поддържат кожата си възможно най-чиста, за да избегнат наличието на нокти и всякакъв вид инфекции, които могат да бъдат опасни за храната и за потребителя.

Облекло: Работното облекло е само за работа. Всеки ден трябва да са чисти и светли. В случай на използване на специфично облекло, като престилки, защитни системи, като мрежести ръкавици или протектори за предмишници, те трябва да се перат толкова пъти, колкото е необходимо, на предвидените за целта места, като кабинни или душеве за тази цел.

- Работното облекло трябва да се оставя единствено в гардеробите, които ще бъдат разделени на две части, за да не се смесва с уличното облекло.
- Ако е възможно, дрехите не трябва да имат външни джобове, а при закопчаването трябва да се избягва използването на копчета.
- Използваните за работа ботуши трябва да се перат извън работните помещения. За тази цел ще бъде определено място, по възможност с машини за миене на обувки.





Използването на гумени ръкавици при работа с храни не е препоръчително, тъй като бактериите могат да се настанят във вътрешността на ръкавиците. При някои обстоятелства могат да се използват ръкавици за еднократна употреба, но те трябва да се изхвърлят веднага след употреба.

Порязвания и рани: Раните или порязванията на кожата са идеална среда за развитие на бактерии, така че е необходимо да се поддържат покрити с подходящи превръзки (марли, лепенки, ...), които от своя страна да са непромокаеми с помощта на ръкавици или напръстници и винаги чисти.

Бижута и лични предмети:

Препоръчително е да не носите бижута или лични предмети (часовници, пръстени, обеци), когато обработвате храна, тъй като освен че са място, където се натрупва мръсотия, те могат да предизвикат проблеми с физическо замърсяване, ако се отделят от храната.

Ето защо работещият с храни е от ключово значение за поддържането на правилна хигиена и допринася с навиците си за пускането на пазара на безопасни, безвредни и качествени храни. Най-важните навици, които той трябва да спазва, са:

- Поддържайте работното си място, инструментите и оборудването си чисти и подредени.
- Ако страдате от някакво заболяване (повръщане, диария, настинка), трябва да уведомите ръководителя си.
- Поддържайте подходяща лична хигиена.
- Спазвайте правилата за хигиена по отношение на облеклото и личната чистота.
- Избягвайте навици, които могат да доведат до замърсяване на храната. Поради това не трябва да кашлят или кихат, да говорят, да се хранят, да дъвчат дъвка, да пушат, да си чешат косата или носа, да носят бижута или кремове, които могат да предадат мирис или вкус на храната.





3. Хигиенно-санитарни изисквания към помещенията

3.1. В съответствие с Регламент № 852/2004 на Европейския парламент и на Съвета:

Помещенията, предназначени за хранителни продукти, трябва да се поддържат чисти и в добро състояние.

1. Разположението, дизайнът, конструкцията, местоположението и размерът на помещенията за храни трябва да:
2. Да позволяват адекватна поддръжка, почистване и/или дезинфекция, да предотвратяват или свеждат до минимум замърсяването на въздуха и да осигуряват достатъчно работно пространство, за да позволят хигиенично изпълнение на всички операции.
 - a) Предотвратяване на натрупването на мръсотия, контакта с токсични материали, отлагането на частици върху хранителните продукти и образуването на конденз или нежелани плесени по повърхностите.
 - b) да позволяват добри практики за хигиена на храните, включително защита от замърсяване, особено контрол на вредителите.
 - c) когато е необходимо, да се осигурят подходящи условия за обработка и съхранение с контролирана температура и достатъчен капацитет, за да се позволи поддържането на подходяща температура на хранителните продукти, която може да се проверява и, ако е необходимо, да се записва.

ИНТЕРЕСНИ ЛИНКОВЕ



[Регламент № 852/2004 на
Европейския парламент](#)





3. Трябва да има достатъчен брой тоалетни за промиване, свързани с ефективна дренажна система. Тоалетните не трябва да се свързват директно с помещенията, в които се обработват хранителни продукти.
4. Трябва да има достатъчен брой умивалници, разположени на подходящо място и предназначени за почистване на ръцете. Мивките за миене на ръцете трябва да бъдат снабдени с топла и студена течаща вода, както и с хигиенно оборудване за почистване и подсушаване на ръцете. Когато е необходимо, съоръженията за измиване на хранителни продукти трябва да бъдат отделени от тези за измиване на ръцете.
5. Следва да се осигурят подходящи и достатъчни средства за механична или естествена вентилация. Трябва да се избягва механичното течение от замърсените зони към чистите зони. Вентилационните системи следва да бъдат конструирани така, че филтрите и другите части, които трябва да се почистват или подменят, да са лесно достъпни.
6. Всички тоалетни трябва да имат достатъчна естествена или механична вентилация.
7. Помещенията за храни трябва да имат достатъчно естествена или изкуствена светлина.
8. Системите за отвеждане на отпадъчни води трябва да са достатъчни за постигане на предвидената цел и да са проектирани и изградени така, че да се избегне всякакъв риск от замърсяване. Когато каналите за оттичане са напълно или частично отворени, те трябва да бъдат проектирани така, че да гарантират, че отпадъците няма да преминават от замърсена зона към чиста зона, по-специално към зона, в която се обработват хранителни продукти, които могат да представляват висок риск за крайния потребител.
9. Когато е необходимо, следва да се осигурят подходящи помещения за преобличане на персонала.
10. Продуктите за почистване и дезинфекция не трябва да се съхраняват в зони, където се работи с храни.



