



ERASMUS+ PROJESİ

PAZAR YETERLİLİKLERİ
- HORECA SEKTÖRÜNDE
EĞİTİM VE İŞGÜCÜ
PİYASASI ARASINDAKİ
YETERLİLİK
BOŞLUKLARINI EN AZA
İNDİRMEK İÇİN BİR YOL
GÖSTERİCİ

[2020-1-PL01-KA202-082206]



Co-funded by
the European Union

102 QUALIFICATION

MODERN, ESNEK ÖĞRENME YOLLARI - HORECA SEKTÖRÜ İÇİN
MÜFREDAT VE EĞİTİM PAKETLERİ (EĞİTMEN / ÖĞRENCİ)

**YETERLİLİK 1 MÜFREDATI:
LEZZET YARATMA & YEMEK DEKORASYONU**

Erasmus+ Projesi: "Pazar yeterlilikleri - HoReCa sektöründe eğitim ve işgücü piyasası arasındaki yeterlilik boşluklarını en aza indirmek için bir yol gösterici".

Project number: 2020-1-PL01-KA202-082206

Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıtan içeriğin onaylandığı anlamına gelmez ve Komisyon, burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından sorumlu tutulamaz.

Çıktı 2: Modern, esnek öğrenme yolları - HoReCa sektörü için müfredat ve eğitim paketleri
(eğitmen / öğrenci)

Proje konsorsiyumu tarafından geliştirilmiştir:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji - Koordinatör, Radom, Polonya

EVACO - Kraków, Polonya

EDITC LTD - Nikozja, Kıbrıs

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ- Antalya, Türkiye

Fundación Equipo Humano (FEH) - Valencia, İspanya

Samerimpex Impulsi DOO - Üsküp, Kuzey Makedonya Cumhuriyeti

İletişim:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji

ul. Królowej Jadwigi 15

26-600 Radom, Polonya

innowacja.edukacja@onet.pl

<https://innowacja-edukacja.eu/>

GİRİŞ

HoReCa4VET (Proje No.: 2020-1-PL01-KA202-082206) projesinin temel amacı, Avrupa Yeterlilikler Çerçevesine göre doğrulama ve sertifikalandırma modelleri geliştirip uygulayarak HoReCa endüstrisinde örgün ve yaygın nitelikteki yaşam boyu öğrenmeye erişimi artırmaktır.

HoReCa4VET projesi, öğrenme çıktılarının, proje kapsamında üç yeterlilikte edinilebilecek Avrupa boyutunda ek profesyonel beceriler olarak, mevcut pazar talebine dayalı olarak işverenler tarafından belirlenen öğrenme çıktıları çerçevesinde tanımlanmasına katkıda bulunur: Lezzet yaratma ve yemekleri dekore etme; Mutfak işleri yönetimi ve HORECA endüstrisinde yönetim.

Projede geliştirilen nitelikler, yürütülen araştırmada belirlenen işgücü piyasasının ihtiyaçlarına bir yanıt olduğundan, örgün ve yaygın eğitimin bir parçası olarak edinilen becerileri tamamlayabilir.

Proje sonucu Modern, esnek öğrenme yolları - HoReCa sektörü için müfredat ve eğitim paketleri (eğitmen / öğrenci), HoReCa'nın özelliklerini dikkate alarak çalışma ortamında eğitimin geliştirilmesine, kademeli, esnek öğrenme yollarına, etkinleştirici didaktik yöntemlere, modern, yenilikçi öğretim yöntemlerine dayanmaktadır.

Sonuç geliştirilirken eğitimin bireyselleştirilmesine, aktif ve pratik öğrenme yöntemlerine, organizasyon ve didaktik çözümlere büyük önem verilmiştir. Geliştirilen müfredat ve eğitim paketlerinin metodolojisi, ortak ülkelerde (Kıbrıs, Polonya, İspanya, Kuzey Makedonya Cumhuriyeti ve Türkiye) belirlenen en iyi uygulamalara odaklanmıştır. Modüller yeterliliklere atanırken, öğrenme çıktılarına veya mesleki görevlere yönelik birimler bilgi, beceri ve sosyal yeterlilik kümeleriyle tanımlanmıştır. Geliştirilen birimler ve paketler, ortak ülkelerin özelliklerini dikkate almıştır.

Eğitim programı, IO1'in iş analizinin sonuçlarına dayanmaktadır. Program, işyerinde öğrenme yoluyla elde edilebilecek öğrenme çıktılarını tanımlar.

HoReCa4VET Ekibi

YETERLİLİK 1: LEZZET YARATMA & YEMEK DEKORASYONU

1. GİRİŞ

Modern mutfak sadece yeni tatlarla ve tekniklere açılmakla kalmıyor, aynı zamanda yeni tatlar yaratıyor ve kendisi de yeni teknikler geliştiriyor. İyi bir şef vizyoner olmalıdır - gelecekteki mutfağını ve birkaç yıl içinde oynayacakları rolü hayal edebilmelidir. İnsanlar, çocukluklarından hatırladıkları lezzetleri her zaman özleyecekler ve bu nedenle şefin rolü, bu tür geleneksel lezzetleri korumak ve bunları çağdaş mutfak trendleriyle birleştirmektir. 'Bryndza podhalańska', Sudeten Dağları'ndan karabuğday balı veya Kashubian çileği - bunlar ve orijinal ve istisnai tatlarla sahip diğer birçok bölgesel ürün, modern Polonya mutfağının temelini oluşturacak.

Bu nedenle, genellikle tarihçilerin yardım ettiği şefler, geleneksel eski tarifleri ararlar. Onlardan ilham alarak, tarihi kayıtlara dayanan ancak modern damak zevklerine ve damak zevklerine uygun yemekler hazırlıyorlar. Geleneksel Polonya mutfağının modern trendlerle el ele gittiği ortaya çıktı. Tarih tam bir daire çizdi. Eski lezzetler yeniden sunuluyor. Eski tarifleri kullanırken tarihi tadabiliriz. Polonya mutfağını yeniden keşfediyor, geleneksel lezzetlerin değerini vurguluyoruz.

Aynı zamanda, dünyanın her yerinden malzemelere kolay erişim sayesinde, mutfakta daha sık deney yapma eğilimindeyiz. Mutfak yaratıcılığımız yalnızca hayal gücümüzle sınırlıdır. Pek çok yeni yemek (örneğin körili ve kırmızı biberli domates çorbası, Tayland pizzası veya İtalyan suşisi) farklı fikirlerin ve malzemelerin bir araya getirilmesinin sonucudur. Tabii ki, hepsi bu değil. Bazen bileşenlerin bir araya getirilme şekli oldukça şaşırtıcı olabilir. Ancak önemli olan yemeğin tadının güzel olması ve hazırlanışının bizi mutlu etmesidir.

Modern mutfak sanatı, geleneksel lezzetleri yeni bir şekilde kullanır ve görünüşte birbiriyle uyuşmayan malzemeleri (örneğin biber ve çikolata) deneyler ve birleştirir.

Tüm modern aşçıların ve şeflerin ihtiyacı olan şey, lezzet yaratma becerisidir. Bunu yapabilen kişiler, pazarın ihtiyaç duyduğu beceri ve niteliklere sahiptir ve daha hızlı iş bulma olasılıkları daha yüksektir.

Yemekleri, mezeleri ve tabakları süslemek hem gastronomi hem de özel mutfaklarda giderek daha popüler hale geliyor. Hazırlanan yemeklerin tadı, aroması, aynı zamanda görselliği de son derece önemlidir, ilaveler ise yemeğin hem tadı hem de görüntüsü ile keyifli hale getirebilmektedir.

Mutfak sanatı sadece lezzetli yemekler hazırlamakla ilgili değil, aynı zamanda onları öyle bir şekilde sunmakla ilgilidir ki, görünüşleri tek başına hoş bir deneyim sağlar. Yemekleri süslemenin amacı, hem görme, hem koku hem de tat alma gibi tüm gurme duyarlarını harekete geçirmektir. Çekici ve cezbedici görünen yemeklere bakmak şüphesiz sizi onları denemeye teşvik ediyor. Ayrıca güzelce dekore edilmiş yemekler sadece görünüşlerini değil aynı zamanda lezzetlerini de farklı bir şekilde kazanmakta ve dekoratif ilaveler lezzetlerini artırmaktadır.

