



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΕ

**ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ. ΣΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ
THE GREEK GASTRONOMY. QUALITY LABELS AND
EVALUATION OF NUTRITION UNITS**

ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΔΡΕΝΗΣ ΛΑΖΑΡΟΣ (526710)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΒΕΛΙΣΣΑΡΙΟΥ ΕΥΣΤΑΘΙΟΣ

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Προγράμματος Σπουδών Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ιστορία και η παράδοση, με αναρίθμητα γεγονότα, ήθη και έθιμα και μυθολογικές αναφορές σχετικά με το φαγητό ή το ποτό, προσφέρουν μια πλατφόρμα συναρπαστικών αφηγήσεων. Είτε αναφερόμαστε στην Ελλάδα είτε για οποιαδήποτε άλλη χώρα πάντα η εικόνα των ανθρώπων γύρω από ένα τραπέζι με εδέσματα προκαλεί αυτόματα γλυκείς συνειρμούς.

Η γαστρονομία αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο του καθημερινού πολιτισμού των ανθρώπων. Για να μπορούμε να ομιλούμε όμως για νόστιμο φαγητό θα πρέπει αυτό να είναι και ποιοτικό, ιδιαίτερα όταν αυτό καταναλώνεται ή «απολαμβάνεται» σε κάποια επισιτιστική επιχείρηση.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας και η χρήση της του διαδικτύου από την πλειοψηφία των καταναλωτών, ωθεί τις επισιτιστικές επιχειρήσεις στα πλαίσια του ανταγωνισμού να επιλέγουν μορφές διασφάλισης και προώθησης των προϊόντων τους όπως είναι τα σήματα ποιότητας.

Αυτή η «ώσμωση» εννοιών όπως "γαστρονομία", "ποιότητα", "ασφάλεια τροφίμων", "σήματα ποιότητας" και άλλες, είναι και η κεντρική ιδέα αυτής της εργασίας στην οποία μέσα από παρουσιάσεις και αναλύσεις όρων προσπαθεί να δώσει μια γενική εικόνα στον αναγνώστη του πως διαμορφώνεται στη σύγχρονη εποχή η κουλτούρα κατανάλωσης φαγητού εκτός της οικίας.

Λέξεις κλειδιά: γαστρονομία, ποιότητα, σήματα ποιότητας, επισιτιστικές επιχειρήσεις.

Abstract

History and tradition, with countless events, customs and mythological references to food or drink, offer a platform for fascinating narratives. Whether we are referring to Greece or any other country, the image of the people around a table with delicacies always automatically evokes sweet associations.

Gastronomy is an integral part of people's daily culture. But in order to be able to talk about delicious food, it must be of good quality, especially when it is consumed or "enjoyed" in a food business.

The evolution of technology and the use of the internet by the majority of consumers, pushes food companies in the competition to choose ways to promote their products such as quality brands.

This "osmosis" of concepts such as "gastronomy", "quality", "food safety", "quality marks" and others, is the central idea of this work in which through presentations and analysis of terms he tries to give a general picture to reader of how the food consumption culture outside the home is shaped in modern times.

Keywords: gastronomy, quality, quality signals, food businesses.

Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται την έννοια της γαστρονομίας, Ελληνικής και ορισμένων διεθνών με μεγάλη απήχηση στον υπόλοιπο κόσμο, σε συνδυασμό με αυτήν της ποιότητας. Με γνώμονα αυτές τις δύο έννοιες η εργασία απαρτίζεται από τρία μέρη με τα επί μέρους σε αυτά κεφάλαια.

Στο πρώτο μέρος αναλύεται η έννοια της γαστρονομίας και παρουσιάζονται η Ελληνική κουζίνα και ορισμένες άλλων χωρών. Γίνεται αναφορά στον ορισμό της γαστρονομίας και μετά από την ιστορική αναδρομή αυτής παρουσιάζεται η σχέση της με τις θρησκείες, τον τουρισμό αλλά και την μεσογειακή διατροφή. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τρεις από τις επικρατέστερες διεθνείς κουζίνες και η ελληνική.

Στο δεύτερο μέρος γίνεται ανάλυση της έννοιας της ποιότητας και ιδιαίτερα της ποιότητας στον χώρο της εστίασης. Μετά τους ορισμούς της ποιότητας και αυτής της ολικής ποιότητας αναλύονται οι λόγοι που την κάνουν σημαντική. Όσον αφορά τον χώρο της εστίασης τονίζονται οι ιδιαιτερότητες που υπάρχουν σε αυτόν και γίνεται αναφορά στο νομικό πλαίσιο της ασφάλειας των τροφίμων, τη νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στο τελευταίο κεφάλαιο αυτού του μέρους παρουσιάζονται τα σήματα ποιότητας των επισιτιστικών μονάδων.

Στο τρίτο μέρος παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα έρευνας που πραγματοποιήθηκε με τη μορφή ερωτηματολογίου με τίτλο «Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών στις επισιτιστικές επιχειρήσεις».

Ο τρόπος συλλογής των πληροφοριών έγινε μέσω, βιβλιογραφικής επισκόπησης σχετικών συγγραμμάτων και μέσω ανάλυσης περιεχομένου ιστοσελίδων που αφορούσαν τα θέματα που πραγματεύεται η παρούσα εργασία.

Ευχαριστώ τον καθηγητή μου κ. Ευστάθιο Βελισσαρίου για την καθοδήγησή του, την σύζυγό μου Κωνσταντινιά και τον γιό μου Κωνσταντίνο.

Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
Εισαγωγή	4
ΜΕΡΟΣ Α: ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΟΥΖΙΝΑ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ	8
1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ	8
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	8
1.3 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΙΑ	11
1.4 ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ.....	13
1.5 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ	15
1.6 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ	19
1.7 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΟΥΖΙΝΕΣ	24
2.1 ΔΙΕΘΝΕΙΣ.....	24
2.1.1 ΓΑΛΛΙΚΗ.....	24
2.1.2 ΙΤΑΛΙΚΗ	26
2.1.3 ΚΙΝΕΖΙΚΗ.....	29
2.2 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ.....	31
2.2.1 ΤΟΠΙΚΗ.....	32
2.2.2 ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑΚΗ ΚΑΙ ΑΓΙΟΡΕΙΤΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ	33
2.2.3 ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ	34
ΜΕΡΟΣ Β: ΣΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	36
3.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	36
3.2 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....	38
3.3 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	39
3.4 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ	43
4.1 ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ	43
4.2 ΔΙΕΘΝΕΣ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	45
4.2.1 CODEX ALIMENTARIUS.....	46
4.2.2 ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ 852/2004.....	46
4.2.3 ΓΕΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΈΝΩΣΗΣ	47

4.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΚΑΙ ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΛΕΓΧΟΥ (HACCP).....	48
4.4 ΣΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ	50
4.4.1 ΕΙΔΙΚΟ ΣΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ.....	50
4.4.2 ΣΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ MEDDIET.	52
4.4.3 ΣΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΕΡΚΥΡΑΪΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ.....	54
4.4.4 ΣΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ‘ΚΡΗΤΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ’	55
ΜΕΡΟΣ Γ: Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΙΣ	
ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΡΕΥΝΑ.....	56
5.1 ΣΚΟΠΟΣ- ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ- ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ , ΑΝΑΛΥΣΗΣ	
ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	56
5.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΤΕΛΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	69
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.....	71
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	71
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.....	76
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ	76
Βιβλιογραφία.....	86

ΜΕΡΟΣ Α: ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΟΥΖΙΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ

Η γαστρονομία προέρχεται από τις λέξεις γαστήρ (κοιλιά) + νόμος (νόμος). Ο όρος σημαίνει την τέχνη της ποιοτικής μαγειρικής όπου η επιλογή των υλικών γίνεται με απώτερο σκοπό τη δημιουργία γευστικού φαγητού το οποίο δεν ικανοποιεί απλώς την ανάγκη για τροφή αλλά συνδυάζει και την δημιουργία θετικών εντυπώσεων και συναισθημάτων σε αυτούς που τα καταναλώνουν. Με τον ελληνικό όρο γαστρονομία χαρακτηρίζεται σήμερα διεθνώς η τέχνη και η επιστήμη του απολαυστικού φαγητού με έμφαση στα εκλεκτά τρόφιμα και στις ιδιαίτερες γαστριμαργικές εμπειρίες. Σύμφωνα με τον ορισμό που έδωσε ο διάσημος Γάλλος γαστρονόμος του 18ου αιώνα Ζαν-Αντέλμ Μπριγιά-Σαβαρέν: "Γαστρονομία είναι η γνώση και η κατανόηση όλων όσων σχετίζονται με την διατροφή του ανθρώπου".

Η γαστρονομία αρκετές φορές συνδυάζεται, εσφαλμένα, με την κατανάλωση ακριβών εδεσμάτων. Η αντίληψη αυτή όμως δεν ισχύει διότι ένα γευστικό και ποιοτικό φαγητό μπορεί να παρασκευαστεί και σε μια παραδοσιακή ταβέρνα με προσιτό οικονομικά τιμοκατάλογο ή ακόμα και επιχειρήσεις που προσφέρουν fast food.

Γαστρονομία επίσης είναι η διακόσμηση του πιάτου, η αισθητική του χώρου στον οποίο προσφέρεται ένα έδεσμα ακόμη και η τελετουργία του σερβιρίσματος. Υπό το πρίσμα μιας αυστηρής προσέγγισης, η γαστρονομία περιλαμβάνει μια εκτεταμένη πειθαρχία που περιλαμβάνει όλα όσα εισέρχονται στα τρόφιμα, συμπεριλαμβανομένων όλων των πραγμάτων που τρώμε και πίνουμε.

Πραγματικά η γνώση αποτελεί μια από τις ρίζες της γαστρονομίας, τόσον όσον αφορά το που και πότε παράγεται η καλύτερη ποιότητα ενός τρόφιμου όσο και ως προς την ένταξη του στο ιστορικό, εθνικό, πολιτιστικό, πολιτικό και οικονομικό του πλαίσιο. Η ιστορία, η ανθρωπολογία, η κοινωνιολογία, η ψυχολογία, η φιλοσοφία, η χημεία, το design, η ιατρική, η οικολογία και η γεωργία συνεπικουρούν στην ολοκληρωμένη γαστρονομική γνώση (academyofgc., 2020).

1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η γαστρονομία αποτελεί μία έκφανση πολιτισμού. Δημιουργεί θα λέγαμε μία πρόσοδο, η οποία δεν φαίνεται εκ πρώτης όψεως ανάμεσα στις τροφές που αποτελούν ένα πιάτο. Αυτή η πρόσοδος "πιστώνεται" σε κάθε έναν από εμάς συμμετέχοντας κάθε μέρα στο παρελθόν και

επιπρόσθετα στο παρόν δια μέσου της έννοιας της υγείας στη σύγχρονη εποχή, δημιουργώντας έτσι μια «ανθρωπολογική κατάσταση» (Barthes, 1979).

Οι ρίζες του παρελθόντος για το οποίο γίνεται αναφορά στην άνωθεν παράγραφο είναι πολύ βαθιές και εκτείνονται χρονικά στην παλαιολιθική εποχή, μια εποχή για την οποία δεν μπορούμε να αναφερόμαστε με σύγχρονους όρους που αφορούν την γαστρονομία διότι η ανάγκη για εξεύρεση τροφής και η βρώση της εξυπηρετούσε απλά την επιβίωση. Για αυτό τον λόγο θα αναφερθούμε στην ουσία για τη διατροφή που αποτέλεσε τη βάση για την δημιουργία, με το πέρασμα χιλιάδων ετών, της γαστρονομίας με την σημερινή της μορφή. Πώς δηλαδή έγινε το πέρασμα από τον κυνηγό – συλλέκτη στους σημερινούς καταναλωτές που βλέπουν τα τρόφιμα ως κάτι περισσότερο από το καύσιμο για το σώμα τους.

Η διατροφή των προγόνων μας εξαρτιούνταν από το είδος του εδάφους και τις επικρατούσες κλιματολογικές συνθήκες. Η παλαιολιθική διατροφή είναι η δίαιτα που ακολουθούσαν οι πρόγονοί μας για πάνω από ένα εκατομμύριο χρόνια. Τι ακριβώς έτρωγαν οι πρόγονοί μας; Έτρωγαν περισσότερο κρέας ή φυτά; Υπάρχουν σήμερα πρωτόγονες φυλές που ακολουθούν μια διατροφή που μπορεί να προσομοιάζει με την παλαιολιθική και φαίνεται ότι ο παλαιολιθικός άνθρωπος, ανάλογα με το μήκος και το πλάτος του πλανήτη στο οποίο ζούσε, είχε πολύ διαφορετική διατροφή. Ακόμα και φυλές οι οποίες ζουν δίπλα η μία με την άλλη μπορεί να παρουσιάζουν μεγάλες διαφορές στη διατροφή τους.

Για παράδειγμα, η παραδοσιακή διατροφή σε δύο φυλές που ζουν στην Κένυα, στους Κικούγου και στους Μασάι, διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό. Οι Κικούγου είναι χορτοφάγοι ενώ οι Μασάι τρώνε κρέας και γάλα. Μια άλλη φυλή, οι Σαμπούρου, πίνουνε απίστευτες ποσότητες γάλακτος από βοοειδή, πρόβατα και κατσίκια που φτάνουν σε ποσότητα τα 5-7 λίτρα την ημέρα. Άρα η παλαιολιθική διατροφή δεν ήταν μια, αυτοί που ζούσαν στους πάγους έτρωγαν κυρίως ζωικά προϊόντα (μια ανάλυση στα οστά ανθρώπων του Νεάντερταλ έδειξε ότι τρέφονταν σαν την αρκτική αλεπού) ενώ αυτοί που ζούσαν στα τροπικά δάση έτρωγαν πολλά λαχανικά και φρούτα.

Η διατροφή των παλαιολιθικών ανθρώπων αποτελούνταν κυρίως από άπαχα κρέατα, ψάρια, όσπρια, σπόρους, ξηρούς καρπούς, εποχιακά φρούτα και λαχανικά. Και όλα αυτά ήταν φυσικά πάντα φρέσκα (healthyliving, 2012)

Με το πέρασμα των αιώνων, φτάνοντας χρονικά στην Αρχαία Ελλάδα και συγκεκριμένα στο 7000 π.Χ. παρατηρούμε ότι κάνουν την εμφάνιση τους νέα είδη τροφίμων και ανακαλύπτονται νέες μέθοδοι παρασκευής τους. Τα ψάρια, τα οστρακοειδή, το κριθάρι, το

σιτάρι αλλά και τα αγριόχορτα καταναλώνονται σε μεγάλες ποσότητες κατά την κλασική περίοδο. Το γεύμα εκείνην την περίοδο περιλάμβανε το ψωμί, την στερεή τροφή που το συνόδευε και το κρασί το οποίο εισήλθε στην ελληνική διατροφή την εποχή των πρώιμων νεολιθικών. Δεύτερη μεγάλη αλλαγή ήταν η καλλιέργεια και η χρήση της ελιάς

Στην ουσία η πρώτη γραπτή αναφορά στην γαστρονομία γίνεται από τον Συρακούσιο ποιητή και φιλόσοφο Αρχέστρατο. Το έργο του «Ηδυπάθεια» (μέσα του 4ου αι. π.Χ.), στο οποίο αναφέρονται οι εκλεκτότερες τροφές της εποχής του, οι τόποι παραγωγής τους και οι καλύτεροι τρόποι παρασκευής τους, έχει κορυφαία θέση μεταξύ των γαστρονομικών κειμένων της αρχαιότητας.

Οι Ρωμαίοι έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της γαστρονομίας. Ο Μάρκος Γάβιος Απίκιος κατέγραψε τις συνταγές και τις συνήθειες που επικρατούσαν την εποχή της Αυτοκρατορικής Ρώμης. Έζησε στη περίοδο της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας περί το 25 Π.Χ. Σε όλη του τη ζωή ασχολήθηκε αδιάκοπα με την μαγειρική, έδωσε το όνομά του σε πολλά γλυκά και σε παρασκευές ραγού. Δημιούργησε εξάισια πιάτα, αλλά ανακάλυψε και τη μέθοδο να διατηρεί τα λαχανικά φρέσκα και τα χρώματά τους ζωντανά. Στον Απίκιο αποδίδεται το βιβλίο συνταγών "de re coquinaria libri decem". Ο Απίκιος θεωρείται από πολλούς ο εφευρέτης της ομελέτας, της πάπιας με γογγύλια, της γλώσσας γκρατέν, της περίφημης ψαρόσουπας μπουγιαμπέσας καθώς και της διαδικασίας της μαρινάδας. Ένας παράγοντας που τον βοήθησε ήταν η ρωμαϊκή συνήθεια να φέρνουν πίσω τα τρόφιμα και τις διαδικασίες από τις κατακτημένες χώρες, προσθέτοντάς τους στα δικά τους μαγειρικά έθιμα.

Οι Ρωμαίοι είχαν επίσης γαστρονομικό αντίκτυπο στις κατακτημένες χώρες. Για παράδειγμα η Βρετανία όπου φρούτα και λαχανικά όπως μήλα, σκόρδο, κρεμμύδια, πράσα, λάχανα, μπιζέλια, σέλινο, γογγύλια, ραπάνια, σπαράγγια ή και ζώα όπως κουνέλια - ίσως και τα κοτόπουλα - εισήχθησαν από τους Ρωμαίους. Η γαστρονομία οφείλει την ανάπτυξή της και στο γεγονός ότι από την Ρωμαϊκή εποχή και μετά οι πολύ πλούσιοι ανταγωνίζονταν μεταξύ τους στο ποιος θα προσφέρει το καλύτερο πιάτο στους επισκέπτες του.

Το επόμενο σημαντικό στάδιο είναι η επιρροή που είχαν οι Πορτογάλοι εξερευνητές οι οποίοι έφερναν πίσω στην Ευρώπη άγνωστα τότε τρόφιμα από τις νέες περιοχές που ανακάλυπταν. Οι πατάτες, οι πιπεριές, οι ντομάτες είναι κάποια από αυτά τα οποία αποτελούν στη σύγχρονη εποχή βασικά συστατικά σε πολλές σύγχρονες ευρωπαϊκές δίαιτες.

Ένα άλλο στάδιο στην ανάπτυξη της γαστρονομίας, πιθανώς το πιο βασικό, ήταν η Γαλλική Επανάσταση. Ο θάνατος της αριστοκρατίας άφησε πολλούς εξειδικευμένους σεφ έξω

από την εργασία, με ελάχιστη προοπτική να βρουν ξανά ένα καλό νοικοκυριό για να εξασκήσουν την τέχνη τους. Η λύση για πολλούς από αυτούς ήταν να ανοίξουν τα πρώτα εστιατόρια. Με την έλευση αυτών των πρώιμων εστιατορίων δημιουργήθηκε και η έννοια του δείπνου.

Στις αρχές του 20ού αιώνα πλέον η γαστρονομία αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς αφού υπάρχει ένα ποσοστό ανθρώπων που ταξιδεύουν και δοκιμάζουν νέες γεύσεις και για όσους δεν έχουν αυτή τη δυνατότητα υπάρχουν τα περιοδικά, τα βιβλία ή ακόμα και ο κινηματογράφος. Η αυξανόμενη δημοτικότητα του τουρισμού τη δεκαετία του 1960 έδωσε τεράστια ώθηση καθώς οι τουρίστες από τον ανεπτυγμένο κόσμο ταξίδευαν, μάθαιναν και στη συνέχεια αναζητούσαν παρόμοιες γαστρονομικές εμπειρίες πίσω στις πατρίδες τους.

Στην εποχή μας πλέον η γαστρονομία είναι ζωντανό κομμάτι του πολιτισμού. Είναι συνυφασμένη με την ανακάλυψη, τη βαθιά ικανοποίηση της εμπειρίας και τη χαρά της γευσιγνωσίας. Δίνεται η δυνατότητα για τη βαθύτερη ουσία της γαστρονομικής δημιουργίας, την εκλεπτυσμένη απόλαυση, το στυλ και την αισθητική της κουζίνας.

Η γεύση ανήκει αναμφισβήτητα στο χώρο της δημιουργίας πλέον ως άλλη μια Καλή Τέχνη, διεγείρει και τις πέντε αισθήσεις μας είναι έκφραση, είναι εκλεπτυσμένη ψυχαγωγία. μια ευγενής πράξη αναζήτησης του γευστικού κάλλους.

1.3 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΙΑ

Αρκετές από τις διατροφικές προσταγές που υπάρχουν στα ιερά βιβλία των διαφόρων θρησκειών προτρέπουν τους πιστούς να απέχουν από συγκεκριμένες τροφές και να επιλέγουν κάποιες άλλες. Πίσω από αυτούς τους κανόνες κρύβονται ανησυχίες-φιλοσοφίες σχετικά με την υγεία και ευημερία των πιστών.

Στον Ορθόδοξο Χριστιανισμό η καθημερινή διατροφή χαρακτηρίζεται από όσπρια, λαχανικά, ψάρι και κρέας. Για την Θεία Κοινωνία χρησιμοποιείται ψωμί. Οι πιστοί νηστεύουν στις μεγάλες περιόδους νηστείας (Πάσχα, Χριστούγεννα, Δεκαπενταύγουστος), ενώ κάθε Τετάρτη και Παρασκευή δεν τρώνε ούτε λάδι. Κατή την περίοδο της νηστείας δεν επιτρέπεται η κατανάλωση κρέατος, γαλακτοκομικών προϊόντων ή ψαριού (εκτός της νηστείας των Χριστουγέννων). Η διατροφή αυτές τις περιόδους είναι χορτοφαγική ενώ παρατηρούνται διαφοροποιήσεις ανάλογα με την κουλτούρα και την εθνικότητα. Μετά τη Σαρακοστή, η Ανάσταση του Χριστού γιορτάζεται με ένα μεγάλο οικογενειακό γεύμα που περιλαμβάνει το σουβλιστό αρνί, την μαγειρίτσα, τα κόκκινα αυγά και το τσουρέκι.

Στο Καθολικό Χριστιανισμό, οι πιστοί απέχουν από την κατανάλωση κρέατος τις Παρασκευές κατά τη διάρκεια της Σαρακοστής και αποφεύγουν τα υγρά (εκτός από το νερό) και την τροφή μία ώρα πριν από την Θεία Κοινωνία. Για τους Καθολικούς οι πιο σημαντικές γιορτές είναι τα Χριστούγεννα και το Πάσχα. Στις γιορτές καταναλώνονται γλυκίσματα ανάλογα με την χώρα. Έτσι τα Χριστούγεννα οι Γάλλοι καταναλώνουν κέικ των Χριστουγέννων και οι Ιταλοί τα πανετόνε.

Οι Προτεστάντες διατηρούν τις νηστείες όπως και οι Καθολικοί, αλλά με ελαφρύτερο τρόπο καθώς νηστεύουν μόνο το Πάσχα. Υπάρχουν ελάχιστοι περιορισμοί στα τρόφιμα που απαγορεύονται και αυτοί συναντώνται μόνο κατά τη διάρκεια της νηστείας.

Στον Ιουδαϊσμό, οι Εβραίοι ακολουθούν διαιτητικούς κανόνες που απαγορεύουν ορισμένα είδη τροφίμων όπως το χοιρινό και τα οστρακοειδή. Τα τρόφιμα που επιτρέπονται ονομάζονται Kosher και περιλαμβάνουν το μοσχάρι, το αρνί, τα ψάρια (όχι όμως τα οστρακοειδή) και τα χορταρικά- λαχανικά. Δεν τρώνε γαλακτοκομικά προϊόντα και κρέας στο ίδιο γεύμα και για να αποφευχθεί η μεταξύ τους ανάμειξη τα βάζουν σε διαφορετικά πιάτα και σκεύη. Οι οκτώ ημέρες των διακοπών του Πάσχα για τους Εβραίους σηματοδοτούν την απελευθέρωση από την δουλεία στην αρχαία Αίγυπτο. Το αποκορύφωμα είναι ένα εορταστικό γεύμα το Seder που ξεκινά με μια αναπαράσταση της αναχώρησης των σκλάβων από την Αίγυπτο. Οι Εβραϊκές οικογένειες τρώνε τροφές που συμβολίζουν την ιστορία του Πάσχα, όπως άζυμο ψωμί και πικρά χόρτα.

Οι Μουσουλμάνοι μπορούν να καταναλώνουν μόνο τρόφιμα που είναι χαλάλ, δηλαδή νόμιμα όσον αφορά τον τρόπο παραγωγής και σφαγής. Σύμφωνα με το Κοράνι τα ζώα πρέπει να είναι καλά φροντισμένα και να αντιμετωπίζονται με σεβασμό. Η κατανάλωση κρέατος επιτρέπεται, αλλά το ζώο πρέπει να είναι σωστά σφαγμένο στο λαιμό με το αίμα στραγγισμένο. Τα τρόφιμα που απαγορεύονται να καταναλώνονται ονομάζονται χαράμ και σε αυτά περιλαμβάνεται το χοιρινό καθώς και κάθε ζώο που δεν σφάζεται για τρώσιμο. Κατά την διάρκεια του Ραμαζιανού (28-30 ημέρες), οι Μουσουλμάνοι νηστεύουν (περίπου για 12 ώρες), προσεύχονται και ενισχύονται οικογενειακοί και κοινωνικοί δεσμοί. Κάθε ημέρα της νηστείας οι πιστοί δεν τρώνε από το πρωί μέχρι το ηλιοβασίλεμα. Μετά το ηλιοβασίλεμά καταναλώνουν ένα γρήγορο γεύμα το λεγόμενο σουχού, ενώ λίγο πριν από την αυγή καταναλώνουν ένα ακόμη γρήγορο γεύμα το ιφτάρ.

Στον Ινδουισμό η αγελάδα αποτελεί ιερό ζώο και αποφεύγεται η κατανάλωση κρέατος γενικότερα. Επιτρέπεται μόνο το αρνί, το κοτόπουλο και το ψάρι. Οι συντηρητικοί Ινδουιστές

είναι φυτοφάγοι και αποφεύγουν την κατανάλωση γάλακτος, κρεμμυδιών, σκόρδου και αυγών ενώ οι ευσεβείς νηστεύουν σε ειδικές περιπτώσεις για να τιμήσουν τους Θεούς τους ή να μετανοήσουν. (Παπαγιαννάκη, 2014)

1.4 ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Στην εποχή μας οι κύριες τάσεις στη γαστρονομία είναι δύο: Από τη μία είναι η αγάπη για οποιοδήποτε αγνό, παραδοσιακό, τοπικό και μη επεξεργασμένο προϊόν και από την άλλη η ύπαρξη της σύγχρονης τεχνολογίας και των επιστημονικών εξελίξεων στην παρασκευή των εδεσμάτων. Η ανάπτυξη της παραγωγικότητας στη γεωργία και τις υπηρεσίες, οδήγησε στην αναβάθμιση της διατροφής ενώ η εμπορευματοποίηση και η παγκοσμιοποίηση εξασφάλισαν την ευρεία διαθεσιμότητα προϊόντων και γεύσεων. (Scholliers, 2009)

Η ανάπτυξη του διαδικτύου έχει οδηγήσει σε κάτι που δεν έχει προηγούμενο στον τομέα της γαστρονομίας. Ποτέ στην ιστορία της ανθρωπότητας δεν γράφτηκαν τόσες σελίδες σε περιοδικά και βιβλία για το φαγητό· δεν είδαμε ποτέ τόσες εικόνες στον κινηματογράφο και την τηλεόραση. Είναι πέραν πάσης αμφιβολίας σίγουρο ότι η γεύση σήμερα είναι μέγιστη μόδα. Θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι πλέον δεν τρώμε απλώς για να ζούμε. Η γεύση πέρα από το ότι είναι πολιτισμός, είναι σαφές πλέον ότι αποτελεί από τις πιο σημαντικές εκφάνσεις της σύγχρονης ζωής. Η φιλολογία της βρίσκεται σε κεντρικό σημείο ενδιαφέροντος. Όπως στα ρούχα, τη μουσική, το σινεμά και το θέατρο, στη γεύση αναπτύσσονται δυναμικά διαρκώς καινούριες τάσεις και η περιέργειά μας ξεφεύγει από τα μέχρι πρότινος κλασσικά και όταν λέμε γεύση εννοούμε τόσο την υψηλή γαστρονομία όσο και τις πιο προσγειωμένες γευστικές απολαύσεις. (Αντωνόπουλος, 2010)

Πλέον ο καταναλωτής και ο πελάτης ενδιαφέρονται για την καταγωγή των υλικών. Στη χώρα μας ενδιαφερόμαστε για το αν το κρέας και το γάλα είναι ελληνικά είτε ως πελάτες σε μία αγορά τροφίμων είτε ως πελάτες σε ένα εστιατόριο, όπου πολύ συχνά παρατηρείται το φαινόμενο στους καταλόγους των εστιατορίων να υπάρχει διευκρίνιση για σχεδόν όλα τα υλικά κάθε πιάτου. Βασικός λόγος για τον οποίο γίνεται αυτό, είναι το γεγονός ότι οι καταναλωτές θεωρούν ότι οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται από μικρούς ντόπιους παραγωγούς είναι πιο υγιεινές, υπάρχει και η έντονη ανησυχία για τις συνθήκες μεταφοράς και συντήρησης των εισηγμένων προϊόντων.

Νέα υλικά χρησιμοποιούνται για την παραγωγή των εδεσμάτων όπως για παράδειγμα η κινόα, το γκότζι μπερι και άλλες υπερτροφές. Πλέον τα smoothies παρασκευάζονται και από φρέσκα λαχανικά και φρούτα, γάλα αμυγδάλου και βρόμη. Ακόμη και τα πιο παρεξηγημένα

και παραγκωνισμένα λαχανικά όπως είναι το κουνουπίδι και οι μπάμιες, γίνονται γκουρμέ και περιλαμβάνονται στους καταλόγους των καλύτερων εστιατορίων, μαγειρεμένα με τους πιο ευφάνταστους τρόπους (σούπες βελουτέ, τηγανισμένα κ.ά.).

Τάσεις όπως η ωμοφαγία και η μακροβιοτική διατροφή κερδίζουν όλο και περισσότερους "πιστούς" ενώ η αποφυγή κατανάλωσης γλουτένης πέραν όσων έχουν δυσανεξία σε αυτή, είχε ως αποτέλεσμα αρκετές εταιρείες παραγωγής τροφίμων και εστιατόρια να προσπαθούν να προσφέρουν νόστιμες επιλογές gluten free. Το ίδιο ισχύει και για τον αποκλεισμό άλλων βλαβερών για την υγεία υλικών όπως είναι η ζάχαρη, οδηγώντας τα ζαχαροπλαστεία να ετοιμάζουν γλυκά και με στέβια.

Η τεχνολογία έχει μπει δυναμικά στη γαστρονομική εμπειρία. Πρώτα από όλα από τους θαμώνες των εστιατορίων, οι περισσότεροι από τους οποίους δεν διανοούνται πλέον να αρχίσουν να τρώνε το φαγητό τους προτού το φωτογραφίσουν για να το ανεβάσουν στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Χαρακτηριστική είναι μία έρευνα που δημοσιεύτηκε στο περιοδικό *New Yorker*, της οποίας τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι ιδιοκτήτες εστιατορίων στη Νέα Υόρκη παραπονούνται ότι εξυπηρετούν καθημερινά λιγότερους ανθρώπους από παλιά εξαιτίας των smartphones. Οι πελάτες τους σπαταλούν χρόνο στο να φωτογραφίζονται οι ίδιοι, να φωτογραφίζουν τα πιάτα τους και να ασχολούνται κυρίως με το να ζητήσουν τον κωδικό για το Wi-Fi παρά στο να παραγγείλουν. Έτσι, χρειάζονται πολύ περισσότερο χρόνο στο εστιατόριο, με αποτέλεσμα να μην αδειάζουν τα τραπέζια προκειμένου να έρθουν καινούργιοι. (Zurcher, 2014)

Στις τεχνικές που χρησιμοποιούνται στη σύγχρονη εποχή, συγκαταλέγεται η μοριακή κουζίνα η οποία δεν είναι εντελώς καινούργια, απλώς τα τελευταία χρόνια κάποιες από τις τεχνικές της χρησιμοποιούνται και από εστιατόρια που δεν είναι αμιγώς μοριακά. Έχει γίνει, δηλαδή, πιο συμβατική. Για παράδειγμα, μπορούμε να φάμε κάτι που μοιάζει με σύννεφο ή μαλλί της γριάς, αλλά έχει γεύση χωριάτικης σαλάτας ή παστίτσιο σε κυλινδρική μορφή. Τα πιάτα αφρίζουν, βγάζουν ατμό και όλα αυτά χάρη στην επιστήμη και την τεχνολογία.

Τεχνικές όπως το μαγείρεμα sous-vides (τοποθετείται το τρόφιμο σε πλαστική σακούλα -vacuum- και το όλον σε νερό που βράζει, ώστε να μαγειρεύεται σε πολύ χαμηλές θερμοκρασίες και να ψήνεται σωστά το εσωτερικό του τροφίμου χωρίς να καίγεται το εξωτερικό), η σφαιροποίηση (η χρήση πηκτικού παράγοντα -αλγινικό νάτριο- και ασβεστίου, για να μετατρέπονται τα τρόφιμά μας σε σφαίρες ώστε να «σκάνε» στο στόμα) και υλικά όπως το Άγαρ (φυσικό πηκτικό) συναντώνται σε όλο και περισσότερα εστιατόρια. Η τεχνολογία που

χρησιμοποιείται είναι εντυπωσιακή και έχει στόχο την ανάδειξη των γευστικών ιδιοτήτων όλων των τροφών και τον σωστό συνδυασμό τους. (Καρτζαγκούλη, 2016)

1.5 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Η υγεία του ατόμου είναι αποτέλεσμα των κληρονομικών του καταβολών, αλλά και των επιρροών που δέχεται από το περιβάλλον του. Ανάμεσα σε όλους τους περιβαλλοντικούς παράγοντες που επιδρούν στον οργανισμό μας (στους οποίους συμπεριλαμβάνεται το κάπνισμα, οι τοξίνες, η σωματική δραστηριότητα κ.α.), ο ρόλος της διατροφής είναι εξαιρετικά σημαντικός καθώς η έκθεση στα τρόφιμα είναι συνεχής σε όλη τη διάρκεια της ζωής μας. Έτσι, η διατροφή είναι ανάμεσα στους σημαντικότερους, αν όχι ο πιο σημαντικός, περιβαλλοντικός παράγοντας που επηρεάζει τον οργανισμό μας (Ordovas, 2004).