3.2. Специфични изисквания за помещения, в които се приготвят, обработват или преработват хранителни продукти (с изключение на столове и подвижни помещения).

1. Дизайнът и оформлението на помещенията, в които се приготвят, обработват или преработват храни (с изключение на столовете и подвижните помещения, но включително помещенията в транспортните средства), трябва да позволяват добри практики за хигиена на храните, включително защита от замърсяване между операциите и по време на тях. По-специално:

- a) Подовите повърхности трябва да се поддържат в добро състояние и да са лесни за почистване и дезинфекция. Това изисква използването на непропускливи, неабсорбиращи, миещи се и нетоксични материали, освен ако операторите на предприятия за храни не могат да убедят компетентния орган в годността на други използвани материали. Където е подходящо, подовете трябва да позволяват достатъчно оттичане.
- b) повърхностите на стените трябва да се поддържат в добро състояние и да са лесни за почистване и, когато е необходимо, за дезинфекция. Това изисква използването на непропускливи, неабсорбиращи, миещи се и нетоксични материали; повърхността им трябва да бъде гладка до височина, подходяща за извършваните операции.
- c) таваните (или, когато няма тавани, вътрешната повърхност на покрива), окачените тавани и другите окачени инсталации трябва да бъдат конструирани и обработени така, че да се предотврати натрупването на мръсотия и да се намали кондензацията, образуването на нежелани плесени и изхвърлянето на частици.
- d) Прозорците и другите отваряеми отвори трябва да бъдат конструирани така, че да не позволяват натрупването на мръсотия, а тези, които могат да се свързват с външната среда, трябва, когато е необходимо, да бъдат снабдени с мрежи против насекоми, които могат лесно да се свалят за почистване. Когато отварянето на прозорците може да доведе до замърсяване, те трябва да останат затворени с ключалка по време на производството.
- e) Вратите трябва да се почистват лесно и, ако е необходимо, да се дезинфекцират, като се изискват гладки, неабсорбиращи повърхности.
- f) повърхностите (включително оборудването) в зоните, където се работи с храни, и по-специално тези, които са в контакт с храни, трябва да се поддържат в добро състояние и да са лесни за почистване и, когато е необходимо, за дезинфекция, като се изискват гладки, миещи се, устойчиви





2. Когато е необходимо, се осигуряват подходящи съоръжения за почистване, дезинфекция и съхранение на оборудването и работните инструменти. Такива съоръжения трябва да бъдат изградени от устойчиви на корозия материали, да са лесни за почистване и да разполагат с достатъчно количество топла и студена вода.

3. Когато е необходимо, се осигуряват подходящи условия за измиване на хранителните продукти. Всички мивки или подобни съоръжения за измиване на хранителни продукти трябва да имат достатъчно количество топла и/или студена питейна вода и да се поддържат чисти, а когато е необходимо, да се дезинфекцират.

3.3. Изисквания за оборудване и съоръжения

Всички артикули, инсталации и оборудване в контакт с хранителни продукти:

- Трябва да се почистват старателно и, ако е необходимо, да се дезинфекцират. Почистването и дезинфекцията трябва да се извършват толкова често, колкото е необходимо, за да се избегне всякакъв риск от замърсяване.
- Конструкцията, съставът и състоянието на ремонта и поддръжката им трябва да свеждат до минимум риска от замърсяване и да позволяват цялостното им почистване и, ако е необходимо, дезинфекция.
- Инсталирането им трябва да позволява подходящо почистване на оборудването и околното пространство.

Ако е необходимо, оборудването следва да бъде оборудвано с всички подходящи контролни устройства, за да се осигури съответствие с целите на настоящия регламент.

**Знаете ли,
че...?**



Ако за предотвратяване на корозията на оборудването и контейнерите е необходимо да се използват химически добавки, това трябва да става в съответствие с добрата практика, за да се избегне предаването на токсични вещества, миризми и вкусове на храната.



3.4. Почистване и дезинфекция на съоръженията

Нека първо да определим някои понятия.

Почистване: Премахване на мръсотията и органичните остатъци с помощта на вода и почистващи препарати. По този начин се намаляват някои микроорганизми, но основно се отстраняват мазнините и видимите остатъци. Извършва се с помощта на детергенти, като при избора им е важно да се вземе предвид материалът на изделието или повърхността, която трябва да се почисти, и естеството на замърсяването, което трябва да се отстрани. Препоръчителната температура на водата е 40° C.

Освен това продуктите трябва да се съхраняват в оригинални затворени и добре етикетирани контейнери на изключителни места и далеч от местата за съхранение и обработка на продуктите.