Tabakların ustaca dekore edilmesi, etkili bir yemek düzenlemesinin anahtarıdır. Yemekler, görünüşleri iştah açıcı olacak şekilde sunulmalıdır. Bunu estetik olarak uygun tabaklara yerleştirerek ve süsleyerek başaracağız. Bir

yemekle ilk temas, görünüşüne dikkat etmektir. Yemeğin lezzetini değerlendirmeden önce sunumun çekiciliğine ve genel estetiğe dikkat ediyoruz. Bir yemek hakkında hiçbir şey bilmeden, sadece güzel görüldüğü ve sevdiğimiz için onu diğerlerine tercih edebiliriz. bulunabilirlik.”

Yemekleri düzgün bir şekilde sevk edebilmek ve tabakları dekore edebilmek günümüzde catering sektöründe çalışan ve yemek hazırlayan insanlar için çok önemlidir. Tabak süsleme vasıflarına sahip bir kişi iş piyasasında daha çekici hale gelir, piyasada aranan vasıflarla mesleki becerilerini geliştirir.

2. EK MESLEKİ BECERİLER (DUZ)

Polonya’da, 1 Eylül 2019’dan itibaren, mesleki eğitim veren bir okul, bir öğrenciye seçilen meslekler alanında ek mesleki nitelikler, ek mesleki beceriler veya Entegre Nitelikler Sisteminde işleyen piyasa nitelikleri elde etmesi için hazırlık sunabilir.¹

DUZ nedir?

Ek mesleki beceriler - mesleki eğitimin çekirdek müfredatının ötesine geçen beceriler olarak anlaşılmalıdır; öğrenciler tarafından okulda veya mesleki beceri kurslarında öğrenimleri sırasında edinilmesi, belirli bir meslekte gelecekte istihdam edilme şanslarını artırır, eğitim hedefleri seti ve beklenen öğrenme çıktıları şeklinde açıklanan öğretim içeriği: bilgi, mesleki beceriler ve bu becerilerle ilgili kişisel ve sosyal yeterlilikler.

Ek mesleki beceriler için müfredatın geliştirilmesi, mesleki eğitim ve öğretimin yerel ve bölgesel işgücü piyasasının ihtiyaçlarına göre uyarlanmasına izin verir. Öğrencilerin ek mesleki beceriler (DUZ) edinmeleri için koşullar yaratmak, mesleki eğitim sistemini daha esnek hale getirmenin ve onu işgücü piyasasının gerçek ihtiyaçlarına uyarlamasının hedeflerinden biridir.

Geliştirilen DUZ programları, dinamik olarak değişen işgücü piyasasında endüstri ve teknik okul mezunlarının istihdamının artırılmasına katkı sağlayacaktır.

HDUZ Olarak HoReCa4VET Projesi

HoReCa4VET projesi başlangıçta, öğrenme çıktılarının ve bu etkileri doğrulama kriterlerinin (çıktı 1) ve müfredatın tanımlandığı, tatlar yaratma ve yemekleri süsleme yeterlilik alanında ek bir mesleki beceri geliştirdi. Önerilen ek mesleki beceriler (DUZ), bu alandaki uzmanlar için pazardaki artan talebin sonucudur.

Projede geliştirilen program, mesleki eğitim veren eğitim kurumları tarafından kullanılabilir; zorunlu eğitim sınıfları kapsamında seçilen meslekler alanında ek mesleki beceriler kazanmaya yönelik hazırlık yapabilecek mesleki eğitim veren okulların öğrencileri veya mesleki eğitim veren okulların ve eğitim sistemi kurumlarının mezunları - edindikleri ek mesleki beceriler yerel ve bölgesel işgücü piyasasında istihdam şanslarını artıracaktır.

Önerilen tüm ek mesleki beceriler (DUZ), bu alandaki uzmanlar için pazardaki artan talebin sonucudur.

¹ Seçilen meslek eğitimi meslekleri alanındaki ek mesleki beceriler, meslek eğitimi mesleklerinde temel eğitim müfredatına ve seçilen meslek eğitimi alanında ek mesleki becerilere ilişkin 16 Mayıs 2019 tarihli Milli Eğitim Bakanı Yönetmeliği Ek 33’te yer almaktadır. meslekler (Kanunlar Dergisi madde 991, değiştirildiği şekliyle).

3. ORGANIZASYONEL VARSAYIMLAR

3.1. Müfredata ayrılan saat sayısı

Yeterlilik, profesyonel yemek hazırlama, yeni tatlar yaratma ve tabakları dekore etme, süsleme, iş karlılığının tahmin edilmesi, kendi ve ekip çalışması planlaması ve son olarak ama en önemlisi mesleki olarak işgücü piyasası ihtiyaçlarına ('HoReCa' piyasası) ve bununla da kalmayıp müşteri sağlık ve güvenliğine yanıt vermektedir.

Yukarıdaki öğrenme çıktılarının planlandığı müfredata en az 140 saat ayrılmalıdır.

Dersler gruplar halinde işlenmeli ve öğrenciler ikili gruplar halinde çalışmalıdır.

Bireysel çalışma da tavsiye edilmektedir

Öğrencilerin katılımını artırmak için farklı teknikler (örneğin takım çalışması) tanıtılmalıdır.

3.2. Ek mesleki beceri eğitimcileri için zorunlu nitelikler

Ek mesleki beceriler öğreten eğitimcilerden istenen nitelikler, öğretmenler için zorunlu niteliklere ilişkin yürürlükteki yasalarda belirtilmiştir. Eğitimcilerden istenen ayrıntılı nitelikler aşağıdakileri içerir:

- ders konusu artı pedagojik hazırlık ile ilgili çalışma alanında bir lisans derecesi; veya
- öğrenme çıktıları kursun temel müfredatının içeriğini artı pedagojik nitelikleri içeren çalışma alanında bir lisans derecesi.

Ek bir mesleki beceriye odaklanan dersler veren bir kişi şunları yapmalıdır:

- kalifiye ve deneyimli olmak; Ve
- metodolojik becerilere sahip olmak.

Bu tür sınıflar ayrıca aşağıdakiler tarafından da öğretilebilir:

- sertifikalı bir meslek öğretmeni olan bir catering işletmesinin sahibi; veya
- yiyecek hazırlama alanında gerekli teorik bilgiye ve pratik deneyime sahip bir yemek işletmesi sahibi.

Öğretim Görevlileri: Konuyla ilgili teorik ve pratik bilgiye sahip kişiler.

Eğitmenler: uygulamalı dersler veren nitelikli kişiler.

3.3. Öğretim materyalleri ve ekipmanları

Sınıf yapısının açıklaması

A. öğretim istasyonları yeri:

- öğretim istasyonları, uygulamalı derslerin verildiği sınıfa yakın bir yere (tercihen aynı binada) yerleştirilmelidir.

B. öğretim istasyonunun bulunduğu odalar veya tesislerle ilgili boyut ve diğer gereklilikler:

- odanın büyüklüğü; istasyon sayısı; bina, İSG, yangın güvenliği, sıhhi ve epidemiyolojik gerekliliklere uygun zemin, tavan, duvar, pencere ve kapı kaplaması.

C. öğretim istasyonunun gerekli minimum boyutu:

- ergonomi ilkelerine uyarlanmış, sınırsız ve güvenli çalışmayı sağlayan boyutta istasyon.

D. öğretim istasyonunun gerekli tesislere bağlanması ve parametrelerinin belirlenmesi:

- Sigortalı 230 V prizler; istasyon ve merkezi güvenlik anahtarları;
- ısıtma sistemi;
- yerçekimi havalandırma sistemi;
- gün ışığına ve yapay ışığa erişim; Ve
- Geniş bant İnternet bağlantısı.