Μέχρι πολύ πρόσφατα στην ιστορία του ανθρώπινου είδους, οι διάφοροι πληθυσμοί ήταν εξαρτώμενοι των τροφίμων που ήταν διαθέσιμα στο άμεσο περιβάλλον τους, των τροφίμων δηλαδή των οποίων η καλλιέργεια ή η διαθεσιμότητα ευνοούνταν από τις κλιματικές και οικολογικές συνθήκες του κάθε τόπου. Έτσι, οι διάφοροι πληθυσμοί κατάφεραν να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν σε πολύ διαφορετικές μεταξύ τους κλιματικές και οικολογικές συνθήκες, οι οποίες οδήγησαν αντίστοιχα και στη διαμόρφωση διαφορετικών διαιτών και διατροφικών συνηθειών. Οι διάφορες δίαιτες αν και μπορούσαν να εξασφαλίσουν την καλή υγεία των ατόμων μέχρι την ηλικία της αναπαραγωγής, δεν συνδέονταν απαραίτητα με καλή υγεία και σε μεγαλύτερες ηλικίες, ή με τη μακροβιότητα. Έτσι τελικά, κατά της διάρκεια της ιστορίας του ανθρώπου στη γη, διάφοροι οικολογικοί, κοινωνικό-οικονομικοί και πολιτισμικοί παράγοντες συνετέλεσαν στη διαμόρφωση διαφορετικών συστημάτων διατροφής στις διάφορες περιοχές, με διαφορετικό όμως δυναμικό σε σχέση με την υγεία. (Willett, 2007)

Οι παραδοσιακές δίαιτες των λαών της Μεσογείου ήταν το αποτέλεσμα σημαντικών εξελίξεων που συνέβησαν σε διάστημα δύο χιλιετιών με βασικές επιρροές από τους Έλληνες, τους Άραβες, τους Ασιάτες και τους Αμερικανούς. (Padilla, 2001)

Περίπου 20 χώρες, αρκετά ετερογενείς μεταξύ τους μπορούν να χαρακτηριστούν ως Μεσογειακές, οι διατροφικές συνήθειες των οποίων ποικίλλουν λόγω θρησκευτικών, οικονομικών και πολιτισμικών ιδιαιτεροτήτων. Έτσι, ο όρος «Μεσογειακή διατροφή» είναι σε κάποιο βαθμό παραπλανητικός, αφού στην πραγματικότητα δεν υπάρχει μία, αλλά πολλές Μεσογειακές διατροφές. (agrocrete, 2020)

Ο όρος «Μεσογειακή διατροφή» με τον τρόπο που χρησιμοποιείται σήμερα, ουσιαστικά εισήχθη από τους επιστήμονες της διατροφής για να περιγράψει τη διατροφή της

Κρήτης, αλλά και τις διατροφές άλλων περιοχών της Μεσογείου οι οποίες παρουσίαζαν κοινά χαρακτηριστικά με αυτήν κατά τις δεκαετίες του 1950 και 1960, όταν είχαν πια ξεπεραστεί οι συνέπειες του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου, αλλά και πριν την άφιξη της κουλτούρας του γρήγορου φαγητού. (wikipedia, 2020). Επειδή το ελαιόλαδο ήταν η βασική πηγή λίπους στη διατροφή των Κρητικών, ο όρος «Μεσογειακή διατροφή» ουσιαστικά περιγράφει το διατροφικό πρότυπο εκείνο που επικρατούσε στις περιοχές της Μεσογείου στις οποίες καλλιεργούνταν παραδοσιακά τα ελαιόδεντρα (Sacks, Trichopoulou, Ferro-Luzzi, Helsing, & Trichopoulos, 1995)

Ο πρώτος που αναφέρθηκε στον όρο «μεσογειακή διατροφή», ήταν ο Αμερικανός φυσιολόγος Ancel Keys ο οποίος την όρισε στο διατροφικό πρότυπο που ακολουθούν οι λαοί της Μεσογείου και ως κύρια πηγή λίπους αποτελεί το ελαιόλαδο (Keys, 1997). Τα κύρια χαρακτηριστικά αυτής της διατροφής περιλαμβάνουν αναλογικά υψηλή κατανάλωση ελαιόλαδου, όσπρια, ανεπεξέργαστα δημητριακά, φρούτα και λαχανικά, μέτρια προς υψηλή κατανάλωση ψαριού, μέτρια κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων (κυρίως τυρί και γιαούρτι), μέτρια κατανάλωση κρασιού και χαμηλή κατανάλωση κρέατος. (Godman, 2013)

Ο όρος επικράτησε διεθνώς το 1993 στη Διεθνή Διάσκεψη για τις Μεσογειακές Διατροφές όπου αποφασίστηκε τι θα θεωρείται υγιεινή, παραδοσιακή Μεσογειακή διατροφή (Barringer, 2001) και το 1995 μια ομάδα επιστημόνων του Πανεπιστημίου Χάρβαρντ δημιούργησε την "Πυραμίδα της Μεσογειακής Διατροφής". (Mantzoros, 2009)

Στην κορυφή της πυραμίδας βρίσκονται τα τρόφιμα που θα πρέπει να καταναλώνονται αραιά και σε μικρές ποσότητες, αντίθετα στα χαμηλότερα στρώματα βρίσκονται οι τροφές που θα πρέπει να καταναλώνονται καθημερινά, σε σημαντικές ποσότητες και η σωματική άσκηση. (Bach-Faig, et al., 2011)

Με βάση την παραπάνω πυραμίδα προκύπτει ένα διαιτολόγιο σε καθημερινή, εβδομαδιαία και μηνιαία βάση ως εξής:

- Καθημερινή κατανάλωση τροφίμων.

Η βάση της πυραμίδας αποτελείται από τροφές όπως τα δημητριακά και τα προϊόντα τους (ψωμί, ζυμαρικά, ρύζι, κ.ά.) που πρέπει να καταναλώνονται σε καθημερινή βάση καθώς μας παρέχουν ενέργεια μέσω των υδατανθράκων που περιέχουν. Τα τρόφιμά αυτά είναι από την φύση τους χαμηλά σε λίπος. Όταν μάλιστα είναι ολικής αλέσεως τότε παρέχουν και αρκετές φυτικές ίνες, οι οποίες βοηθούν στην καλύτερη λειτουργία του εντέρου και στη μείωση

της χοληστερόλης. Τα επεξεργασμένα προϊόντα αρτοποιίας και τα μπισκότα πρέπει να καταναλώνονται με μέτρο. (Pérez & Ruiz , 2004)

Η ομάδα των φρούτων και των λαχανικών αποτελεί καλή πηγή αντιοξειδωτικών και άλλων βιταμινών (βιταμίνες A,C, βιταμίνες συμπλέγματος B, κ.λπ.), ανόργανων στοιχείων, άλλων αντιοξειδωτικών ουσιών μια φυτικών ινών. Η κατανάλωση φρούτων και λαχανικών δρα προστατευτικά όσον αφορά στον κίνδυνό εμφάνισης καρδιαγγειακών νοσημάτων και διαφόρων μορφών καρκίνου. Είναι πλούσια σε βιταμίνες B9, K, C και A και γενικότερα σε θρεπτικά συστατικά απαραίτητα για την υγεία. Περιέχουν μεγάλο ποσοστό υδατανθράκων, αντιοξειδωτικών και είναι πλούσια σε φυτικές ίνες. (Lanza, Forman, Beecher, Holden, & Mangels, 1993)

Το βασικό συστατικό της Μεσογειακής Διατροφής είναι το ελαιόλαδο. Πλήθος ερευνών έχουν δείξει ότι το ελαιόλαδο, που είναι πλούσιο σε μονοακόρεστα λιπαρά οξέα και σε αντιοξειδωτικές ουσίες, παρέχει προστασία κατά της στεφανιαίας νόσου και μειώνει τα επίπεδα της κακής χοληστερόλης (LDL) ενώ παράλληλα αυξάνει τα επίπεδα της καλής χοληστερόλης (HDL). Οι επιστημονικές ενδείξεις για τα οφέλη του ελαιόλαδου δεν περιορίζονται μόνο στα ανωτέρω. Μελέτες έχουν δείξει πως το ελαιόλαδο έχει προστατευτικό ρόλο απέναντι στον καρκίνο και σε καρδιαγγειακές ασθένειες. (Bulotta , et al., 2014)

Το ελαιόλαδο, όπως και όλα τα λίπη, μπορεί να οδηγήσει μαζί με άλλα τρόφιμα σε θετικό ισοζύγιο ενέργειας και επομένως να διευκολύνουν την αύξηση του σωματικού βάρους. Σημασία όμως κι εδώ έχει το ισοζύγιο ενέργειας και η αντίστοιχη σωματική δραστηριότητα.

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα, ιδιαίτερα το γάλα και το τυρί, συμβάλλουν ουσιαστικά στην πρόσληψη ασβεστίου, σεληνίου, ψευδαργύρου και βιταμίνης B. (Vissers , Streppel , Feskens, & de Groot , 2011). Το ασβέστιο είναι απαραίτητο όχι μόνο για το κτίσιμο γερών οστών κατά την διάρκεια της ανάπτυξης του σώματος, αλλά και διατήρηση της οστικής μάζας κατά την διάρκεια της ενήλικης ζωής. Επίσης μια διατροφή πλούσια σε ασβέστιο μειώνει τον κίνδυνο φθοράς των οστών στις μεγαλύτερες ηλικίες και κυρίως στις γυναίκες κατά την διάρκεια της εμμηνόπαυσης και μετά από αυτή. Η κατανάλωση χαμηλών σε λιπαρά γαλακτοκομικών προϊόντων μπορεί να έχει πλεονεκτήματα για την υγεία αφού τα τρόφιμα αυτά περιέχουν μεν τα ευεργετικά συστατικά των γαλακτοκομικών, αλλά παράλληλα έχουν χαμηλή περιεκτικότητα σε κορεσμένα λιπαρά (τα οποία έχουν συσχετισθεί με καρδιαγγειακά και άλλα νοσήματα).

- Εβδομαδιαία κατανάλωση τροφίμων.

Τα ψάρια και κυρίως τα λιπαρά, περιέχουν μεγάλες ποσότητες ω-3 πολυακόρεστων λιπαρών οξέων, τα οποία θεωρείται ότι μειώνουν σημαντικά την πιθανότητα εμφάνισης στεφανιαίας νόσου. Επιπλέον, περιέχουν πρωτεΐνες υψηλής βιολογικής αξίας και διάφορα ανόργανα στοιχεία. Επίσης η συχνή κατανάλωση ψαριού έχει ευεργετικές ιδιότητες και συμβάλει στην μείωση καρδιαγγειακού κινδύνου σε σχέση με άτομα που καταναλώνουν υψηλές ποσότητες κρέατος και άλλων προϊόντων ζωικής προέλευσης που είναι πλούσια σε κορεσμένα λιπαρά οξέα. (Harris, 2008)

Όσον αφορά τα πουλικά παρέχουν στον οργανισμό πρωτεΐνες υψηλής διατροφικής αξίας και σίδηρο, εύκολα αφομοιώσιμο από τον οργανισμό ενώ τα όσπρια, οι ξηροί καρποί και οι ελιές που αποτελούν μαζί μια ομάδα τροφίμων δίνουν ενέργεια, έχουν χαμηλά λιπαρά πολλές φυτικές ίνες, και είναι πολύ πλούσια σε πρωτεΐνες (χαμηλότερης όμως βιολογικής αξίας από αυτές του κρέατος και των γαλακτοκομικών) και σε σίδηρο (όχι όμως τόσο απορροφήσιμης μορφής όσο του κρέατος). (Polak , Phillips , & Campbell , 2015)

Οι ξηροί καρποί έχουν κατά κανόνα υψηλής περιεκτικότητα σε μονοακόρεστα λιπαρά οξέα, όπως και το ελαιόλαδο, και πολλές μελέτες έχουν δείξει ότι μειώνουν τα επίπεδα της χοληστερόλης. Περιέχουν σίδηρο, ψευδάργυρο, βιταμίνη E, φώσφορο, κάλιο, μαγνήσιο, φυτικές ίνες, μεταλλικά στοιχεία, τοκοφερόλες, φυτοστερόλες και φαινολικές ενώσεις. (Ros, 2010). Είναι πλούσιοι σε φυτικές ίνες αλλά πρέπει να αποφεύγεται η κατανάλωση τους σε μεγάλες ποσότητες γιατί περιέχουν πολλές θερμίδες.

Οι πατάτες παρέχουν ενέργεια και αποτελούν σχετικά καλή πηγή βιταμίνης C. Έχουν όμως υψηλό γλυκαιμικό δείκτη, αφού μετατρέπονται γρήγορα σε γλυκόζη, όπως και το λευκό ψωμί ή τα περισσότερα γλυκά και έτσι η μεγάλη κατανάλωση τους έχει συσχετιστεί θετικά με κίνδυνο ανάπτυξης διαβήτη τύπου 2 ενώ τα αυγά είναι τροφή πλούσια σε πρωτεΐνες υψηλής βιολογικής αξίας, βιταμίνες και ανόργανα στοιχεία.

- Μηνιαία κατανάλωση τροφίμων.

Το κρέας αποτελεί σημαντική πηγή πρωτεΐνης και λίπους. Σημαντικές ενδείξεις από επιδημιολογικές μελέτες δείχνουν ότι η κατανάλωση κρέατος, ιδιαίτερα του κόκκινου κρέατος συνδέεται με αυξημένους κινδύνους διαβήτη, καρδιαγγειακής νόσου και ορισμένων μορφών καρκίνου. (Pan , et al., 2012). Το κόκκινο κρέας δεν είναι μόνο το μοσχαρίσιο, αλλά και το χοιρινό, και των αμνοερίφιων. Τα συγκεκριμένα τρόφιμα περιέχουν πρωτεΐνες υψηλής διατροφικής αξίας, σίδηρο, πολύ καλά απορροφήσιμο από τον οργανισμό, ψευδάργυρο και

βιταμίνες. Περιέχουν όμως και κορεσμένα λιπαρά οξέα, τα οποία έχουν δυσμενείς επιδράσεις στην υγεία. Συνεπώς, η συχνότητα κατανάλωσης θα πρέπει να είναι περιορισμένη. (Πετρόπουλος, 2019)

1.6 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ

Το «Ελληνικό Πρωινό» είναι ένα εγχείρημα του Ελληνικού Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος να συνδέσει το γαστρονομικό πλούτο της χώρας μας με την εμπειρία του επισκέπτη των ξενοδοχείων. Σκοπός του είναι να προωθήσει τη γαστρονομική κληρονομιά του κάθε τόπου μέσα από ένα πρόγραμμα σχεδιασμένο να ξεχωρίσει προϊόντα και σπεσιαλιτέ από την κάθε περιοχή. Το Ε.Ξ.Ε. (Ελληνικό Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο) δημιούργησε ένα δομημένο πρόγραμμα το οποίο απαιτεί αυστηρή τήρηση συγκεκριμένων παραμέτρων από τα ξενοδοχεία-μέλη, ώστε να εξασφαλιστεί η ποιότητα και η αυθεντικότητα των προσφερόμενων προϊόντων και συνταγών. Όλα τα προϊόντα που διατίθενται στο «Ελληνικό Πρωινό», είτε μεμονωμένα είτε ως συστατικά των συνταγών του, βρίσκονται στην καρδιά της μεσογειακής διατροφής. Ψωμί, παξιμάδια, ελαιόλαδο και ελιές, γιαούρτι, μέλι και φρέσκα φρούτα αποτελούν ορισμένα από αυτά. (Το Ελληνικό Πρωινό, 2020)



Εικόνα: Λογότυπο Ελληνικού Πρωινού, πηγή <https://www.greekbreakfast.gr/elliniko-proino/>

Το Πρόγραμμα ξεκίνησε να υλοποιείται από το 2010 με πολλαπλή στόχευση:

- Να αναδείξει τον πλούτο και την ιδιαιτερότητα των τοπικών προϊόντων και της τοπικής κουζίνας, φέρνοντας κοντά ξενοδόχους και τοπικούς παραγωγούς.
- Να αποτελέσει το «Ελληνικό Πρωινό» κύριο στοιχείο της ταυτότητας του ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος και κατ' επέκταση εργαλείο προώθησης συνολικά του ελληνικού τουρισμού.
- Να προβάλλει με προωθητικές ενέργειες το «Ελληνικό Πρωινό» στην εσωτερική και στις διεθνείς τουριστικές αγορές.

- Να παραχωρεί προς χρήση διακριτό Σήμα «Ελληνικό Πρωινό» στα συμμετέχοντα στο πρόγραμμα ξενοδοχεία.

Υπηρετώντας τους παραπάνω στόχους το Ξ.Ε.Ε.:

- Δημιούργησε ειδικό διαδικτυακό ιστότοπο για το Πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό» στη διεύθυνση www.greekbreakfast.gr σε δύο γλώσσες, ο οποίος υποστηρίζεται σε καθημερινή βάση, περιλαμβάνοντας πλούσιο γαστρονομικό υλικό ανά περιοχή και προβάλλοντας τα καταλύματα που εντάσσονται στο Πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό».

- Διαμόρφωσε χαρτοφυλάκια τοπικών πρωινών σε περιφερειακό επίπεδο, συγκεντρώνοντας υλικά και άυλα αγαθά που χαρακτηρίζουν την εκάστοτε τοπική γαστρονομία.

- Συνάπτει Τοπικά Σύμφωνα Ελληνικού Πρωινού (ΤΣΕΠ) με τη συνεργασία των τοπικών φορέων και την ενεργό συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων.

- Πραγματοποιεί δράσεις διάχυσης του «Ελληνικό Πρωινό» σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, διοργανώνοντας ημερίδες, συμμετέχοντας σε εκθέσεις, συνέδρια γαστρονομίας.

Το Σήμα «Ελληνικό Πρωινό» χορηγείται από το Ξ.Ε.Ε. σε όλα τα τουριστικά καταλύματα κατόπιν σχετικής αιτήσεώς τους, εφόσον πληρούν τους παρακάτω όρους και προϋποθέσεις:

- Διαθέτουν Ειδικό Σήμα Λειτουργίας τουριστικού καταλύματος εν ισχύ και άδεια Καταστήματος Υγειονομικού Ενδιαφέροντος (ΚΥΕ) για την παροχή πρωινού ή αντίστοιχες γνωστοποιήσεις του Ν. 4442/2016(ΦΕΚ Α230).

- Ακολουθούν το εδεσματολόγιο, που ορίζεται για την περιοχή που είναι εγκατεστημένο το κατάλυμα. Το εν λόγω εδεσματολόγιο μπορεί να μεταβάλλεται με απόφαση του αρμόδιου οργάνου του Ξ.Ε.Ε. και τα συμμετέχοντα καταλύματα υποχρεούνται να συμμορφώνονται αναλόγως.

- Αναρτούν το Σήμα «Ελληνικό Πρωινό» σε εμφανές σημείο του χώρου, όπου προσφέρεται το πρωινό, στις ηλεκτρονικές ιστοσελίδες του καταλύματος με ενεργή σύνδεση στον ειδικό διαδικτυακό τόπο του Ξ.Ε.Ε. www.greekbreakfast.gr, καθώς και στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης που έχει παρουσία το κατάλυμα.

- Ακολουθούν το σύνολο των υποχρεώσεων σχετικά με τη σήμανση και παρουσίαση του «Ελληνικού Πρωινού» στο χώρο παροχής του, όπως αυτές αναφέρονται στο σχετικό Παράρτημα.

- Συμμορφώνονται προς τις υποδείξεις και παρατηρήσεις τόσο του αρμόδιου προσωπικού του Ξ.Ε.Ε., όσο και των εξουσιοδοτημένων από το Ξ.Ε.Ε. προς έλεγχο φορέων.
- Δέχονται τους αρχικούς και επιβεβαιωτικούς ελέγχους, που πραγματοποιούνται από φορείς που είναι εξουσιοδοτημένοι γι' αυτό το σκοπό από το Ξ.Ε.Ε.
- Φέρουν ευθύνη για όλα τα θέματα ασφαλείας τροφίμων σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία.
- Καταβάλλουν στο Ξ.Ε.Ε. το κόστος χρήσης του Σήματος «Ελληνικό Πρωινό» κατά την αρχική χορήγηση και την ανανέωσή του ανά διατία, το οποίο καθορίζεται με απόφαση του αρμόδιου οργάνου του, λαμβάνοντας υπόψη την ιδιότητα του μέλους ή μη μέλους του Ξ.Ε.Ε.
- Το σήμα χορηγείται για μια διατία. Μετά το πέρας της διάρκειας ισχύος του ανανεώνεται κατόπιν αιτήσεως της επιχείρησης ανά διατία. Σε περίπτωση που το χορηγηθέν σήμα έχει βαθμολογηθεί ως κριτήριο κατάταξης καταλύματος σε κατηγορία αστέρων ή κλειδιών, ανανεώνεται υποχρεωτικά πριν τη λήξη του, άλλως ανακαλείται από το Ξ.Ε.Ε. το πιστοποιητικό κατάταξης του καταλύματος εφόσον με την απώλεια του εν λόγω βαθμολογούμενου κριτηρίου μεταπίπτει το κατάλυμα σε χαμηλότερη κατηγορία αστέρων ή κλειδιών.

Τα βασικά προϊόντα που περιλαμβάνει είναι τα κάτωθι:

- Εθνικά: Ελληνικός καφές, αφέψημα ζεστό ή κρύο, φρέσκο ψωμί, παραδοσιακό αρτοσκεύασμα, παξιμάδια, μέλι, μαρμελάδα έξτρα, φρέσκο φρούτο εποχής, ελιές, ελαιόλαδο, γιαούρτι, φέτα.
- Τοπικά: Τυρί (τοπικό), αλλαντικό, παραδοσιακή πίτα, παραδοσιακό γλυκό, γλυκό κουταλιού, χαρακτηριστικό τοπικό έδεσμα, προϊόν.

Στην κατηγορία Εθνικά συγκαταλέγονται εδέσματα που είναι κοινά για όλη την ελληνική επικράτεια, ενώ στην κατηγορία Τοπικά συγκαταλέγονται εδέσματα που διαφοροποιούνται κατά περίπτωση ανάλογα με την περιοχή εγκατάστασης της επιχείρησης. (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.), 2018)

1.7 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού κατά την οποία ο επισκέπτης δεν γεύεται απλά τον συνδυασμό καλού φαγητού με καλό κρασί ή άλλα ποτά, αλλά γίνεται συμμετοχος σε μαθήματα μαγειρικής χαρακτηριστικών τοπικών προϊόντων

γαστρονομίας, επισκέπτεται τις τοπικές αγορές τροφίμων, τους χώρους παραγωγής τροφίμων ή ποτών (π.χ. σε οινοποιεία ή τυροκομεία). (ΣΕΤΕ, 2009)

Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού από την δεκαετία του 60 και έκτοτε σε συνδυασμό με το προφίλ των σύγχρονων τουριστών, που είναι πιο έμπειροι, πιο απαιτητικοί και διατεθειμένοι να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα (Μοίρα & Μυλωνόπουλος, 2014) έχουν δημιουργήσει μια διαφορετική μορφή εναλλακτικού τουρισμού στην οποία κυριαρχεί η κουλτούρα της τοπικής κουζίνας, χωρίς όμως να περιορίζεται μόνο σε αυτήν.

Η γαστρονομία πλέον διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία μιας ποιοτικής εμπειρίας για τους τουρίστες. Σύμφωνα με τους Amin & Thrift (Amin & Thrift, 2002) «ο αντίκτυπος της φαντασίας και της δημιουργικότητας, μετατρέπεται σε ένα σημαντικό κομμάτι της επιχειρηματικής δραστηριότητας ως προϊόν αρχικά και ως κέρδος μετέπειτα». Στα παραπάνω μπορεί να προστεθεί η έκθεση του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) για τον αντίκτυπο του πολιτισμού στον τουρισμό, στην οποία αναφέρεται μεταξύ άλλων στο γεγονός ότι η έμφαση στον άυλο πολιτισμό σηματοδοτεί ένα πλεονέκτημα στην ανταγωνιστικότητα προορισμού. (OECD, 2009)

Σύμφωνα με την άνωθεν μελέτη το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εξαρτάται περισσότερο από την ανάπτυξη πόρων (με άλλα λόγια τη δημιουργικότητα στη διαχείριση και την εμπορία του προορισμού). Επομένως, η ικανότητα ενός τουριστικού προορισμού να ανταγωνιστεί εξαρτάται από την ικανότητά του να μετασχηματίζεται και να δημιουργεί «περιουσιακά στοιχεία» με υψηλότερη αξία στο επίπεδο του συμβολισμού. Έτσι με αυτόν τον τρόπο οι οργανωτικές ικανότητες επιτρέπουν σε κάποιες περιοχές να κάνουν καλύτερη χρήση των κληρονομούμενων και δημιουργημένων περιουσιακών τους στοιχείων ώστε να γίνουν πιο ελκυστικές για τους τουρίστες.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της σύγκλισης πολιτισμού και τουρισμού αποτελεί το «σκανδιναβικό μοντέλο» ανάπτυξης της εμπειρίας σε χώρες όπως οι Δανία, η Φινλανδία, η Ισλανδία, η Νορβηγία και η Σουηδία, όπου πολλοί προορισμοί υιοθέτησαν πολιτικές που συνδυάζουν τον πολιτισμό, τον τουρισμό και τη δημιουργικότητα σε ένα συνολικό σύστημα της παραγωγής και κατανάλωσης της τουριστικής εμπειρίας. Όπως επισημαίνει η Cazzetta (Cazzetta, 2010), ο ορισμός των δημιουργικών βιομηχανιών στη σκανδιναβική περιοχή είναι πολύ ευρύς και περιλαμβάνει τον αθλητισμό, τον τουρισμό, τα παιχνίδια και τα θεματικά πάρκα, μέσα στην οικονομία της εμπειρίας. Αυτή η σύνθεση σήμαινε ότι δημιουργήθηκε μια νέα μορφή οικονομίας, μια οικονομία βασισμένη στην αυξανόμενη

ζήτηση για εμπειρίες που βασίζονται στην αξία που παράγει η δημιουργικότητα τόσο σε νέα όσο και σε πιο παραδοσιακά προϊόντα και υπηρεσίες (Danish Government , 2003)

Έτσι σύμφωνα με την E. Ljunggren, οι Σκανδιναβοί παραγωγοί τροφίμων βελτιώνουν πλέον τις υπηρεσίες τους κάνοντάς τες πιο συναρπαστικές για τις αισθήσεις των τουριστών.

Μέσω μιας προσέγγισης που βασίζεται στην εμπειρία, η σκανδιναβική κουζίνα αναθεωρείται ως «νέα σκανδιναβική τροφή». Ενώ το φαγητό από μόνο του είναι συνήθως δευτερεύον κίνητρο για ταξίδια, οι προσεκτικά επεξεργασμένες εμπειρίες γαστρονομίας , όπως οι γαστρονομικές εκδρομές και οι μαθήματα μαγειρικής, μπορεί να είναι ένα κύριο κίνητρο για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού (Ljunggren, 2010). Ένα ακόμη παράδειγμα ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού αποτελεί και η «Ιαπωνική εμπειρία» όπως αναφέρεται στην έρευνα που διεξήγαγε ο Ιαπωνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου (JETRO) η οποία δείχνει ότι η γαστρονομία είναι ένας από τους κυριότερους λόγους για τους ξένους τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα. (Japan External Trade Organization , 2020)

Επί πρόσθετα οι νέοι «γαστρονομικοί τουρίστες» ή «foodies», όπως εξηγεί ο Hall είναι πρόθυμοι να αναζητήσουν ξεχωριστές εμπειρίες φαγητού και να δοκιμάσουν νέες και ενδιαφέρουσες γαστρονομικές προσφορές. (Hall, 2005)

Ως εκ τούτου, τα τρόφιμα μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την ανάπτυξη τουριστικών εμπειριών με πολλούς τρόπους:

- Σύνδεση του πολιτισμού και του τουρισμού.

Η γαστρονομία αποτελεί συχνά μια πύλη στον τοπικό πολιτισμό και μπορούν να φέρουν μαζί τουρίστες και ντόπιους σε μια κοινή πολιτιστική εμπειρία. Τα τρόφιμα μπορούν να συνδεθούν με τα τοπικά έθιμα, τις παραδόσεις, τα τοπία και τα συστήματα παραγωγής έτσι ώστε να προσφέρουν αυθεντικές εμπειρίες για τους τουρίστες.

- Ανάπτυξη της γευστικής εμπειρίας.

Τα γεύματα αποτελούν κεντρικό μέρος της τουριστικής εμπειρίας και προσφέρουν ένα ιδανικό περιβάλλον για τη δημιουργία και τη διοργάνωση αξέχαστων εμπειριών.

- Παραγωγή χαρακτηριστικών γαστρονομικών εδεσμάτων.

Τα τρόφιμα μπορούν να καταστούν διακριτά στοιχεία της εικόνας του χώρου και να βοηθήσουν στη δημιουργία διακριτικού χαρακτήρα όπως για παράδειγμα σε μια πολυπληθή αγορά τροφίμων.

- Ανάπτυξη υποδομής ζωτικής σημασίας για την παραγωγή και κατανάλωση τροφίμων.

Υπάρχει μια αυξανόμενη κρίσιμη υποδομή γύρω από την παραγωγή, την προετοιμασία και την κατανάλωση τροφίμων. Σε αυτό περιλαμβάνονται οι παραγωγοί τροφίμων, οι σεφ, κριτικοί, δημοσιογράφοι, bloggers.

- Υποστήριξη της τοπικής κουλτούρας.

Οι γαστρονομικοί τουρίστες μπορούν να στηρίξουν άμεσα την τοπική πολιτιστική ανάπτυξη παρέχοντας το κεφάλαιο που είναι απαραίτητο για τη δημιουργία και τη διατήρηση της πολιτιστικής παραγωγής και κατανάλωσης.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα της σημασίας που έχει αποκτήσει πλέον η διατροφή και η γαστρονομία στις συνήθειες των τουριστών, είναι η Mc Donald's που έχει δημιουργήσει μενού με διαφορετικές γευστικές εμπειρίες ανάλογα με τον προορισμό δημιουργώντας ένα μείγμα τοπικών και παγκόσμιων επιρροών, καθώς οι τουρίστες θέλουν να απολαύσουν τη δική τους τοπική εμπειρία. (Mak, Lumbers, & Eves, 2012)

Έτσι η McDonald's έχει εισαγάγει «τοπικά» προϊόντα όπως το McKroket στις Κάτω Χώρες, το McKebab στην Ινδία, το Teriyaki Burger στην Ιαπωνία και το McRice Burger στο Χονγκ Κονγκ. Το τσάι αγγλικού τύπου έχει εξελιχθεί σε ένα νέο τοπικό στυλ ποτού, με το «τσάι γάλακτος» του Χονγκ Κονγκ να χρησιμοποιεί εβαπορέ γάλα αντί γάλακτος. Αυτά τα είδη των εδεσμάτων δεν επηρεάζουν μόνο την γαστρονομική προσφορά στον τουρισμό αλλά προσφέρουν έμμεσα ένα είδος «εντοπισμού» της τοπικής διατροφικής κουλτούρας και ταυτότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΟΥΖΙΝΕΣ

2.1 ΔΙΕΘΝΕΙΣ

2.1.1 ΓΑΛΛΙΚΗ

Η Γαλλική κουζίνα είναι μια από τις πιο αγαπημένες παγκοσμίως και σίγουρα αυτό δεν είναι τυχαίο. Έχει επηρεάσει την γαστρονομία παγκοσμίως και πολλά πιάτα της όπως το κρουασάν ή οι κρέπες είναι κομμάτι πλέον και της δικής μας διατροφής.

Η ιστορία της Γαλλικής κουζίνας ξεκινάει περίπου το 14ο αιώνα, αν και το αποκορύφωμα της ήταν κατά τη διάρκεια της βασιλείας του Λουδοβίκου XV. Τότε άρχισαν να γράφονται και τα πρώτα βιβλία μαγειρικής. Στην πορεία με τη γαλλική επανάσταση τόσο η

Η ελληνική γαστρονομία. Σήματα ποιότητας και αξιολόγησης επισιτιστικών μονάδων

γαλλική κουλτούρα, όσο και η γαστρονομία μεταδόθηκαν σε όλο τον κόσμο. Ήταν η εποχή που άνοιξαν τα πρώτα καλά εστιατόρια στο Παρίσι και η μαγειρική αναδείχθηκε σε τέχνη. Τότε γράφτηκε και ο περίφημος οδηγός “Le Guide Culinaire” από τον Auguste Escoffier που αποτελεί εγχειρίδιο προετοιμασίας φαγητών μέχρι και σήμερα.

Για τους Γάλλους αυτό που μετράει είναι η ποιότητα στο φαγητό και κυρίως το γαστρονομικό ταξίδι, για να το πούμε πιο ποιητικά. Βεβαίως, όπως σε κάθε χώρα, έτσι και στη Γαλλία, υπάρχουν τα τοπικά παραδοσιακά πιάτα. Για παράδειγμα στη Μασσαλία είναι η διάσημη μπουγιαμπέσα ενώ στη Λυών, τα πιάτα έχουν ως βάση το κρέας. Η Γαλλική κουζίνα διαθέτει τα πάντα από λαχανικά, φρούτα, κρέατα, πουλερικά, γαλοπούλα και ψάρι. Γενικά θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μια ιδιαίτερα λιπαρή κουζίνα εφόσον το βούτυρο, η μαγιονέζα και η κρέμα γάλακτος είναι βασικά υλικά σχεδόν σε όλα τα πιάτα. Ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της καθημερινότητας ξεκινάει από το πρωινό: Μια μπαγκέτα με μαρμελάδα ή ένα κρουασάν με τον καφέ θεωρείται “τελετουργικό”.