Дезинфекция: Това се състои в премахване на бактериите, които не виждаме. Извършва се винаги след почистване. Трябва да се използват само надлежно разрешени дезинфектанти. След правилна дезинфекция повечето микроорганизми по повърхностите се елиминират, но не и техните устойчиви форми или спори. За тази цел се използват химически дезинфектанти, които имат смъртоносно действие върху микробите. Съществува широка гама от дезинфектанти и изборът им ще зависи от:

- Характеристики на материалите, които трябва да се дезинфекцират.
- Микроорганизми, които трябва да бъдат отстранени.
- Концентрация на дезинфектанта: добавянето на концентрация, по-висока от посочената в информационния лист на продукта, няма да доведе до по-голяма дезинфекция, а концентрация, по-ниска от препоръчаната, няма да унищожи всички микроби и може да доведе до появата на резистентност. За да се избегне последното, е препоръчително дезинфектантите да се редуват.
- Време на действие: от съществено значение е да се спазва посоченото в листа с технически данни.
- Температура на водата: ако се използват хлорирани съединения, препоръчителната температура е 10° C.
- pH на разтвора.





Премахване на мръсотията и органичните остатъци с помощта на вода и почистващи препарати. По този начин се намаляват някои микроорганизми, но основно се отстраняват мазнините и видимите остатъци. Извършва се с помощта на детергенти, като при избора им е важно да се вземе предвид материалът на изделието или повърхността, която трябва да се почисти, и естеството на замърсяването, което трябва да се отстрани. Препоръчителната температура на водата е 40° С.

Освен това продуктите трябва да се съхраняват в оригинални затворени и добре етикетирани контейнери на изключителни места и далеч от местата за съхранение и обработка на продуктите.

1. Предварително почистване: отстраняване на видимата мръсотия, остатъци от храна, отпадъци и мазнини; обикновено се извършва на сухо (с четки и лопати), за да не се разнася мръсотията; ако се извършва мокро почистване, е препоръчително да се използва студена вода.
2. Предварително измиване: водна проекция под ниско налягане за отстраняване на остатъците по оборудването; температурата на водата трябва да бъде по-висока от 35-40°С, за да се разтворят мазнините, и по-ниска от 60°С, за да се избегне коагулацията на протеините.
3. Почистване: състои се от прилагане на почистващ препарат за отстраняване на остатъците от замърсяване. Удобно е да се извърши допълнително механично действие, като например почистване с четка, за да се отстрани замърсяването.
4. Изплакване: представлява отстраняване на почистващия препарат и разтворените вещества с помощта на вода под налягане. Формата на водната струя и нейният наклон спрямо повърхността са важни, за да се постигне добър ефект, без да се изхвърлят остатъци в околната среда. Disinfection: apply the disinfectant according to the manufacturer's instructions.
5. Последно изплакване: то трябва да бъде обилно и с гореща или студена вода в зависимост от използвания дезинфектант (гореща, ако е хлорирано съединение).
6. Подсушаване: водата се отстранява чрез източване или използване на сух въздух или хигиенни кърпи. Много рискови микроорганизми са много чувствителни към условията на околната среда и се унищожават чрез изсушаване. Тази стъпка е важна, за да се избегне наличието на условия, които благоприятстват повторното замърсяване, а също и за да се избегне образуването на биофилми.





Програмите за почистване и дезинфекция трябва да гарантират дезинфекция на всички части на обекта (включително на оборудването за почистване).

Пригодността и ефективността на използваните продукти и на съответните програми следва да се наблюдават постоянно и ефективно и, когато е необходимо, да се документират.

Програмите следва да се изготвят в писмен вид, като при изготвянето им следва да се вземат предвид и съответно да се конкретизират:

- a) Продукт за обработка.
- b) Повърхности, елементи на оборудването, прибори и съоръжения, които трябва да се почистват.
- c) Метод на почистване.
- d) Температура, налягане и годност на водата.
- e) Познаване на критичните точки.
- f) Налични средства: персонал, график, системи, оборудване и др.
- g) Продукти, които трябва да се използват: форма на приложение, дозировка, време на действие и др.
- h) Честота.
- i) Важно е да разполагате с досие с листове с технически данни за продуктите.
- j) Записи или контролни листове за работата по почистване и дезинфекция.
- k) Използвана система за мониторинг: периодични проверки и, ако е възможно, използване на микробиологични тестове.



По време на етапите на хранителната верига се появяват много остатъци и отпадъчни продукти, които трябва да бъдат отстранени. Те могат да предизвикат неприятни миризми или да бъдат активен източник на микробно замърсяване на храните.

Отпадъците от хранителни продукти, негодните за консумация странични продукти и други остатъци следва да:

- да се отстранят възможно най-бързо от помещенията, в които се складира храната, за да се избегне натрупването им, като се отстранят по хигиеничен начин и без да се вреди на околната среда (разделяне на отпадъците в различните контейнери: използвани масла, хартия и картон, пластмаса и опаковки, стъкло и органични вещества).
- да се депонират в затварящи се контейнери. Тези контейнери трябва да са с подходяща конструкция, за да се предотврати достъпът на вредители до отпадъците, да са в добро състояние и да се почистват и дезинфекцират лесно.
- Трябва да се предвидят подходящи условия за тяхното съхранение и изхвърляне. Резервоарите за отпадъци следва да бъдат проектирани и третирани по такъв начин, че да могат да се поддържат чисти и свободни от животни и вредни организми.





Борба с вредителите

При обработката на храни наричаме вредители наличието на животни, които живеят в или върху храните и които в контакт с тях предизвикват промяна или замърсяване. Тези животни са деструктивни и причиняват здравни, икономически и трудови проблеми.