I. Örnek yemek hazırlama ve hizmet sınıflarının² aşağıdakilerle donatılması gerekir:

- şunlara bağlı bir öğretmen iş istasyonu: yerel ağ ve internet, çok işlevli bir cihaz, dijital projektör veya etkileşimli bir tahta veya ekran;
- yiyecek hazırlamaya ilişkin çizelgeler ve slaytlar;
- meslek araçlarının bir listesi;
- yemek hazırlama masaları;
- bir fırın veya fırınlı bir indüksiyon ocağı;
- karıştırma musluğuna sahip bir lavabo;
- tencere ve diğer pişirme kapları;
- mutfak bıçakları;
- küçük yiyecek hazırlama cihazları;
- bir kıyma makinesi;
- fritöz;
- donduruculu bir buzdolabı;
- Bir bulaşık makinesi;
- kombi fırınlar;
- bir mikrodalga;
- bir indüksiyon ocağı;
- plaka ısıtıcıları;
- sous vide - düşük sıcaklıkta uzun süreli pişirme için bir cihaz;
- bir vakum mühürleyici;
- bir yumurta yıkayıcı ve dezenfektan;
- masa örtüleri ve sofrta takımları;
- metal tepsiler;

² 2014–2020 dönemi Bölgesel İşletim Programları amacıyla geliştirilen ve beslenme ve diyet teknisyenlerinin eğitimi için tasarlanan sınıflar için önerilen ekipman, Ulusal Mesleki ve Sürekli Eğitimi Destekleme Merkezi, Varşova, 2013

- şok soğutucu/şok dondurucu;
- bir blender;
- bir meyve sıkacağı;
- bir mutfak robotu;
- sofa takımı, çatal bıçak takımı, tabak takımı, bardak takımı, vb.;
- bir depolama rafı veya dolabı;
- masalar ve sandalyeler;
- masa örtüsü;
- atık ve geri dönüşüm kutuları;
- yardımcı arabalar,
- elektrikli semender
- ekipman rafları
- masalarla uyumlu sandalyeler,
- garson arabası,
- garson yardımcısı
- içecek servisi için bir yer olarak bir bar tezgahı,
- hokey,
- kahve makinesi,
- meyve sıkacağı,
- sindirici,
- karıştırıcı,
- buz yapıcı,
- barmenlik camı için yıkayıcı,
- cam, porselen ve küçük barmenlik ekipmanları,
- içecek soğutucu,
- masa örtüsü.

a) ölçüm ve teşhis cihazları:

- ısı işlem görmüş bir ürünün sıcaklığını ölçmek için termometre; Ve
- ölççekler;

b) profesyonel kütüphane - kılavuzlar, normlar, prosedürler, rehber kitaplar, kurallar ve yönetmelikler ve işe uygun kanunlar:

- kullanım kılavuzları;

- gıda kalitesi ve güvenlik prosedürleri ve kılavuzları;
- tarifler;
- menüler;

c) ilkyardım:

- ilk yardım kılavuzu bulunan ilk yardım çantası;

d) ergonomi ilkelerine ve İSG kurallarına uyumu sağlayacak önlemler:

- karıştırma musluğu, sabunluk ve kağıt havlu kabı olan bir lavabo; kapaklı bir çöp kutusu;
- İSG uygunluk sertifikası;
- kullanım kılavuzları;
- kuru toz yangın söndürücü;
- uyarı ve tahliye yolu işaretleri;
- kişisel koruyucu ekipman artı bir kombi fırının çalıştırılması için gözlük ve eldivenler;
- kısaltılmış kullanım kılavuzları;
- kırışık önleme programı (veya masa örtülerini temiz tutmaya yardımcı olan diğer çözümler) ile ticari bir çamaşır makinesi ve kurutucu;
- bir ütü ve bir ütü masası;
- bir ev tipi çamaşır makinesi; Ve
- acil durumlar için bir ilk yardım çantası ve bir ilk yardım kılavuzu.

Temel öğretim materyalleri ve ekipmanı: moleküler mutfak ekipmanı, donmuş içerik karıştırıcıları, ızgara tabakları, fırın ve servis taşı.

II. Örnek bir gıda sevkiyat atölyesinin³ donatılması gereken araçlar:

- öğretmen için internet erişimi olan yerel bir ağa bağlı, çok işlevli bir cihaz, multimedya projektörü veya etkileşimli tahta veya etkileşimli monitör içeren bir bilgisayar istasyonu,
- yemeklerin hazırlanması için genel bakış panoları,
- yeterlilikle ilgili makine, cihaz, aparat, alet ve diğer ekipmanların bir listesi
- üretim tabloları,
- fırınlı mutfak çekirdeği/fırınlı induksiyonlu ocak;
- sıcak ve soğuk su tesisatlı lavabo,
- bir dizi tencere ve diğer mutfak eşyaları,
- bir dizi mutfak bıçağı,
- küçük üretim ekipmanları,

³ 2014 - 2020 yılları için Bölgesel Operasyonel Programların ihtiyaçları için geliştirilen, beslenme ve yemek hizmetleri teknisyenliği mesleğine yönelik okul laboratuvarları ve atölyeler için önerilen ekipman, Ulusal Mesleki ve Sürekli Eğitimi Destekleme Merkezi, Varşova 2013

- taşlama makinesi,
- fritöz
- donduruculu buzdolabı,
- bulaşık makinesi,
- sıcak hava sirkülasyonu ile konveksiyonlu buharlı fırın/fırın,
- mikrodalga fırın,
- indüksiyon ocak,
- tabak ısıtıcı,
- sous vide - düşük sıcaklıklarda yemek pişirmek için bir cihaz,
- vakum paketleme makinesi,
- yumurta aydınlatıcı,
- iç giyim ve sofrta takımı,
- metal garson tepsileri,
- şok soğutucu/soğutucu-dondurucu,
- blender,
- meyve sıkacağı,
- çok işlevli mutfak robotu;
- sofrta takımları, çatal bıçak takımları ve cam eşyalar ve yemek servisine mahsus diğer aletler,
- kitaplık, saklama dolabı,
- masa ve sandalyeler,
- masa örtüsü,
- ayrılmış atık için sepet ve kaplar,

Masaları, tabakları ve oymacılığı süslemek için bir set:

a) gıda süsleme seti:

- en az üç uçlu sebze ve meyveler için kalemtırış,
- küçük bir spiral için bıçak,
- büyük bir spiral için bıçak
- dekorasyon için şişşeler
- yiyecekleri düzenlemek için kalıplar
- gastronomi cimbızı
- porsiyonlayıcılar

- delciler
- b) masa süsleme seti:
 - evlilik yüzükleri,
 - düz beyaz keten peçete 30x30, 40x40, 50x50.
- c) oyma kiti-
 - kesme bıçakları
 - oyma bıçakları
 - çeşitli şekillerde kesiciler
 - top bıçakları
 - V şeklindeki bıçaklar
 - yuvarlak bıçaklar
 - dekoratörler
 - soyucular
 - çentikli bıçaklar
 - diğer oyma araçları

Temel öğretim yardımcıları şunlardır:

- mutfak ekipmanları ile donatılmış istasyonlar,
- bıçak seti,
- lavabolar,
- buzdolabı,
- sofra takımı,
- masa örtüsü.

Temel öğretim yardımcıları şunlardır: moleküler gastronomi ekipmanı (sıvı nitrojen ile çalışmak için), donmuş ham maddeleri karıştırmak için cihazlar, ızgara plakaları, fırın ve servis taşı.

NOT

Ek mesleki beceri ile ilgili dersler gerçek yaşam koşullarında öğretilmelidir. Bir mesleki eğitim sınıfında, belirli bir işletme sahibinin binasında veya mesleki eğitim merkezinde yapılabilirler.

3.4. Ek beceri müfredatına göre eğitim verilen kişilerin sağlanması gereken koşullar

Ek mesleki beceri müfredatının uygulanması – **“Lezzet yaratma ve yemek süsleme”** – şunları gerektirir:

- belirtilen öğrenme çıktılarının elde edilmesi.

Eğitimciler, ek mesleki beceri olan “Tat yaratma ve yemekleri süsleme” konusunda bir kurs planlarken, uygulamalı eğitimin dahil edildiğinden emin olmalıdır.

4. 2. Ek mesleki beceri eğitiminin öğrenme hedefleri

Ek mesleki beceri olan “Lezzet yaratma ve yemek süsleme” etrafında dönen bir kursu tamamlayan bir kişi, aşağıdaki görevleri yerine getirmek için iyi bir donanıma sahip olmalıdır:

1. Gıda işleme makine ve cihazlarının çalıştırılması.
2. Eski Polonya’ya özgü tatlar yaratmak için modern yemek hazırlama tekniklerinin uygulanması
3. mutfağı, ancak modern bir dokunuşla.
4. Yeni tatlar yaratmak için modern yemek hazırlama tekniklerinin uygulanması.
5. Tabakları dekore etmek ve dağıtmak.
6. Sebze ve meyvelerden süslemeler yapmak.

Ek mesleki beceri müfredatının uygulanması – “Lezzet yaratma ve yemek süsleme” – şunları gerektirir:

- belirtilen öğrenme çıktılarının elde edilmesi.

Eğitimciler, ek mesleki beceri olan “Tat yaratma ve yemekleri süsleme” konusunda bir kurs planlarken, uygulamalı eğitimin dahil edildiğinden emin olmalıdır.