Κάποια χαρακτηριστικά πιάτα τους είναι:

- Κόκορας κρασάτος (Coq au Vin).

Αυτή ίσως είναι μία από τις πιο δημοφιλείς σπεσιαλιτέ της Γαλλίας στον κόσμο και ειδικά στην Αμερική όπου έγινε γνωστή μέσω του βιβλίου της μαγείρισσας Julia Child που έκανε γνωστή τη γαλλική κουζίνα στα αμερικανικά νοικοκυριά. Συνήθως φτιάχνεται με κόκορα, αλλά επειδή το κρέας του είναι πιο δύσκολο να βρεθεί στην αγορά, συχνά συναντάται και με κοτόπουλο. Το κρέας μαγειρεύεται μέσα σε κόκκινο κρασί, μαζί με βούτυρο, μπέικον και ζωμό κρέατος. (Child, 1983)

- Bœuf bourguignon.

Το bœuf bourguignon είναι μια παραδοσιακή συνταγή από την Βουργουνδία, στην κεντρική Γαλλία. Είναι ένα πιάτο που στον τρόπο παρασκευής του θυμίζει το κοκκινιστό. Είναι κρέας βοδινό ψημένο για ώρες σε χαμηλή φωτιά με πατάτες και καρότα σε σάλτσα η οποία έχει ως βάση κόκκινο κρασί από την Βουργουνδία.

- Croque monsieur / croque madame.

Πρόκειται για ένα πολύ απλό αλλά πολύ αγαπημένο και ελαφρύ πιάτο. Στην ουσία είναι μια μεγάλη φέτα μαύρου ψωμιού ψημένη στο φούρνο με μια φέτα ζαμπόν και μια φέτα κίτρινο τυρί. Το croque madame, είναι το ίδιο πιάτο αλλά με ένα αυγό μάτι επιπλέον από πάνω. Σερβίρεται με σαλάτα.

- Κρεμμυδόσουπα (Soupe à L'oignon).

Σερβίρεται ιδανικά σε φλιτζάνι ή σε πορσελάνινη κούπα και από πάνω τοποθετείται μια μεγάλη φέτα ψημένης μπαγκέτας, σκεπασμένη με λιωμένο τυρί.

- Ratatouille.

Ένα πάρα πολύ δημοφιλές πιάτο το οποίο έχει αρκετές ομοιότητες με το ελληνικό μπριάμ. Είναι ένα νόστιμο και εύκολο πιάτο που συνηθίζεται στα σπίτια κυρίως της Νότιας Γαλλίας. Για την Παρασκευή του απαιτείται ελαιόλαδο, φρέσκα μυρωδικά, αρκετό σκόρδο, κρεμμύδι, κολοκύθι, μελιτζάνα, πιπεριά και ντομάτα, όλα κομμένα σε μεγάλα κομμάτια και τοποθετημένα ανά στρώσεις. (hungrybeargreece.wordpress, 2018)

2.1.2 ΙΤΑΛΙΚΗ

Η Ιταλική κουζίνα έχει εξελιχθεί και αλλάξει περισσότερο από όλες μέσα στους αιώνες. Η Ιταλική κουζίνα έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα, αν και βασικός παράγοντας γι' αυτό που γνωρίζουμε σήμερα ήταν η επιρροή της από τους Άραβες, όταν εισέβαλαν στην Σικελία τον 9ο αιώνα, εισάγοντας τα άγνωστα μέχρι τότε φιστίκια και ρύζι.

Η Σικελία θεωρείται η πατρίδα από τα μακαρόνια. Εκεί, καταγράφηκε η πρώτη αναφορά σε αυτά το 1154 μ.Χ. Τον 12ο αιώνα ένας Νορμανδός βασιλιάς είδε ανθρώπους να φτιάχνουν κάτι σαν τα σημερινά μακαρόνια, χρησιμοποιώντας αλεύρι και νερό. Τότε τα ονόμαζαν “atriya”. Αργότερα μετονομάστηκαν σε “trii”, ένας όρος που χρησιμοποιείται ακόμα στην Νότια Ιταλία.

Όπως είναι λογικό, οι περιοχές της Ιταλίας έχουν αρκετά διαφορετικές παραδόσεις μεταξύ τους όσον αφορά το φαγητό. Για παράδειγμα η Βόρεια Ιταλία είναι διάσημη για τα ριζότο, η κεντρική (Μπολόνια) για τα τορτελίνια και η Νότια για τις πίτσες και τις μακαρονάδες. Το ίδιο ισχύει και για τα υλικά που χρησιμοποιούνται. Γενικά, η ιταλική κουζίνα χρησιμοποιεί τα πάντα από πρώτες ύλες, από φρούτα, λαχανικά μέχρι κρέας και ψάρι με τα αγαπημένα των Ιταλών είναι με διαφορά η ντομάτα και το σκόρδο.

Κάποια χαρακτηριστικά πιάτα τους είναι:

- Carbonara: Η μακαρονάδα του καρβουνιάρη.

Είναι η πιο φημισμένη και πολυδιασκευασμένη μακαρονάδα με τις περισσότερες ίσως θεωρίες για την ιστορία και την αυθεντική της εκδοχή. Σύμφωνα με την επικρατέστερη, ήταν το συνηθέστερο γεύμα των εργατών, που δούλευαν στα δάση γύρω από την πόλη της Ρώμης κόβοντας ξύλα για κάρβουνο (carbone), εξ' ου και το όνομα του πιάτου. Η παραδοσιακή

συνταγή τη θέλει να φτιάχνεται με λαρδί, όμως σήμερα οι περισσότεροι προτιμούν να την φτιάχνουν με παντσέτα κομμένη σε κύβους ή μπέικον. Από ζυμαρικά τα μακριά μπουκατίνι ή τα σπαγγέτι της ταιριάζουν πολύ, ενώ το πιπέρι και η πικάντικη παρμεζάνα ή το πεκορίνο είναι το ιδανικό τελείωμα μαζί με αβγό.

- Pizza Margherita: Απλή, λιτή και απέριτη.

Σύμφωνα με τον μύθο, η διάσημη αυτή πίτσα με ντομάτα, μοτσαρέλα και βασιλικό, παρουσιάστηκε για πρώτη φορά το 1889 από τον Ραφαέλε Εσπόζιτο, ο οποίος μάλιστα την αφιέρωσε στη βασίλισσα Μαργαρίτα (εξ ου και το όνομα). Τα υλικά της δεν είναι τυχαία, καθώς τα χρώματα τους αντιπροσωπεύουν τα χρώματα της ιταλικής σημαίας και η απλότητά της είναι αυτή που την κάνει να ξεχωρίζει και να μένει αξέχαστη στη μνήμη μας. Συγκεκριμένα το 1889 ο Ιταλός βασιλιάς Ουμβέρτος Α' και η βασίλισσα Μαργαρίτα της Σαβοΐας επισκέφτηκαν τη Νάπολη. Ο μύθος θέλει την βασίλισσα να επιθυμεί το καλύτερο τοπικό φαγητό της πόλης και ο βασιλικός σεφ ήξερε τον καλύτερο: τον Raffaele Esposito.

Ο Esposito ήταν ιδιοκτήτης της Pizzeria di Pietro και ήταν ονομαστός ανάμεσα στους "pizzaiolos", τους παρασκευαστές πίτσας. Η οικογένεια της συζύγου του φέρεται να κατείχε μια από τις παλαιότερες πιτσαρίες της Νάπολης πριν εμφανιστεί ο ίδιος. Ο Esposito κλήθηκε να εκπλήξει την βασίλισσα με μια από τις διάσημες πίτσες του.

Αντί να διακινδυνεύσει τη φήμη του με μία μόνο πίτσα, ο Esposito σκέφτηκε ότι τρεις πίτσες θα ήταν αρκετές. Έφερε μια με σκόρδο και μια με αντσούγιες. Αλλά η αγαπημένη της βασίλισσας αποτελούνταν από τρία απλά συστατικά: τυρί μοτσαρέλα, βασιλικό και φρέσκες ντομάτες. Το λευκό τυρί, ο πράσινος βασιλικός και η κόκκινη ντομάτα λέγεται ότι αντιπροσωπεύουν τα χρώματα της ιταλικής σημαίας. Ο Esposito ονόμασε την πίτσα "Pizza Margherita" προς τιμή της.

Η φήμη του Esposito συνεχίστηκε μετά την επίσκεψη του βασιλικού ζεύγους στη Νάπολη. Η ίδια η βασίλισσα έγραψε μια επιστολή στον Esposito λέγοντας του ότι λάτρευε την κόκκινη, λευκή και πράσινη πίτσα. Η πιτσαρία εξακολουθεί να λειτουργεί στη Νάπολη σήμερα (με την ονομασία Brandi) όπου εκθέτει την επιστολή ώστε να την βλέπουν όλοι. Η επιστολή είναι υπογεγραμμένη από τον Camillo Galli, έναν από τους βοηθούς της βασίλισσας εκείνη την εποχή. (DeLong, 2018).

- Napolitana, η αυθεντική.

Είναι η πιο απλή μακαρονάδα, αφού γίνεται με τρία μόλις υλικά: σκόρδο, ντομάτα και ελαιόλαδο. Στη Νάπολη αυτή η σάλτσα αναφέρεται ως La Salsa, δηλαδή η σάλτσα. Βασιλικός, δάφνη, θυμάρι, ρίγανη, σπόροι πιπεριού και ενίοτε μανιτάρια προστίθενται για να εμπλουτιστεί ελαφρά η βάση, ανάλογα με τα γούστα και τις ορέξεις, όμως πια παύει να είναι η κλασική Napolitana.

- Tiramisu: Το “παρεξηγημένο” γλυκό.

Το παραδοσιακό Tiramisu αποτελείται από στρώσεις σαβαγιάρ βουτηγμένων σε καφέ εσπρέσο και κρέμα από μασκαρπόνε, ενώ έχει κακάο για γαρνιτούρα. Είναι ένα από τα πιο ευρέως γνωστά και αγαπητά γλυκά της Ιταλίας. Για πολλούς αποτρεπτικός παράγοντας για να το δοκιμάσουν είναι η ύπαρξη του καφέ το συγκεκριμένο συστατικό ωστόσο η αυθεντική ιταλική συνταγή δεν έχει παρά μόνο μια ελαφριά γεύση καφέ, που πραγματικά απογειώνει το γλυκό. (Χριστοπούλου, 2017)

- Risotto, Μιλανέζε (Risotto alla Milanese).

Είναι το πιάτο που αποδεικνύει πέρα από κάθε αμφιβολία πως το Ιταλικό ριζότο αποτελεί ένα γαστρονομικό “όχημα” που μπορεί να απογειώσει την μοναδικότητα ενός κεντρικού υλικού. Η συνταγή του ριζότο Μιλανέζε χάνεται στους αιώνες και έχει υποστεί πολλά στάδια εξέλιξης με το ενδιαφέρον να είναι ότι μέσα στα χρόνια η σταθερά δεν ήταν το σαφράν, αλλά το χρώμα του ρυζιού, που πριν τον 19ο αιώνα το πετύχαιναν χρησιμοποιώντας κρόκους αυγού, κανέλα και ένα τοπικό αλλαντικό που το έλεγαν cervellata. Το 1809 αναφέρεται στο “Cuoco Moderno” ως “κίτρινο ρύζι σε τηγάνι” και χρησιμοποιείται βούτυρο, cervellata, μεδούλι, κρεμμύδι και ζωμός όπου μπαίνει το σαφράν.

Το 1829 ο μεγάλος Μιλανέζος σεφ Felice Luraschi, το αναφέρει σαφώς ως Risotto alla Milanese σε μια συνταγή που περιέχει και το λουκάνικο cervellata και το μεδούλι. Στις αρχές του 20ου αιώνα στο “La scienza in cucina e l’ arte di mangiare bene” ο Pellegrino Artusi δίνει δυο εκδοχές της συνταγής, μια ελαφριά χωρίς μεδούλι και μια πιο γευστική όπου το μεδούλι εξισορροπείται από την οξύτητα του κρασιού, το οποίο εισάγεται για πρώτη φορά στο ριζότο Μιλανέζε.

Από τότε η συνταγή για ριζότο Μιλανέζε παραμένει χοντρικά η ίδια με εκτελέσεις που έχουν και μεδούλι (αλλά χωρίς το λουκάνικο) και άλλες χωρίς. Επίσης διχασμένη είναι και η

προτίμηση ανάμεσα στη χρήση ζωμού βοδινού ή κοτόπουλου, ανάλογα με το πόσο βαριά θέλει κάποιος τη γεύση. (Παπαζυμouρης, 2016)

2.1.3 ΚΙΝΕΖΙΚΗ

Η κινέζικη κουζίνα είναι μια από τις πιο παλιές στον κόσμο. Στην αρχαία Κίνα η προετοιμασία και το σερβίρισμα του φαγητού ήταν κάτι σαν ιεροτελεστία, νοοτροπία που παραμένει μέχρι σήμερα στους ντόπιους. Οι αυτοκράτορες μάλιστα έδιναν ιδιαίτερη σημασία στον “σεφ” της αυλής και υπήρχε πολύ σκληρός ανταγωνισμός μεταξύ τους.

Η Κίνα είναι μια τεράστια χώρα και είναι προφανές ότι υπάρχουν διαφοροποιήσεις στην κουζίνα ανάλογα με την περιοχή. Οι τέσσερις κατηγορίες που θα μπορούσε κανείς να διαχωρίσει την κινέζικη κουζίνα είναι αυτή του Πεκίνο (αποκαλούμενη κάποτε Μανδαρινή) και Σαντόγκ, της Καντόνας και Τσαοτζού, της Σαγκάης και της Τζιανγκτζέν και τέλος της Σιτσουάν.

Μπορεί τα παραδοσιακά πιάτα να αλλάζουν ανά περιοχή αλλά η νοοτροπία είναι ίδια παντού. Για τους Κινέζους, η προετοιμασία του φαγητού παραμένει το σημαντικότερο στάδιο στο μαγείρεμα. Επίσης η γενική λογική της κουζίνας είναι το σύντομο μαγείρεμα, γι’ αυτό και τα υλικά κόβονται σε μικρά κομμάτια προκειμένου να ψήνονται γρήγορα. Τα λαχανικά, τα θαλασσινά και το ρύζι είναι τα βασικά στοιχεία και γενικότερα τα φαγητά έχουν λίγο λίπος, μαγειρεύονται με λίγο λάδι και σάλτσες χωρίς πολλές θερμίδες.

Μία ιδιαιτερότητα της κινέζικης κουζίνας είναι τα chop sticks. Μέρος της γευστικής εμπειρίας για τους Κινέζους είναι η αποδοχή και μεταχείριση της τροφής με τα ξυλάκια. Τα πιο κλασικά υλικά στην κινέζικη κουζίνα είναι το τοφού (είδος τυριού), το κινέζικο λάχανο, το πιπέρι, το τζίντζερ και ένα μείγμα πέντε μπαχαρικών που χρησιμοποιείται κυρίως στο πανάρισμα των θαλασσινών, και γίνεται από πιπέρι, γλυκάνισο, κανέλα, σκόρδο και μάραθο.

Κάποια χαρακτηριστικά πιάτα τους είναι:

- Γλυκόξινο χοιρινό.

Το «γλυκόξινο» είναι ένας μαγειρικός όρος που περιλαμβάνει πολλά είδη σάλτσας, μαγειρικής μεθόδου και τεχνικής. Σύμφωνα με ορισμένους ερευνητές, η αυθεντική γλυκόξινη σάλτσα προέρχεται από την περιοχή Χουνάν, μια επαρχία της Κίνας. Εντούτοις, η σάλτσα αυτή είναι ένα μείγμα ζάχαρης και ξυδιού και απέχει πολύ από αυτό που και οι ίδιοι οι Κινέζοι θεωρούν ως γλυκόξινη σάλτσα. Στην κινέζικη κουζίνα, η σάλτσα αυτή χρησιμοποιείται κυρίως

ως συνοδευτικό κρεάτων και θαλασσινών και δεν μαγειρεύεται μαζί με το κρέας ή το θαλασσινά όπως γίνεται στην δυτική κινέζικη κουζίνα.

- Κοτόπουλο Gong Bao.

Η προέλευση του πιάτου τοποθετείται στην επαρχία Σετσουάν. Πρόκειται για πολύ διαδεδομένη συνταγή στο Δυτικό κόσμο, παρόλο που έχει χάσει κάτι απ' την αυθεντικότητα που έχει στην Κίνα. Η ονομασία της πιθανολογείται ότι προέρχεται από τον τίτλο που κατείχε ένας κυβερνήτης της επαρχίας Σετσουάν κατά τον 19ο αιώνα, ονόματι Ντινγκ Μπαοτσέν. Ο τίτλος του ήταν «Gongbao» (Προστάτης του Παλατιού) και με το πέρασμα του χρόνου επικράτησε το «kung pao». Μετά την εξάπλωση του κοτόπουλου Kung Pao στη Δύση, οι Δυτικοί έκαναν επίσης κάποιες βελτιώσεις ανάλογα με τα δικά τους γούστα, καθιστώντας το "κοτόπουλο Kung Pao σε δυτικό στιλ" σύμφωνα με τις δυτικές προτιμήσεις. (shogunkitchen, 2018)

- Ma Po Tofu.

Το “Ma” περιγράφει την πικάντικη γεύση που προέρχεται από τη σκόνη πιπεριού, ένα είδος καρυκεύματος που χρησιμοποιείται εκεί. Το γαλακτώδες τόφου είναι εμπλουτισμένο με βοδινό κρέας και ψιλοκομμένο κρεμμυδάκι. Στην εποχή μας το ma po tofu έχει γίνει ένα από τα διάσημα τρόφιμα της Chengdu, μια πόλη που αναγνωρίζεται ως “πόλη γαστρονομίας” της UNESCO. Η ιδιαιτερότητά του βρίσκεται στη γεύση που δημιουργεί ο συνδυασμός του ginger με το σκόρδο και τον κιμά. (frayedpassport.com, 2020)

- Πάπια Πεκίνου

Η ιστορία της συνταγής ξεκινάει περίπου το 1330 -τότε το πιάτο ονομαζόταν «Shaoyazi». Τη σημερινή του ονομασία «πάπια Πεκίνου» την απέκτησε κατά τη Δυναστεία Ming, όπου και αποτελούσε βασικό πιάτο των καθημερινών γευμάτων του αυτοκράτορα και της Αυλής του. Το 1416, δημιουργήθηκε στο Πεκίνο το πρώτο εστιατόριο που ειδικευόταν στην παρασκευή του συγκεκριμένου πιάτου, ενώ μέχρι τα μέσα του 1700 είχε διαδοθεί σε τέτοιο σημείο που γράφονταν ακόμα και ποιήματα για τη γεύση του. Μέχρι τον 20ο αιώνα η πάπια Πεκίνου καθιερώθηκε ως εθνικό πιάτο της Κίνας και άρχισε πλέον να γίνεται γνωστό και εκτός συνόρων, κατακτώντας την υφήλιο. (Πούλου, 2018)

- Spring Rolls

Τα spring rolls είναι από τα πιο γνωστά ασιατικά φαγητά, με ποικίλες εκδοχές που διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Οι ρίζες της ιστορίας τους φτάνουν στη Δυναστεία Τζιν της

Κίνας, που διήρκεσε από το 265 έως το 420 μ.Χ. Κατά την περίοδο αυτή, οι άνθρωποι συνήθιζαν να φτιάχνουν πολύ λεπτά κέικ γεμισμένα με λαχανικά την πρώτη μέρα της άνοιξης. Ήταν έθιμο να τρώνε αυτά τα κέικ προκειμένου να γιορτάσουν την έλευση της άνοιξης, λόγος για τον οποίο αναφέρονταν αρχικά σε αυτά ως “ανοιξιάτικο πιάτο”. Το έθιμο να καλωσορίζουν την εποχή με αυτόν τον τρόπο έχει αποτυπωθεί ακόμα και σε ορισμένα ποιήματα της περιόδου.

Η μορφή των spring rolls άλλαξε σημαντικά στη διάρκεια της Δυναστείας Τανγκ που έλαβε χώρα από το 618 μέχρι και το 907 μ.Χ. Τότε είναι που άρχισαν να μαγειρεύουν ανοιξιάτικα κέικ πιο καντερά και με περισσότερα μπαχαρικά, προσθέτοντας υλικά όπως το κρεμμύδι και το σκόρδο. Στην πραγματικότητα, πολλοί Κινέζοι πολίτες σταμάτησαν να τα αποκαλούν “ανοιξιάτικο πιάτο” (spring dish), αλλά τα ονόμαζαν “πιάτο πέντε μπαχαρικών” (five spice dish).

Η παράδοση του εορτασμού της άνοιξης απολαμβάνοντας ένα “ανοιξιάτικο πιάτο” ή “πιάτο πέντε μπαχαρικών”, άλλαξε σε μεγάλο βαθμό κατά τις Δυναστείες Μινγκ και Κουίνγκ. Τότε είναι που πολλοί ξεκίνησαν την παράδοση του “δαγκώματος της άνοιξης” (biting spring). Αυτό περιλάμβανε το να τρώνε ανοιξιάτικα κέικ σε μια προσπάθεια να διώξουν τα πνεύματα. Υπήρχε η αντίληψη πως με το να απολαμβάνουν ανοιξιάτικα κέικ με τον τρόπο αυτό, θα ήταν δυνατό να αποτρέψουν πιθανές καταστροφές. Περίπου κατά την ίδια περίοδο, τα ανοιξιάτικα κέικ άρχισαν να εξελίσσονται στα λεπτά, πολύ μικρά ρολ με την μορφή που είναι γνωστά σήμερα. Η αλλαγή από “κέικ” σε “τυλιχτά γλυκά” (rolled pastries) επίσης οδήγησε στο να γίνουν γνωστά ως spring rolls. (appiko, 2020)

2.2 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ

Η ελληνική μαγειρική, με την ποικιλία και την ποιότητα των υλικών της, με τους σοφούς, ευεργετικούς συνδυασμούς και τη γνώση αιώνων απολαμβάνει προνομακή θέση στην παγκόσμια κουλτούρα της γεύσης.

Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από το πλήθος των νησιών της και το έντονο ανάγλυφο της ηπειρωτικής χώρας. Αυτή η μορφολογική ποικιλία δημιουργεί «κόσμους μέσα σε κόσμους». Κοινά χαρακτηριστικά είναι οι εξαιρετικές πρώτες ύλες και τα αρώματα της εύφορης γης: ρίγανη, θυμάρι, δάφνη, δεντρολίβανο, λεμόνι, και, βέβαια, ελαιόλαδο.

Εκλεκτά κρέατα μικρής παραγωγής ολόφρεσκα ψάρια, όστρακα και θαλασσινά, όσπρια, φρούτα, λαχανικά και τυροκομικά αναγνωρισμένα παγκοσμίως, συνοδευμένα από λαμπερό κρασί, δημιουργούν ένα “καλειδοσκόπιο” γεύσεων.

2.2.1 ΤΟΠΙΚΗ

- Κυκλαδίτικη.

Η μαγειρική των Κυκλάδων είναι αρχέγονη και απηχεί τον απέραντο πολιτισμό της. Με δυνατό χαρακτήρα, ξεχωριστές πρώτες ύλες, αρώματα και προϊόντα που ωριμάζουν κάτω από τον έντονο ήλιο, αποτελεί ένα ξεχωριστό κεφάλαιο στην ελληνική και την παγκόσμια γαστρονομία.

Το περιβόητο φρικασέ με ξινά χόρτα, η καπαροσαλάτα, το μαστέλο (αρνάκι στο φούρνο με μυρωδικά και κρασί), οι ρεβιθοκεφτέδες και η μελόπιτα της Σίφνου, οι μακαρούνες, οι μαραθοτηγανήτες της Σερίφου, τα σγαρδούμια της Σαντορίνης και τα μελιτερά της Ανάφης είναι μερικές μόνο από τις πολλές συνταγές της κυκλαδίτικης μαγειρικής παράδοσης.

- Επτανησιακή κουζίνα.

Οι γεύσεις του Ιονίου με ονομασίες από την Λατινική γλώσσα και δυνατό χαρακτήρα, αποτελούν ένα ξεχωριστό κεφάλαιο της ελληνικής γαστρονομίας. Το σαβόρο (ξινό), σήμα κατατεθέν της επτανησιακής κουζίνας είναι μια υπέροχη συνταγή με ξύδι και δεντρολίβανο που χρησιμοποιείται ευρέως στα Ιόνια νησιά για να αρωματιστούν και να συντηρηθούν τα ψάρια, αλλά και τα λαχανικά.

Το μπουρδέτο, το σοφρίτο, η παστιτσάδα, το στιφάδο, η στραπατσάδα, το τσιγαρέλι, το παστίτσιο της νόνας και ο μπακαλιάρος με αγιάδα είναι συνταγές που ενσωματώνουν αιώνες ιστορίας και πολιτισμού.

- Κρητική κουζίνα.

Η Κρήτη είναι ένας αγαπημένος προορισμός που προσφέρει μεγάλες συγκινήσεις και στο πεδίο της αυθεντικής γαστρονομίας. Η ανακάλυψη των μυστικών της κρητικής κουζίνας, άρρηκτα συνδεδεμένη με τις αρχές της μεσογειακής διατροφής, είναι ένα κάλεσμα να γευτεί κανείς την τέχνη της ίδιας της ζωής.

Το χανιώτικο πιάφι, με κόκορα και αρνάκι, το περίφημο «οφτό» κατσικάκι που θα το γευτεί κανείς παντού στην Κρήτη, τα ολόγλυκα καλιτσούνια και οι δίπλες, οι ολόφρεσκες σαλάτες με σταμναγκάθι και ο παραδοσιακός ντάκος, είναι μερικές μόνο από τις συνταγές της παραδοσιακής κρητικής κουζίνας.

- Δωδεκάνησα.

Η γαστρονομική παλέτα Ρόδου, της Καρπάθου, της Πάτμου, του Καστελόριζου και των υπολοίπων νησιών απηχούν το συναπάντημα των πολιτισμών που συντελέστηκε σε αυτά τα νησιά. Η δωδεκανησιακή κουζίνα είναι ιδιαίτερα πλούσια. Το γεμιστό κατσικάκι, που λέγεται καπαμάς, τα ντολμαδάκια με αμπελόφυλλο και μυρωδικά, το Κασιώτικο πιλάφι, το βυζάντι της Καρπάθου, οι μπουκουνιές (χοιρινό μαγειρεμένο με πολλά μυρωδικά) αλλά και τα υπέροχα γλυκά, τα ξεροτήγανα, οι παστελαριές και πολλά άλλα προσφέρουν μοναδικές γεύσεις.

- Ηπειρωτική Ελλάδα.

Οι ορεινές περιοχές είναι η επικράτεια των εκλεκτών κρεάτων. Η Ελλάδα έχει μεγάλη παράδοση στα «οπτά» κρέατα, δηλαδή αυτά που ψήνονται στα κάρβουνα, τη φωτιά ή τη σούβλα. Η μεγάλη γιορτή της άνοιξης, το Πάσχα, γιορτάζεται πάνδημα με τη συνοδεία απολαυστικών συνταγών με αρνί ή κατσίκι. Οι παραδοσιακές πίτες είναι ένα μεγάλο κεφάλαιο της ελληνικής κουζίνας. Πολλές και διαφορετικές επεξεργασίες της ζύμης δίνουν μια μεγάλη ποικιλία από φύλλα, άλλοτε λεπτά και διάφανα κι άλλοτε πάλι τριφτά και πιο πλούσια.

Με αυτές τις ζύμες η ελληνική φαντασία δημιούργησε έναν ατελείωτο αριθμό από γευστικούς συνδυασμούς. Πίτες αλμυρές, με τυρί, χόρτα, κρέας, ή γλυκές, με γάλα, με ρύζι, με κανέλα και με γιαούρτι, οι δημιουργίες είναι ανεξάντλητες.

Η Θράκη, η Μακεδονία, η Θεσσαλία, η Ήπειρος, η Πελοπόννησος, κάθε γωνιά της Ελλάδας φτιάχνει τις δικές της πίτες, στο φούρνο ή στο τηγάνι. Είναι το απαραίτητο συνοδευτικό του πλούσιου τραπέζιού και η περηφάνια κάθε τοπικής μαγειρικής. (visitgreece, 2020)

2.2.2 ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑΚΗ ΚΑΙ ΑΓΙΟΡΕΙΤΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ

Στην Μοναστηριακή και Αγιορείτικη κουζίνα, οι μοναχοί ακολουθώντας την ιερή παράδοση αιώνων και φτιάχνοντας συνταγές που έχουν καλά φυλαγμένες στα σεντούκια των μοναστηριών, δημιουργούν υγιεινά, λιτά αλλά άκρως γευστικά και γοητευτικά γεύματα, που θα ζήλευαν ακόμη και βραβευμένοι σεφ.

Οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιούν για την παρασκευή των συνταγών τους προέρχονται από τα κτήματα και τα περιβόλια που οι ίδιοι καλλιεργούν. Οι μοναχοί είναι συγχρόνως κηπουροί, αγρότες, ψαράδες αλλά και μάγειροι. Σχεδόν όλα τα συστατικά που χρησιμοποιούν στις συνταγές τους τα έχουν καλλιεργήσει ή συλλέξει με τα χέρια τους. Η μοναστηριακή κουζίνα ακολουθεί τους κύκλους των εποχών στα υλικά που χρησιμοποιεί. Ξεχωρίζει για την

απλότητα και τη γνησιότητα των γεύσεων της αλλά και για την καλαισθησία, την οικονομία και την αυτάρκειά της, στοιχεία που την καθιστούν παράδειγμα για να την υιοθετήσουν και οι λαϊκοί.

Από τις συνταγές των μοναχών δεν λείπουν τα γλυκά. Σε περιόδους νηστείας, τα γλυκά που φτιάχνουν είναι κυρίως από μέλι ή σιμιγδάλι, με συνηθέστερο τον χαλβά. Όταν δεν είναι νηστεία, οι επιλογές είναι πολύ περισσότερες καθώς μπορούν να χρησιμοποιήσουν γάλα, βούτυρο και αυγά για να φτιάξουν νόστιμα γλυκίσματα. Η μοναστηριακή διατροφή ξεχωρίζει για έναν ακόμη λόγο. Οι μοναχοί, είτε είναι περίοδος νηστείας είτε όχι τρώνε μικρές ποσότητες. Ζουν με τα απαραίτητα, τα λιτά, αποφεύγοντας τις υπερβολικές ποσότητες.

Βασισμένη στα αγνά υλικά, το μεράκι και την εγκράτεια των μοναχών, η μοναστηριακή κουζίνα διαδίδεται και εκτός των τειχών των μοναστηριών (Στολτίδου, 2017). Καθοριστικός για τη διαμόρφωση της ταυτότητάς της είναι ο βασικός κανόνας που διέπει την καλογερική διατροφή: οι μοναχοί στα κοινόβια μοναστήρια δεν επιτρέπεται να τρώνε κρέας και προϊόντα ζωικά. Το ψάρι είναι το «καλό» φαγητό των γιορτών, των πανηγύρεων, του Πάσχα. Τον υπόλοιπο χρόνο τρώνε λαχανικά, όσπρια, ζυμαρικά, θαλασσινά.

Για να νοστιμίσουν τα φαγητά, χρησιμοποιούν άφθονα μυρωδικά και μπαχαρικά, κάτι που δεν συναντάμε -τουλάχιστον όχι σε αυτόν το βαθμό- σε αρκετές από τις τοπικές κουζίνες μας. Στις συνταγές του Αγίου Όρους υπάρχουν πάντα το μάλαθρο, ο μαϊντανός, ο δυόσμος, το κοκκινοπίπερο, η κανέλα, μπαχάρι ή κύμινο. (Ρεντούλας, 2019)

2.2.3 ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ

Πέρα από τις τοπικές και άλλες κουζίνες που συναντάμε στην χώρα μας, η εξέλιξη της γαστρονομίας στο σύγχρονο διεθνοποιημένο περιβάλλον μπορεί να βασιστεί και στις ιδιαιτερότητές της. Χαρακτηριστικές είναι οι απόψεις καταξιωμένων σεφ της ελληνικής κουζίνας που έχουν παίξει πρωτεύοντα ρόλο στην εξέλιξή της έχουν το δικό τους τρόπο να την περιγράψουν πολύ παραστατικά:

Ο Χριστόφορος Πέσκιας, πιστεύοντας ότι το ελληνικό φαγητό που καταναλώνεται στα εστιατόρια στην εποχή μας, είναι πολύ καλύτερο απ' ό,τι πριν από δεκαπέντε χρόνια, βλέπει ότι «πολλές φορές οι τεχνικές υπερισχύουν και από πολλά πιάτα που βαφτίζουμε ελληνικά χωρίς να λείπει η μνήμη. Οφείλουμε να είμαστε ζωντανό κομμάτι του σύγχρονου γαστρονομικού γίγνεσθαι, αλλά πρέπει να περνάμε τις σύγχρονες τάσεις και τις τεχνικές από το δικό μας ελληνικό φίλτρο». Συνεχίζοντας τονίζει ότι έχει μεγάλη σημασία η εμπειρία τού να είσαι Έλληνας, για παράδειγμα η απόλαυση μιας χωριάτικης σαλάτας στη σκιά μιας ελιάς

στην Καρδαμύλη. Αυτή η αίσθηση Ελληνικότητας πρέπει να εισχωρήσει με μοντέρνο τρόπο στην σύγχρονη κουζίνα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα κατά την άποψή του αποτελεί το μπριάμ το οποίο μπορεί να μην έχει υψηλή τεχνική, αλλά έχει χαρακτήρα. «Δεν πρέπει να αγνοούμε τις παλιές τεχνικές, διότι δίνουν στην κουζίνα ταυτότητα κι ενεργοποιούν την κοινή μας μνήμη. Δεν πρέπει να περιοριστούμε στα κλασικά ελληνικά φαγητά, αλλά να αναπτύξουμε τη σύγχρονη γαστρονομία μας αγκαλιάζοντας την ιδιαιτερότητα των γεύσεων που έχουν οι τοπικές μας κουζίνες, όπως ο Χατζιδάκις αγκάλιασε τη μουσική του Τσιτσάνη».