Основните вредители в хранително-вкусовата промишленост са:

- Гризачи: плъхове и мишки.
- Насекоми: хлебарки, мравки, мухи, оси, бръмбари, насекоми, акари.
- Птици.

Трябва да се прилага ефективна и постоянна програма за унищожаване на насекоми, птици, гризачи и други вредители. Съоръженията и околните райони трябва да се проверяват периодично, за да се гарантира, че няма зараза.





Трябва да създадем план за дезинфекция и унищожаване на плъхове, в който следните раздели са посочени в писмен вид:

- a) Площи, които трябва да бъдат третирани: (Посочете всяко едно от помещенията и площите).
- b) Обработки: (Посочете методологията).
 - Метод на приложение.
 - Възможни рискове от замърсяване на храните.
 - Възможни рискове за хората.
 - Мерки за безопасност, които трябва да се вземат по време на прилагането.
- c) Използвани продукти. Трябва да се посочи следното:
 - Полезност (инсектицид, дезинфектант, родентицид).
 - Търговско наименование.
 - Състав (активен материал на продуктите).
 - Производител и регистрационен номер.
 - Дозировка и период на безопасност.
 - Вреден агент, който трябва да бъде контролиран.
- d) Дата на начало и начало на кампанията.
- e) Данни на апликатора и код на картата.

Ако програмата за дезинфекция и унищожаване на плъхове се изпълнява от нашата компания, цялата горепосочена информация трябва да бъде записана в писмен вид.

**Знаете ли,
че...?**



Ако тази програма се изпълнява от оторизирана фирма, след всяко заявление фирмата издава сертификат за гаранция, в който се посочват и всички горепосочени данни.





В случай че някой от вредителите навлезе в околните обекти или зони, трябва да се предприемат мерки за унищожаването му. Мерките за контрол, включващи третиране с химически, физични или биологични агенти, трябва да се извършват само под пряк надзор на персонал, който има задълбочени познания за рисковете за здравето, свързани с използването на такива агенти, особено за рисковете, които могат да възникнат от остатъчни вещества, задържани в продукта.

Вредителите се контролират чрез:

- Приемане на превантивни физически мерки: те имат за цел да предотвратят проникването, разпространението и разпространението.
- Прилагане на методи за унищожаване на съществуващите вредители.
- Превантивни физически мерки:
- Уплътняване и херметизиране на отвори и кухини в конструкциите, специални грижи в асансьорните и товарните шахти, изолация на водопроводни и дренажни инсталации.
- Поставяне на защитни елементи на капаци на скари и канализационни шахти, мрежи на прозорци.
- Избягване на източници на привличане, избягване на натрупването на отпадъчни материали около кланицата.
- Подходящо съхранение, изолиране на продуктите от пода. Препоръчително е да се остави коридор около стените и да не се складират храни до тях.
- Поддържайте ясно разделение между чистите и мръсните зони.
- Чистота:
 - a) Закриване на отпадъците с контейнери с капаци и поставяне на отпадъците далеч от храната.
 - b) Хигиена на помещенията.





По отношение на дератизацията средствата за борба могат да бъдат:

- a) има ограничени и случайни резултати, така че използването му не се препоръчва. Те включват ултразвук, магнитни полета и др.
- b) Най-често използваните са растително лепило и капани.
- c) Те са най-използваните в индустрията. Те имат различни форми на представяне: прах, зърно, паста, блок и др. На плана трябва да се посочи къде са поставени и да се води отчет за характеристиките на продуктите, честотата на допълване, дали са били погълнати и т.н.

В програмата за борба с вредителите трябва да се посочи кой отговаря за поставянето на продуктите, как се използват и т.н. По отношение на дезинсекцията средствата за контрол могат да бъдат:

- a) най-разпространени са "светлинните капани", които се състоят от ултравиолетова светлина, която привлича насекомите към електрифицирана мрежа.
- b) това са инсектициди, които могат да действат чрез поглъщане, контакт или вдишване.

**Знаете ли,
че...?**



Разработването и изпълнението на конкретен план за третиране и превантивни химически мерки, както и използването на разрешени от закона продукти и контролът на резултатите и издаването на сертификат, трябва да бъдат извършени от специализирана и регистрирана фирма със съответното разрешение за извършване на дезинсекция и унищожаване на пльхове.



Въпроси за самокоригиране

Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Колко вида храни има?

- a) 3
- b) Повече от 10
- c) 2
- d) Повече от 5

ВЪПРОС 2

Според естеството си замърсителите се класифицират на:

- a) Естествени агенти, физични и химични.
- b) Химични и физични.
- c) Естествени и химични агенти.
- d) Физични, химични и биологични агенти.

ВЪПРОС 3

Мерки, които могат да помогнат за предотвратяване на разпространението на микроорганизми в храната:

- a) Извадете компонента, пригответе и охладете и запазете.
- b) Почистване, изваждане на продукта, готвене, охлаждане и консервиране.
- c) Почистване, изваждане на продукта, готвене и охлаждане.
- d) Почистване, изваждане на продукта, охлаждане и консервиране.

ВЪПРОС 4

_____ е отстраняване на мръсотията и органичните остатъци с помощта на вода и почистващи препарати. По този начин се намаляват някои микроорганизми, но основно се отстраняват мазнините и видимите остатъци. Препоръчителната температура на водата е 40° C.