5. 4. Lezzet Yaratma modülü için ek mesleki beceri eğitiminin öğrenme çıktıları ve doğrulama kriterleri

Ek mesleki beceri kursu kapsamındaki görevleri yerine getirmek için öğrenciler aşağıdaki öğrenme çıktılarını elde etmelidir:

Öğrenme Çıktıları	Doğrulama Kriterleri
Öğrenci:	Öğrenci
Ürünlerin ilk ve ısıl işlemleri için uygun ekipmanı seçer	<ul style="list-style-type: none"> ■ Uygun bıçakları seçer ve güvenli bir şekilde kullanır ■ Profesyonelce keser, doğrar, küp küp doğrar vb. ürünler ve içerikler üretir ve yiyecekleri belirli bir mutfak türüne uygun bir şekilde sunar. ■ Yiyecek hazırlamak için gerekli meslek araçlarını kullanır
Siparişe göre yemek hazırlar	<ul style="list-style-type: none"> ■ Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder ■ Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak veya besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer.
Belirli bir mutfak türüne özgü geleneksel ve modern yemekleri yardımsız olarak hazırlar	<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. ■ Belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ■ Ürünleri arar ve birleştirir, yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur. ■ ‘İmza yemeklerinin’ hazırlanmasını sunar ■ Belirli bir mutfak türünde yararlı yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını haklı çıkarır ve bu tür bir kullanımdan elde edilen faydaları belirtir (yerel markaların tanıtımını destekler) ■ Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasının lehindeki ve aleyhindeki sebepleri gerekçelendirir. ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir ■ Mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. ■ Mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örn. balık) mevcudiyetini dikkate alır ■ Mutfağın türüne bağlı olarak yemek hazırlamanın ekonomik yönünü analiz eder (tatlarla, hazırlama süresine, malzemelerin mevcudiyetine veya fiyatlarına göre)

Belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar	<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri birleştirme deneyleri ■ Bireysel ve grup siparişlerinde sunulan yemeklerin tatlarına özen göstererek tariflere uygun yemekler hazırlar. ■ Güncel trendlere göre yeni öğünler hazırlar (örn. sağlıklı yemek)
--	---

Öğrenme Çıktıları	Doğrulama Kriterleri	Konu
Öğrenci:	Öğrenci:	
Ürünlerin ilk ve ısı işlemleri için uygun ekipmanı seçer	<ul style="list-style-type: none"> ■ Uygun bıçakları seçer ve güvenli bir şekilde kullanır ■ Profesyonelce keser, doğrar, küp küp doğrar vb. ürünler ve içerikler üretir ve yiyecekleri belirli bir mutfak türüne uygun bir şekilde sunar. ■ Yiyecek hazırlamak için gerekli meslek araçlarını kullanır 	Gıda işleme makine ve araçları
Siparişe göre yemek hazırlar	<ul style="list-style-type: none"> ■ Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder ■ Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak veya besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. 	Modern öğün hazırlama teknikleri
Belirli bir mutfak türüne özgü geleneksel ve modern yemekleri yardımsız olarak hazırlar	<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. ■ Belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ■ Ürünleri arar ve birleştirir, yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur. ■ 'İmza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar ■ Belirli bir mutfak türünde yararlı yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını haklı çıkarır ve bu tür bir kullanımdan elde edilen faydaları belirtir (yerel markaların tanıtımını destekler) ■ Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasının lehindeki ve aleyhindeki sebepleri gerekçelendirir. ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir ■ Mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. ■ Mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örn. balık) mevcudiyetini dikkate alır ■ Mutfağın türüne bağlı olarak yemek hazırlamanın ekonomik yönünü analiz eder (tatlara, hazırlama süresine, malzemelerin mevcudiyetine veya fiyatlarına göre) 	Modern öğün hazırlama teknikleri
Belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar	<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri birleştirme deneyleri ■ Bireysel ve grup siparişlerinde sunulan yemeklerin tatlarına özen göstererek tariflere uygun yemekler hazırlar. ■ Güncel trendlere göre yeni öğünler hazırlar (örn. sağlıklı yemek) 	Modern öğün hazırlama teknikleri

6. EK MESLEKİ BECERİLER İÇİN ÖĞRENME ÇIKTILARININ BİR LİSTESİ VE YEMEK SÜSLEME MODÜLÜ İÇİN DOĞRULAMA KRİTERLERİ

Öğrenme Çıktıları	Doğrulama Kriterleri
Öğrenci:	Öğrenci:
değişen koşullarda, belirli bir mutfak kültüründe sunulan yemeklerin sunumu ile ilgili gerekli aksesuarları kullanır.	<ul style="list-style-type: none"> sunulan yemek için sofrta takımı/kap seçimini haklı çıkarır sofrta takımına ve sunulan yemeğe uygun renkleri seçer belirli bir sipariş veya hizmet için gerekli olan yemeklerin miktarını ve kalitesini belirler ve gerçekleştirir.
tabakları dekore etme ve servis etme tekniğini seçer	<ul style="list-style-type: none"> yenilen ve yenmeyen unsurlardan dekorasyon elemanları yapar, sebze, meyve, çiçek vb. yenilebilir ve yenilebilir olmayan dekorasyon öğeleri kullanır ve bıçakları ve oyma ekipmanını korur Peçete, sebze, meyve vb. malzemelerden hazırlanan heykeller ve elemanlarla dekoratif düzenlemeler oluşturur.
tabaktaki renkleri ve tabakların dizilişini oluşturur - sanatsal değerleri dikkate alarak tabağı ortaya çıkarır	<ul style="list-style-type: none"> sanatsal değerleri göz önünde bulundurarak yemeği ortaya çıkarır hazırlanan yemeklerden kendi mekânsal kompozisyonlarını gerçekleştirir
yemeklerin sunulduğu sırayı organize eder	<ul style="list-style-type: none"> yemek servisi (çorba, salata, tatlı vb.) ekiple bireysel yemeklerin ve masa dekorasyonlarının servis edilmesi için zaman çerçevesi konusunda anlaşır besin özelliklerini koruyan yemekler sunar (sıcak, taze vb.)
çeşitli kesme yöntemlerini kullanarak meyve ve sebze oymacılığı yapar	<ul style="list-style-type: none"> belirtilen malzemelerden küçük çiçekler ve minyatür dekoratif öğeler yapar/oluşturur dekoratif çiçekler yapar, örn. soğan, pancar, alabaş, havuç kozalakları, maydanoz, pırasa dekoratif yapraklar yapar/oluşturur

Öğrenme Çıktıları	Doğrulama Kriterleri	Konu
Öğrenci:	Öğrenci:	
değişen koşullarda, belirli bir mutfak kültüründe sunulan yemeklerin sunumu ile ilgili gerekli aksesuarları kullanır.	<ul style="list-style-type: none"> sunulan yemek için sofrta takımı/kap seçimini haklı çıkarır sofrta takımına ve sunulan yemeğe uygun renkleri seçer belirli bir sipariş veya hizmet için gerekli olan yemeklerin miktarını ve kalitesini belirler ve gerçekleştirir. 	Dekorasyon teknikleri/ Yiyeceklerin sevkiyatı
tabakları dekore etme ve servis etme tekniğini seçer	<ul style="list-style-type: none"> yenilen ve yenmeyen unsurlardan dekorasyon elemanları yapar, sebze, meyve, çiçek vb. yenilebilir ve yenilebilir olmayan dekorasyon öğeleri kullanır ve bıçakları ve oyma ekipmanını korur Peçete, sebze, meyve vb. malzemelerden hazırlanan heykeller ve elemanlarla dekoratif düzenlemeler oluşturur. 	Dekorasyon teknikleri
tabaktaki renkleri ve tabakların dizilişini oluşturur sanatsal değerleri dikkate alarak tabağı ortaya çıkarır	<ul style="list-style-type: none"> sanatsal değerleri göz önünde bulundurarak yemeği ortaya çıkarır hazırlanan yemeklerden kendi mekânsal kompozisyonlarını gerçekleştirir 	Dekorasyon teknikleri

yemeklerin sunulduğu sırayı organize eder	<ul style="list-style-type: none"> yemek servisi (çorba, salata, tatlı vb.) ekiple bireysel yemeklerin ve masa dekorasyonlarının servis edilmesi için zaman çerçevesi konusunda anlaşır besin özelliklerini koruyan yemekler sunar (sıcak, taze vb.) 	Yiyeceklerin sevkıyatı
çeşitli kesme yöntemlerini kullanarak meyve ve sebze oymacılığı yapar	<ul style="list-style-type: none"> belirtilen malzemelerden küçük çiçekler ve minyatür dekoratif öğeler yapar/oluşturur dekoratif çiçekler yapar, örn. soğan, pancar, alabaş, havuç kozalakları, maydanoz, pırasa dekoratif yapraklar yapar/oluşturur 	Sebze ve meyvelerle süslemeler yapmak