Στην τοπικότητα δίνει όμως μεγάλο βάρος και ο Χρυσάνθος Καραμολέγκος. «Κάθε σεφ που ασχολείται με την ελληνική κουζίνα πρέπει να γυρίσει όλη την Ελλάδα, να βρει ντόπια υλικά και να δοκιμάσει τις συνταγές των περιοχών της για να γνωρίσει με άμεσο τρόπο το εύρος και το βάθος των γεύσεών της και να εμπνευστεί. Μετά θα αποφασίσει τι του ταιριάζει περισσότερο για να το εκσυγχρονίσει. Πριν από λίγο καιρό βρήκα μικρόσωμα “κατσιοκέλαδα” στον Ταΰγετο, που δεν κάνουν μεν για σχάρα, αλλά δίνουν ένα μαγειρευτό με απίστευτα αρωματική γεύση. Το ξέρουν οι ντόπιοι-, αλλά πρέπει να το μάθουμε κι εμείς. Περπατώντας στην παραλία της “Costa Navarino”, μάζεψα αρμπαρόριζα και αγριομάραθα, που βγαίνουν αυτήν την εποχή. Τα άφησα δίπλα δίπλα στο τραπέζι και ύστερα από λίγη ώρα μύριζαν ένα καινούργιο άρωμα, που ήταν κάτι περισσότερο από τα δύο αρώματα μαζί! Αν περιοριστείς στην Αθήνα, χάθηκες, δεν μπορείς να ζήσεις τέτοιες εμπειρίες και η έμπνευσή σου δεν ανανεώνεται. Δεν είναι πολλοί σήμερα- οι νέοι σεφ που ταξιδεύουν και δοκιμάζουν στην επαρχία. Δεν μπορείς να κάνεις αφρό αν δεν ξέρεις ελληνική κατσαρόλα».

Συνοψίζοντας το θέμα, ο Λευτέρης Λαζάρου τονίζει: «Η σημερινή κουζίνα γεννιέται μέσα από τις παιδικές μνήμες, το τσουκάλι της γιαγιάς και τις μοσχοβολιές του, το μαγειρευτό της Κυριακής. Πάνω σε αυτά πατάμε και, μαγειρεύοντας πιο αφαιρετικά, προσαρμόζουμε την κουζίνα στην εποχή μας, ενώ διατηρούμε το ελληνικό της χρώμα και τις μνήμες μας». Γι’ αυτό το μανιφέστο του , αφού αρχικά ξεκαθαρίζει ότι «η ελληνική κουζίνα είναι η συλλογική γευστική συνείδηση που διαθέτουμε ως λαός, σε ό,τι αφορά τις γεύσεις, τα αρώματα και τα ιδιώματά της», επιμένει ότι «η έντεχνη ελληνική μαγειρική οφείλει να ενσωματώνει στις δημιουργίες της τη συλλογική γευστική μνήμη των Ελλήνων, να δημιουργεί συνείδηση της ελληνικής ταυτότητας, να μην κόβει τον ομφάλιο λώρο μεταξύ παρόντος και παρελθόντος, σύγχρονης τάσης και παράδοσης. Ένα σύγχρονο δημιουργικό πιάτο οφείλει να “διαβάζεται” ελληνικά, να δημιουργεί συνειρμούς, γευστικές αναμνήσεις, ταύτιση, οικειότητα, συναίσθημα. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η γνώση της παραδοσιακής και της αστικής ελληνικής κουζίνας,

έτσι ώστε να διασφαλίζουμε τη συνέχεια της εθνικής μας γαστρονομίας και να την οδηγούμε στο μέλλον χωρίς τον κίνδυνο να χάσει την ταυτότητά της». (greekcuisineawards, 2020)

ΜΕΡΟΣ Β: ΣΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

3.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Οι ορισμοί που έχουν δοθεί κατά καιρούς για την έννοια της ποιότητας είναι πολλοί, ένας από τους πιο χαρακτηριστικούς είναι ο ορισμός που δόθηκε το 1978 από το ASQ (American National Standards Institute (ANSI), American Society for Quality (ASQ) , 1978): «ποιότητα είναι το σύνολο των γνωρισμάτων και χαρακτηριστικών ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που έχει την ικανότητα να ικανοποιεί συγκεκριμένες ανάγκες». Από το τέλος όμως της δεκαετίας του 1980 μέχρι σήμερα πολλές επιχειρήσεις άρχισαν να χρησιμοποιούν έναν άλλο ορισμό της ποιότητας: «Ποιότητα είναι να ικανοποιείς ή να υπερβαίνεις τις προσδοκίες του πελάτη» (Λαλούμης & Κατσώνη, 2010)

Τα κριτήρια με τα οποία ορίζεται η ποιότητά, ποικίλλουν ανάλογα με το ρόλο που έχουν αυτοί που ορίζουν την αλυσίδα παραγωγής και το marketing. Τα κριτήρια που αναφέρονται στη βιβλιογραφία είναι: (Reeves & Bednar, 1994)

- Κριτήρια που βασίζονται σε υποκειμενική αξιολόγηση (Judgmental Criteria).

Το 1931 ο W.Shewharst πρώτος ορίζει την ποιότητα ως την αρετή ενός προϊόντος (goodness go a product). Με αυτή την έννοια η ποιότητα ορίζεται ως η ικανότητα να ξεπερνά τα συνηθισμένα όρια (transcendent definition of quality) και είναι απόλυτα και διεθνώς αναγνωρίσιμη, αποτελείται δε από πρότυπα που δεν επιδέχονται συμβιβασμούς και από υψηλά επιτεύγματα. Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό η ποιότητα δεν ορίζεται ακριβώς, απλώς την αντιλαμβάνεται κάποιος όταν την δει. Υπάρχει ως ιδέα στο μυαλό του καταναλωτή και γίνεται συνήθως αντιληπτή, όταν ο καταναλωτής συγκρίνει ένα προϊόν με ένα άλλο ομοειδές. Το μειονέκτημα αυτού του ορισμού είναι ότι η ποιότητα είναι αφηρημένη και υποκειμενική και τα πρότυπα του «καλύτερου» ποικίλλουν από άτομο σε άτομο: έτσι η πρακτική αξία αυτού του ορισμού είναι περιορισμένη για τις επιχειρήσεις.

- Κριτήρια που βασίζονται στο προϊόν (Product based criteria).

Η ποιότητα είναι μια λειτουργία συγκεκριμένων και μετρήσιμων μεταβλητών σε ένα προϊόν. Καλύτερη ποιότητα έχει το προϊόν που έχει υψηλότερα επίπεδα ή ποσότητες από ένα συγκεκριμένο χαρακτηριστικό. Πολλές φορές η ποιότητα λανθασμένα συνδέεται με την τιμή,

δηλαδή όσο υψηλότερη είναι η τιμή, τόσο πιο υψηλή είναι η ποιότητα. Όμως ένα αγαθό δεν χρειάζεται να είναι ακριβό για να είναι ποιοτικό κι επίσης η αξιολόγηση των χαρακτηριστικών ενός αγαθού είναι υποκειμενική.

- Κριτήρια που βασίζονται στο χρήστη (user based criteria).

Επειδή τα άτομα έχουν διαφορετικές ανάγκες και επιθυμίες καθώς και διαφορετικά πρότυπα ποιότητας, ο ορισμός αυτός βασίζεται στο πόσο καλά το προϊόν ταιριάζει στην προσιθέμενη χρήση (fitness for intended use).

- Κριτήρια που βασίζονται στην αξία (value based criteria).

Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, ποιότητα είναι η σχέση της χρησιμότητας ή της ικανοποίησης προς την τιμή. Ποιοτικό προϊόν είναι αυτό που είναι το ίδιο χρήσιμο με τα ανταγωνιστικά, αλλά πουλιέται σε συγκριτικά ίδια τιμή και δίνει μεγαλύτερη ικανοποίηση/χρησιμότητα.

- Κριτήρια που βασίζονται στην κατασκευή του προϊόντος (manufacturing based criteria).

Η ποιότητα είναι το επιθυμητό αποτέλεσμα μηχανικής και κατασκευαστικής πρακτικής ή προσαρμογή και συμμόρφωση σε προδιαγραφές (conformance to specifications). Οι προδιαγραφές αποτελούνται από στόχους (targets) και ανοχές (tolerances). Στόχοι είναι οι ιδανικές αξίες/αριθμοί που στοχεύει η παραγωγή, ενώ ανοχές είναι οι αποκλίσεις μέσα σε συγκεκριμένα όρια. Ο ορισμός αυτός προσπαθεί για μια συνέπεια στην απόδοση και προσφέρει τρόπους για την μέτρηση της ποιότητας. Θα πρέπει όμως οι προδιαγραφές να αντανακλούν χαρακτηριστικά που είναι σημαντικά για τον πελάτη. (Λαλούμης & Κατσώνη, 2010)

Στη σημερινή οργανωμένη βιομηχανία των προηγμένων χωρών, ποιότητα σημαίνει «εκπλήρωση συγκεκριμένων απαιτήσεων των πελατών με τον ορθολογικότερο τρόπο» και φυσικά μέσα σε ορισμένα ανεκτά όρια κόστους, οι σημαντικότερες από τις απαιτήσεις αυτές είναι η καταλληλότητα για την τελική χρήση για την οποία προορίζεται το προϊόν και η τιμή πώλησης του. Με τη σειρά τους αυτές αντανακλούν στις παρακάτω ειδικότερες απαιτήσεις:

- Τις προδιαγραφές όσον αφορά τις διαστάσεις και τα λειτουργικά χαρακτηριστικά.
- Τους στόχους που αφορούν τη διάρκεια ζωής και την αξιοπιστία.
- Τις απαιτήσεις για ασφάλεια.
- Τα σχετικά πρότυπα που θα ακολουθηθούν.

- Τα δομικά, μηχανικά, κατασκευαστικά και ποιοτικά κόστη.
- Τις συνθήκες παραγωγής κάτω από τις οποίες τα αντικείμενα κατασκευάζονται.
- Τους στόχους που αφορούν την εγκατάσταση, τη συντήρηση και την επισκευή.
- Τις περιβαλλοντολογικές και τις άλλες περιφερειακές επιδράσεις.
- Τα κόστη εξυπηρέτησης πελατών.

Ο στόχος αυτών των απαιτήσεων είναι η επίτευξη εκείνου του επιπέδου ποιότητας που εγκαθιδρύει την ισορροπία μεταξύ του κόστους του προϊόντος και της υπηρεσίας και της ανταποδοτικής αξίας για τον πελάτη, συμπεριλαμβανομένων και των ουσιαστικών απαιτήσεων όπως είναι η ασφάλεια. (Τσιότρας, 2016)

3.2 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας εκφράζει έναν νέο τρόπο Management που επιδιώκει τη βελτίωση των αποφάσεων για την ποιότητα σε όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης μέσω της συλλογικής εργασίας για την επίτευξη των στόχων του οργανισμού κατά τρόπο αποτελεσματικό και ανταποδοτικό, δημιουργώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Ως Διοίκηση Ολικής Ποιότητας ορίζεται το «σύνολο των δραστηριοτήτων και μεθόδων που εφαρμόζονται από τον οργανισμό με στόχο την ικανοποίηση του πελάτη και την ταυτόχρονη ενεργοποίηση όλου του δυναμικού (έμψυχου και άψυχου) του οργανισμού με το μικρότερο δυνατό κόστος. (Βελισσαρίου, Καραχοντζίτης, & Κομνηνάκης, 2000)

Ο ορισμός που δόθηκε από προέδρους και διευθυντές εννέα μεγάλων επιχειρήσεων σε συνεργασία με καθηγητές πανεπιστημίων και αναγνωρισμένων συμβούλων είναι ο κάτωθι: (Λαλούμης & Κατσώνη, 2010) «Ολική ποιότητα (Total Quality) είναι ένα σύστημα διοίκησης επικεντρωμένο στους ανθρώπους, που έχει στόχο τη συνεχή αύξηση της ικανοποίησης του πελάτη με ένα συνεχές χαμηλότερο πραγματικό κόστος. Η Ολική Ποιότητα είναι μια προσέγγιση ολικού συστήματος και όχι μια ξεχωριστή περιοχή ή πρόγραμμα και αποτελεί ένα αναπόσπαστο μέρος υψηλού επιπέδου στρατηγικής. Λειτουργεί οριζόντια σε όλες τις λειτουργίες και τα τμήματα, συμπεριλαμβάνει όλους τους εργαζόμενους από την κορυφή μέχρι τη βάση και προεκτείνεται προς τα πίσω και προς τα εμπρός ώστε να περιλαμβάνει την αλυσίδα των προμηθευτών και την αλυσίδα των καταναλωτών.

Η Ολική Ποιότητα δίνει έμφαση στη μάθηση και προσαρμογή στη συνεχή αλλαγή ως κλειδιά για την επιχειρησιακή επιτυχία. Περιλαμβάνει συστήματα, μεθόδους και εργαλεία. Τα συστήματα επιτρέπουν την αλλαγή, η φιλοσοφία όμως παραμένει η ίδια και συνδέεται με αξίες που δίνουν έμφαση στην αξιοπρέπεια του ατόμου και στη δύναμη της συλλογικής δράσης».

Σύμφωνα με τον (Hutchins, 1992) η έννοια της Ολικής Ποιότητας περιλαμβάνει:

- Οτιδήποτε κάνει ένας οργανισμός, για να δει αν οι πελάτες επιστρέφουν σε αυτόν και τον συστήνουν σε άλλους.
- Ελαχιστοποίηση του κόστους μέσα από έναν αποτελεσματικό και αποδοτικό οργανισμό.
- Μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας της εργατικής δύναμης, ώστε να συνεργαστεί για να γίνει ο οργανισμός καλύτερος στον τομέα του.
- Εκμετάλλευση των αδυναμιών των ανταγωνιστών της επιχείρησης.

Οι αρχές και τα αξιώματα της Ολικής Ποιότητας μπορούν να εκφραστούν με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους, ανάμεσα σε αυτούς είναι και τα κάτωθι: Δέσμευση της ηγεσίας για διαρκή βελτίωση της ποιότητας, η επιστημονική γνώση μέσω χρησιμοποίησης κατάλληλων εργαλείων και η ανάμειξη όλων των εργαζομένων στο σύστημα διαχείρισης ολικής ποιότητας. (Λογοθέτης, 1992)

Πέραν των ανωτέρω αυτό που πρέπει να τονισθεί είναι το γεγονός ότι η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας είναι δυνατή μόνο όταν έχει αποδεκτή από όλα τα μέλη της επιχείρησης ή του οργανισμού. Σε αυτό το σημείο έγκειται η δύναμη αλλά και η αδυναμία της. Όλοι οι εργαζόμενοι, ανεξάρτητα από το επίπεδο που βρίσκονται στην ιεραρχία είναι εξίσου υπεύθυνοι για το κοινό αποτέλεσμα. Η κοινή αυτή ευθυνότητα με το συναρτώμενο αίσθημα δημιουργίας και ευθύνης είναι που εμπνυχώνουν τον κοινό άνθρωπο να γίνει ένα ενεργό μέλος αυτής της προσπάθειας. Η εκπαίδευση στη φιλοσοφία της ΔΟΠ είναι όμοια για όλα τα επίπεδα της ιεραρχίας στα βασικά θέματα και δεξιότητες. (Τσιότρας, 2016)

3.3 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Η επίτευξη υψηλής ποιότητας αποτελεί στόχο στρατηγικής σημασίας για μία επιχείρηση. Στην διαμορφούμενη παγκόσμια αγορά προϊόντων και υπηρεσιών η ποιότητα αποτελεί έναν από τους κρισιμότερους παράγοντες αύξησης της ανταγωνιστικότητας και της κερδοφορίας μιας επιχείρησης επηρεάζοντας θετικά την αγορά, μειώνοντας το κόστος παραγωγής και αυξάνοντας την παραγωγικότητα.

Στην πράξη, οι επιχειρήσεις που διαχειρίζονται σωστά την ποιότητα μέσω τεχνικών διαχείρισης και διασφάλισης της εμφανίζουν αύξηση της αποτελεσματικότητας και βελτίωση της διαδικασίας παραγωγής του προϊόντος ή/και παροχής της υπηρεσίας. Επακόλουθο της

ανωτέρω βελτίωσης αποτελεί και η αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας μέσω της παρατηρούμενης μείωσης του κόστους παραγωγής. Τέλος, η παρεχόμενη ποιότητα φαίνεται να συμβάλλει καθοριστικά στην ικανοποίηση του πελάτη της επιχείρησης.

Έρευνες έχουν αποδείξει ότι η ανταγωνιστικότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας είναι συνάρτηση της ποιότητας και της τιμής διάθεσης στην αγορά. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι η σχέση ποιότητας - τιμής βοηθάει στην απορρόφηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας από την αγορά αυξάνοντας το πελατολόγιό της, με άμεση επίπτωση στα οικονομικά της αποτελέσματα αλλά και στη βιωσιμότητα και την ανάπτυξή της.

Η ποιότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας είναι πολύ σημαντική τόσο για την επιχείρηση όσο και για τον πελάτη, συγκεκριμένα:

1. Για την επιχείρηση αποτελεί από την μια πλευρά καθαρό κέρδος και από την άλλη ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που δύσκολα αντιγράφεται από τον ανταγωνισμό. Σε μια επιχείρηση ποιότητας όπου κάτι γίνεται σωστά με την πρώτη φορά, τείνουν να εκλείψουν οι περιττοί έλεγχοι, οι επανεκατεργασίες, οι καθυστερήσεις, οι παρεξηγήσεις και το ανθυγιεινό (τόσο ψυχολογικά τόσο και σωματικά) εργασιακό περιβάλλον. Όταν σε μια εταιρεία υπάρχει χαμηλή ποιότητα, αυτή χάνει ένα μεγάλο μέρος από τα κέρδη της και προσβάλλονται τα παρακάτω στοιχεία:

- Η φήμη της. Η ποιότητα των προϊόντων η υπηρεσιών ακολουθεί πάντα και χαρακτηρίζει το όνομα της εταιρείας.
- Το κόστος και το μερίδιο της αγοράς. Κάθε προσπάθεια για βελτίωση της ποιότητας μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένο μερίδιο αγοράς και μειωμένο κόστος παραγωγής.

2. Για τον πελάτη που επενδύει ένα μέρος των χρημάτων του σε ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία η ποιότητα είναι πολύ σημαντικός παράγοντας. Υπάρχει σχετική μελέτη σύμφωνα με την οποία ένας δυσαρεστημένος πελάτης διώχνει άλλους 22 ενώ από την άλλη πλευρά ένας ευχαριστημένος, φέρνει μόνο 8 νέους πελάτες.

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό το πόσο σημαντική είναι η ποιότητα για τις σημερινές επιχειρήσεις. Κάτι που στο πρόσφατο παρελθόν ήταν πολυτέλεια, έχει γίνει πλέον ανάγκη επιβίωσης. Εδώ πρέπει να τονισθεί ότι ο κύκλος ποιότητας μιας εταιρείας ξεκινά από την προσωπική ποιότητά των ανθρώπων που την απαρτίζουν. Υψηλά επίπεδα προσωπικής ποιότητας, δημιουργούν υψηλά επίπεδα ποιότητας και στα επί μέρους τμήματα τα οποία θα παράγουν προϊόντα ή υπηρεσίες με ανώτερη ποιότητα.

3.4 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Ενώ η έννοια της ποιότητας είναι σχετικά νέα, η ιδέα της ποιότητας υπάρχει εδώ και πολλούς αιώνες. (Beckford, 2016). Ακόμη και την εποχή όπου δεν υπήρχαν χρήματα, οι άνθρωποι μπορούσαν να ξεχωρίσουν την κακή και την καλή ποιότητα ενός προϊόντος. Για παράδειγμα αν οι «πελάτες» ήθελαν να αγοράσουν φρούτα και λαχανικά θα χρησιμοποιούσαν διάφορες μεθόδους ελέγχου ποιότητας για να ελέγξουν αν είναι φρέσκα και κατάλληλα για κατανάλωση. Αυτή η μέθοδος ελέγχου ποιότητας γνωστή ως επιθεώρηση συνέχισε να χρησιμοποιείται με την μία ή την άλλη μορφή έως το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα. Παραδοσιακά η ποιότητα κατασκευής ενός προϊόντος ήταν ευθύνη των εξειδικευμένων τεχνιτών και μέχρι το τέλος του 13^{ου} αιώνα, χάρη σε αυτούς η ποιότητα κατασκευής ξεκίνησε να «διαχέεται» ως σημαντική πτυχή της μεταποίησης. (Tanaka, Fisher, & Woodall, 2018)

Έτσι τα ποιοτικά προϊόντα σημειώνονταν με ειδικά σύμβολα ως μέσο διασφάλισης της ποιότητας. Η σημασία των εξειδικευμένων τεχνιτών στην ποιότητα των προϊόντων ήταν τόσο σημαντική που επεκτάθηκε μέχρι τα τέλη του 18ου αιώνα, όταν οι κατασκευές έκαναν μια απότομη στροφή.

Η αυξημένη απόδοση των ατμομηχανών κατά τα τέλη του 18ου και στις αρχές του 19ου αιώνα και η εφεύρεση νέων εργαλειομηχανών ήταν μεταξύ άλλων καινοτομιών οι οποίες έφεραν την «επανάσταση» στις κατασκευές. Τα παραπάνω βοήθησαν στην καθιέρωση της μαζικής παραγωγής και της δημιουργίας μεγάλων εργοστασίων όπου απασχολούταν μεγάλος αριθμός εργαζομένων. Όμως ανάμεσα στον μεγάλο αριθμό θετικών εξελίξεων που επέφερε η βιομηχανική επανάσταση όπως η τεχνολογική εξέλιξη και η αύξηση του υλικού πλούτου, υπήρχαν και κάποιες πτυχές της ζωής των ανθρώπων που επηρεάστηκαν αρνητικά. Συγκεκριμένα, η ποιότητα των προϊόντων χειροτεχνίας εξαφανίστηκε και η επιθυμία για αύξηση της παραγωγής των εργοστασίων οδήγησε σε ένα ρεύμα προϊόντων χαμηλής ποιότητας, με άλλα λόγια η ποιότητα δεν ενσωματωνόταν πλέον στο προϊόν. Την ίδια στιγμή, η επιθεώρηση παρέμεινε ο μόνος εγγυητής της ποιότητας και στις απαρχές της εφαρμογής της αποκάλυψε ένα μεγάλο αριθμό μειονεκτημάτων κατά την άνοδο της μαζικής παραγωγής. (Flood, 1993)

Καθώς η ανάγκη για πιο αποτελεσματική διαχείριση των λειτουργιών έγινε εμφανής, αρκετές σημαντικές εξελίξεις στον κόσμο της μεταποίησης έλαβαν χώρα στις αρχές του 20ού αιώνα. Μια από αυτές αφορά την έννοια της επιστημονικής διαχείρισης που πρώτος εισήγαγε ο Frederick Taylor ο οποίος πίστευε ότι η οικονομική ευημερία μπορούσε να επιτευχθεί μόνο με τη μεγιστοποίηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων, η οποία θα ερχόταν ως

αποτέλεσμα της αύξησης της απόδοσης τους. Η ανασχεδιασμένη εργασία, με σκοπό την επίτευξη της μέγιστης απόδοσης ήταν ο μοναδικός σωστός τρόπος για την εκτέλεσή της. Μεταξύ του μεγάλου αριθμού καινοτομιών που εισήγαγε η Επιστημονική Διοίκηση, ήταν και η επιθεώρηση του προϊόντος σύμφωνα με καθορισμένες προδιαγραφές. Έτσι η έγκαιρη ανίχνευση προβλημάτων στο προϊόν κατέστη κεντρικό στοιχείο της κατασκευής του. (Fisher & Nair, 2009). Αυτή η αλλαγή εστίασης οδήγησε στην εμφάνιση ενός ξεχωριστού τμήματος επιθεώρησης και στην περαιτέρω μείωση της σημασίας των εξειδικευμένων τεχνιτών.

Σημαντικό ρόλο έπαιξαν οι Δύο Παγκόσμιοι Πόλεμοι οι οποίοι δημιούργησαν την ανάγκη για αύξηση της μαζικής παραγωγής. Έτσι μέχρι το τέλος του Α' Παγκοσμίου Πολέμου, είχε ήδη γίνει εμφανές ότι η ποιότητα κατασκευής των όπλων έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία των συμμάχων. Έτσι, κατά τη διάρκεια της Μεσοπολεμικής περιόδου, οι πιο οικονομικά προηγμένες χώρες (π.χ. Μεγάλη Βρετανία) άρχισαν να σχηματίζουν ενώσεις και ινστιτούτα με σκοπό να "καλλιεργούν" και να διατηρούν την ποιοτική κατασκευή.

Η εξέλιξη συνεχίστηκε με την εισαγωγή μεθόδων στατιστικής ανάλυσης της ποιότητας τις δεκαετίες του 1929 και 1930. Αυτά οδήγησαν σε μια νέα προσέγγιση για την ποιοτική κατασκευή, στον λεγόμενο στατιστικό έλεγχο ποιότητας ο οποίος προετοίμασε το έδαφος για την εποχή του Ελέγχου Ποιότητας. Ένας από τους πρωτοπόρους ήταν ο Δρ. Walter Shewhart της Western Electric ο οποίος χρησιμοποίησε στατιστικές τεχνικές για τον έλεγχο των διαδικασιών, προκειμένου να ελαχιστοποιηθεί η ελαττωματική παραγωγή. (Trevor, 1986)

Η ευρεία βιβλιογραφία με θέμα την ποιότητα συμφωνεί ότι το τεράστιο άλμα έγινε μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και προέκυψε σε ένα από τα ηττημένα έθνη, την Ιαπωνία. Ως μία από τις μεγάλες ηττημένες δυνάμεις η Ιαπωνία με το πέρας του Β' Παγκοσμίου Πολέμου είχε να αντιμετωπίσει τις σχεδόν κατεστραμμένες υποδομές, την ανύπαρκτη βιομηχανία και την τεράστια ανεργία. Για την εξασφάλιση της κοινωνικής τάξης και της ειρήνης, οι Αμερικανοί, οι οποίοι είχαν αναλάβει την μεταπολεμική ανασυγκρότηση της Ιαπωνίας έπρεπε να ξεπεράσουν σημαντικές προκλήσεις. Έτσι υπό την καθοδήγηση του Ανώτατου Διοικητή των Συμμαχικών Δυνάμεων εγκαταστάθηκαν στην Ιαπωνία Αμερικανοί ειδικοί στην ποιότητα.

Σε λιγότερο από δέκα χρόνια - κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1950, οι Sarasohn, Protzman, Deming, Juran, και ο Feigenbaum (λεγόμενοι και «γκουρού» της ποιότητας) με τις θεωρίες τους βοήθησαν χιλιάδες Ιαπωνέζους μάνατζερ και μηχανικούς να εφαρμόσουν

μεθόδους Διαχείρισης Ποιότητας όπως ο Κύκλος Plan-Do-Check-Act (PDCA) (γνωστός ως κύκλος Deming) και τον Ολικό έλεγχο ποιότητας. (Koura, 2012)

Έτσι δημιουργήθηκε η Ιαπωνική κουλτούρα ελέγχου Ποιότητας τη δεκαετία του 1960 κατά την οποία εισήχθησαν μια σειρά από πρωτοποριακές ιδέες συμπεριλαμβανομένων των κύκλων ελέγχου μηδενικών ελαττωμάτων και των «κύκλων ποιότητας», συμβάλλοντας στο «Ιαπωνικό θαύμα» όπου η ιαπωνική οικονομία παρουσίασε ετήσια αύξηση του ρυθμού ανάπτυξής της κατά 10%.

Τη δεκαετία του 1980 καθιερώθηκε ένας νέος όρος για τον έλεγχο ποιότητας, η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας η οποία εισήγαγε την δέσμευση από την ανώτατη ηγεσία μέχρι μέχρι τα κατώτερα κλιμάκια για την επιδίωξη κατασκευής εξαιρετικής ποιότητας προϊόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

4.1 ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ

Τα τελευταία χρόνια έχει σημειωθεί ραγδαία αύξηση των επιχειρήσεων του κλάδου της εστίασης δημιουργώντας ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Η απαίτηση για ποιοτική προσφορά υπηρεσιών και προϊόντων είναι ίσως ο σημαντικότερος παράγοντας βιωσιμότητας και επιτυχίας μιας επιχείρησης εστίασης. Τα προϊόντα των επιχειρήσεων εστίασης αποτελούνται από υλικά αγαθά και από τις υπηρεσίες που προσφέρονται. Τα υλικά αγαθά μπορούν να είναι τα φαγητά, ποτά κλπ., ενώ οι υπηρεσίες είναι οι ενέργειες που αποβλέπουν στην εξυπηρέτηση των πελατών δηλαδή την ικανοποίηση των αναγκών του στον χώρο του εστιατορίου, όπως η προσκόμιση του υλικού προϊόντος, τα αναπαυτικά καθίσματα, η ευχάριστη μουσική, η θετική αντιμετώπιση κλπ.

Οι υπηρεσίες που προσφέρει μια επιχείρηση εστίασης μπορούν να έχουν ως εμφανή στόχο την ικανοποίηση μιας ανάγκης, αλλά στην πραγματικότητα επιτυγχάνουν την κάλυψη ενός εκτεταμένου πλέγματος αναγκών. Έτσι το γεύμα σε ένα εστιατόριο μπορεί να ικανοποιεί ταυτόχρονα το αίσθημα της πείνας αλλά και διάφορες κοινωνικές ανάγκες όπως της παρέας και της συνέντευξης ή της ανάγκης αλλαγής παραστάσεων. Το γεύμα μπορεί να γίνει αντιληπτό διαφορετικά από τα μέλη της παρέας (Scheibehenne , Miesler , & Todd , 2007). Μελέτες έχουν αποδείξει ότι ανάλογα με την ηλικία, το φύλο, τη φυλή, τον τρόπο ζωής, την κοινωνική οικονομική κατάσταση, το πολιτισμικό υπόβαθρο και την εκπαίδευση υπάρχουν διαφορετικές αντιλήψεις για το τι προσφέρει στην ουσία ένα γεύμα. (King, Ada , & Mackenzie, 2017)

Το προϊόν της επιχείρησης εστίασης δεν μεταφέρεται ούτε αποθηκεύεται, αλλά παράγεται και καταναλώνεται στο χώρο του καταστήματος. Η ζήτηση των προϊόντων παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια μιας εβδομάδας ή του έτους. Οι επιχειρήσεις αυτές αντιμετωπίζουν σημαντικές μεταβολές ανάμεσα στη χειμερινή και θερινή περίοδο ενώ την Παρασκευή και το Σάββατο η ζήτηση αυξάνεται θεαματικά. Η κατανάλωση του προϊόντος των επιχειρήσεων εστίασης έχει κάποια χρονική διάρκεια κατά την οποία μπορεί να παρουσιαστεί μεταβολή στην ποιότητα. Η συνολική εκτίμηση του πελάτη για την αξία του προϊόντος ολοκληρώνεται μετά το τέλος της κατανάλωσης.

Η πρόκληση που έχουν να αντιμετωπίσουν στη σύγχρονη εποχή οι επιχειρήσεις εστίασης, είναι η τάση των καταναλωτών να επιλέγουν τρόφιμα υγιεινά των οποίων οι πρώτες ύλες δεν χρειάστηκαν μεγάλες ποσότητες νερού και ενέργειας και ταυτόχρονα για την παρασκευή τους δεν προέκυψε μεγάλη ποσότητα στερεών αποβλήτων. (Johnson, 2009). Οι παραπάνω πρακτικές ενισχύουν την φήμη του εστιατορίου και παράλληλα υποστηρίζουν έναν μηχανισμό 'πράσινων' πρακτικών στην αλυσίδα εφοδιασμού. (Tan & Year, 2012)

Η ποιότητα συχνά κρίνεται από χαρακτηριστικά του προϊόντος, τα οποία δεν είναι άμεσα συνδεδεμένα με το εκ πρώτης όψης πωλούμενο προϊόν. Έτσι η ποιότητα ενός εστιατορίου μπορεί να μην εξαρτάται αποκλειστικά από την ποιότητα των φαγητών και των ποτών και τις υπηρεσίες που προσφέρει αλλά και από άλλα στοιχεία του όπως (Τσιότρας, 2016):

- Τη θέση της περιοχής όπου βρίσκεται η επιχείρησης.
- Το κύρος και την εικόνα της επιχείρησης.
- Τη ζήτηση που έχει το προϊόν.
- Την τιμή πώλησης.
- Τη δυναμική της διαφημιστικής τοποθέτησης της επιχείρησης.
- Το συναισθηματικό κλίμα.