- a) Дезинфекция
- b) Физическа дезинфекция.
- c) Химическа дезинфекция.
- d) Почистване

ВЪПРОС 5

Основните вредители в хранително-вкусовата промишленост са:

- a) Гризачи, насекоми и птици..
- b) Гризачи, насекоми и влечуги.
- c) Насекоми и влечуги.
- d) Влечуги и гризачи.



УРОЦИ

1. Какво е предприемачество? Предприемачество в селската среда.
2. Как да започнете нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в семейната си единица.
3. Правни рамки и необходими стъпки.
4. Как да се осигури удовлетворение от местната храна.
5. Как да се гарантира и измерва качеството, стойността.
6. Как да се отговори на очакванията на туристите.
7. Храната, основата на гастрономията
8. Разходи и рискове. Как да направите добра себестойност на продукта.
9. Заключение



УРОК 8

Разходи и рискове. Как да направите добра себестойност на продукта.

В тази част ще разгледаме темата за грешките в предприемачеството и как да направим добра калкулация на себестойността на нашия продукт.

Трябва да сме реалисти, не можем да вярваме, че само защото сме създали бизнес, всичко ще се оправи за една нощ. Грешки съществуват и те са по-често срещани, отколкото си мислим, както в големите, така и в малките компании. Нека се запознаем с деветте най-често срещани грешки при стартирането на бизнес!

1. Не знаете как да изберете правилната корпоративна форма.
2. Мислите повече за финансиране, отколкото за приходи.
3. Забравяне на правните въпроси.
4. Започване без корпоративен договор.
5. Смесване на фактурирането с получаването на плащане.
6. Съсредоточаване само върху идеята.
7. Прекален оптимизъм.
8. Липса на бизнес модел.
9. Неправилно определяне на цената.



Не се притеснявайте, допускането на грешки е нормално, проблемът е, че не осъзнаваме, че ги допускаме!





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 8
Разходи и рискове.
Как да направите
добра себестойност
на продукта.

След като вече знаем какви са грешките, нека ги разделим:

Неправилна бизнес форма/правна организация..

По принцип започвате като самостоятелно заето лице и след това създавате дружество с ограничена отговорност. Това не е непременно най-добрият вариант, ако искате да защитите активите си като предприемач. Преценете всички форми на дружества и предимствата, налични във вашата страна.

Мислете за финанси, а не за доходи.

Финансирането е важна част, но още по-важно е да получавате приходи, което означава, че трябва да насочите вниманието си най-вече към клиентите си. Често срещана грешка е да прекарвате много време в търсене на допълнително финансиране, което може да не е необходимо, вместо да се съсредоточите върху бизнеса.

3. Забравяйки за правните проблеми.

Създаването на бизнес е свързано с много правни формалности и документи. Когато стартирате бизнес, не забравяйте за въпроси като патентите за търговски марки, защитата на данните или доставката на документи в изискваните срокове.

Въпрос: *Коя от всички грешки е най-сериозната за вас и коя смятате, че няма да допуснете?*





4. Стартиране без споразумение за партньорство.

Споразумението на съдружниците урежда отношенията между съдружниците и ги защитава в случай на бъдещи продажби или увеличения на капитала. Малко дружества го изготвят при учредяването си, а то е един от най-големите източници на конфликти в бъдеще.

5. Объркване на фактуриране с получаване на плащане.

Продажбата е добра, но не означава непременно, че бизнесът работи. За това трябва да ви се плаща с марж на печалбата.

6. Фокусиране само върху идеята.

Не забравяйте, че изпълнението е също толкова важно или дори по-важно, отколкото добрата идея или качеството на продукта. Желанието да предложите всичко перфектно е често срещана грешка.

**Знаете ли,
че...?**



Когато говорим за предприемачи, винаги се сещаме за млади хора. Това обаче не е така. Проучване в САЩ, проведено от Масачузетския технологичен институт (MIT), разкрива, че средната възраст на предприемача е 45 години.



7. Да бъдеш твърде оптимистичен.

Според проучване на CB Insights 29% от компаниите прекратяват дейността си, защото нямат пари. Една от причините за това е, че предприемачите са склонни да бъдат твърде оптимистични по отношение на прогнозите си за приходите, както и за разходите, които ще трябва да поемат. Не забравяйте да имате буфер за непредвидени събития.

8. Липса на бизнес модел

Според CBInsights 17% от неуспехите се дължат на пускане на продукт без добър бизнес модел или без развитие на първоначалния модел. Освен това 14% са прекратили дейността си, защото не са знаели как да изпълнят правилно маркетинговия си план, а други 10% - защото не са знаели как да управляват бизнеса.

9. Цената не е правилна.

Това е причината за закриването на 18 % от стартиращите предприятия - поради това, че са твърде скъпи или твърде евтини и едва покриват разходите.

Не забравяйте: Това са някои от най-често срещаните грешки. Никога не забравяйте да вземате решения с поглед към бъдещето, а ако допуснете грешка, винаги можете да размислите и да се поучите.

Всеки процес на учене включва допускане на грешки, а всяка грешка означава придобиване на опит.



Как да направите добра себестойност на продукта.

Контролът и доброто управление на суровините е основен аспект за получаване на печалба. Проследяването на продуктите, които ще използваме за приготвянето на дадена рецепта, ще ни улесни при изчисляването на разходите.