7. EK MESLEKİ BECERİ EĞİTİMİ – “LEZZET YARATMA” ÖĞRETİM PLANI

Konu	Modül Konusu	Saat sayısı	Yorumlar
I. Gıda işleme makineleri ve araçları	Profesyonel mutfak bıçakları ve kullanımları	2	
	Öğütme (kesme, doğrama, daldırma vb.) ve yemek servisi için ekipmanlar	1	
	Modern süsleme araçları ve setleri	1	
	Modern pişirme tekniklerine uygun pişirme için kullanılan ekipmanlar	2	
	Vakum ekipmanı ve teknikleri	1	
	Modern sigara içme ekipmanları ve teknikleri	1	
	Sous vide ekipmanı ve teknikleri	1	
	Moleküler mutfak araçları ve kitleri	1	
	Anti-griddles	1	
	PacoJet ekipmanı	1	
	Sifonlar ve kullanımları	1	
	Plancha ızgaraları	1	
	Taş üzerinde yemek hazırlamak ve servis etmek	1	
II. Modern öğün hazırlama teknikleri	Yemek ve içecek hazırlamanın planlanması için kurallar	1	
	Ürün planlama aşamaları	1	
	Çeşitli tüketici grupları ve hizmetler için ürün planlama	2	
	Gıda depolama	1	
	Fiyat hesaplama	1	
	Yerel tedarikçilerle işbirliği	2	
	Yeni mutfak tekniklerinin özellikleri	2	
	Yeni asitleme ve tutsüleme teknikleri – pratik egzersizler – avangart turşular	3	
		2	
	Çok belirgin olmayan tat kombinasyonları – egzersizler	5	
	Gıda eşleştirme tekniği	5	
	Sous-vide tekniği	5	
	Moleküler mutfak yemeklerinin hazırlanması	5	

	Füzyon mutfağı yemeklerinin hazırlanması	5	
	Yemek pişirmede çok kültürlü yönler – pratik alıştırmalar	5	
	Yerel mutfağa özgü yemeklerin hazırlanması	5	
	Modern bir dokunuşla Polonya mutfağı – pratik egzersizler	5	
	Modern vejetaryen yemeklerin hazırlanması – egzersizler	5	
	Modern sağlıklı yemek hazırlama teknikleri – egzersizler	5	
Toplam:		80	

8. EK MESLEKİ BECERİ EĞİTİMİ – “YEMEK SÜSLEME” ÖĞRETİM PLANI

Konu	Modül Konusu	Saat Sayısı	Yorum
I. Yemek süsleme teknikleri	Yenilebilir ve yenilebilir olmayan süslemeler	2	
	Bir tabak düzenlemenin ve süslemenin temelleri - kaplama	2	
	Dekorasyon oluşturmak için ekipman	2	
	Aşağıdakileri kullanarak tabak süslemeleri oluşturma: sebze püresi, aromalı mayonez, sebze ve mantar tozları kullanarak, krem şanti sifonu ve mikrodalga fırın kullanarak (hızlı bisküviler, çeşitli renklerde lezzet süngerleri)	8	
	Tabakların elemanlarını özel bir şekilde düzenleyerek ve uygun şekilde keserek tabakları süslemek	2	
	Bitkisel tüller kullanarak dekorasyon oluşturma	2	
	Ekmek elemanlarının dekorasyonda kullanımı	2	
	Tuzlu ve tatlı yemeklerde kullanılmak üzere çeşitli renk ve tatlarda pirinç cipsi yapmak	2	
	Peçete, sebze, meyvelerden yapılmış heykeller ve hazırlanmış elemanlar kullanılarak dekoratif düzenlemeler	2	
	Mekânsal kompozisyonlar	2	
II. Yemek Servis Etme	Yiyecek ve içeceklerin servis edilme sırası	1	
	Gıda sevkiyatı alanında teknik çözümler	1	
	Dağıtılan yiyecek sıcaklığı	1	
	Gıda depolama	1	
	Servis tabakları alanındaki görev dağılımı	1	
	Hijyenik yemek servisi	1	
	Pratik yemek servisi	5	
III. Sebze ve meyvelerle süslemeler yapma	Oyma - giriş	1	
	Araçlar ve bıçaklar	1	
	Meyve süslemelerinin saklanması	2	
	Meyve aranjmanları	8	
	İş için sebze, alet ve bıçakların hazırlanması	1	
	Kesme teknikleri	1	
	Dekorasyon deposu	1	
	Sebze süslemeleri	8	
Toplam:		60	

9. EK MESLEKI BECERİ KONULARI İÇİN MÜFREDAT

Konular

1. Gıda işleme makineleri ve araçları
2. Modern öğün hazırlama teknikleri
3. Gıda süsleme teknikleri
4. Yemek servis etme
5. Sebze ve meyvelerle süsleme yapma

9.1. Gıda işleme makinaları ve araçları

Ana Hedefler

1. Doğru bıçak seçimi ve uygun (güvenli) bıçak taşıma prosedürleri.
2. Profesyonel yemek hazırlama: belirli bir mutfak türü için uygun şekilde kesme, doğrama, küp şeklinde doğrama vb.
3. Yiyecek hazırlamak için gerekli meslek araçlarına ve bunların işleyişine aşinalık.

İşlevsel Hedefler

1. yemek hazırlamak için verilen bıçak türlerinin kullanım amacını açıklamak;
2. gıdaları yardımsız kesebilme, doğrayabilme, doğrayabilme;
3. modern mutfakta gerekli olan meslek araçlarının amaçlanan kullanımını açıklamak.

Müfredat Gereklilikleri	Modül Konusu	Ayrılan Saat	Müfredat Gereklilikleri		Yorumlar
			Temel Öğrenci şunların nasıl yapılacağını bilir:	Ek Öğrenci şunların nasıl yapılacağını bilir:	
1. Gıda işleme makinaları ve araçları	Profesyonel mutfak bıçakları ve kullanımları	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ bıçakları doğru ve güvenli bir şekilde seçer ve kullanır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli tipte mutfak bıçaklarının kullanım amacını tanımlar 	
	Öğütme (kesme, doğrama, daldırma vb.) ve yemek servisi için ekipmanlar	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ profesyonelce keser, doğrar, küp küp doğrar ve belirli bir mutfak türü için uygun şekilde yiyecekleri servis eder ■ yiyecek hazırlamak için gerekli meslek araçlarını kullanır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ öğütme (kesme, doğrama, daldırma vb.) ve yemek servisi için meslekin araçlarını kullanır 	
	Modern süsleme araçları ve setleri	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ modern süsleme araçlarını ve setlerini listeler 	<ul style="list-style-type: none"> ■ yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	

Müfredat Gereklilikleri	Modül Konusu	Ayrılan Saat	Müfredat Gereklilikleri		Yorumlar
			Temel Öğrenci şunların nasıl yapılacağını bilir:	Ek Öğrenci şunların nasıl yapılacağını bilir:	
	Modern pişirme tekniklerine uygun pişirme için kullanılan ekipmanlar	2	<ul style="list-style-type: none"> Modern pişirme tekniklerine göre yemek hazırlamak için kullanılan zanaat araçlarını tanımlar. 	<ul style="list-style-type: none"> yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	
	Vakum ekipmanı ve teknikleri	1	<ul style="list-style-type: none"> Modern pişirme tekniklerine göre yemek hazırlamak için kullanılan zanaat araçlarını tanımlar. 	<ul style="list-style-type: none"> yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	
	Modern buğulama ekipmanları ve teknikleri	1	<ul style="list-style-type: none"> Modern pişirme tekniklerine göre yemek hazırlamak için kullanılan zanaat araçlarını tanımlar. 	<ul style="list-style-type: none"> yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	
	Sous vide ekipmanı ve teknikleri	1	<ul style="list-style-type: none"> Sous vide pişirme meslekinin araçlarını listeler 	<ul style="list-style-type: none"> yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	
	Moleküler mutfak araçları ve kitleri	1	<ul style="list-style-type: none"> moleküler mutfak araçlarını ve kitlerini listeler 	<ul style="list-style-type: none"> yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	
	Izgara karşıtı gıdalar	1	<ul style="list-style-type: none"> ızgara karşıtı gıdaları listeler 	<ul style="list-style-type: none"> yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	
	PacoJet ekipmanı	1	<ul style="list-style-type: none"> PacoJet ekipmanlarını listeler 	<ul style="list-style-type: none"> yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	
	Sifonlar ve kullanımları	1	<ul style="list-style-type: none"> Modern mutfakta sifon uygulama alanlarını belirtir. 	<ul style="list-style-type: none"> yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	
	Plancha ızgaraları	1	<ul style="list-style-type: none"> pancha ızgaralarını listeler 	<ul style="list-style-type: none"> yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	
	Taş üzerinde yemek hazırlamak ve servis etmek	1	<ul style="list-style-type: none"> bir taş üzerinde yemek yapmak ve servis etmek için gerekli meslek araçlarını listeler 	<ul style="list-style-type: none"> yiyecek hazırlamak için gerekli mesleki araçlarını kullanır 	

9.2. Yiyecek Süsleme Teknikleri

Genel Hedefler

1. Yemekleri süsleme ve servis etme tekniklerini öğrenmek.
2. Gıda renklerini oluşturma ilkelerini öğrenmek.
3. Yiyecekleri bir tabağa yerleştirme ilkelerini öğrenmek.