Επιπρόσθετα η αναλυτική περιγραφή για παράδειγμα του μενού μπορεί να επηρεάσει θετικά την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών και τις αντιλήψεις τους για την ποιότητα και την αξία της εμπειρίας ενός γεύματος. Η παροχή πληροφοριών για τη διατροφική αξία των εδεσμάτων μπορεί να βοηθήσει τους πελάτες να καταλάβουν τι καταναλώνουν. (Wansink, Painter, & Van Ittersum, 2001)

Ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τις επισιτιστικές επιχειρήσεις είναι ο οικονομικός και συγκεκριμένα το οικονομικό "υπόβαθρο" των πελατών τους. Ανάλογα με το ποσό που καταναλώνουν χωρίζονται σε:

- Εστιατόρια όπου οι πελάτες γευματίζουν και πέρα από τη τροφή ικανοποιούν και άλλες ανάγκες όπως η κοινωνικοποίηση. Στην παραπάνω περίπτωση το γεύμα είναι κατά κύριο λόγο κοινωνικό γεγονός και η υπηρεσία που προσφέρεται εκ μέρους της επιχείρησης είναι σημαντική. Η εξυπηρέτηση είναι ευγενική και συνοδεύεται π.χ. με ένα ζεστό χαμόγελο.
- Ταχυφαγεία (fast food) όπου οι πελάτες μπορούν να προμηθευτούν φαγητό και ποτά σε χαμηλές σχετικά τιμές και αυτοεξυπηρετούμενοι (self service). Σε αυτά συνήθως οι πελάτες εξυπηρετούν βιολογικές ανάγκες παρά κοινωνικοποίησης.

4.2 ΔΙΕΘΝΕΣ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η κατανάλωση τροφής ήταν, είναι και θα είναι απαραίτητη για τη διατήρηση του ανθρώπου στη ζωή. Όμως, ενώ παλαιότερα αρκούσε η εξασφάλιση επαρκούς ποσότητας τροφής για τη διατήρηση στη ζωή, στη σημερινή εποχή της αφθονίας των τροφίμων, στις αναπτυγμένες χώρες τουλάχιστον, το πρόβλημα είναι η εξασφάλιση της ποιότητας και της ασφάλειας της τροφής που καταναλώνει ο άνθρωπος.

Το επιστημονικό ενδιαφέρον για την ασφάλεια των τροφίμων προέκυψε μετά την δημοσιοποίηση σημαντικών και πολυετών ερευνών, οι οποίες έδειξαν ότι τα τρόφιμα εκτός από τις γνωστές δυσάρεστες γαστρεντερίτιδες, συσχετίζονται πλέον και με άλλα νοσήματα. Ως τέτοια τροφιμογενή νοσήματα μπορούν να θεωρηθούν οι αλλεργίες, οι καρδιαγγειακές νόσοι, εκφυλιστικές νόσοι, κακοήθεις νόσοι, προβλήματα γονιμότητας, νευρολογικές και ψυχικές διαταραχές κ.α.

Το ενδιαφέρον και η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών, από την άλλη, προέκυψε μετά την εμφάνιση ορισμένων διατροφικών κρίσεων. Κρίσεις όπως αυτών της σπογγιόμορφης εγκεφαλοπάθειας των βοοειδών, των διοξινών, των χλωριωμένων πολυφαινιλίων, των πολυακρυλαμιδίων, των φυτοφαρμάκων, των εντομοκτόνων, των αντιβιοτικών, των ορμονών, των συντηρητικών, των προσθετικών κ.α. (Παπαδοπούλου, 2003)

Τα παραπάνω οδήγησαν στην θεσμοθέτηση ενός διεθνούς νομικού πλαισίου ασφάλειας των τροφίμων που για την Ελλάδα συνοψίζονται στα παρακάτω:

- Codex Alimentarius.
- Κανονισμός 852/2004.
- Γενική Νομοθεσία Τροφίμων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (neapaseges, 2018)

4.2.1 CODEX ALIMENTARIUS.

Ο Codex Alimentarius αποτελεί ένα διεθνές όργανο το οποίο δημιουργήθηκε το 1961 από τον Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών (FAO) και τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (WHO) για να αναπτύξει πρότυπα (standards), κώδικες πρακτικής και κατευθυντήριες γραμμές για όλη τη διατροφική αλυσίδα, με σκοπό την προστασία της υγείας των καταναλωτών και την εξασφάλιση ορθών πρακτικών στο εμπόριο τροφίμων. Γεγονός μείζονος σημασίας μάλιστα σε μια εποχή που οι διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών έχουν αλλάξει και αναζητούνται νέες γεύσεις από όλον τον κόσμο εντάσσοντας διάφορα προϊόντα στη διατροφή. Τα πρότυπα, οι κατευθυντήριες γραμμές και οι κώδικες πρακτικής προετοιμάζονται από Επιτροπές του Codex και υποβάλλονται στην Επιτροπή του Codex Alimentarius (Codex Alimentarius Commission) προς υιοθέτηση (adoption).

Τα πρότυπα του Codex Alimentarius υιοθετούνται με την συναίνεση των μελών του Codex και βασίζονται στην καλύτερη επιστημονική και τεχνική γνώση. Ο Codex Alimentarius είναι το μοναδικό διεθνές φόρουμ στο οποίο συμμετέχουν επίλεκτοι επιστήμονες, τεχνικοί εμπειρογνώμονες, εκπρόσωποι κυβερνήσεων επίσης εκπρόσωποι των καταναλωτικών οργανώσεων και της βιομηχανίας συμμετέχουν ως παρατηρητές.

Στη διαμόρφωση και υιοθέτηση αυτών των κατευθυντήριων γραμμών του Codex Alimentarius σημαντικό ρόλο παίζει και η θέση της ΕΕ. Συγκεκριμένα, με την απόφαση 2003/822/ΕΚ του Συμβουλίου, η Ευρωπαϊκή Κοινότητα έγινε μέλος του Codex Alimentarius το Νοέμβριο του 2003. Πριν από κάθε συνεδρίαση Codex Alimentarius, πραγματοποιείται σύσκεψη στο Συμβούλιο της ΕΕ με όλα τα Κράτη Μέλη (ΚΜ) ώστε να διαμορφωθεί κοινή Ευρωπαϊκή θέση στα υπό συζήτηση ή υπό υιοθέτηση κείμενα εργασίας του Codex Alimentarius. (ΕΦΕΤ, 2020)

4.2.2 ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ 852/2004

Η επιδίωξη υψηλού επιπέδου προστασίας για την ζωή και την υγεία του ανθρώπου αποτελεί έναν από τους θεμελιώδεις στόχους της νομοθεσίας περί τροφίμων. Ο εν λόγω κανονισμός καθορίζει επίσης άλλες κοινές αρχές και κοινούς ορισμούς για την εθνική και την κοινοτική νομοθεσία περί τροφίμων, συμπεριλαμβανομένου του στόχου της επίτευξης της ελεύθερης κυκλοφορίας των τροφίμων εντός της Κοινότητας.

Όσον αφορά τη δημόσια υγεία, οι εν λόγω κανόνες και διαδικασίες περιέχουν κοινές αρχές, ιδίως σε σχέση με τις ευθύνες των παρασκευαστών και των αρμόδιων αρχών, διαρθρωτικές, λειτουργικές και υγειονομικές απαιτήσεις για τις εγκαταστάσεις, διαδικασίες για

την έγκριση εγκαταστάσεων, απαιτήσεις όσον αφορά την αποθήκευση και τη μεταφορά και σήματα καταλληλότητας.

Ο Κανονισμός θεσπίζει τους γενικούς κανόνες για τους υπεύθυνους επιχειρήσεων τροφίμων όσον αφορά την υγιεινή των τροφίμων, λαμβάνοντας ιδιαίτερος υπόψη ορισμένες αρχές όπως:

- ο υπεύθυνος επιχείρησης τροφίμων φέρει την πρωταρχική ευθύνη για την ασφάλεια των τροφίμων.
- είναι αναγκαίο να εξασφαλίζεται η ασφάλεια των τροφίμων καθ' όλο το μήκος της τροφικής αλυσίδας, με αφετηρία την πρωτόγεννη παραγωγή.
- η γενική εφαρμογή διαδικασιών που βασίζονται στις αρχές HACCP, από κοινού με την εφαρμογή ορθής πρακτικής υγιεινής, θα πρέπει να ενισχύουν την υπευθυνότητα των υπευθύνων επιχειρήσεων τροφίμων.

4.2.3 ΓΕΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΈΝΩΣΗΣ

Οι γενικές αρχές της τρέχουσας νομοθεσίας στον τομέα των τροφίμων τέθηκαν σε ισχύ το 2002 με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 178/2002. Με αυτόν τον κανονισμό-πλαίσιο θεσπίστηκε επίσης η Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων (ΕΑΑΤ), αρμοδιότητα της οποίας είναι η αξιολόγηση όλων των κινδύνων που σχετίζονται με την τροφική αλυσίδα και η ενημέρωση σχετικά με αυτούς.

Η νομοθεσία αυτή έχει ισχύ στους κάτωθι τομείς:

α. Υγιεινή των τροφίμων: Τον Απρίλιο του 2004, ως τμήμα της προσέγγισης «από το αγρόκτημα στο τραπέζι» εγκρίθηκε ένα νέο νομοθετικό πλαίσιο γνωστό ως δέσμη για την υγιεινή (κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 852/2004 σχετικά με την υγιεινή των τροφίμων, κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 853/2004 για τον καθορισμό ειδικών κανόνων υγιεινής για τα τρόφιμα ζωικής προέλευσης, και κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 854/2004 για τον καθορισμό ειδικών διατάξεων για την οργάνωση των επίσημων ελέγχων στα προϊόντα ζωικής προέλευσης.

β. Μόλυνση των τροφίμων: Ο κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 315/93 του Συμβουλίου εγκρίθηκε με σκοπό να διασφαλιστεί ότι δεν διατίθενται στην αγορά τρόφιμα που περιέχουν μη αποδεκτές ποσότητες ουσιών που επιμολύνουν. Όσον αφορά τα κατάλοιπα σε τρόφιμα είναι δυνατό να προέρχονται από φυτοφάρμακα ή κτηνιατρικές επεξεργασίες και βιοκτόνα. Τα κατάλοιπα φυτοφαρμάκων ρυθμίζονται από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 396/2005 ενώ οι

κανόνες σχετικά με τα υλικά που προορίζονται να έρθουν σε επαφή με τρόφιμα θεσπίζονται στον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1935/2004.

γ. Επισήμανση τροφίμων: Το νομικό πλαίσιο σχετικά με την επισήμανση τροφίμων έχει σχεδιαστεί ώστε να εγγυάται την πρόσβαση των καταναλωτών σε πλήρη στοιχεία για το περιεχόμενο και τη σύσταση των προϊόντων, προκειμένου να είναι σε θέση να προστατεύουν την υγεία και το υπέρτατο συμφέρον τους. Στις 13 Δεκεμβρίου 2014 ένας νέος κανονισμός (κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1169/2011) τέθηκε σε εφαρμογή ο οποίος συνδυάζει δύο οδηγίες σε μία νομοθετική πρόταση. Οδηγία του Συμβουλίου 2000/13/ΕΚ σχετικά με την επισήμανση, την παρουσίαση και τη διαφήμιση των τροφίμων, και οδηγία του Συμβουλίου 90/496/ΕΚ σχετικά με τους κανόνες επισήμανσης των τροφίμων όσον αφορά τις τροφικές τους ιδιότητες, όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία της Επιτροπής 2003/120/ΕΚ.

δ. Γενετικά Τροποποιημένοι Οργανισμοί (ΓΤΟ): Ο Γενετικά Τροποποιημένος Οργανισμός είναι «ένας οργανισμός, εξαιρουμένων των ανθρώπινων όντων, του οποίου το γενετικό υλικό έχει τροποποιηθεί κατά τρόπο που δεν συμβαίνει φυσιολογικά με τη σύζευξη ή/και το φυσιολογικό ανασυνδυασμό». Η οδηγία 2001/18/ΕΚ σχετικά με τη σκόπιμη ελευθέρωση γενετικώς τροποποιημένων οργανισμών στο περιβάλλον διέπει την καλλιέργεια και την εμπορία τους και σε συνδυασμό, με τους κανονισμούς (ΕΚ) αριθ. 1829/2003 και (ΕΚ) αριθ. 1830/2003, καθορίζει το κανονιστικό πλαίσιο της Ένωσης σε αυτόν τον τομέα (συμπεριλαμβανομένης της υποχρεωτικής επισήμανσης των τροφίμων που παράγονται ή περιέχουν ΓΤΟ). (nearaseges, 2018)

4.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΚΑΙ ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΛΕΓΧΟΥ (HACCP)

Το HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) ή αλλιώς Ανάλυση Κινδύνων και Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου, είναι μια μέθοδος που σκοπό έχει την εξασφάλιση της ασφάλειας και υγιεινής των τροφίμων και ποτών που παράγει μια επιχείρηση σε όλα τα στάδια της διαδικασίας παραγωγής και διάθεσης. Η Ευρωπαϊκή Ένωση με τον Κανονισμό ΕΚ 852/2004 στον οποίο βασίζεται πλέον και η ελληνική νομοθεσία, θέτει την υποχρέωση των υπευθύνων των επιχειρήσεων τροφίμων να τηρούν και να εφαρμόζουν διαδικασίες βάσει των αρχών του HACCP.

Οι βάσεις για την δημιουργία του HACCP μπήκαν το 1959 ως μέρος του Αμερικανικού επανδρωμένου Διαστημικού προγράμματος. Η εταιρεία Pillsbury Co συνεργαζόμενη με την Εθνική Υπηρεσία Αεροναυπηγικής και Διαστήματος των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής (NASA) και τα εργαστήρια του Αμερικανικού Στρατού, διέκρινε ότι οι παραδοσιακές μέθοδοι

ελέγχου ποιότητας όπως η επιθεώρηση και η δοκιμή, δεν έδιναν αρκετές εγγυήσεις για την ασφάλεια των προϊόντων και έτσι απαιτούνταν μια νέα προσέγγιση πρόληψης.

Η πρώτη επίσημη παρουσίαση του έγινε το 1971 στο National Conference on Food Protection USA (safefoodalliance, 2019) και το 1985 η Αμερικανική Ακαδημία Επιστημών προτείνει την χρήση του για τον έλεγχο των μικροβιολογικών κινδύνων. Το 1989 η Αμερικανική Ακαδημία Επιστημών προτείνει την χρήση του για τον έλεγχο των μικροβιολογικών κινδύνων και έκτοτε διαδόθηκε και στην Ευρώπη. (Weinroth, Belk, & Belk, 2018)

Η ανάπτυξη του σχεδίου HACCP γίνεται με την εφαρμογή επτά (7) αρχών οι οποίες είναι:

- Να εντοπίζει πιθανούς κινδύνους και να τους περιορίζει σε αποδεκτό επίπεδο ή να τους θέτει υπό έλεγχο.
- Να εντοπίζει ως Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου (ΚΣΕ) τα βήματα εκείνα που μπορούν να μειώσουν ή να ελέγξουν τον κίνδυνο.
- Να καθορίσει κρίσιμα όρια που διαχωρίζουν την αποδεκτή από την μη αποδεκτή προφύλαξη.
- Να καθορίζει αποτελεσματικό πλάνο παρακολούθησής των ΚΣΕ.
- Να προβλέπει διορθωτικές ενέργειες όταν οι σχετικοί κίνδυνοι δεν είναι υπό έλεγχο.
- Να θεσπίζει διαδικασίες για την επιβεβαίωση ότι τα ανωτέρω βήματα (α έως ε) εφαρμόζονται αποτελεσματικά.
- Να τηρεί αρχεία που αποδεικνύουν την αποτελεσματική εφαρμογή των ανωτέρω.

Τα οφέλη που αποκομίζουν οι επιχειρήσεις με την εφαρμογή του HACCP συνοψίζονται στα παρακάτω:

- Συστηματική προσέγγιση.
- Μειωμένο κόστος παραγωγής.
- Αύξηση της εμπιστοσύνης.
- Αποτελεσματική χρήση των διαθέσιμων πόρων.
- Επιμήκυνση της διάρκειας ζωής του προϊόντος.
- Ενίσχυση των συστημάτων διαχείρισης ποιότητας.
- Διευκολύνει την επιθεώρηση του προϊόντος.

Κατά τη διάρκεια του εντοπισμού των κινδύνων, της αξιολόγησης των πηγών κινδύνου και των επακόλουθων εργασιών σχεδιασμού και εφαρμογής των διαδικασιών βάσει HACCP, οι υπεύθυνοι επιχειρήσεων τροφίμων οφείλουν να συνεκτιμούν την αναμενόμενη τελική χρήση του προϊόντος (π.χ. ψημένο ή όχι), τις κατηγορίες των ευάλωτων καταναλωτών και τα επιδημιολογικά στοιχεία που αφορούν την ασφάλεια του τρόφιμου.

Σκοπός των διαδικασιών βάσει HACCP είναι να εστιάζουν τον έλεγχο στα κρίσιμα σημεία ελέγχου. Πρέπει να εφαρμόζονται σε κάθε συγκεκριμένη εργασία χωριστά. Η εφαρμογή των διαδικασιών βάσει HACCP θα πρέπει να επανεξετάζεται και να πραγματοποιούνται οι απαραίτητες τροποποιήσεις όποτε σημειώνονται αλλαγές στο προϊόν, στη διαδικασία ή σε κάθε στάδιο αυτής. Κατά την εφαρμογή των διαδικασιών βάσει HACCP, είναι σημαντικό να υπάρχει ευελιξία, όπου ενδείκνυται, δεδομένου του πλαισίου εφαρμογής και σε συνάρτηση με τη φύση και το μέγεθος της επιχείρησης. (Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2016)

4.4 ΣΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

4.4.1 ΕΙΔΙΚΟ ΣΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ



Το Ειδικό Σήμα Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα είναι σήμα με ειδικό λογότυπο του Υπουργείου Τουρισμού και με την ένδειξη, ότι το Υπουργείο Τουρισμού πιστοποιεί ότι η

συγκεκριμένη επιχείρηση προσφέρει ένα ικανοποιητικό επίπεδο δεσμάτων Ελληνικής Κουζίνας σε συνδυασμό με αντίστοιχα ικανοποιητικό επίπεδο συνολικής παροχής υπηρεσιών.

Τις προϋποθέσεις και τη διαδικασία χορήγησης του Ειδικού Σήματος Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα (Ε.Σ.Π.Ε.Κ.) καθορίζει το υπουργείο Τουρισμού. Το σήμα αυτό χορηγείται από το Υπουργείο Τουρισμού για την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού και μπορούν να το λαμβάνουν επιχειρήσεις εστίασης ή αναψυχής.

Συγκεκριμένα, το Ε.Σ.Π.Ε.Κ. πιστοποιεί ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση:

α) προσφέρει ένα ικανοποιητικό επίπεδο δεσμάτων που ακολουθούν ή βασίζονται στην ελληνική γαστρονομική παράδοση με έμφαση κατά περίπτωση σε τοπικές κουζίνες,

β) χρησιμοποιεί σε σημαντικό βαθμό ελληνικά προϊόντα, με έμφαση σε τοπικά προϊόντα και προϊόντα Π.Ο.Π.,

γ) προωθεί συνολικά την ελληνική γαστρονομική και οινική παράδοση και παραγωγή.

δ) προσφέρει ένα ικανοποιητικό επίπεδο συνολικής παροχής υπηρεσιών.

Το Ε.Σ.Π.Ε.Κ. χορηγείται από το Υπουργείο Τουρισμού, μετά από αίτηση της επιχείρησης ενώ η απόκτηση του είναι προαιρετική. Η επιχείρηση, εφόσον επιθυμεί την ανανέωση του Ε.Σ.Π.Ε.Κ., πρέπει τουλάχιστον δύο μήνες πριν από τη λήξη της τριετίας να υποβάλει αίτηση στο Υπουργείο Τουρισμού, συνοδευόμενη από τα απαραίτητα δικαιολογητικά. Όλες οι επιχειρήσεις που υποβάλλουν αίτηση για ανανέωση του Σήματος, εφόσον τα δικαιολογητικά τους είναι πλήρη, ελέγχονται από τα ειδικά συλλογικά όργανα για τη διαπίστωση της τήρησης των προϋποθέσεων της χορήγησής του. Η ανανέωση του Ειδικού Σήματος Ποιότητας ισχύει, επίσης, για μία τριετία. Το Υπουργείο Τουρισμού καλύπτει όλες τις δαπάνες λειτουργίας των ειδικών συλλογικών οργάνων.

Η χορήγηση του Ε.Σ.Π.Ε.Κ. γίνεται στις επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής που υποβάλλουν σχετική αίτηση εφόσον πληρούν συνδυαστικά τις υποχρεωτικές προϋποθέσεις και λάβουν συνολική βαθμολογία όχι μικρότερη των 25 βαθμών από τα βαθμολογούμενα κριτήρια.

Το Ε.Σ.Π.Ε.Κ. χορηγείται από το Υπουργείο Τουρισμού μετά από έλεγχο, ο οποίος διενεργείται από τριμελή ειδικά συλλογικά όργανα ελέγχου. Τα ειδικά συλλογικά όργανα ελέγχου συγκροτούνται κάθε φορά με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού και αποτελούνται από δύο υπαλλήλους του Υπουργείου Τουρισμού και έναν εκπρόσωπο της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Εστιατόρων Ελλάδας (ΠΟΕΣΕ), ή, εν αδυναμία τούτου προς άσκηση των καθηκόντων του, από έναν εκπαιδευτικό, μόνιμο ή αορίστου χρόνου, του Υπουργείου

Τουρισμού. Οι εκπρόσωποι της ΠΟΕΣΣΕ επιλέγονται από σχετική κατάσταση που υποβάλλει κάθε χρόνο η ΠΟΕΣΣΕ. Μεταξύ των δικαιολογητικών που απαιτείται να υποβληθούν περιλαμβάνεται και η απόδειξη κατάθεσης παράβολου.

Τα υποχρεωτικά κριτήρια είναι οι ελάχιστες υποχρεωτικές προϋποθέσεις για τη χορήγηση του Ειδικού Σήματος Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα. Τα κριτήρια αυτά είναι συνολικά είκοσι 20 και δεν βαθμολογούνται. Η αξιολόγησή τους γίνεται με απάντηση ΝΑΙ/ΟΧΙ, όπου το ΝΑΙ σημαίνει ότι το εστιατόριο ικανοποιεί επαρκώς το εξεταζόμενο κριτήριο ενώ το ΟΧΙ σημαίνει ότι το εξεταζόμενο κριτήριο δεν ικανοποιείται. Η μη συμμόρφωση του εστιατορίου, έστω και με ένα από τα προαναφερόμενα υποχρεωτικά κριτήρια, αποτελεί λόγο απόρριψης της επιχείρησης.

4.4.2 ΣΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ MEDDIET.



Το Επιμελητήριο Μεσσηνίας, συνεργαζόμενο με μία διακρατική επιστημονική ομάδα 13 φορέων από 6 μεσογειακές χώρες (Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία, Αίγυπτο, Λίβανο και Τυνησία), δημιούργησε ένα κοινό πρότυπο ποιότητας Μεσογειακής Διατροφής (MedDiet) για εστιατόρια, το οποίο έχει θέσει ως στόχο να κατοχυρωθεί σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, φιλοδοξώντας να εξαπλωθεί σταδιακά η εφαρμογή του και πέρα από τη Μεσόγειο.

Το «Σήμα Ποιότητας Μεσογειακής Διατροφής MedDiet» απευθύνεται σε εστιατόρια που λειτουργούν καθόλα νόμιμα και έχουν ή σκοπεύουν να αποκτήσουν προφίλ μεσογειακού εστιατορίου, με στόχο να υποστηρίξει τα εστιατόρια που παρέχουν αυθεντική Μεσογειακή Διατροφή, μέσω της απόδοσης σε αυτά του Σήματος Ποιότητας, καθώς και να τα προβάλλει

σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διακρατικό επίπεδο, αναγνωρίζοντας και επιβραβεύοντας τη συνεισφορά τους στην προώθηση της γνήσιας Μεσογειακής γαστρονομίας και πολιτιστικής κληρονομιάς.

Το «Σήμα Ποιότητας Μεσογειακής Διατροφής MedDiet» περιλαμβάνει τις προδιαγραφές που πρέπει να τηρούν τα εστιατόρια για την απόκτηση του Σήματος, καθώς και το σύνολο των οδηγιών, διαδικασιών και απαιτήσεων ελέγχου και πιστοποίησης, όπως (υhc, 2020):

- Εξειδικευμένη εκπαιδευτική και συμβουλευτική υποστήριξη για την πρακτική εφαρμογή του Σήματος Ποιότητας αλλά και των αρχών Μεσογειακής Διατροφής, προκειμένου να καταστεί δυνατή η υιοθέτηση και η μακροχρόνια εφαρμογή της ετικέτας.
- Ειδικά διαμορφωμένο εκπαιδευτικό υλικό, το οποίο είναι προϊόν εργασίας μίας καταξιωμένης διεθνούς επιστημονικής επιτροπής.
- Υποστήριξη των εστιατορίων για την εφαρμογή της Μεσογειακής Διατροφής και των κανόνων του Σήματος για να επιτευχθεί η χρήση του.
- Σύγχρονα επικοινωνιακά εργαλεία που ενισχύουν την αναγνωρισιμότητα των εστιατορίων ως χώρων εστίασης, που έχουν πιστοποιηθεί σύμφωνα με το Σήμα Μεσογειακής Διατροφής MedDiet.
- Ολοκληρωμένη διαφημιστική προβολή σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο μέσω διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και μέσω των ΜΜΕ με την προώθηση σχετικών δημοσιευμάτων.
- Προβολή των βασικών πληροφοριών επικοινωνίας, πρόσβασης και γεω-εντοπισμού των πιστοποιημένων εστιατορίων διεθνώς, μέσω της ειδικής ιστοσελίδας του «Σήματος Ποιότητας Μεσογειακής Διατροφής (MedDiet)» για εστιατόρια, η οποία συνδέεται και με άλλες ιστοσελίδες και δραστηριότητες.

4.4.3 ΣΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΕΡΚΥΡΑΪΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ



Το πρόγραμμα έχει ως αντικείμενο την πιστοποίηση της ποιότητας των εστιατορίων που προσφέρουν καλή παραδοσιακή Κερκυραϊκή κουζίνα. Αποτελεί καινοτόμο ενέργεια και υπάγεται στο «Πρόγραμμα Καινοτόμων Ενεργειών του Επιμελητηρίου Κέρκυρας».

Σκοπός του προγράμματος είναι να συμβάλει:

- Στη διατήρηση του παραδοσιακού γαστρονομικού χαρακτήρα της Κερκυραϊκής κουζίνας.
- Στη διατήρηση του υγιεινού χαρακτήρα της.
- Στην ανάδειξη της Κερκυραϊκής κουζίνας σε συγκριτικό πλεονέκτημα και σημαντικό πόρο για την οικονομία του νησιού.

Για να πετύχει τους δύο πρώτους σκοπούς, το πρόγραμμα δημιούργησε, με την συνεργασία ειδικών, μια σειρά κανόνων με βάση τους οποίους ειδικά εκπαιδευμένοι αξιολογητές αξιολογούν τα εστιατόρια για την χορήγηση του.

Για να πετύχει τον τρίτο σκοπό, το πρόγραμμα προβλέπει ότι θα διαφημίσει τα εστιατόρια που αποκτούν το σήμα με κάθε δυνατό τρόπο όπως π.χ. βραβεύσεις σε ειδικές εκδηλώσεις για την γαστρονομία/τουρισμό, σε τοπικές/πανελλαδικές/παγκόσμιες ιστοσελίδες τουρισμού, εμπορίου και προώθησης ώστε να έχουν επιτυχία στην προσπάθειά τους και να προσελκύσουν και άλλους στο πρόγραμμα.

Το σήμα που συνοδεύει την πιστοποίηση ισχύει μέχρι του τέλους του προγράμματος Επιμελητηρίου, δηλαδή 2 χρόνια. Μετά από την ημερομηνία αυτή, το δίκτυο αποφασίζει για την διαδικασία ανανέωσης των σημάτων.

Τα εστιατόρια που έχουν πιστοποιηθεί δύνανται να απωλέσουν το σήμα τους:

- Αν βρεθούν ότι έπαυσαν να τηρούν κάποιον από τους υποχρεωτικούς κανόνες ή αξιολογηθούν αρνητικά σε μελλοντικές πιστοποιήσεις.
- Αν αλλάξει η άδεια του εστιατορίου λόγω αλλαγής ιδιοκτήτη.
- Αν μετακομίσει σε άλλο κτήριο (στην περίπτωση αυτή, απλά καταβάλλεται το παράβολο του αρχικού ελέγχου και το σήμα χορηγείται με σύντομη διαδικασία).
- Αν αλλάξει ο χαρακτήρας του εστιατορίου με αποτέλεσμα να πάψει να προσφέρει κυρίως Κερκυραϊκή κουζίνα.

4.4.4 ΣΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ‘ΚΡΗΤΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ’



Στο πλαίσιο της ενίσχυσης των ενεργειών της Περιφέρειας Κρήτης για την προστασία, διάσωση και διάδοση της Κρητικής Διατροφής στην Ελλάδα και το εξωτερικό, εντάσσεται η δημιουργία του ενιαίου Σήματος Ποιότητας για την Κρητική Κουζίνα, το οποίο φιλοδοξεί να γίνει ο συνδετικός κρίκος μεταξύ των παραγωγικών τομέων και το όχημα ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού στο νησί. Η καθιέρωση του ενιαίου Σήματος ποιότητας για την προβολή της Κρητικής Κουζίνας, λειτουργήσει ως μέσο προστασίας και ανάδειξης της Κρητικής Διατροφής, διάθεσης των Κρητικών προϊόντων και αναβάθμισης των προσφερόμενων υπηρεσιών εστίασης. Επίσης δίνει τη δυνατότητα σύνδεσης του πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό και προωθεί την Κρήτη ως γαστρονομικό προορισμό. (cretan-nutrition, 2020)

Η πιστοποιημένη επιχείρηση οφείλει να μεριμνά για την καλή υγιεινή των χώρων και του εξοπλισμού που διαθέτει για την παροχή των υπηρεσιών στους πελάτες της. Οφείλει να συμμορφώνεται προς την ισχύουσα εθνική και κοινοτική νομοθεσία σχετικά με την υγιεινή και ασφάλεια των τροφίμων.

Ο τρόπος αντιμετώπισης των πελατών και η γενική επαγγελματική συμπεριφορά είναι σημαντικοί παράγοντες για την πιστοποίηση μιας επιχείρησης εστίασης και θα πρέπει να διέπονται από τις αρχές της Κρητικής φιλοξενίας, με την οποία δεν συνάδει π.χ. η άγρα πελατών. Όσον αφορά το εδεσματολόγιο, αυτό αποτελείται τουλάχιστον σε ποσοστό 65% Κρητικής Κουζίνας

Το υπόλοιπο τμήμα της Κουζίνας (το μέγιστο 35%) μπορεί να περιλαμβάνει πιάτα άλλων αστικών ή τοπικών κουζινών, ενώ τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται είναι κατά προτίμηση Κρητικής προέλευσης και σύμφωνα με τις προδιαγραφές τροφίμων ενός συγκεκριμένου προτύπου. Επίσης τα εδέσματα της Κρητικής Κουζίνας θα πρέπει να είναι διακριτά από τις λοιπές γευστικές προτάσεις της Ελληνικής και Διεθνούς Κουζίνας. Προαιρετικά η Κρητική Κουζίνα προτείνεται να βρίσκεται συγκεντρωμένη σε τμήμα του καταλόγου με τίτλο «Κρητική Κουζίνα».

Στο τμήμα της Κρητικής Κουζίνας το εδεσματολόγιο θα πρέπει να διέπεται από τις αρχές της Κρητικής Διατροφής (να περιλαμβάνει πολλά χόρτα, όσπρια, δημητριακά, λαχανικά εποχής, μαγειρευτά φαγητά) και να περιλαμβάνει κάθε κατηγορία εδεσμάτων. Δεκτές ως κρητική κουζίνα μπορούν να γίνουν οι δημιουργικές παρεμβάσεις εφόσον δεν αλλοιώνουν τον κρητικό χαρακτήρα εδεσμάτων.

ΜΕΡΟΣ Γ: Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΙΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΡΕΥΝΑ

5.1 ΣΚΟΠΟΣ- ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ- ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ , ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Στα προηγούμενα κεφάλαια πραγματοποιήθηκε μία παρουσίαση των εννοιών της γαστρονομίας-εθνικών κουζινών και της ποιότητας-σημάτων ποιότητας. Η μετουσίωση των παραπάνω εννοιών σε κάτι απτό και ποσοτικά μετρήσιμο, πραγματοποιείται από την πλευρά των επισιτιστικών επιχειρήσεων με την παροχή υπηρεσιών στον πελάτη. Στο πλαίσιο αυτό και

για να υπάρξει αρχικά μια εικόνα και δευτερευόντως η ανάλυση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, πραγματοποιήθηκε μία έρευνα.

Σκοπός της έρευνας ήταν:

α) Στο πρώτο στάδιο να προσδιοριστούν τα χαρακτηριστικά που διαμορφώνουν την έννοια της ποιότητας υπηρεσιών. Για αυτό το λόγο το ερωτηματολόγιο καταρτίστηκε έτσι ώστε να περιλαμβάνει ερωτήματα που αφορούν το σύνολο των υπηρεσιών, απτές αλλά και άυλες. Για παράδειγμα περιέχει ερώτηση για το πόσο ευχαριστημένοι είναι οι πελάτες από την ποιότητα των προσφερόμενων εδεσμάτων αλλά συνάμα ζητείται η άποψή τους και για το πόσο ευχαριστημένοι είναι από τον τρόπο που τους υποδέχεται το προσωπικό της επιχείρησης.

β) Στο δεύτερο στάδιο και κατόπιν της συλλογής των απαντήσεων, να παρουσιαστούν και να αναλυθούν με σκοπό την εξαγωγή γενικών αλλά και επιμέρους συμπερασμάτων.