За да получим цената, ще използваме инструмент, който ни помага да определим общите разходи за дадено ястие или продукт чрез суровините, участващи в приготвянето му. Това е основен и съществен аспект в управлението на хотелиерството, кетъринга и кухнята, с помощта на който контролираме каква цена да поставим на ястията си, за да ги направим печеливши, както и да контролираме и оптимизираме разходите си. С по-прости думи, това е да дадем реална цена на ястието или продукта според работата, която ни коства, и качеството на суровината.

Какво трябва да бъде отразено в разбивката на разходите?



- Съставки: Пълен списък на съставките, използвани за производството на продукта.
- Закупена единица: Това е мерната единица, в която съставките са закупени от вашите доставчици. Тя може да бъде от грамове до килограми, милилитри, литри и т.н.
- Разходи за единица покупка: Цената за единица мярка, посочена във фактурата на доставчика.
- Добив: Добивът се изразява в проценти и представлява количеството, което остава след отрязване и почистване. Например полезното тегло на парче месо с тегло 1 000 г след разфасоване и почистване може да бъде 700 г (70% добив).
- Действителни разходи за единица мярка: Разходите след изчисляване на добива.
- Размер на порцията: Колко от всяка съставка влиза във всяка порция.
- Цена на порцията: Цената на порцията от съответната съставка, изчислена по следната формула: Размерът на порцията x действителната цена за единица продукт





Това е отправна точка за изчисляване на цената на даден продукт. Изчисляването на продажните цени на ястията и продуктите е ключът към рентабилността на бизнеса. И това не е само въпрос на познаване на всички разходи, а и на въпроси, свързани с бизнес стратегията, позиционирането и приемането на пазара.

Преди да пристъпите към изчисляване на цените на вашия продукт, е важно да сте наясно с някои основни понятия. Сред тях и от гледна точка на бизнес стратегията би било препоръчително да знаете общия си марж на печалба, т.е. това, което ви остава, след като са платени всички бизнес разходи. най-ясният начин да изчислите този процент е да разделите разходите на три големи категории: суровини, разходи за труд и разходи за помещения.

Знаете ли,
че...?



Въпреки че използването на крайни цени от 9 USD е широко разпространено сред търговците на дребно в САЩ, има малко доказателства за тяхната ефективност. В тази статия представяме серия от три полеви проучвания, при които крайните цени са експериментално манипулирани. Данните водят до два извода. Първо, използването на крайни цени от 9 USD увеличи търсенето и при трите експеримента. Второ, увеличението на търсенето е по-силно за нови стоки, отколкото за стоки, които търговецът на дребно е продавал през предходните години. Съществуват и някои доказателства, че крайните цени от 9 USD са по-малко ефективни, когато търговците на дребно използват сигналите "Разпродажба". Взети заедно, тези резултати предполагат, че крайните цени от 9 USD могат да бъдат по-ефективни, когато клиентите имат ограничена информация, което на свой ред може да помогне да се обясни защо търговците на дребно не използват крайни цени от 9 USD за всеки артикул.

Anderson, E.T., Simester, D.I. Effects of \$9 Price Endings on Retail Sales (Ефекти от прекратяването на цените на 9 долара върху продажбите на дребно): Доказателства от полеви експерименти. Quantitative Marketing and Economics 1, 93–110 (2003).



FLAVOURS
of EUROPE

Урок 8
Разходи и рискове.
Как да направите
добра себестойност
на продукта.

Общият консенсус в бранша е, че тези разходи се разделят по следния начин:

- Суровини: около 30%, но никога повече от 35%.
- Разходи за труд: около 35%.
- Разходи за обитаване: които включват застраховки, данъци и разрешителни, плюс ипотека или наем, доставка на енергия и почистване на помещенията, които трябва да са около 20%.
- Ако се придържате към тези цифри, ще постигнете целеви марж на brutната печалба от около 15%.

Анализът на brutната печалба ще ви даде по-добра основа за бюджетирание на бизнеса, определяне на менюто и изчисляване на цените на продуктите.





Урок 8
Разходи и рискове.
Как да направите
добра себестойност
на продукта.

Като се започне от разбивката на разходите, има много методи за определяне на цената на даден продукт. Много от тези методи за ценообразуване се основават само на субективни критерии и са неподходящи и неефективни, тъй като не се фокусират върху реална информация за продуктите и техните реални разходи. Като цяло това са методи, които принадлежат на времето, когато инструментите за това са се отличавали с липсата си и са се основавали повече на сравнение с конкурентите или на установяване на това, което се е считало за разумни цени за клиентите.

Методът за изчисляване на продажната цена винаги трябва да се основава на обективни критерии, произтичащи от изчерпателен анализ на всички разходи, които ще направим с нашата дейност, на маржа на брутната печалба, който искаме да постигнем, и на направените пазарни проучвания.