İşlevsel Hedefler

1. Yenilebilir ve yenmeyen süslemeleri tanımlar.

2. Sebze veya meyvelerden kendi süslemelerinizi yapar.
3. Dekorasyon araçlarının kullanımını gerekçelendirir.
4. Peçete, sebze, meyve vb. malzemelerden hazırlanmış elemanlar ve heykeller kullanarak dekoratif düzenlemeler oluşturur.
5. Sanatsal değerlere sahip yemekleri sergiler.
6. Hazırlanan yemeklerden kendi mekânsal kompozisyonlarını yapar.

Müfredat Gereklilikleri	Modül Konuları	Ayrılan Saat	Müfredat Gereklilikleri		Yorumlar
			Temel Öğrenci şunları nasıl yapacağını bilir:	Ek Öğrenci şunları nasıl yapması gerektiğini bilir:	Uygulama Aşaması
I. Yemek süsleme teknikleri	Yenilebilir ve yenilebilir olmayan gıdaları süsleme	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ yenilebilir ve yenmeyen unsurlardan yapılmış dekorasyon unsurlarını gösterir ■ yenilebilir ve yenilebilir olmayan dekorasyonların kullanımını tanımlar 	<ul style="list-style-type: none"> ■ dekorasyonun yenilebilir ve yenmeyen unsurlarını karakterize eder 	
	Bir tabak düzenlemenin ve süslemenin temelleri - kaplama	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ kaplama kurallarını karakterize eder ■ kaplama için plakaları ve plaka setlerini tartışır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ kap seçimi ilkelerini ve kaplama için kap setini uygular 	
	Dekorasyon oluşturmak için ekipmanlar	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ bıçakları ve dekorasyon ekipmanlarını tanımlar 	<ul style="list-style-type: none"> ■ bıçak ve dekorasyon ekipmanı kullanır 	
	Aşağıdakileri kullanarak tabak süslemeleri oluşturma: krem şanti sifonu ve mikrodalga fırın kullanarak sebze püresi, aromalı mayonez, sebze ve mantar tozları (hızlı bisküviler, çeşitli renklerde lezzet süngerleri)	8	<ul style="list-style-type: none"> ■ yenilebilir ve yenmeyen unsurlardan yapılmış dekorasyon unsurlarını gösterir ■ yenilebilir ve yenilebilir olmayan dekorasyonların kullanımını tanımlar 	<ul style="list-style-type: none"> ■ yenilebilir ve yenmeyen unsurlardan yapılmış dekorasyon unsurlarını kullanır ■ sebze, meyve, çiçek vb. dekorasyonlarını kendi yapar. ■ yemeği sanatsal değerlerle sergiler 	
	Tabakların elemanlarını özel bir şekilde düzenleyerek ve uygun şekilde keserek tabakları süsleme	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ sanatsal değerleri dikkate alarak yemeklerin kompozisyonunu karakterize eder 	<ul style="list-style-type: none"> ■ yemeği sanatsal değerlerle sergiler 	
	Bitkisel tüller kullanarak dekorasyon oluşturma	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ Peçete, sebze, meyve vb. hazır öğeler ve heykeller kullanarak dekoratif düzenlemeleri karakterize eder. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Peçete, sebze, meyve vb. malzemelerden hazırlanan heykeller ve elemanlarla dekoratif düzenlemeler oluşturur. ■ yemeği sanatsal değerlerle sergiler 	

Müfredat Gereklilikleri	Modül Konuları	Ayrılan Saat	Müfredat Gereklilikleri		Yorumlar
			Temel Öğrenci şunları nasıl yapacağını bilir:	Ek Öğrenci şunları nasıl yapması gerektiğini bilir:	
	Ekmek elemanlarının dekorasyonda kullanımı: süslemeler	2	<ul style="list-style-type: none"> yenilebilir ve yenmeyen unsurlardan yapılmış dekorasyon unsurlarını gösterir yenilebilir ve yenilebilir olmayan kullanımını tanımlar 	<ul style="list-style-type: none"> yenilebilir ve yenilebilir olmayan dekorasyon öğeleri kullanır sebze, meyve, çiçek vb. dekorasyonlarını kendi yapar. 	
	Tuzlu ve tatlı yemeklerde kullanılmak üzere çeşitli renk ve tatlarda pirinç cipsi yapmak	2	<ul style="list-style-type: none"> yenilebilir ve yenmeyen unsurlardan yapılmış dekorasyon unsurlarını gösterir yenilebilir ve yenilebilir olmayan dekorasyonların kullanımını ve yenilebilir ve yenilebilir olmayan dekorasyon öğelerinin kullanımını tanımlar 	<ul style="list-style-type: none"> yenilebilir ve yenmeyen unsurlardan yapılmış dekorasyon unsurlarını kullanır sebze, meyve, çiçek vb. dekorasyonları kendi yapar 	
	Peçete, sebze, meyvelerden yapılmış heykeller ve hazırlanmış elemanlar kullanılarak dekoratif düzenlemeler	2	<ul style="list-style-type: none"> Peçetelerden yapılmış heykeller ve hazırlanmış elemanlar kullanılarak dekoratif düzenlemeleri karakterize eder. 	<ul style="list-style-type: none"> Peçetelerden yapılmış heykeller ve hazır elemanlar kullanarak kendi dekoratif düzenlemelerini yapar. 	
	Mekânsal kompozisyonlar	2	<ul style="list-style-type: none"> hazırlanmış yemeklerden kendi mekânsal kompozisyonlarını karakterize eder 	<ul style="list-style-type: none"> hazırlanan yemeklerden kendi mekânsal kompozisyonlarını yapar 	

ÖĞRENME HEDEFLERİNE VE ÇIKTILARINA ULAŞMA PROSEDÜRLERİ

Önerilen öğretim yöntemleri:

Sınıflar, bireysel çalışmayı ve takım çalışmasını içermelidir.

Konu sunum yöntemleri: diğerlerinin yanı sıra vaka çalışmaları, gösteriler, pratik alıştırmalar veya simülasyonlar dahil olmak üzere etkinleştirme yöntemleriyle desteklenen dersler, konuşmalar, açıklamalar veya betimlemeler.

Öğretim materyalleri:

Önerilen öğretim materyalleri özellikle şunlardır:

- panolar, flipchartlar, çıktılar, fotoğraflar, kataloglar, çalışma sayfaları, İSG kanunları vb. görsel materyaller; veya
- gıda maddeleri ve yemek hazırlama konusuyla ilgili çevrimiçi kaynaklar ve öğretmenler veya diğer multimedya dahil olmak üzere görsel ve işitsel materyaller.

Dersler, internete bağlı bir bilgisayarla donatılmış bir sınıfta yapılmalıdır.

Ek zorunlu didaktik ekipman ve öğretim materyalleri:

Yerel ağ ve internete, çok işlevli bir cihaza, dijital projektöre veya etkileşimli bir tahtaya veya ekrana bağlı bir öğretmen iş istasyonu. Talimatlar, öz-değerlendirme kartları ve öğrenci çalışma kağıtlarıyla birlikte alıştırmalar. Pratik alıştırmalar için istasyonlar.

Müfredat uygulama gereksinimleri:

Dersler uygun bir mesleki eğitim sınıfında yapılmalı ve öğrenciler bireysel ya da ikili olarak çalışmalıdır..