Όσον αφορά τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν, πέραν όσων αναφέρονται στην παράγραφο 5.1.α, έγινε προσπάθεια μέσω των ερωτημάτων 1 έως 7, να δημιουργηθεί ένα προφίλ των ερωτηθέντων. Ειδικότερα περιέχονται ερωτήσεις (1 έως 3) σχετικά με το φύλο, την ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο. Στις επόμενες τέσσερις ερωτήσεις (4 έως 7) ο αντικειμενικός σκοπός ήταν να αντληθούν απαντήσεις για τις συνήθειες των ερωτώμενων- συχνότητα γευμάτων εκτός οικίας, είδος επιχείρησης- αλλά και το πως αντιλαμβάνονται την ποιότητα.

Για τις ερωτήσεις 8 έως 17 έγινε προσπάθεια εκ μέρους του ερευνητή να αντικατοπτρίζουν στο μέγιστο δυνατό την συνολική «εμπειρία» ενός γεύματος σε μία επιχείρηση εστίασης. Έτσι, η αριθμητική σειρά με την οποία τοποθετήθηκαν από το όγδοο ερώτημα και μετά προσομοίωσε την εμπειρία σε χρονικό πλαίσιο, δηλαδή από τη στιγμή την οποία ο πελάτης εισέρχεται στο κατάστημα έως ότου αποχωρήσει έχοντας πληρώσει.

Με τις απαντήσεις στις δύο τελευταίες ερωτήσεις αντλούνται συμπεράσματα στον τομέα της ψυχολογίας (ερώτηση 18- αντίδραση δυσαρεστημένων πελατών) αλλά και του μάρκετινγκ (ερώτηση 19- επηρεασμός από τα σήματα ποιότητας).

Στο σημείο αυτό σημειώνεται ότι το ερωτηματολόγιο απευθύνθηκε σε επαφές του ευρύτερου κοινωνικού και επαγγελματικού βίου του ερευνητή, όπως φοιτητές του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και στελέχη της Πολεμικής Αεροπορίας.

Οι ερωτήσεις διατυπώθηκαν με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη σαφήνεια και σε απλή γλώσσα, δεν χρησιμοποιήθηκαν δηλαδή ειδικές ορολογίες και έννοιες στη διατύπωση τους. Οι

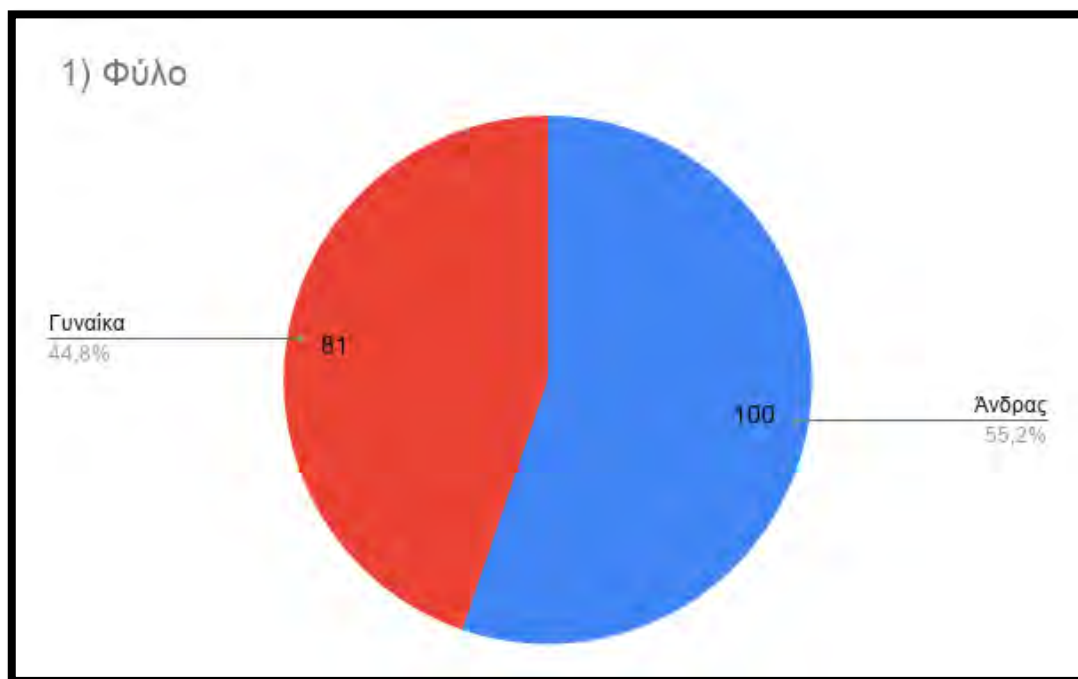
απαντήσεις δόθηκαν κατά το χρονικό διάστημα από 31 Μαρτίου 2020 έως και 17 Απριλίου 2020.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με βάση ένα ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο δεκαεννέα ερωτήσεων το οποίο δημιουργήθηκε στο διαδικτυακό πρόγραμμα Φόρμες Google. Το ερωτηματολόγιο στάλθηκε από τον ερευνητή μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων (e mails), ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram), μέσω εφαρμογών όπως Messenger, Viber.

Τα στοιχεία της έρευνας συγκεντρώθηκαν σε τυχαία δειγματοληψία, χωρίς καμία ποσόστωση ως προς το φύλο και την ηλικία των ερωτηθέντων. Το μέγεθος του δείγματος διαμορφώθηκε στα 178 άτομα από τα οποία κάποια δεν απάντησαν σε ορισμένες ερωτήσεις, έτσι μπορούμε να θεωρήσουμε το δείγμα μας επαρκές, ώστε να οδηγηθούμε σε αξιόπιστα συμπεράσματα.

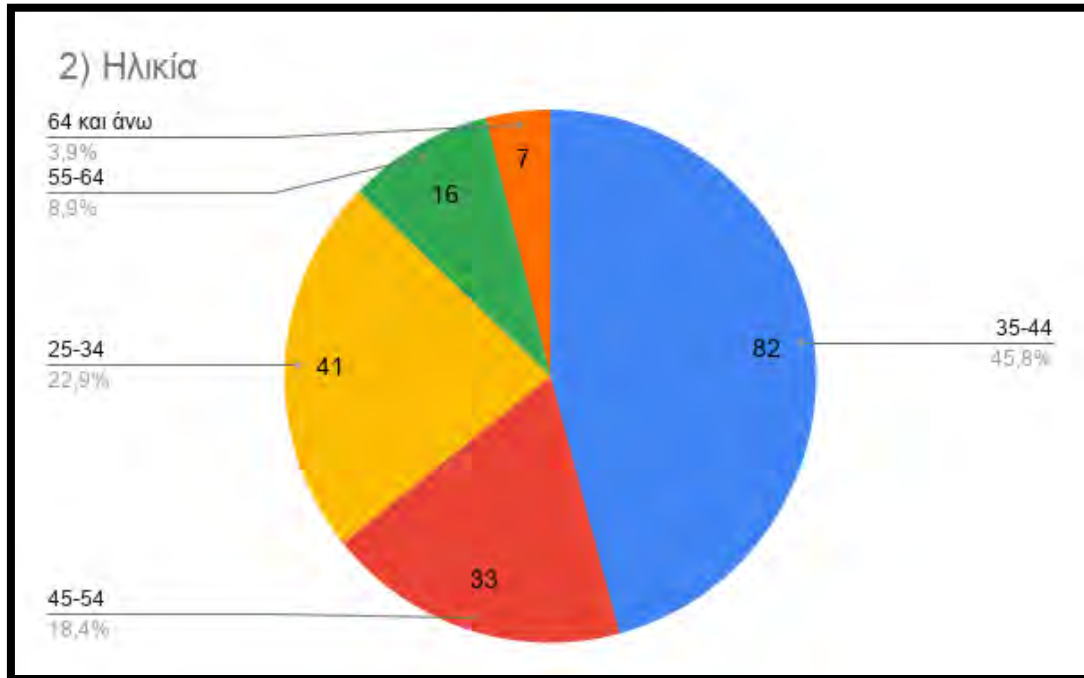
Τέλος για την ανάλυση των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου χρησιμοποιήθηκε η εφαρμογή διαγραμμάτων Microsoft Office Excell.

5.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ



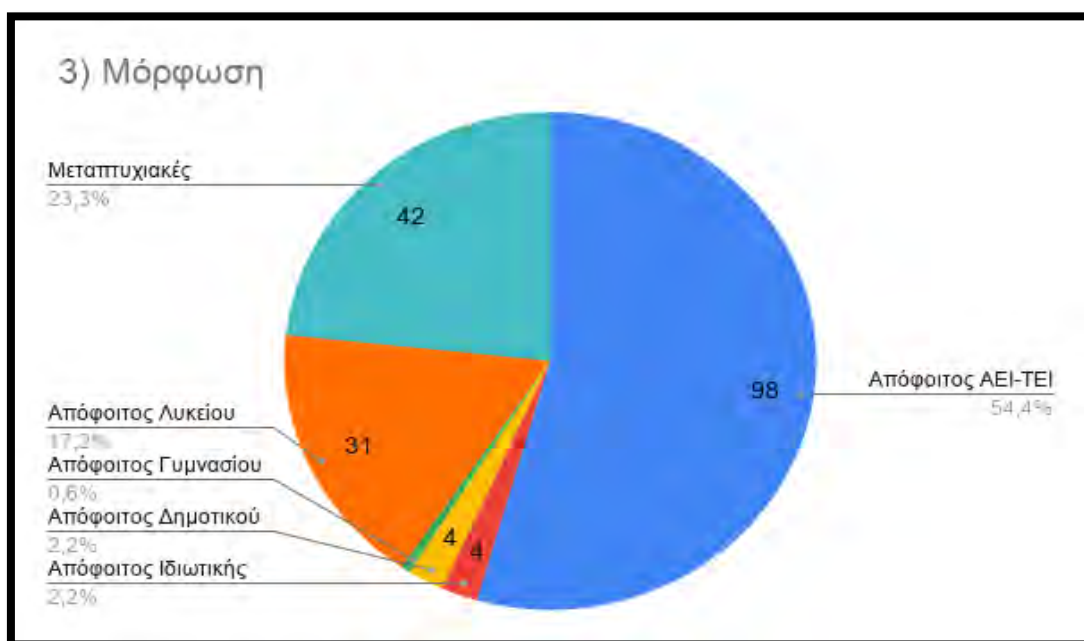
Διάγραμμα 5.2.1: Φύλλο ερωτηθέντων

Όπως βλέπουμε στο παραπάνω διάγραμμα το 55,2% των ερωτηθέντων είναι άνδρες και το 44,8% γυναίκες. Υπάρχει επομένως μια σχετική ισορροπία ως προς το φύλλο των ατόμων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο.



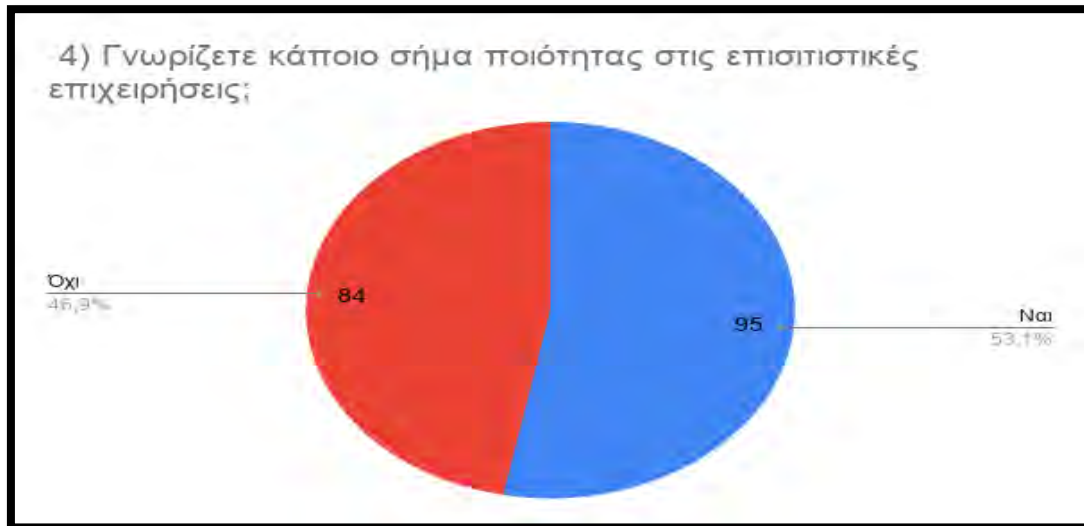
Διάγραμμα 5.2.2: Ηλικία ερωτηθέντων

Από το διάγραμμα 5.2.2 παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ήταν σχετικά άτομα νεαρής ηλικίας, με τις ηλικίες 25-44 να καλύπτουν αθροιστικά το 68,7% του συνόλου των απαντήσεων.



Διάγραμμα 5.2.3: Μόρφωση ερωτηθέντων

Από το παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων έχουν υψηλή ακαδημαϊκή μόρφωση και είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης σε ποσοστό 54,4%, ενώ ένα σχετικά υψηλό ποσοστό της τάξης του 23,3%, είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών.



Διάγραμμα 5.2.4: Γνώση σημάτων ποιότητας

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι ένα σχετικά υψηλό ποσοστό γνωρίζουν κάποιο από τα σήματα ποιότητας των επισιτιστικών επιχειρήσεων. Θεωρούμε το ποσοστό υψηλό, διότι γενικά τα σήματα ποιότητας δεν επιλέγονται από την πλειοψηφία των επιχειρήσεων και είναι λίγες αυτές που κατέχουν κάποιο.



Διάγραμμα 5.2.5: Συχνότητα γεύματος εκτός οικίας

Η ελληνική γαστρονομία. Σήματα ποιότητας και αξιολόγησης επισιτιστικών μονάδων

Στην πέμπτη ερώτηση του ερωτηματολογίου, ρωτήσαμε τους συμμετέχοντες πόσο συχνά γευματίζουν εκτός της οικίας τους. Η πλειοψηφία τους απάντησε σε ποσοστό 72,5% ότι γευματίζει μία φορά την εβδομάδα. Ένα πολύ μικρό ποσοστό απάντησε πως δεν γευματίζει καμία φορά, οπότε τα συμπεράσματα που θα εξαχθούν από την ανάλυση των υπολοίπων ερωτήσεων μπορούν να θεωρηθούν ασφαλή και αξιόπιστα.



Διάγραμμα 5.2.6: Επιλογή είδους επιχείρησης

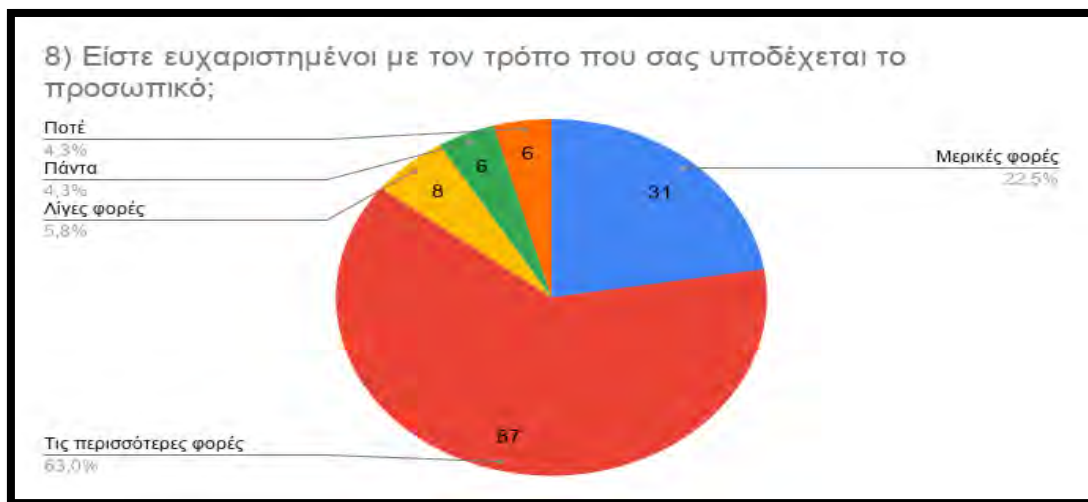
Στο παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων, επιλέγει την ταβέρνα όταν γευματίζει εκτός σπιτιού οπότε συμπεραίνουμε ότι προτιμά μια σχετικά μεγάλη ποικιλία εδεσμάτων σε προσιτές τιμές. Επίσης ένα υψηλό ποσοστό προτιμά την λύση του "γρήγορου" και φθηνού φαγητού, επιλέγοντας τα ταχυφαγεία σε ποσοστό 23,2%, ενώ ένα αθροιστικό ποσοστό 16,7% προτιμούν τα ουζερί και τις πιτσαρίες, επιχειρήσεις με συγκεκριμένο εδεσματολόγιο.



Διάγραμμα 5.2.7: Η ποιότητα στις επισιτιστικές επιχειρήσεις

Η ελληνική γαστρονομία. Σήματα ποιότητας και αξιολόγησης επισιτιστικών μονάδων

Στην έβδομη ερώτηση, ζητήσαμε από τους ερωτηθέντες να μας ορίσουν ποιους τομείς της ποιότητας θεωρούν πιο σημαντική σε μια επισιτιστική επιχείρηση. Η πλειοψηφία, σε ένα ποσοστό 64,6%, μας απάντησε ότι δίνει μεγαλύτερη βαρύτητα στην ποιότητα των εδεσμάτων, ενώ ένα ποσοστό 14% στην εξυπηρέτηση. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ο τομέας "τιμή" επιλέχθηκε σε ποσοστό 9,6% ένα σχετικά χαμηλό ποσοστό. Το παραπάνω μας σε συνδυασμό με την ποιότητα των εδεσμάτων που επιλέχθηκε με το μεγαλύτερο ποσοστό, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι πλέον οι πελάτες δεν κάνουν συμβιβασμούς στο προϊόν που θα καταναλώσουν και θέλουν να είναι αντάξιο του τιμήματος που καταβάλουν.



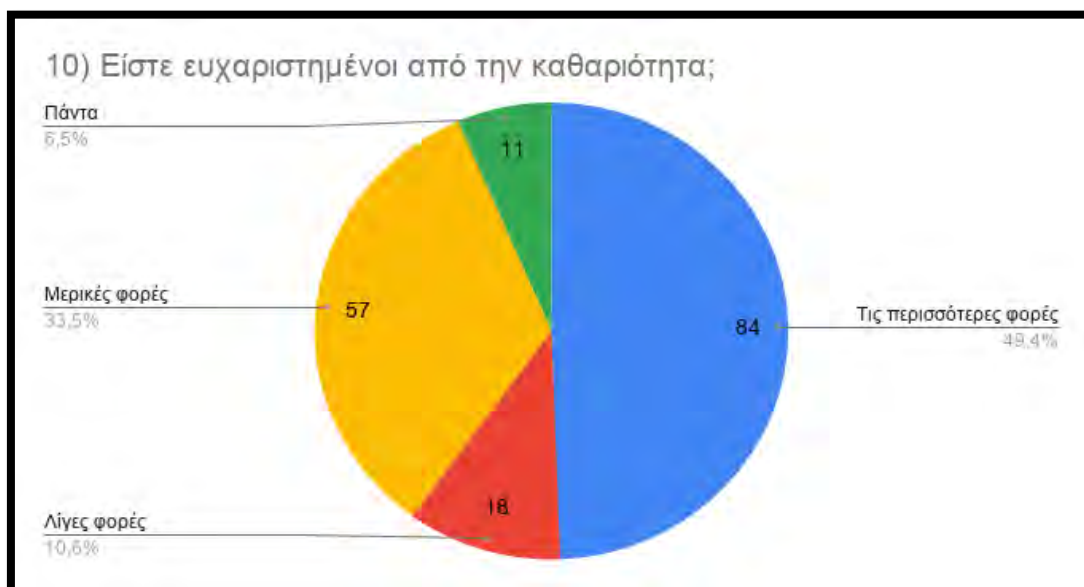
Διάγραμμα 5.2.8: Υποδοχή από το προσωπικό.

Στο παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι ευχαριστημένοι από τον τρόπο που τους υποδέχεται το προσωπικό και αν σε αυτό προσθέσουμε και το ποσοστό 4,3% που είναι πάντα ευχαριστημένοι, αυτό διαμορφώνεται σε 67,3%. Μπορούμε να συμπεράνουμε ότι πλέον το προσωπικό των επιχειρήσεων, είτε έχει έμφυτες ικανότητες είτε εκπαιδεύεται κατάλληλα, έτσι ώστε να διαμορφώνει ένα ευχάριστο "κλίμα" για τον πελάτη όταν αυτός εισέρχεται στο χώρο της επιχείρησης.



Διάγραμμα 5.2.9: Χώροι και διακόσμηση

Στην έβδομη ερώτηση, ζητήσαμε από τους ερωτηθέντες να μας απαντήσουν αν είναι ευχαριστημένοι από τους χώρους και τη διακόσμηση των επιχειρήσεων. Ένα αθροιστικό ποσοστό 49,1% απάντησε ότι είναι ευχαριστημένοι τις περισσότερες φορές ή και πάντα. Το παραπάνω ποσοστό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο τομέας των χώρων και της διακόσμησης είναι σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο μεν, υπάρχουν όμως περιθώρια βελτίωσης έτσι ώστε να είναι ευχαριστημένοι περισσότεροι από τους μισούς που είναι κατά το χρονικό διάστημα που διεξάχθηκε η έρευνα.



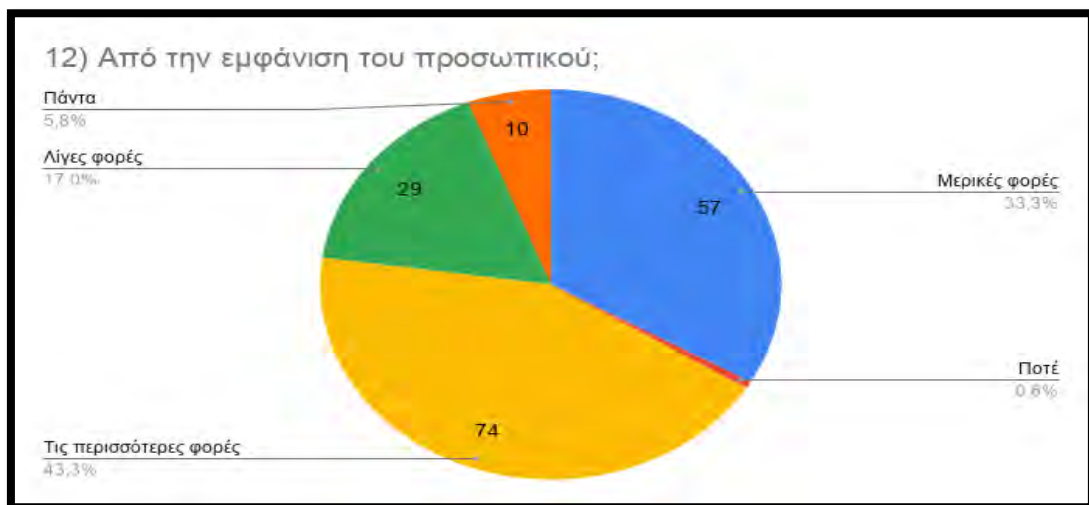
Διάγραμμα 5.2.10: Καθαριότητα

Στο παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι ένα αθροιστικό ποσοστό 55,9% απάντησε ότι είναι ευχαριστημένοι τις περισσότερες φορές ή και πάντα από την καθαριότητα των επιχειρήσεων. Ένα αθροιστικό ποσοστό 44,1% είναι μερικές ή και λίγες φορές ευχαριστημένοι. Το παραπάνω ποσοστό είναι σχετικά υψηλό, γεγονός που αποδεικνύει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να εστιάσουν περισσότερο στην καθαριότητα των χώρων τους.



Διάγραμμα 5.2.11: Ταχύτητα εξυπηρέτησης

Στο αν είναι ευχαριστημένοι με την ταχύτητα εξυπηρέτησης η πλειοψηφία σε ποσοστό 50,9% απάντησε ότι τις περισσότερες φορές είναι, ενώ η δεύτερη επιλογή που επιλέχθηκε με ποσοστό 33,9% ήταν η "μερικές φορές". Παρόμοια τα συμπεράσματα με των δύο προηγούμενων ερωτήσεων δηλαδή και εδώ οι επιχειρήσεις θα πρέπει να βρουν τρόπους έτσι ώστε να εξυπηρετούν με ταχύτερο ρυθμό τους πελάτες.



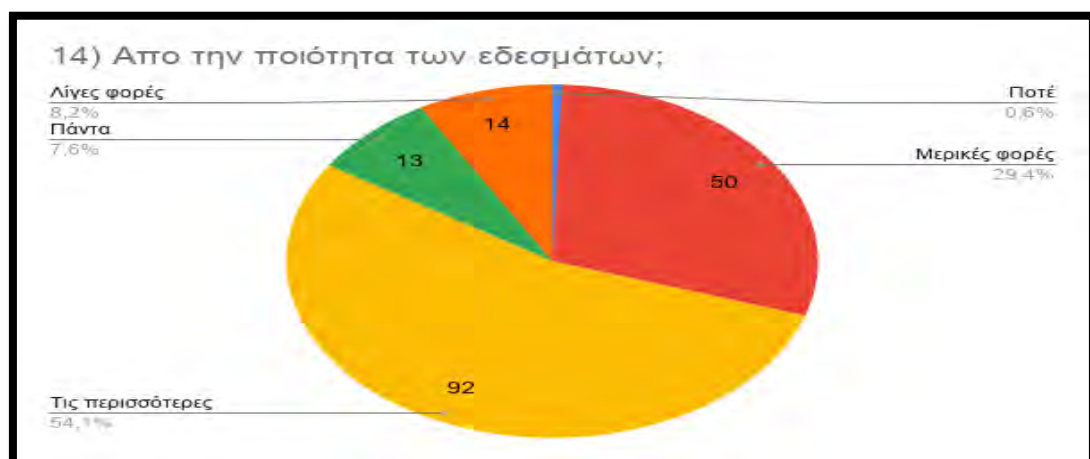
Διάγραμμα 5.2.12: Εμφάνιση προσωπικού

Στο διάγραμμα 5.2.12 εμφανίζονται οι απαντήσεις στο ερώτημα "αν είναι ευχαριστημένοι από την εμφάνιση του προσωπικού". Ένα ποσοστό 43,3% απάντησε "τις περισσότερες φορές" ενώ το 33,3% "μερικές φορές". Η επιλογή "λίγες φορές", επιλέχθηκε από το 17% ενώ η επιλογή "πάντα" από το 5,8%. Ένα ποσοστό 0,6% επέλεξε την επιλογή "ποτέ". Αν και η επιλογή "εμφάνιση προσωπικού" ενέχει πολλά υποκειμενικά κριτήρια, ένα γενικό και σχετικά ασφαλές συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί είναι ότι θα μπορούσαν οι επιχειρήσεις να δοκιμάσουν νέους τρόπους εμφάνισης του προσωπικού τους.



Διάγραμμα 5.2.13: Σειρά προτεραιότητας στην εξυπηρέτηση

Στη δέκατη τρίτη ερώτηση ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να απαντήσουν αν είναι ευχαριστημένοι από τη σειρά προτεραιότητας της εξυπηρέτησής τους. Ένα σχετικά μεγάλο αθροιστικά ποσοστό 60,5% απάντησε πως τις περισσότερες φορές ή και πάντα είναι ευχαριστημένοι. Από τα παραπάνω εξάγεται το γεγονός ότι στον τομέα αυτό οι επιχειρήσεις εξυπηρετούνε τους πελάτες τους σε ένα υψηλό επίπεδο.



Διάγραμμα 5.2.14: Ποιότητα των δεσμών

Η ερώτηση 14 αναφέρεται στο αν είναι ευχαριστημένοι από την ποιότητα των δεσμών. Από το παραπάνω διάγραμμα συμπεραίνουμε ότι η ποιότητά τους είναι καλή, αφού ένα αθροιστικό ποσοστό 61,7% απάντησε πως τις περισσότερες φορές ή και πάντα είναι ευχαριστημένοι. Το αθροιστικό ποσοστό που είναι λίγες φορές ή και ποτέ ευχαριστημένοι, κυμαίνεται στο 8,8% γεγονός που αποδεικνύει ότι οι επιχειρήσεις προσφέρουν ποιοτικά εδέσματα στους πελάτες τους.



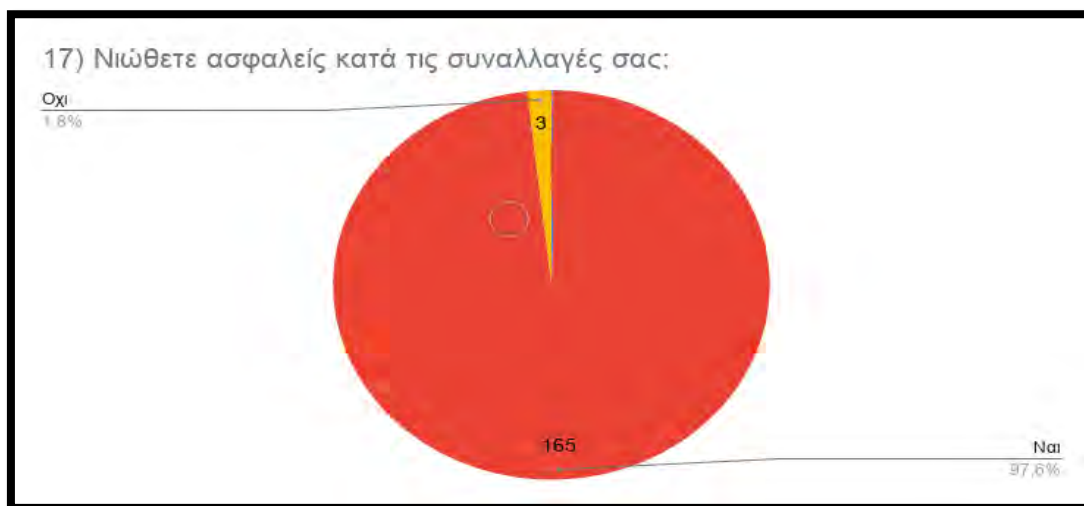
Διάγραμμα 5.2.15: Αντιμετώπιση προβλημάτων

Στο παραπάνω διάγραμμα αποτυπώνονται οι απαντήσεις που δόθηκαν όσον αφορά την αντιμετώπιση των τυχόντων προβλημάτων. Αυτό που παρατηρούμε είναι ότι το αθροιστικό ποσοστό αυτών που τις περισσότερες φορές ή και πάντα, είναι ευχαριστημένοι ανέρχεται στο 46,8% ένα ποσοστό σχετικά χαμηλό. Εάν στα παραπάνω συνυπολογίσουμε το γεγονός ότι ένα αθροιστικά ποσοστό της τάξης του 18,9% είναι λίγες φορές ή και ποτέ ευχαριστημένοι, εξάγεται το συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αναθεωρήσουν ή αν απαιτείται να καθιερώσουν καινούργιες διαδικασίες αντιμετώπισης των τυχόντων προβλημάτων.



Διάγραμμα 5.2.16: Χρόνος αναμονής κατά την πληρωμή

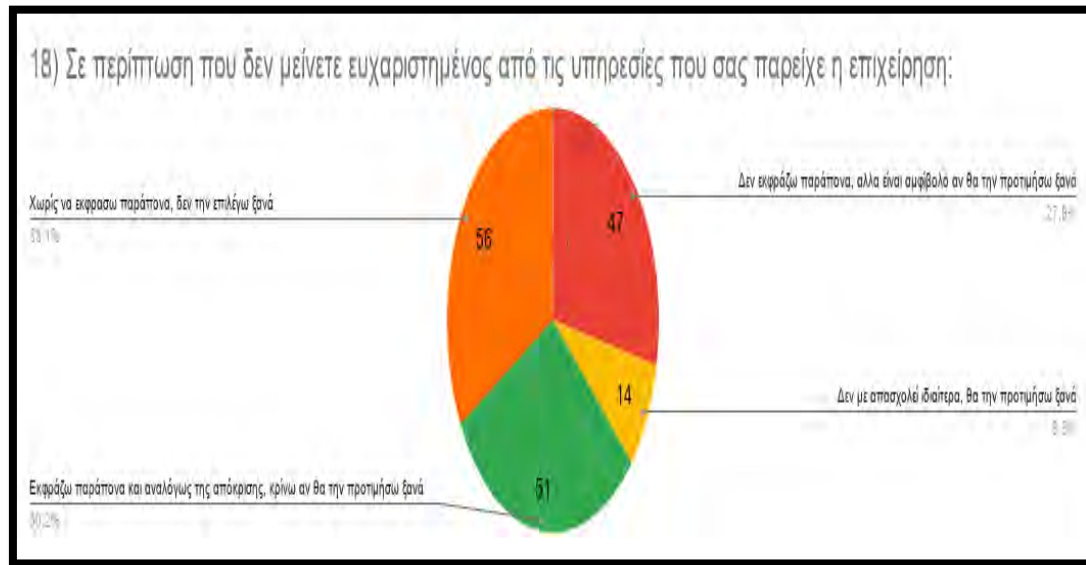
Στην ερώτηση 16 ζητήθηκε να μας απαντήσουν εάν είναι ευχαριστημένοι από τον χρόνο αναμονής που απαιτείται κατά την διαδικασία πληρωμής του λογαριασμού τους. Ένα αθροιστικό ποσοστό 52,3% απάντησε πως τις περισσότερες φορές ή και πάντα, είναι ευχαριστημένοι. Από την άλλη, ένα αθροιστικό ποσοστό 17% απάντησε λίγες φορές ή και ποτέ. Το συμπέρασμα που μπορούμε να εξάγουμε είναι ότι σε αυτόν τομέα οι επιχειρήσεις βρίσκονται σε ένα σχετικά μέτριο επίπεδο.