FLAVOURS
of EUROPE

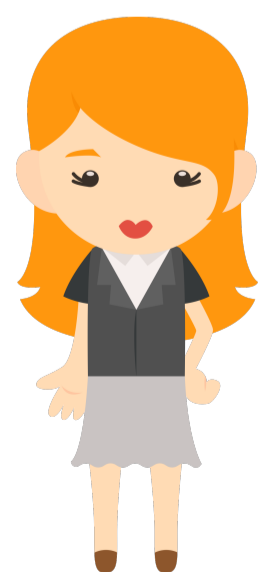
Урок 8
Разходи и рискове.
Как да направим
добро
остойностяване на
продукта

Цените, които определяме, трябва да са съобразени с качеството на преживяването, което предлагаме на клиента, и със средното ниво на разходите, които целевата група смята за подходящи за нашето предложение за стойност, в зависимост от нашето позициониране, местоположение и т.н. Те трябва да бъдат атрактивни цени за потребителя и печеливши за вашия бизнес.

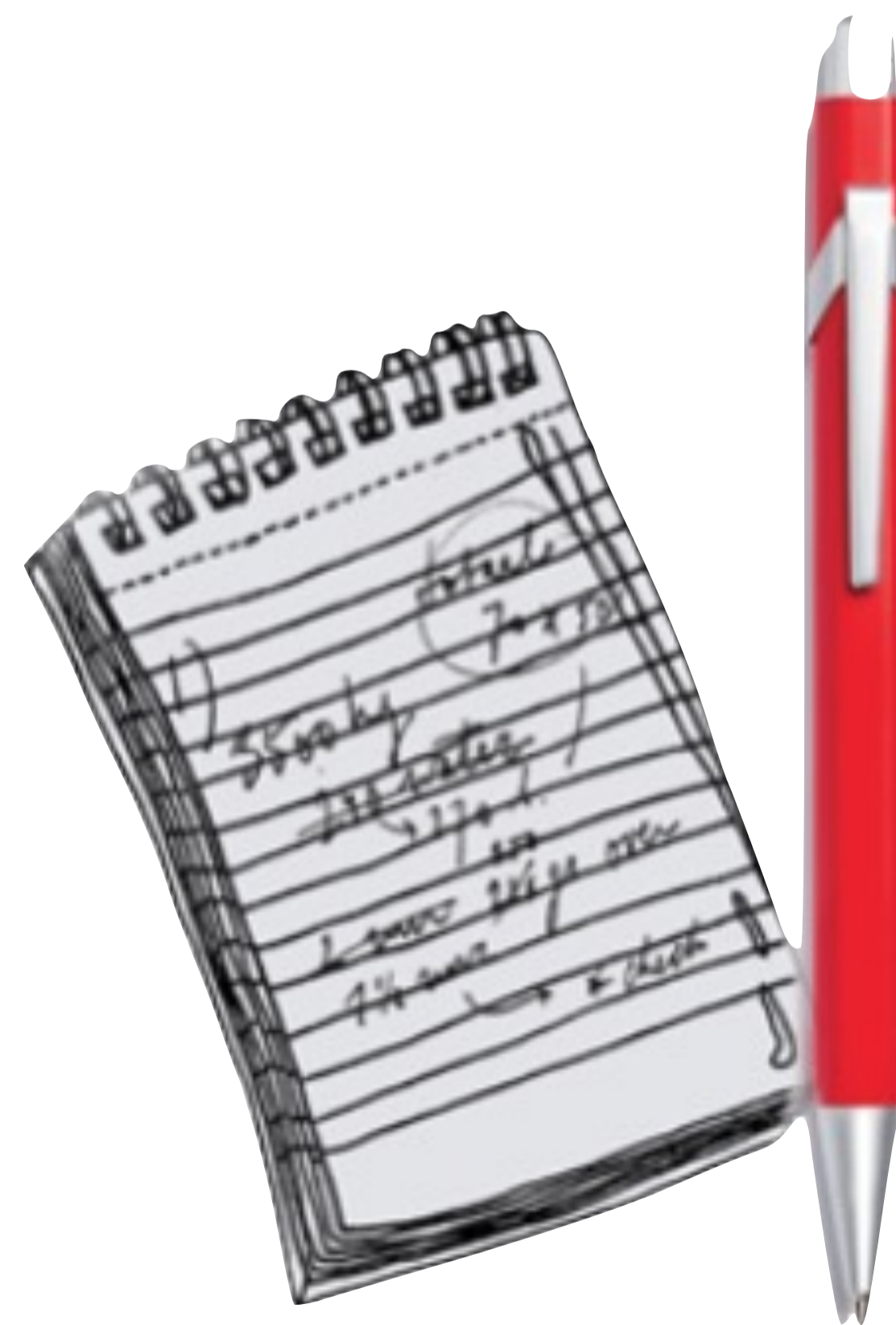
Приложими са различни обективни критерии и въпреки че нито един от тях не е 100% безпогрешен метод, ще можем да се доближим максимално до максималната възможна рентабилност.

Това са някои от основните от тях:

1. Методи за ценова премия.
2. Метод на пределната вноска.
3. Процент печалба върху метода на разходите за храна.



Понякога е много трудно да определим цената на продукта или услугата си, защото няма формула, която да ни каже колко точно трябва да струва. Това са някои инструменти, които могат да ви насочат, но не забравяйте, че вие и само вие знаете каква работа е необходима и каква цена трябва да определите.





1. Метод на ценова премия.

Те се основават на добавяне на ценова премия към стойността на продукта, без да се вземат предвид други променливи, като например разходите за труд или загубите. Това не е 100% надежден метод, тъй като при него се пренебрегва нещо, което е важно за вашата оценка, а именно какво са готови да платят вашите клиенти за предлаганите от вас ястия.