Önerilen değerlendirme yöntemleri:

Öğrenme hedeflerine ve çıktıklarına ulaşılması, uygulamalı alıştırmalar temelinde ve görevin doğruluğu, kalitesi ve görsel etkisi dikkate alınarak değerlendirilecektir. Tüm başarılar, kurs boyunca sürekli olarak ve başında sunulan kriterlere göre doğrulanmalıdır.

Konu değerlendirme yöntemleri:

Konu değerlendirmede aşağıdakilere başvurulabilir:

- başarı testleri;
- bir öğretmenin öz değerlendirmesi;
- sınıf değerlendirme anketleri; veya
- üçüncü şahısların görüşleri (denetçiler).

Öğretim sürecinin kalitesi ve elde edilen sonuçlar büyük ölçüde müfredata, yani aşağıdakilere bağlıdır:

- konsepti;
- öğretim yöntem ve tekniklerinin seçimi;
- öğrenme hedeflerine ulaşmak için kullanılan öğretim materyalleri; Ve
- eğitim içeriği - çalışma konusu.

Müfredat takip edilirse, temel öğrenme hedeflerine ulaşılmalıdır. Müfredat değerlendirmesinin bu aşamasında aşağıdakiler kullanılabilir:

- mevcut başarıların listeleri;
- öz değerlendirme kartları/formları;
- gözlemler (kapsamlı, seçici – münferit unsurlara odaklı, örn. önemli becerilerin veya tutumların geliştirilmesi, bireyselleştirme, uygulama yöntemleri ve koşulları).

Müfredat değerlendirmesinin bir parçası olarak, aşağıdakiler tanımlanmalı ve analiz edilmelidir:

- öğrencilerin hatırlaması kolay bulunduğu içerik;
- öğrencilerin hatırlamakta zorlandıkları içerik;
- öğretim materyalleri ve yöntemleri; Ve
- elde edilen sonuçlar;

Yukarıdaki faaliyetler, müfredatın, meslek araçlarının ve ayrıca öğretim materyalleri ve yöntemlerinin optimizasyonunu sağlayacaktır.

9.3. MODERN ÖĞÜN HAZIRLAMA TEKNİKLERİ

Temel Hedefler

1. Yemeklerin siparişe göre hazırlanması.
2. Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan geleneksel ve modern yemeklerin yardımsız hazırlanması.
3. Belirli bir mutfak türü için bir yemek özelliğinin hazırlanması.

İşlevsel hedefler

1. siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını izlemek;
2. hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçmek;
3. belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklamak ve sunmak;
4. belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtmek;
5. belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listelemek;
6. ürünleri aramak ve birleştirmek; yeni yemekler yaratmak ve yeni mutfak fikirleri bulmak;
7. "imza yemeklerinin" hazırlanışını sunmak;
8. belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve bu tür bir kullanımdan elde edilen faydaları adlandırmak (yerel markaların tanıtımını desteklemek için);
9. müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasının lehindeki ve aleyhindeki sebepleri gerekçelendirmek;
10. belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanmak ve birleştirmek;
11. mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumlu olmak;
12. mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örn. balık) mevcudiyetini dikkate almak; Ve
13. Mutfağın türüne bağlı olarak yemek hazırlamanın ekonomik yönünü analiz etmek (tatlarla, hazırlama süresine, malzemelerin mevcudiyetine veya fiyatlarına göre)

Müfredat Gereklilikleri	Modül Konuları	Ayrılan Saat	Müfredat Gereklilikleri		Yorumlar
			Temel Öğrenci şunları nasıl yapacağını bilir:	Ek Öğrenci şunları nasıl yapacağını bilir:	
II. Modern öğün hazırlama teknikleri	Yemek ve içecek hazırlamanın planlanması için kurallar	1	<ul style="list-style-type: none"> Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder 	<ul style="list-style-type: none"> Mutfağın türüne bağlı olarak yemek hazırlamanın ekonomik yönünü analiz eder (lezzetlere, hazırlama süresine, malzemelerin mevcudiyetine veya fiyatlarına göre) 	
	Ürün planlama aşamaları	1	<ul style="list-style-type: none"> Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder 	<ul style="list-style-type: none"> Mutfağın türüne bağlı olarak yemek hazırlamanın ekonomik yönünü analiz eder (lezzetlere, hazırlama süresine, malzemelerin mevcudiyetine veya fiyatlarına göre) 	

	Çeşitli tüketici grupları ve hizmetler için ürün planlama	2	<ul style="list-style-type: none"> Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder 	<ul style="list-style-type: none"> Mutfak türüne bağlı olarak yemek hazırlamanın ekonomik yönünü analiz eder (lezzetlere, hazırlama süresine, malzemelerin mevcudiyetine veya fiyatlarına göre) 	
	Gıda saklama	1	<ul style="list-style-type: none"> Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. 	<ul style="list-style-type: none"> Mutfak türüne bağlı olarak yemek hazırlamanın ekonomik yönünü analiz eder (lezzetlere, hazırlama süresine, malzemelerin mevcudiyetine veya fiyatlarına göre) 	
	Fiyat hesaplaması	1	<ul style="list-style-type: none"> Mutfak türüne bağlı olarak yemek hazırlamanın ekonomik yönünü analiz eder (lezzetlere, hazırlama süresine, malzemelerin mevcudiyetine veya fiyatlarına göre) 	<ul style="list-style-type: none"> Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir 	
	Yerel tedarikçilerle işbirliği	2	<ul style="list-style-type: none"> Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> yerel tedarikçileri karakterize eder 	
	Yeni mutfak tekniklerinin özellikleri	2	<ul style="list-style-type: none"> Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasının lehindeki ve aleyhindeki sebepleri gerekçelendirir. belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir 	<ul style="list-style-type: none"> Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	
	Yeni asitleme ve tutsüleme teknikleri – pratik egzersizler – avangart turşular	3	<ul style="list-style-type: none"> belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir 	<ul style="list-style-type: none"> yemekleri siparişe göre hazırlar belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	

	Çok belirgin olmayan tat kombinasyonları – alıştırmalar	2	<ul style="list-style-type: none"> ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir 	<ul style="list-style-type: none"> ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir ■ mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	
	Gıda eşleme teknikleri	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için geleneksel ve modern yemekleri bağımsız olarak hazırlar. ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. ■ belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ■ ürünleri arar ve birleştirir; yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur ■ 'imza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar ■ Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) ■ mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder ■ Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. ■ Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasına yönelik lehte ve aleyhte gerekçelerin gerekçelendirilmesi ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir ■ mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	
	Sous-vide tekniği		<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için geleneksel ve modern yemekleri bağımsız olarak hazırlar. ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. ■ belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder ■ Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. ■ Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasına yönelik lehte ve aleyhte gerekçeleri sunar 	

		5	<ul style="list-style-type: none"> ürünleri arar ve birleştirir; yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur 'imza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	
	Moleküler mutfak yemeklerinin hazırlanması	5	<ul style="list-style-type: none"> Belirli bir mutfak türü için geleneksel ve modern yemekleri bağımsız olarak hazırlar. belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. belirli bir sipariş tamamlamak için gereken süreyi belirtir Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ürünleri arar ve birleştirir; yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur 'imza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasına yönelik lehte ve aleyhte gerekçelerin gerekçelendirilmesi belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	
	Füzyon mutfağı yemeklerinin hazırlanması	5	<ul style="list-style-type: none"> Belirli bir mutfak türü için geleneksel ve modern yemekleri bağımsız olarak hazırlar. belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. 	<ul style="list-style-type: none"> Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ■ ürünleri arar ve birleştirir; yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur ■ 'imza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar ■ Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) ■ mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasına yönelik lehte ve aleyhte gerekçelerin gerekçelendirilmesi ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir ■ mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	
	Yemek pişirmede çok kültürlü yönler – pratik alıştırmalar	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için geleneksel ve modern yemekleri bağımsız olarak hazırlar. ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. ■ belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ■ ürünleri arar ve birleştirir; yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur ■ 'imza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar ■ Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) ■ mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder ■ Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. ■ Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasına yönelik lehte ve aleyhte gerekçelerin gerekçelendirilmesi ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir ■ mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	