Διάγραμμα 5.12.17: Ασφάλεια κατά τις συναλλαγές

Στο παραπάνω διάγραμμα αποτυπώνεται το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων νιώθουν ασφάλεια κατά τις συναλλαγές τους σε ποσοστό 97,6%. Σε αυτό τον τομέα οι επιχειρήσεις επιτυγχάνουν εξαιρετικές επιδόσεις οι οποίες πιθανώς να οφείλονται

στην δέουσα προσοχή με την οποία χρεώνονται τα καταναλωθέντα προϊόντα κατά την έκδοση του λογαριασμού των πελατών.



Διάγραμμα 5.12.18: Συμπεριφορά δυσαρεστημένων πελατών

Στην ερώτηση 18 ζητήσαμε από τους ερωτηθέντες να μας απαντήσουν πως αντιδρούν σε περίπτωση που δεν μείνουν ευχαριστημένοι από την επιχείρηση. Η πλειοψηφία απάντησε πως δεν θα εκφράσει παράπονα και δεν θα την επιλέξει ξανά σε ποσοστό 33,1%. Δεύτερη απάντηση σε ποσοστό 30,2% ήταν πως θα εκφράσουν παράπονα και αναλόγως της ανταπόκρισης θα κρίνουν εάν θα την επιλέξουν ξανά. Τρίτη απάντηση σε ποσοστό 27,8% ήταν πως δεν θα εκφράσουν παράπονα, αλλά είναι αμφίβολο εάν θα την επιλέξουν ξανά. Τελευταία ήταν η απάντηση πως δεν τους απασχολεί ιδιαίτερα και ότι θα την προτιμήσουν ξανά. Το σημαντικότερο συμπέρασμα που εξάγεται από τα παραπάνω είναι το γεγονός πως ένα σχετικά υψηλό ποσοστό 33,1 - που ήταν και το μεγαλύτερο από τις υπόλοιπες επιλογές- δεν είναι διατεθειμένο να κάνει καμία "έκπτωση" στην ποιότητα των υπηρεσιών που του παρέχει μια επισιτιστική επιχείρηση. Η πληθώρα των επιλογών όσον αφορά τις επιχειρήσεις, η εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία μέσω του διαδικτύου με την ύπαρξη εφαρμογών όπως π.χ. TripAdvisor, Foursquare, έχουν διαμορφώσει μία νέα γενιά πελατών που είναι πιο ενημερωμένοι, πιο απαιτητικοί και με λιγότερες "ανοχές" σε χαμηλού επιπέδου υπηρεσίες.



Διάγραμμα 5.2.19: Επιλογή μεταξύ επιχειρήσεων

Στην τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου, ζητήσαμε από τους ερωτηθέντες να διαλέξουν ανάμεσα σε μια γνωστή τους επιχείρηση και σε μία η οποία κατέχει κάποιο Σήμα Ποιότητας. Το 63,5% επέλεξε την γνωστή του, ενώ το 35,5% κάποια με Σήμα. Η επιλογή της μειοψηφίας μπορεί να θεωρηθεί σχετικά υψηλή σε απόλυτη τιμή, αφού μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ένα μεγάλο ποσοστό είναι διατεθειμένο να δοκιμάσει κάτι διαφορετικό από αυτά που θεωρεί εγγυημένα, αρκεί αυτό το νέο να έχει κάποια "εχέγγυα". Η ύπαρξη ενός Σήματος Ποιότητας παρέχει αυτά τα "εχέγγυα", με τρόπο απόλυτα οργανωμένο, με τυποποίηση και με ύπαρξη διαδικασιών, κάτι που πρέπει να λάβουν σοβαρά υπόψιν οι επιχειρήσεις έτσι ώστε να μπορούν να γίνουν και πιο ανταγωνιστικές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΤΕΛΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Μετά την ολοκλήρωση της έρευνας και την επεξεργασία των δεδομένων που αντλήθηκαν από αυτή, προκύπτουν ορισμένα τελικά συμπεράσματα και κάποιες διαπιστώσεις οι οποίες παρατίθενται κλείνοντας την εργασία.

Το γεγονός ότι ένα υψηλό ποσοστό των πελατών έχουν γνώση κάποιου σήματος ποιότητας θεωρείται άκρως θετικό και ελπιδοφόρο για τον συγκεκριμένο θεσμό. Από την άλλη, οι επιχειρήσεις που δεν κατέχουν κάποιο από αυτά θα μπορούσαν εξετάσουν την απόκτηση ενός με σκοπό την αύξηση της ανταγωνιστικότητά τους.

Στον πυρήνα της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών το σημαντικότερο συμπέρασμα είναι το γεγονός ότι οι πελάτες απαιτούν υψηλή ποιότητα εδεσμάτων. Το «στοίχημα» των επιχειρήσεων θα λέγαμε είναι να παρέχουν ποιοτικά προϊόντα σε σχέση

βέβαια και με την τιμή πώλησης τους, κάτι που αποδεικνύεται πως το επιτυγχάνουν σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας.

Όσον αφορά τις υπόλοιπες εκφάνσεις της ποιότητας, το γενικό συμπέρασμα είναι ότι οι επιχειρήσεις προσφέρουν καλές υπηρεσίες στον τομέα της υποδοχής, των χώρων και της διακόσμησης, της σειράς προτεραιότητας στην εξυπηρέτηση και της ασφάλειας κατά τις συναλλαγές.

Από την άλλη πλευρά υπάρχουν τομείς που χρήζουν βελτίωσης και πιθανόν και εξέλιξης. Χαρακτηριστικές περιπτώσεις αποτελούν η καθαριότητα, η ταχύτητα εξυπηρέτησης, η εμφάνιση του προσωπικού. Ιδιαίτερη περίπτωση αποτελεί η αντιμετώπιση προβλημάτων ένας τομέας με ιδιαιτερότητες όπως η διαχείριση της συμπεριφοράς του πελάτη και ζητήματα ψυχολογίας.

Κλείνοντας, είναι σκόπιμο να αναφερθεί ότι καλύφθηκαν τα βασικά κομμάτια του θέματός της εργασίας μέσω βιβλιογραφικής επισκόπησης σχετικών συγγραμμάτων και ανάλυσης περιεχομένου ιστοσελίδων. Όσον αφορά το κομμάτι της έρευνας, έγινε μία αρχική προσπάθεια και ως εκ τούτου υπάρχει η δυνατότητα επέκτασής της είτε ως προς το περιεχόμενο των ερωτήσεων (μεγαλύτερο πλήθος, εξειδίκευση αυτών) είτε στο πεδίο της ανάλυσης των απαντήσεων (εισαγωγή περιγραφικών μέτρων).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΙΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Ακολουθεί ερωτηματολόγιο δέκα εννέα (19) ερωτήσεων που αφορούν την ποιότητα του συνόλου των υπηρεσιών που παρέχονται από τις επισιτιστικές επιχειρήσεις.

1) Φύλο

Άνδρας

Γυναίκα

2) Ηλικία

25-34

35-44

45-54

55-64

64 και άνω

3) Μόρφωση

Απόφοιτος Δημοτικού

Απόφοιτος Γυμνασίου

Απόφοιτος Λυκείου

Απόφοιτος Ιδιωτικής Σχολής

Απόφοιτος ΑΕΙ-ΤΕΙ

Μεταπτυχιακές σπουδές

4) Γνωρίζετε κάποιο σήμα ποιότητας στις επισιτιστικές επιχειρήσεις;

Ναι

Όχι

5) Πόσο συχνά επιλέγετε να γευματίσετε εκτός σπιτιού;

Ποτέ

Μία φορά την εβδομάδα

Μέχρι τρεις φορές την εβδομάδα

Περισσότερο από τρεις φορές την εβδομάδα

6) Όταν επιλέγετε να γευματίσετε εκτός σπιτιού, συνήθως επιλέγετε;

Ταχυφαγείο (fast food)

Ψησταριά

Ταβέρνα

Πιτσαρία

Ουζερί

Εστιατόριο

7) Σε ποιόν από τους παρακάτω τομείς δίνετε μεγαλύτερη βαρύτητα, όσον αφορά την ποιότητα στις επισιτιστικές επιχειρήσεις:

Χώροι-Διακόσμηση-Εξοπλισμός

Εξυπηρέτηση

Τιμές

Ποικιλία

Ποιότητα εδεσμάτων

8) Είστε ευχαριστημένοι με τον τρόπο που σας υποδέχεται το προσωπικό;

Ποτέ

Λίγες φορές

Μερικές φορές

Τις περισσότερες φορές

Πάντα

9) Είστε ευχαριστημένοι από τους χώρους και τη διακόσμηση;

Ποτέ

Λίγες φορές

Μερικές φορές

Τις περισσότερες φορές

Πάντα

10) Είστε ευχαριστημένοι από την καθαριότητα;

Ποτέ

Λίγες φορές

Μερικές φορές

Τις περισσότερες φορές

Πάντα

11) Από την ταχύτητα εξυπηρέτησης;

Ποτέ

Λίγες φορές

Μερικές φορές

Τις περισσότερες φορές

Πάντα

12) Από την εμφάνιση του προσωπικού;

Ποτέ

Λίγες φορές

Μερικές φορές

Τις περισσότερες φορές

Πάντα

13) Από την σειρά προτεραιότητας στην εξυπηρέτηση των πελατών;

Ποτέ

Λίγες φορές

Μερικές φορές

Τις περισσότερες φορές

Πάντα

14) Από την ποιότητα των δεσμάτων;

Ποτέ

Λίγες φορές

Μερικές φορές

Τις περισσότερες φορές

Πάντα

15) Από την αντιμετώπιση προβλημάτων;

Ποτέ

Λίγες φορές

Μερικές φορές

Τις περισσότερες φορές

Πάντα

16) Από τον χρόνο αναμονής κατά την πληρωμή;

Ποτέ

Λίγες φορές

Μερικές φορές

Τις περισσότερες φορές

Πάντα

17) Νιώθετε ασφαλείς κατά τις συναλλαγές σας;

Ναι

Όχι

18) Σε περίπτωση που δεν μείνετε ευχαριστημένος από τις υπηρεσίες που σας παρέχει η επιχείρηση:

Δεν με απασχολεί ιδιαίτερα, θα την προτιμήσω ξανά

Δεν εκφράζω παράπονα, αλλά είναι αμφίβολο αν θα την προτιμήσω ξανά

Εκφράζω παράπονα και αναλόγως της απόκρισης, κρίνω αν θα την προτιμήσω ξανά

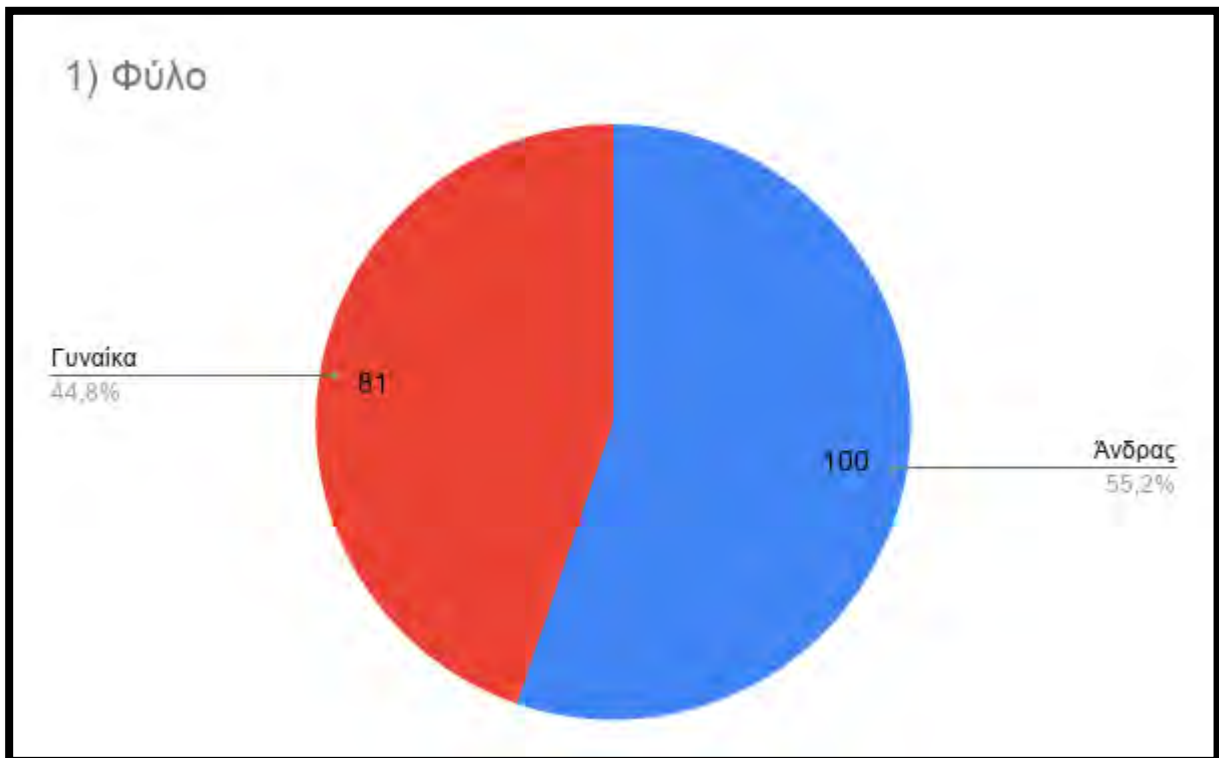
Χωρίς να εκφράσω παράπονα, δεν την επιλέγω ξανά

19) Αν είχατε να επιλέξετε για το γεύμα σας ανάμεσα σε μια γνωστή σε εσάς επιχείρηση και σε μία άγνωστη η οποία κατέχει κάποιο Σήμα Ποιότητας ποια θα επιλέγατε;

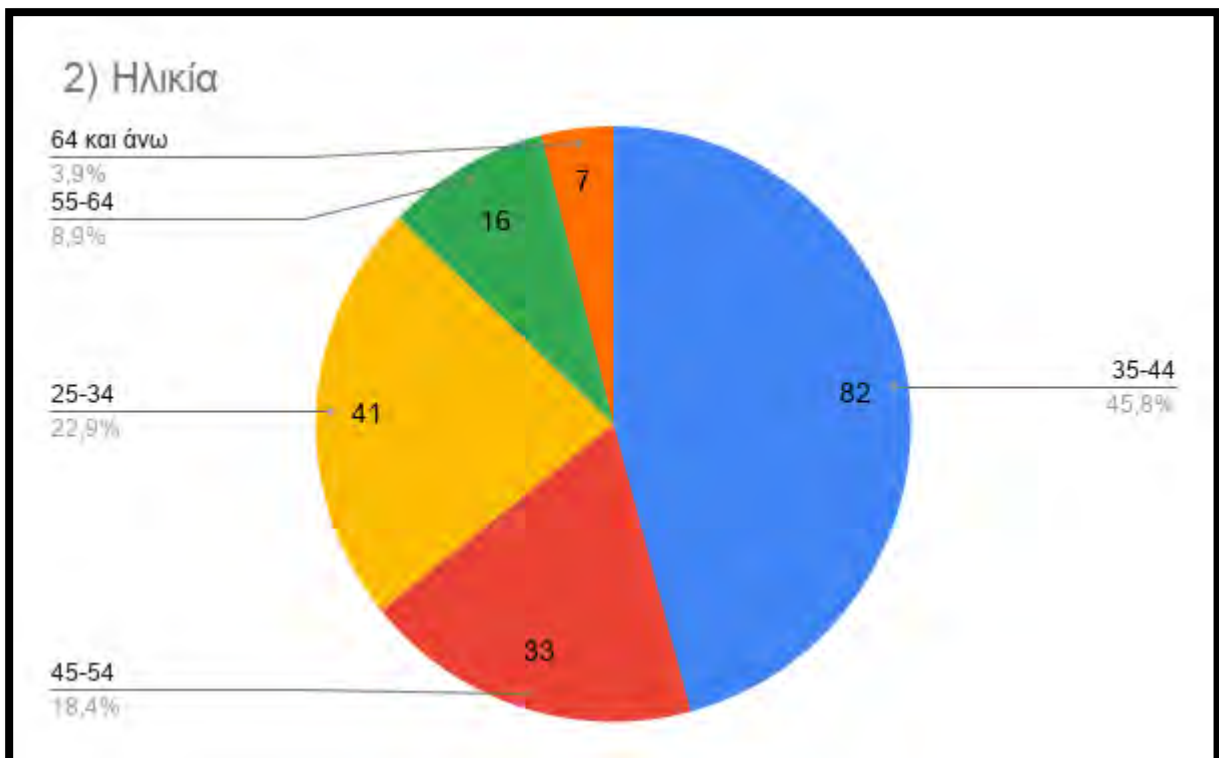
Τη γνωστή μου

Αυτή με το Σήμα Ποιότητας

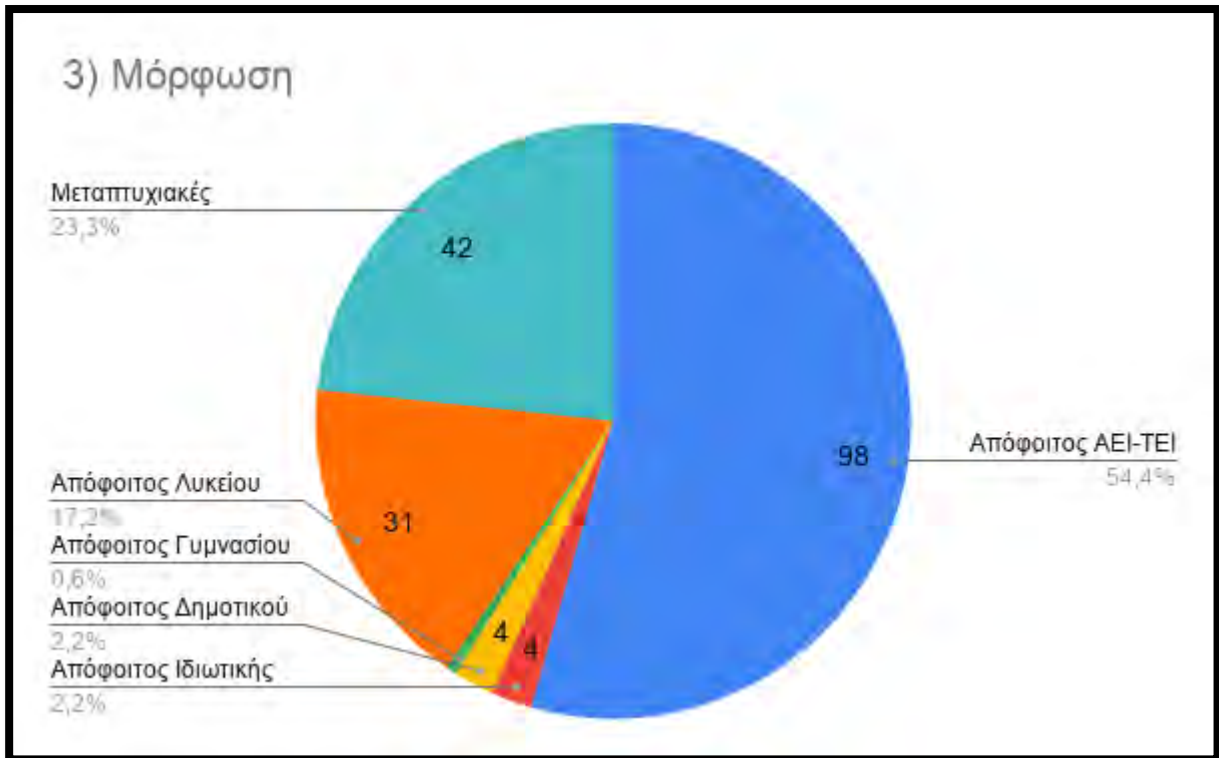
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ



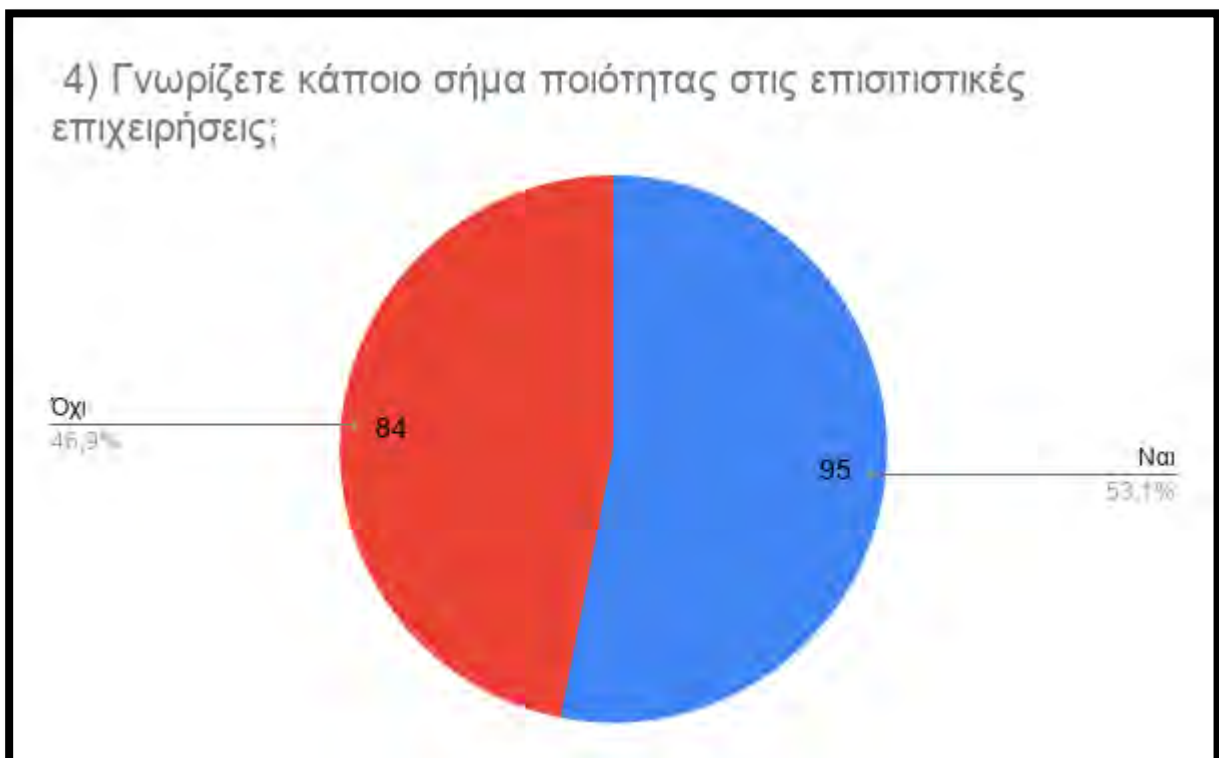
Φύλλο ερωτηθέντων



Ηλικία ερωτηθέντων



Μόρφωση ερωτηθέντων

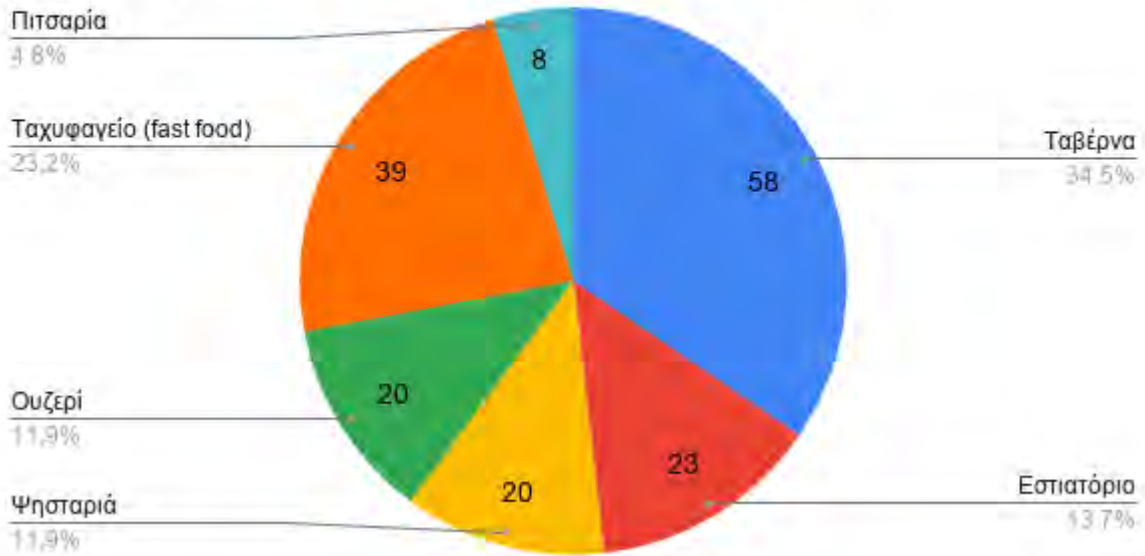


Γνώση σημάτων ποιότητας



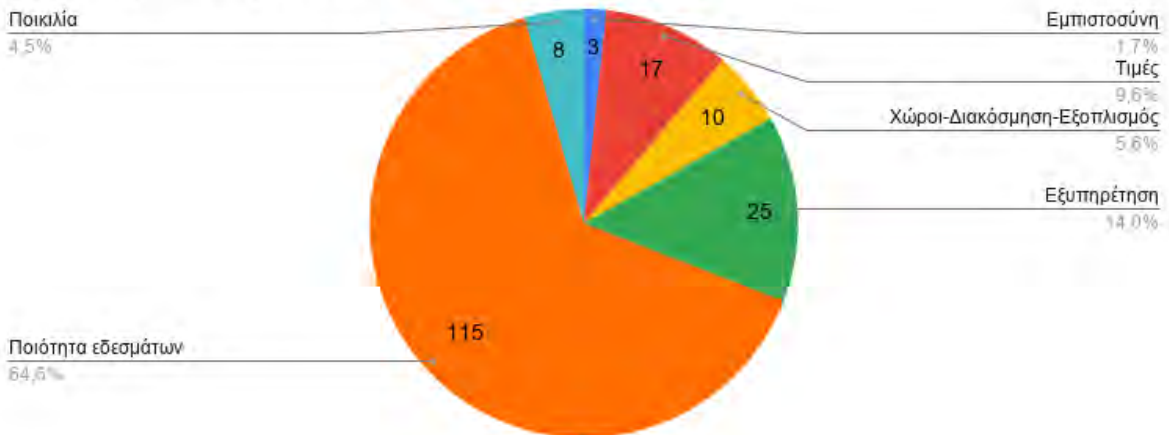
Συχνότητα γεύματος εκτός οικίας

6) Όταν επιλέγετε να γευματίσετε εκτός σπιτιού, συνήθως επιλέγετε;



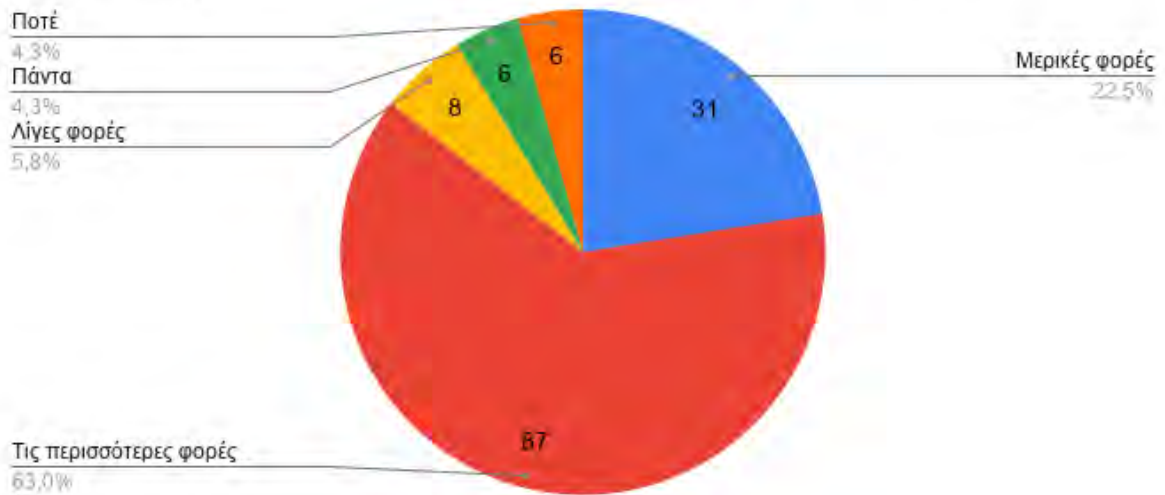
Επιλογή είδους επιχείρησης

7) Σε ποιόν από τους παρακάτω τομείς δίνετε μεγαλύτερη βαρύτητα, όσον αφορά την ποιότητα στις επισιτιστικές επιχειρήσεις:



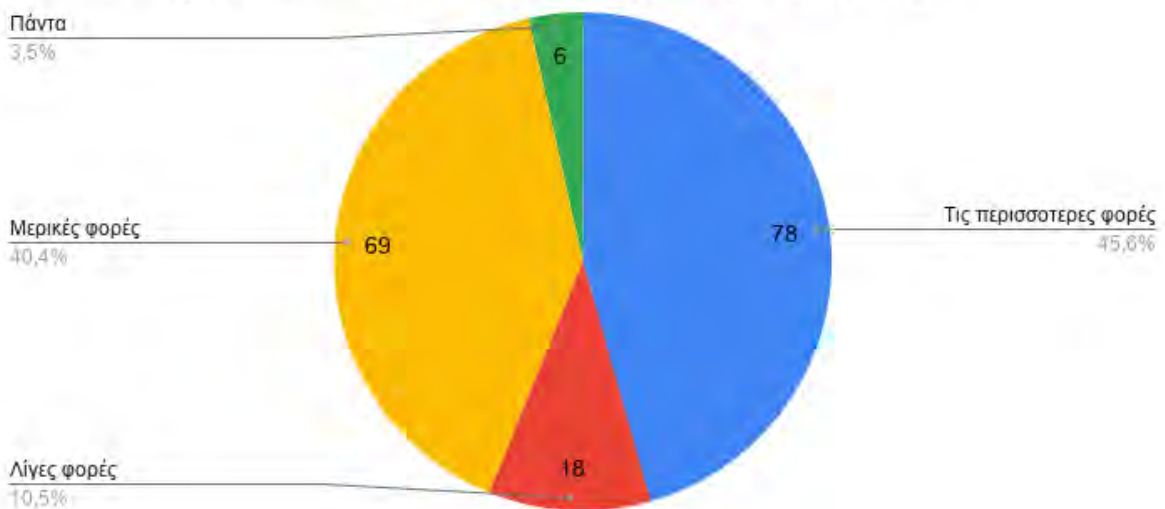
Η ποιότητα στις επισιτιστικές επιχειρήσεις

8) Είστε ευχαριστημένοι με τον τρόπο που σας υποδέχεται το προσωπικό;



Υποδοχή από το προσωπικό

9) Είστε ευχαριστημένοι από τους χώρους και τη διακόσμηση;



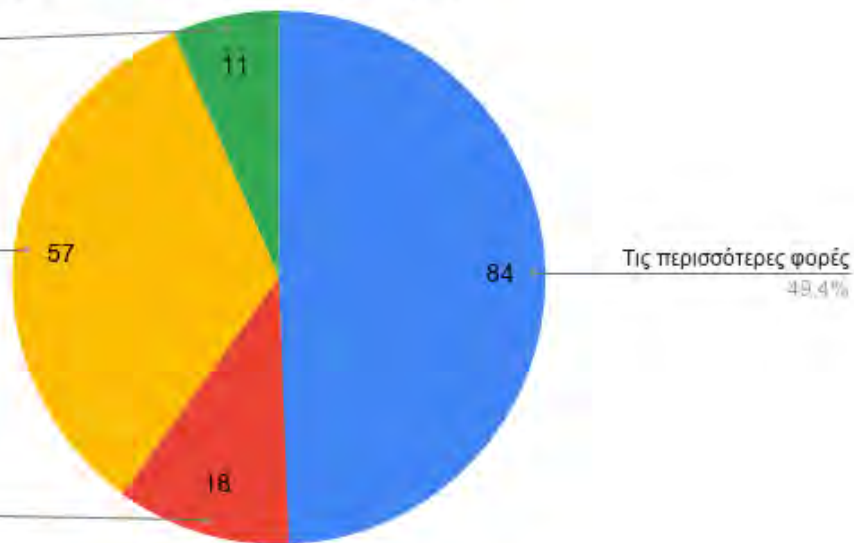
Χώροι και διακόσμηση

10) Είστε ευχαριστημένοι από την καθαριότητα;

Πάντα
6,5%

Μερικές φορές
33,5%

Λίγες φορές
10,6%



Καθαριότητα

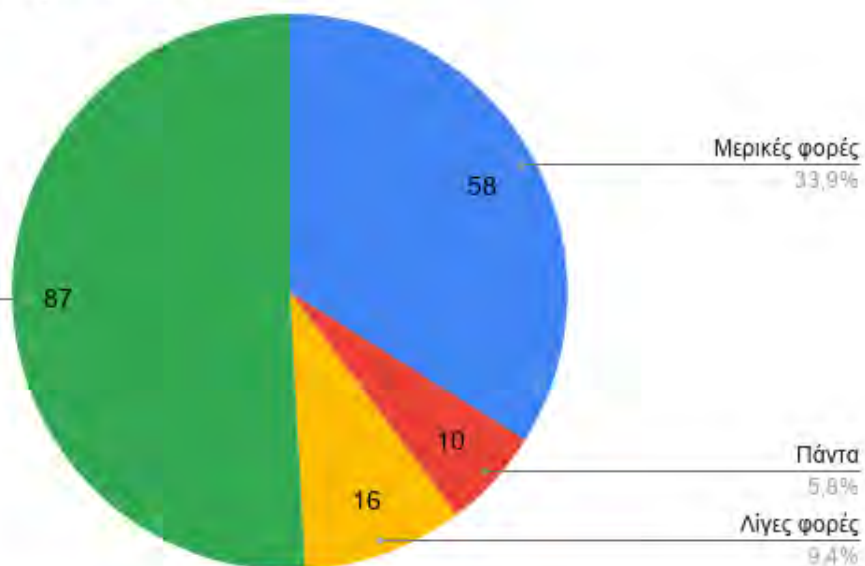
11) Από την ταχύτητα εξυπηρέτησης;