2. Метод на пределната вноска.

Този метод представлява разликата между продажната цена на продукта минус променливите разходи.

Фиксирани разходи: Това са разходи, които остават постоянни, независимо дали се произвежда повече или по-малко.

Променливи разходи: Те се променят в зависимост от обема на производството.

Печалба: Това е процентът, който искате да спечелите от инвестираните разходи (постоянни разходи + променливи разходи).

Пример: ако общата себестойност на даден продукт е 15 евро и той иска да спечели 20 % от тази себестойност, трябва да продаде ястието за 18 евро. тогава печалбата му ще бъде 3 евро.



3. Процент печалба върху метода на разходите за храна

Това е може би един от най-широко използваните методи и се изчислява на базата на реалната себестойност на нашите ястия, които сме направили преди това чрез разбивка на цените, като се изчислява процент на печалба между 30-35%. В този процент се включват разходите за разхищение, тъй като по време на приготвянето на ястията винаги ще има някакъв отпадък, който трябва да се вземе предвид, както и останалите постоянни или променливи разходи за нашата дейност (наем, електроенергия, вода и др.).

Изчисленията, които трябва да направим, се състоят в това да разделим себестойността на продукта на този процент и по този начин да получим цената на всеки от продуктите, които ще продаваме. Ако плащате 1 евро за нещо, в момента на продажбата трябва да вземете минимум 3,35 евро. Може да ви се струва, че таксувате много повече от необходимото, но не забравяйте, че плащате не само за суровината. Вие плащате и за цялата ѝ подготовка. Освен това трябва да имате достатъчно брутна печалба, за да платите за помещенията и другите разходи, където ще продавате продукта.

Тъй като това е един от най-често използваните методи, нека го приложим за пример с 250-грамов буркан мед и резултатите, които получихме при разбивката на цената му:

Реална цена на бурканче мед от 250 г: 3,10 €

Процентно увеличение: 35%

$3,10 / 0,35 = 8,85€$

Тази цена може да не ни се струва търговска и предпочитаме да я определим на 8,95 €. Маржът на брутна ви печалба за този артикул от менюто все още ще бъде в диапазона 30-35%, но цената е по-привлекателна.





Урок 8

Въпроси за самокоригиране

Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Какво трябва да бъде отразено в разбивката на разходите?

- a) Само съставките.
- b) Съставките, покупката на единица продукт, покупната цена на единица продукт, добивът, действителната цена на единица продукт, размерът на порцията и цената на порцията.
- c) Съставки, единична покупка, добив, действителна единична цена, размер на порцията и цена на порцията.
- d) Съставки и разходи за порция.

ВЪПРОС 2

- a) Това, което е наистина важно в нашия бизнес, е да продаваме, независимо от разходите или печалбите.
- b) Продажбата е от първостепенно значение, ето защо винаги трябва да добавяме отстъпка към цената.
- c) Трябва да определите добра продажна цена и да вземете предвид маржа на печалбата и разходите.
- d) Добър начин да продавате много е да увеличите цените и да придадете по-висока стойност на продукта си.

ВЪПРОС 3

Кое е по-важно идеята или изпълнението?

- a) Идеята.
- b) Изпълнението.
- c) И двете.
- d) Нито едно от двете.

ВЪПРОС 4

- a) Да се правят грешки е сериозно нещо. Не научавате нищо.
- b) Допускането на някои грешки е обичайно. Това е нормално, най-доброто нещо, което можете да направите, е да продължите напред.
- c) Правенето на грешки е нещо обичайно, но не трябва да бъдем небрежни, трябва да се учим от всяка грешка.
- d) Ако сме добре подготвени, няма да правим грешки.

УРОЦИ

1. Какво е предприемачество? Предприемачество в селската среда.
2. Как да започнете нов бизнес, като създадете местен гастрономически пункт в семейната си единица.
3. Правни рамки и необходими стъпки.
4. Как да се осигури удовлетворение от местната храна.
5. Как да се гарантира и измерва качеството, стойността.
6. Как да се отговори на очакванията на туристите.
7. Храната, основата на гастрономията
8. Разходи и рискове. Как да се направи добро остойностяване на продукта.
9. **Заклучение**



FLAVOURS
of EUROPE

***Добре дошли в това предприемаческо приключение!
В този първи наръчник ви запознахме с основите на следващата
ви дейност и с някои насоки, които трябва да имате предвид.
Китайската поговорка гласи, че "който не умее да се усмихва, не
бива да отваря магазин", така че в тези първи стъпки на вашия
бизнес сме се фокусирали върху обслужването на клиентите -
основна задача за вас.***

***От друга страна, по пътя си като предприемач ще се сблъскате с
правни аспекти, чието познаване сме се постарали да ви улесним.
Много е важно да се въоръжите с търпение и да не се страхувате
да предприемете първите стъпки.***

***Пътят към стартиране на бизнес, особено в селска среда, ще ви
донесе много удовлетворения; на първо място, ще трябва да
поемете собствените си отговорности, без други да ви ръководят,
и ще създадете добавена стойност във вашата общност.
Накратко, вие ще бъдете господар на собствената си съдба.***