Τις περισσότερες φορές
50,9%

Μερικές φορές
33,9%

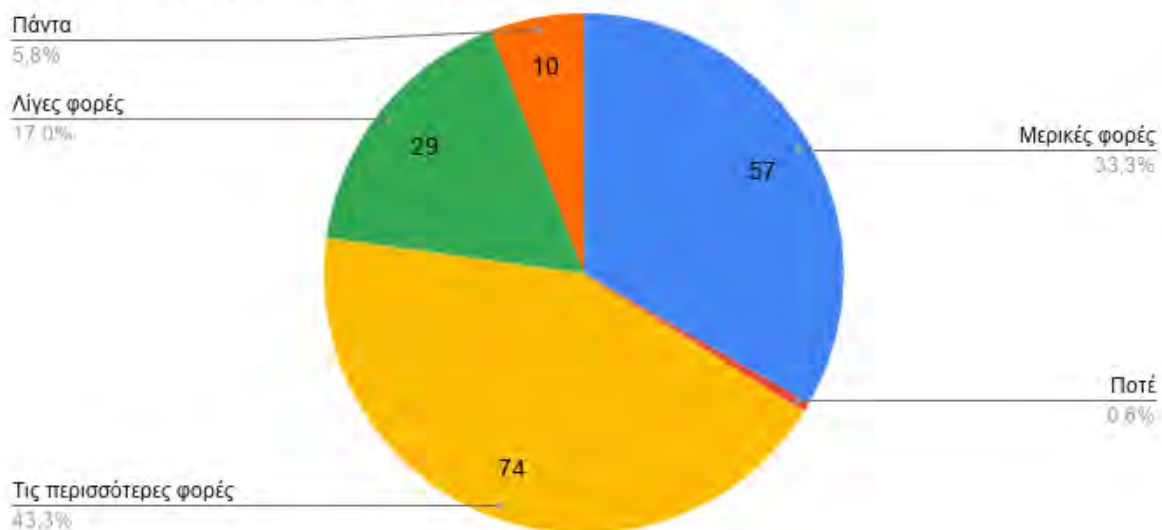
Πάντα
5,8%

Λίγες φορές
9,4%



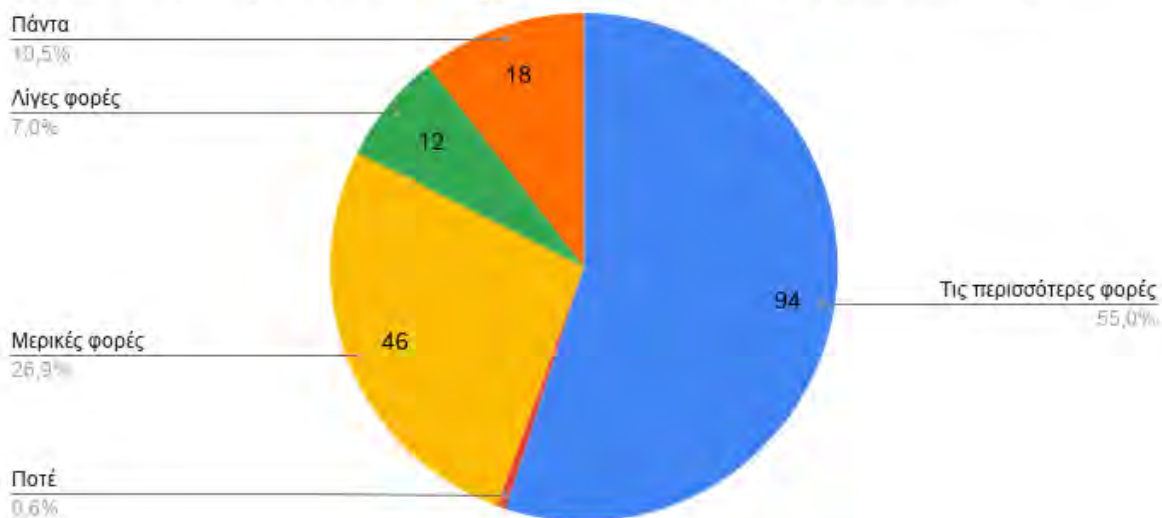
Ταχύτητα εξυπηρέτησης

12) Από την εμφάνιση του προσωπικού;



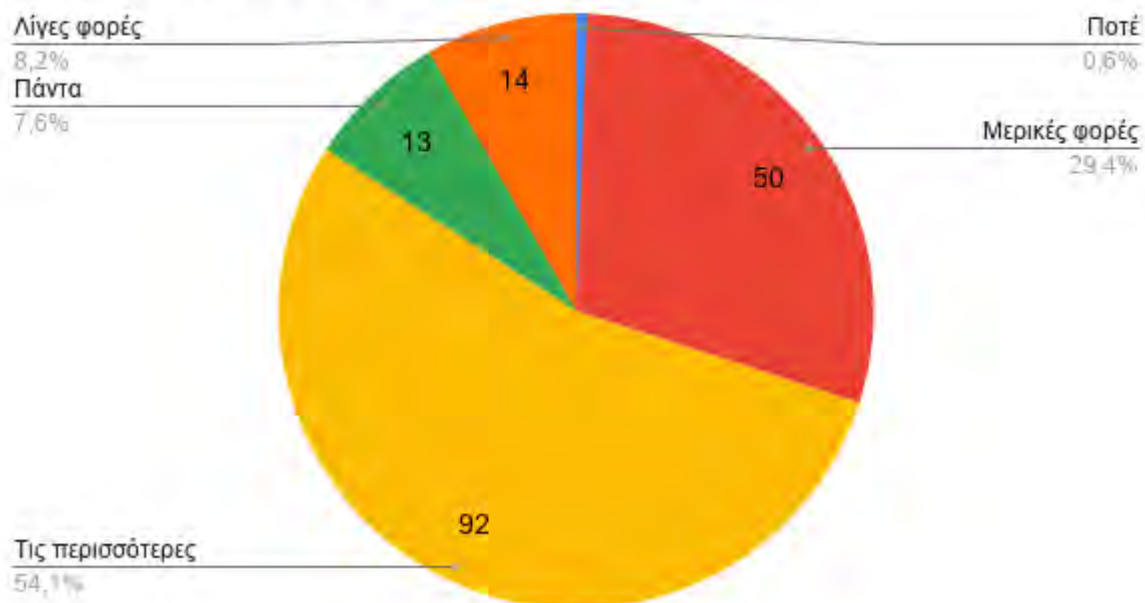
Εμφάνιση προσωπικού

13) Από την σειρά προτεραιότητας στην εξυπηρέτηση των πελατών;



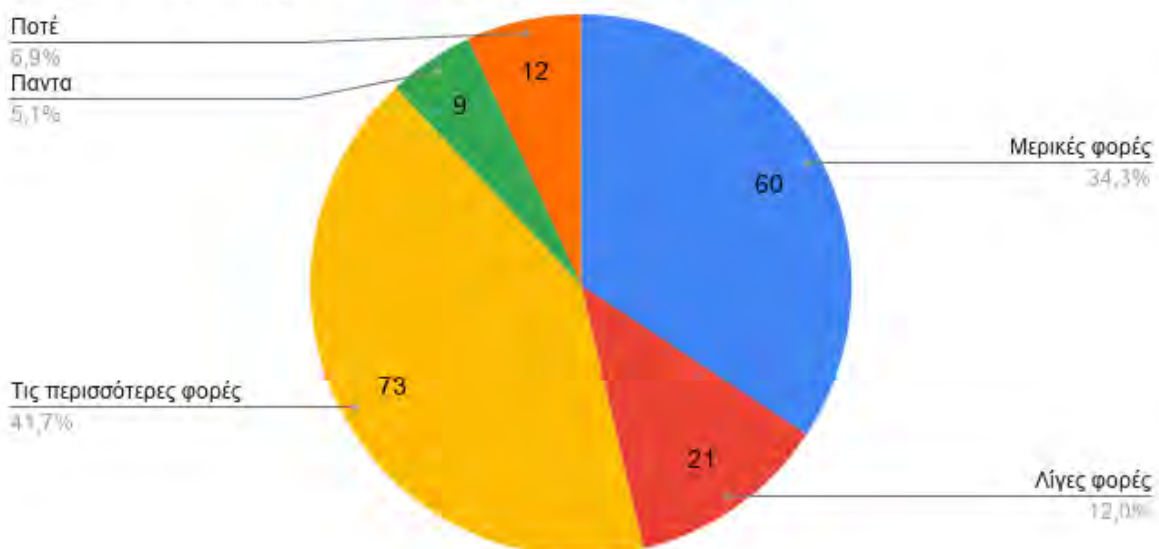
Σειρά προτεραιότητας στην εξυπηρέτηση

14) Απο την ποιότητα των εδεσμάτων;

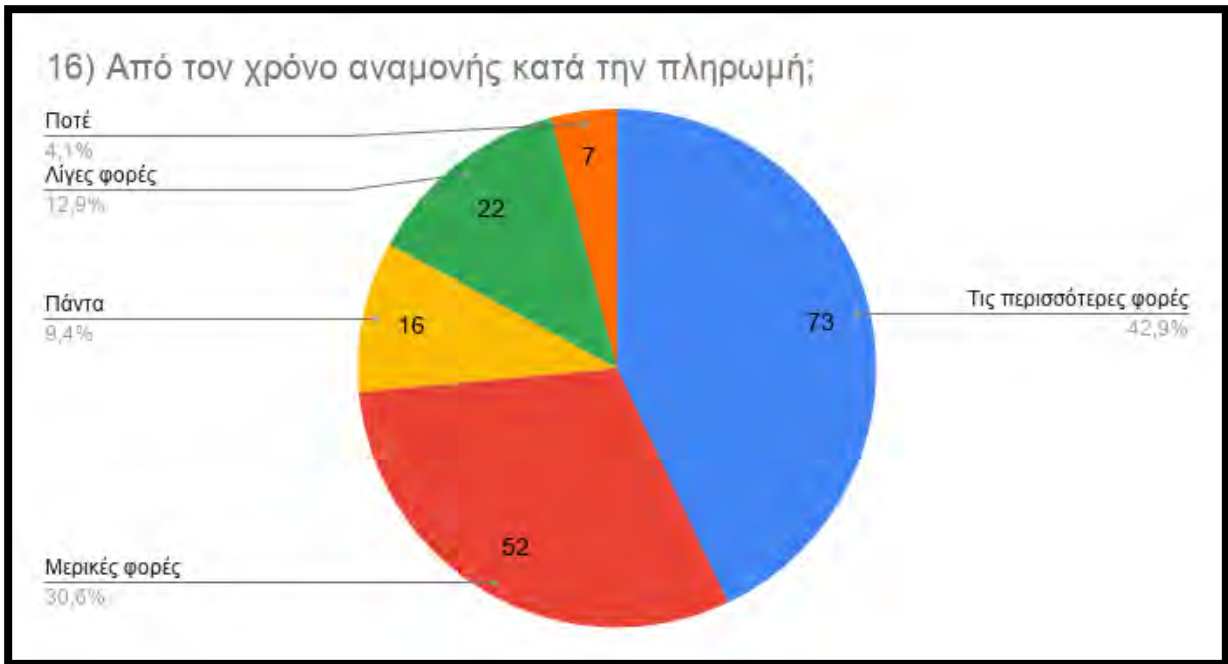


Ποιότητα των εδεσμάτων

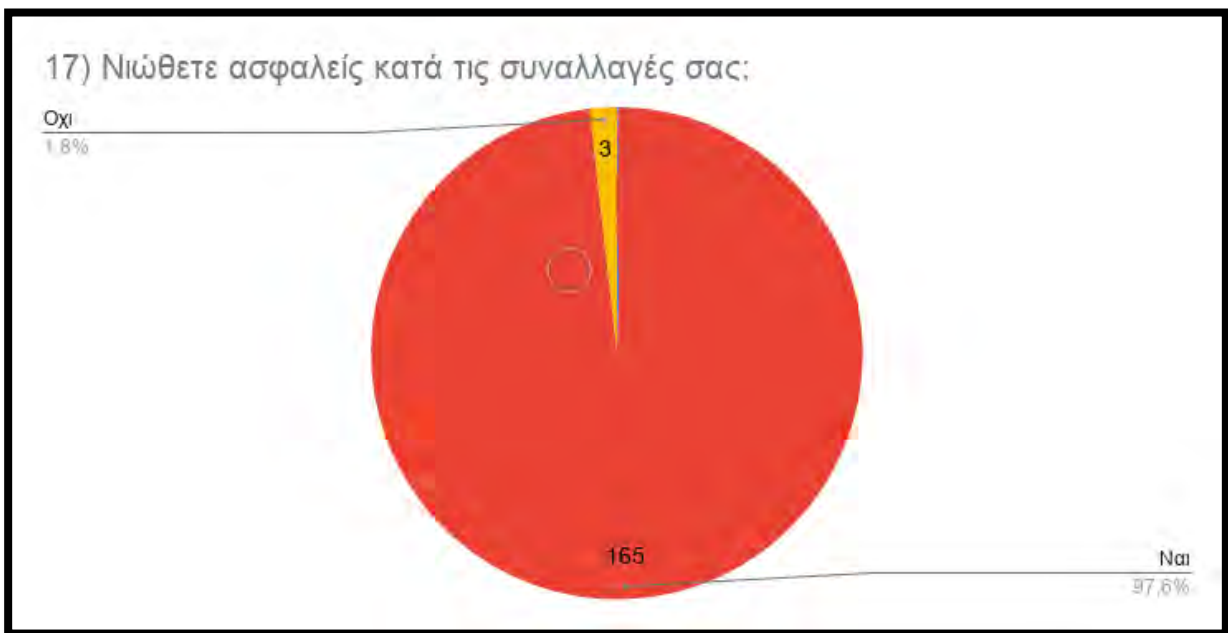
15) Από την αντιμετώπιση προβλημάτων;



Αντιμετώπιση προβλημάτων

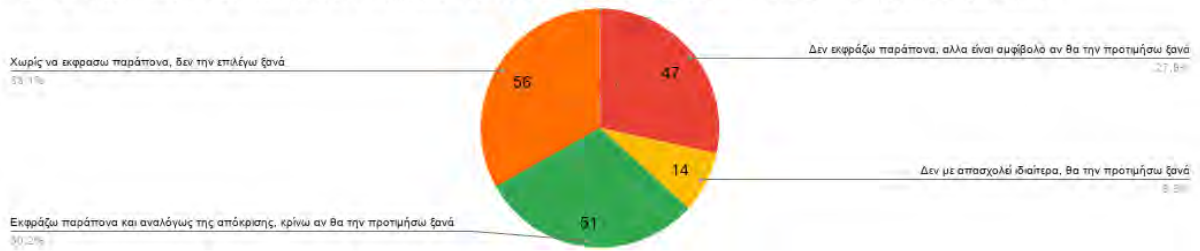


Χρόνος αναμονής κατά την πληρωμή



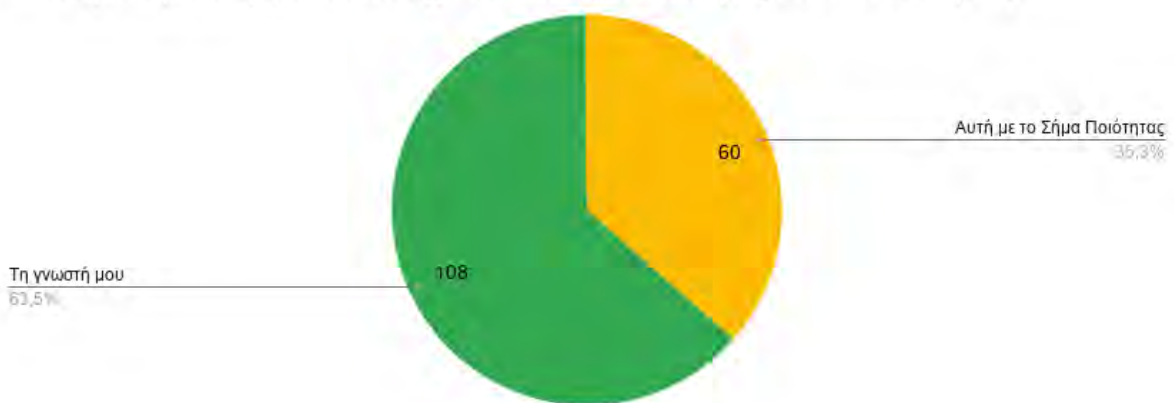
Ασφάλεια κατά τις συναλλαγές

18) Σε περίπτωση που δεν μείνετε ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες που σας παρείχε η επιχείρηση:



Συμπεριφορά δυσαρεστημένων πελατών

19) Αν είχατε να επιλέξετε για το γέυμα σας ανάμεσα σε μια γνωστή σε εσάς επιχείρηση και σε μία άγνωστη η οποία κατέχει κάποιο Σήμα Ποιότητας ποιά θα επιλέγατε;



Επιλογή μεταξύ επιχειρήσεων

Βιβλιογραφία

- academyocgc. (2020). *Ορισμός της γαστρονομίας*. Ανάκτηση Ιανουάριος 2020, από <https://www.academyocgc.com/gastronome>
- agrocrete. (2020). *Ιστορικά στοιχεία*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από <http://agrocrete.com>: <http://agrocrete.com/cretan-diet/history-of-the-cretan-diet/>
- American National Standards Institute (ANSI), American Society for Quality (ASQ) . (1978). *Quality Systems Terminology*. Στο *WI American Society for Qualith Control*. Milwaukee.
- Amin, A., & Thrift, N. (2002). *Cities: Reimagining the urban*. Cambridge: Polity.
- appiko. (2020). *Spring Rolls*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από www.appiko.gr: <https://www.appiko.gr/2018/07/22/spring-rolls/>
- Bach-Faig, A., Berry, E., Lairon, D., Reguant, J., Trichopoulou, A., Dernini, S., . . . Serra-Majem, L. (2011). *Mediterranean diet pyramid today. Science and cultural updates*. Public Health Nutrition.
- Barringer, T. (2001). *Mediterranean diets and cardiovascular disease*. Carolinas Medical Center, Department of Family Medicine.
- Barthes, R. (1979). *Elements of Semiology*. New York: Hill and Lan.
- Beckford, J. (2016). *Quality: A Critical Introduction*. New York: Taylor & Francis.
- Bulotta , S., Celano , M., Lepore , S., Montalcini , T., Pujia , A., & Russo , D. (2014). *Beneficial effects of the olive oil phenolic components oleuropein and hydroxytyrosol: focus on protection against cardiovascular and metabolic diseases*. University "Magna Graecia" of Catanzaro, Department of Health Sciences. Catanzaro: Journal of Translational Medicine.
- Cazzetta, S. (2010). *Cultural clusters and the city: The example of Filmbyen in Copenhagen*. Copenhagen: 16th International Conference on Cultural Economics.
- Child, J. (1983). *Mastering the Art of French Cooking*. Knopf Publishing Group.
- cretan-nutrition. (2020). *ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ «ΣΗΜΑΤΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ»*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από [cretan-nutrition.gr](http://www.cretan-nutrition.gr): http://www.cretan-nutrition.gr/wp/wp-content/uploads/2012/03/PR_01_1_prodiagrafes_pistopoiisis_cretan.pdf
- Danish Government . (2003). *Denmark in the culture and experience economy 5 new steps*. Copenhagen.
- DeLong, W. (2018, Νοέμβριος 13). *Raffaele Esposito And The Origin Story Of The Margherita Pizza*. Ανάκτηση από <https://allthatsinteresting.com>: <https://allthatsinteresting.com/raffaele-esposito>

- Fisher, N., & Nair, V. (2009, Ιανουάριος). Quality management and quality practice: Perspectives on their history and their future. *Applied Stochastic Models in Business and Industry*.
- Flood, R. L. (1993). *Beyond TQM*. John Wiley & Sons .
- frayedpassport.com. (2020). *The Delicious History of Mapo Tofu: Chengdu's Signature Dish*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από <https://frayedpassport.com/>: <https://frayedpassport.com/the-delicious-history-of-mapo-tofu-chengdus-signature-dish/>
- Godman, H. (2013). *Adopt a Mediterranean diet now for better health later*. Boston: Harvard Health Publications.
- greekcuisineawards. (2020). *Η ελληνική κουζίνα βραβεύεται και χαράζει το μέλλον της*. (ΔΕΣΜΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ Α.Ε.) Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από www.greekcuisineawards.gr: <https://www.greekcuisineawards.gr/about/history.aspx>
- Hall, C. M. (2005). *Rural wine and food tourism cluster and network development. Rural tourism and sustainable business*. . (I. K. D. Hall, Επμ.) Clevedon: Channel View Publications.
- Harris, W. (2008). *The omega-3 index as a risk factor for coronary heart disease*. University of South Dakota, Sanford School of Medicine, Metabolism and Nutrition Research Center, Sanford Research/USD, Sioux Falls.
- healthyliving. (2012, 11 5). *Παλαιολιθική διατροφή: Τρώτε σαν πρωτόγονος*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από <http://www.healthyliving.gr>: <https://www.healthyliving.gr/2012/11/05/%CF%80%CE%B1%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%B8%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AE-%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%B5%CE%AF%CF%84%CE%B5-%CF%83%CE%B1%CE%BD-%CF%80/>
- hungrybeargreece.wordpress. (2018, Ιούνιος 4). *Η γαλλική κουζίνα μέσα από 27 παραδοσιακά πιάτα*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από hungrybeargreece.wordpress.com: <https://hungrybeargreece.wordpress.com/2018/06/04/%CE%B7-%CE%B3%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%B6%CE%AF%CE%BD%CE%B1-%CE%BC%CE%AD%CF%83%CE%B1-%CE%B1%CF%80%CF%8C-27-%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B4%CE%BF%CF%83%CE%B9%CE%B1%CE%BA/>
- Hutchins, D. (1992). *Achieve total quality*. United Kingdom: Director Books.
- Japan External Trade Organization . (2020). *Food, agricultural and fishery products*. Ανάκτηση από www.jetro.go.jp: www.jetro.go.jp/en/ind_tourism/foods.html

- Johnson, R. (2009). *Organizational Motivations for Going Green for Profitability Versus Sustainability*.
- Keys, A. (1997, Μάρτιος). *Coronary heart disease in seven countries*. Elsevier.
- King, B., Ada, L., & Mackenzie, M. (2017). Restaurant Customers' Attitude toward Sustainability and Nutritional Menu Labels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*.
- Koura, K. (2012). The Development and Changes of Quality Control in Japan. Στο M. Savsar, *Quality Assurance and Management* (σσ. 19-24).
- Lanza, E., Forman, M., Beecher, G., Holden, J., & Mangels, A. (1993). *Carotenoid content of fruits and vegetables: an evaluation of analytic data*. US Department of Agriculture, Beltsville Human Nutrition Research Center.
- Ljunggren, E. (2010). *Experiencing Local Food Resources in the Nordic Countries, Chapter: 3.1*. Nordic Innovation Center.
- Mak, A., Lumbers, M., & Eves, A. (2012, Ιανουάριος). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, σσ. 39(1):171-196.
- Mantzoros, C. S. (2009). *Nutrition and metabolism: underlying mechanisms and clinical consequences*. Springer.
- neapaseges. (2018, Μάρτιος 1). *Η ευρωπαϊκή πολιτική για την ασφάλεια των τροφίμων*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από www.neapaseges.gr: <https://www.neapaseges.gr/el/products/details/DIATROFI-YGEIA/I-eyropaiki-politiki-gia-tin-asfaleia-ton-trofimon>
- OECD. (2009). *The Impact of Culture on Tourism*. Paris: OECD.
- Ordovas, J. (2004). *Nutritional genomics*. *Annu Rev Genomics Hum Genet*.
- Padilla, M. (2001). *Evolution of Mediterranean diets: facts, causes, effects*. (L. D. Amado R., Επιμ.) Luxembourg.
- Pan, A., Sun, Q., Bernstein, A., Schulze, M., Manson, J., Stampfer, M., . . . Hu, F. (2012). *Red meat consumption and mortality: results from 2 prospective cohort studies*. Harvard School of Public Health, Departments of Nutrition and Epidemiology, Boston.
- Pérez, R., & Ruiz, V. (2004). *Wheat, bread and pasta in Mediterranean diets*. Servicio Municipal de Salud Pública, Unidad de Nutrición Comunitaria, Bilbao.
- Polak, R., Phillips, E., & Campbell, A. (2015). *Legumes: Health Benefits and Culinary Approaches to Increase Intake*. Harvard Medical School, Institute of Lifestyle Medicine, Joslin Diabetes Center, Department of Physical Medicine & Rehabilitation, Boston.

- Reeves, C. ..., & Bednar, D. (1994, Ιούλιος). Defining Quality: Alternatives and Implications. *The Academy of Management Review*(Vol. 19, No. 3, Special Issue: "Total Quality"), σσ. 419-445. doi:10.2307/258934
- Ros, E. (2010). *Health Benefits of Nut Consumption*. Instituto de Salud Carlos III, Endocrinology and Nutrition Service, Institutd'Investigacions Biomèdiques August Pii Sunyer, Hospital Clínic, Barcelona.
- Sacks, Trichopoulou, Ferro-Luzzi, Helsing, & Trichopoulos. (1995). *Mediterranean diet pyramid: a cultural model for healthy eating*. Harvard School of Public Health, Department of Epidemiology, Boston.
- safefoodalliance. (2019, Ιανουάριος 13). *The History of HACCP*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από <https://safefoodalliance.com>: <https://safefoodalliance.com/haccp/the-history-of-haccp/>
- Scheibehenne , B., Miesler , L., & Todd , P. (2007, 4 3). Fast and frugal food choices: uncovering individual decision heuristics. *Appetite*, σσ. 578-89.
- Scholliers, P. (2009). *Καινοτομία και παράδοση- Το νέο τοπίο στη γαστρονομία, Ιστορία της γένεσης* . (B. Ποταμιανού, Μεταφρ.) Αθήνα: Polaris.
- shogunkitchen. (2018, Σεπτέμβριος 19). *KUNG PAO*. Ανάκτηση 2020, από <https://shogunkitchen.blogspot.com>: <https://shogunkitchen.blogspot.com/2018/09/kotopoulo-kung-pao.html>
- Tan , B.-C., & Yeap , P.-F. (2012, 7). What Drives Green Restaurant Patronage Intention? *International Journal of Business and Management* , σσ. 215-223.
- Tanaka, Y., Fisher, N., & Woodall, W. (2018). Homer Sarasohn and American Involvement in the Evolution of Quality Management in Japan, 1945–1950*. Στο N. Fisher, *The Road to Quality Control: The Industrial Application of Statistical Quality Control*. John Wiley & Sons.
- Trevor, M. (1986, 10). Quality control—learning from the Japanese. *Long Range Planning*, σσ. 46-53.
- uhc. (2020). *MedDiet*. Ανάκτηση από www.uhc.gr: <https://www.uhc.gr/el/meddiet>
- visitgreece. (2020). *Ελληνική μαγειρική| Τα αρώματα των τόπων!* Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από <http://www.visitgreece.gr>: http://www.visitgreece.gr/el/gastronomy/regional_cuisine/local_flavours_of_the_greek_cuisine
- Vissers , P., Streppel , M., Feskens, E., & de Groot , L. (2011). *The contribution of dairy products to micronutrient intake in the Netherlands*. Wageningen University, Division of Human Nutrition, Wageningen.
- Wansink, B., Painter, J., & Van Ittersum, K. (2001, Ιούνιος). Descriptive Menu Labels' Effect on Sales . *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, σσ. 68-72.

- Weinroth, M., Belk, A., & Belk, K. (2018, Αύγουστος 30). History, development, and current status of food safety systems worldwide . *Animal Frontiers*, σσ. 9-15.
- wikipedia. (2020, Ιανουάριος). *Μεσογειακή διατροφή*. Ανάκτηση από el.wikipedia.org: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%B5%CF%83%CE%BF%CE%B3%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE_%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AE
- Willett, W. (2007). *The Mediterranean diet: science and practice. Public Health Nutr.* Harvard School of Public Health, Department of Epidemiology. Cambridge University Press.
- Zurcher, A. (2014, Ιούλιος 14). *Smartphone use in restaurants prompts Craigslist rant.* (E. Chambers, Επιμελητής) Ανάκτηση από <https://www.bbc.com>: <https://www.bbc.com/news/blogs-echochambers-28272380>
- Αντωνόπουλος, Δ. (2010, Μάρτιος 19). *Οι τάσεις της γαστρονομίας που εξάπτουν τον πλανήτη*. Ανάκτηση από <https://www.athinorama.gr>: https://www.athinorama.gr/umami/food/articles/oi_taseis_tis_gastronomias_pou_eksapton_ton_planiti-2002661.html
- Βελισσαρίου , Ε., Καραχοντζίτης, Δ., & Κομνηνάκης , Μ. (2000). *Εισαγωγή στο Μανατζμεντ του Τουρισμού και των Υπηρεσιών*. Πάτρα.
- Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (2016, Ιούλιος 30). *Εφαρμογή συστημάτων διαχείρισης ασφάλειας τροφίμων*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από eur-lex.europa.eu: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016XC0730\(01\)&from=PL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016XC0730(01)&from=PL)
- ΕΦΕΤ. (2020). *Codex Alimentarius*. Ανάκτηση από www.efet.gr: <http://www.efet.gr/portal/page/portal/efetnew/efet/codex>
- Καρτζαγκούλη, Ν. (2016, Σεπτέμβριος 2016). *Η νέα τάση στη γαστρονομία είναι το concept και η «εμπειρία»*. Ανάκτηση από www.kathimerini.gr: <https://www.kathimerini.gr/873517/article/epikairothta/kosmos/h-nea-tash-sth-gastronomia-einai-to-concept-kai-h-epeiria>
- Λαλούμης , Α., & Κατσώνη, Β. (2010). *ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ*. Αθήνα: ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ.
- Λογοθέτης, Ν. (1992). *Μάνατζμεντ Ολικής Ποιότητας*. Αθήνα: Interbooks.
- Μοίρα, Π., & Μυλωνόπουλος, Δ. (2014). *Η γαστρονομία ως μορφή πολιτισμικού τουρισμού. Η περίπτωση της Ελλάδας*. Αθήνα: Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.). (2018). *Ελληνικό Πρωινό Όροι & Προϋποθέσεις Χορήγησης Σήματος «Ελληνικό Πρωινό» σε τουριστικά καταλύματα [3η Έκδοση]*. Αθήνα: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.).

- Παπαγιαννάκη, Μ. (2014, Μάρτιος 01). *Θρησκεία και διατροφή*. Ανάκτηση από [www.mednutrition.gr: https://www.mednutrition.gr/portal/lifestyle/systaseis-diatrofis/13819-thriskeia-kai-diatrofi](https://www.mednutrition.gr/portal/lifestyle/systaseis-diatrofis/13819-thriskeia-kai-diatrofi)
- Παπαδοπούλου, Χ. (2003). Τα τρόφιμα και η υγεία μας: Παρόν και μέλλον. Στο Χ. Πανεπιστήμιο (Επιμ.), *The future of food, the future of humanity*. Αθήνα.
- Παπαζυμouρης, Δ. (2016, Ιούλιος 22). *Ριζοτο Μιλανεζε (ριζοτο με σαφραν)*. Ανάκτηση Απρίλιος 2020, από <https://caruso.gr>: <https://caruso.gr/risotto-milanese/>
- Πετρόπουλος, Κ. Α. (2019). *Ανάλυση της πυραμίδας της Μεσογειακής Διατροφής*. Ανάκτηση από www.genenutrition.gr: <https://www.genenutrition.gr/el/nutrition/superfoods/1451-medidietpyramid>
- Πούλου, Β. (2018, Οκτώβριος 2). *Πάπια Πεκίνου: το πιάτο και η ιστορία του*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από <https://cabare.gr>: <https://cabare.gr/%CF%83%CF%85%CE%BD%CF%84%CE%B1%CE%B3%CE%AD%CF%82/%CF%80%CE%AC%CF%80%CE%B9%CE%B1-%CF%80%CE%B5%CE%BA%CE%AF%CE%BD%CE%BF%CF%85-%CF%84%CE%BF-%CF%80%CE%B9%CE%AC%CF%84%CE%BF-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1-%>
- Ρεντούλας, Α. (2019, Απρίλιος 23). *Η νηστήσιμη μαγειρική του Αγίου Ορους*. Ανάκτηση από <https://www.kathimerini.gr>: <https://www.kathimerini.gr/904655/article/gastronomos/gastronomia/h-nhsthsimh-mageirikh-toy-agiou-oroy>
- ΣΕΤΕ. (2009). *Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού*. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ).
- Στολτίδου, Δ. (2017, 5 10). *Η ευλογημένη αγιορείτικη & μοναστηριακή κουζίνα!* Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από <https://mountathos-eshop.com>: <https://mountathos-eshop.com/monastiriaki-koyzina-ksexwristi-eylogimeni/>
- Το Ελληνικό Πρωινό. (2020). *Το Ελληνικό Πρωινό*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από www.greekbreakfast.gr: www.greekbreakfast.gr/elliniko-proino/
- Τσιότρας, Γ. Δ. (2016). *Διοίκηση Ολικής Ποιότητας*. Νικοσία: Broken Hill.
- Χριστοπούλου, Β. (2017, Απρίλιος 26). *Εθνικές Κουζίνες, Θέματα, Ιταλία, 10 χαρακτηριστικές γεύσεις ιταλικής κουζίνας*. Ανάκτηση Μάρτιος 2020, από www.olivemagazine.gr: <https://www.olivemagazine.gr/ethnikes-kouzines/italia/10-%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B3%CE%B5%CF%8D%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%B9%CF%84%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82-%CE%BA%CE%BF/>