<p>Yerel mutfağa özgü yemeklerin hazırlanması</p>	<p>5</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için geleneksel ve modern yemekleri bağımsız olarak hazırlar. ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. ■ belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ■ ürünleri arar ve birleştirir; yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur ■ 'imza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar ■ Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) ■ mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder ■ Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. ■ Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasına yönelik lehte ve aleyhte gerekçelerin gerekçelendirilmesi ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir ■ mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	
<p>Modern bir dokunuşla Polonya mutfağı – pratik alıştırmalar</p>	<p>5</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için geleneksel ve modern yemekleri bağımsız olarak hazırlar. ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. ■ belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ■ ürünleri arar ve birleştirir; yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur ■ 'imza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder ■ Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. ■ Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasına yönelik lehte ve aleyhte gerekçelerin gerekçelendirilmesi ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir 	

			<ul style="list-style-type: none"> Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	
	Menü tadımı	5	<ul style="list-style-type: none"> Belirli bir mutfak türü için geleneksel ve modern yemekleri bağımsız olarak hazırlar. belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ürünleri arar ve birleştirir; yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur 'imza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasına yönelik lehte ve aleyhte gerekçelerin gerekçelendirilmesi belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	
	Modern sağlıklı yemek hazırlama teknikleri – alıştırmalar	5	<ul style="list-style-type: none"> Belirli bir mutfak türü için geleneksel ve modern yemekleri bağımsız olarak hazırlar. belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir 	<ul style="list-style-type: none"> Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasına yönelik lehte ve aleyhte gerekçelerin gerekçelendirilmesi 	

			<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ■ ürünleri arar ve birleştirir; yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur ■ 'imza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar ■ Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) ■ mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir ■ mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	
	Modern yemek süsleme ve servis teknikleri - alıştırmalar	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ Belirli bir mutfak türü için geleneksel ve modern yemekleri bağımsız olarak hazırlar. ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik yemekler hazırlar ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik tarifleri açıklar ve sunar. ■ belirli bir siparişi tamamlamak için gereken süreyi belirtir ■ Belirli bir mutfak türü için karakteristik olan yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili avantaj ve dezavantajları listeler. ■ ürünleri arar ve birleştirir; yeni yemekler yaratır ve yeni mutfak fikirleri bulur ■ 'imza yemeklerinin' hazırlanmasını sunar ■ Belirli bir mutfak türünde yararlı olan yerel kaynaklı malzemelerin kullanımını ve böyle bir kullanımdan elde edilen faydaların adını haklı çıkarır (yerel markaların tanıtımını desteklemek için) ■ mevsimlik veya taze ürünlerin veya ürünlerin (örneğin balık) mevcudiyetini dikkate alır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Siparişe göre hazırlanan yemeklerin kalitesini ve miktarını takip eder ■ Hazırlanan yemeklerin lezzetini bozmayacak ve besin değerlerinden ödün vermeyecek şekilde uygun saklama ve taşıma araç ve yöntemlerini seçer. ■ Müşterilerin tercihleri ve zevkleri bağlamında belirli yemeklerin hazırlanmasına yönelik lehte ve aleyhte gerekçelerin gerekçelendirilmesi ■ belirli bir mutfak türü için karakteristik olan malzemeleri (örneğin baharatlar) kullanır ve birleştirir ■ mamul ve yarı mamullerin ilgili kalitede ve uygun miktarda sipariş edilmesinden sorumludur. 	

9.4. Yemek Servisi

Genel Hedefler

1. Yemeklerin sunulma sırasını düzenler.
2. Değişen koşullarda, belirli bir mutfak kültüründe yemek servisi ile ilgili gerekli aksesuarları kullanır.

İşlevsel Hedefler

1. Sunulan yemek için takım/yemek seçimini doğrular.
2. Belirli bir sipariş veya hizmet için gerekli olan yemeklerin miktarını ve kalitesini belirtir ve gerekçelendirir.
3. Yemek servisi alanında (çorba, salata, tatlı vb.) Verilen görevleri yerine getirmek için bir kişinin seçimini seçer ve gerekçelendirir.
4. Kişiye özel yemeklerin ve masa süslemelerinin servis edilmesi için zaman çerçevesini ekiple birlikte belirler.
5. Yemeklerin besin özelliklerini (sıcak, taze vb.) koruyarak servis etme faaliyetlerini açıklar.
6. Besin özelliklerini (sıcak, taze, vb.) koruyarak yemekleri dağıtır.

Müfredat Gereklikleri	Modül Konuları	Ayrılan Saat	Müfredat Gereklikleri		Yorumlar
			Temel Öğrenci şunların nasıl yapılacağını bilir:	Ek Öğrenci şunların nasıl yapılacağını bilir:	
Sunum Sisi	Sipariş harcama sisi ve içecekler	1	<ul style="list-style-type: none"> sahada verilen görevleri yerine getirmek için yemekleri harcayan kişileri tartışır bireysel yemekleri ve dekor masasını geçici olarak harcamayı tartışır 	<ul style="list-style-type: none"> son teslim tarihlerini tanımlar; güncel ve periyodik arabaları ve kamyonları inceler 	Sınıf V - İlk 6 ay
	Söz konusu servis sisinde teknik çözümler	1	<ul style="list-style-type: none"> sahada verilen görevleri yerine getirmek için yemekleri harcayan kişileri tartışır bireysel yemekleri ve dekor masasını geçici olarak harcamayı tartışır servis alanında teknik çözümleri tartışır 	<ul style="list-style-type: none"> sahada verilen görevleri yerine getirmek için yemekleri harcayan kişileri seçer ve seçimini haklı çıkarır ekip çerçevesi ile geçici olarak bireysel yemekleri ve dekor masasını ayarlar Öğünleri ve beslenme özelliklerini özenle değerlendirir 	
	Sıcaklıkla ilgili sisi	1	<ul style="list-style-type: none"> sıcaklık verilen yemekleri değiştirir Öğünleri ve bunların beslenme özelliklerini tartışır 	<ul style="list-style-type: none"> Öğünleri ve beslenme özelliklerini özenle değerlendirir 	
	Stoklama ve stok sisi	1	<ul style="list-style-type: none"> Stoklama ve stok sisi için gerekli koşulları belirler. Öğünleri ve bunların beslenme özelliklerini tartışır 	<ul style="list-style-type: none"> Öğünleri ve beslenme özelliklerini özenle değerlendirir 	

	Harcama sisiyle alakalı bölümlerle görevleri	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ sahada verilen görevleri yerine getirmek için yemekleri harcayan insanları tartışır ■ bireysel yemekleri ve dekor masasını geçici olarak harcamayı tartışır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ sahada verilen görevleri yerine getirmek için yemekleri harcayan insanları seçer ve seçimini haklı çıkarır ■ ekip çerçevesi ile geçici olarak bireysel yemekleri ve dekor masasını ayarlar ■ Öğünleri ve beslenme özelliklerini özenle değerlendirir 	
	Hijyenik servis sisi	1	<ul style="list-style-type: none"> ■ sahada verilen görevleri yerine getirmek için yemekleri harcayan insanları tartışır ■ bireysel yemekleri ve dekor masasını geçici olarak harcamayı tartışır ■ Hijyenik servis kurallarını tartışır. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ sahada verilen görevleri yerine getirmek için yemekleri harcayan insanları seçer ve seçimini haklı çıkarır ■ ekip çerçevesi ile geçici olarak bireysel yemekleri ve dekor masasını ayarlar ■ Öğünleri ve beslenme özelliklerini özenle değerlendirir 	
	Pratik servis sisi	5	<ul style="list-style-type: none"> ■ sahada verilen görevleri yerine getirmek için yemekleri harcayan insanları tartışır ■ bireysel yemekleri ve dekor masasını geçici olarak harcamayı tartışır ■ verilen siparişler veya hizmetler için gerekli miktar ve kalite yemeklerini tartışır ■ Hizmet için teknik sorunlara yönelik çözümleri tartışır 	<ul style="list-style-type: none"> ■ verilen siparişler veya hizmetler için gerekli miktar ve kalite yemeklerini tanımlar ve gerçekleştirir ■ Öğünleri ve beslenme özelliklerini özenle değerlendirir ■ sahada verilen görevleri yerine getirmek için yemekleri harcayan insanları seçer ve seçimini haklı çıkarır 	

2.

9.5. Sebze ve meyvelerle süsleme yapmak

Genel Hedefler

1. meyve oymacılığı yapmak
2. sebze oymacılığı yapmak
3. farklı dilimleme yöntemleri kullanmak.

İşlevsel Hedefler

1. Belirtilen malzemelerden küçük çiçekler ve minyatür dekoratif öğeler yapar,
2. Dekoratif çiçekler yapar,
3. Dekoratif yapraklar yapar.

Müfredat Gereklilikleri	Modül Konuları	Ayrılan Saat	Müfredat Gereklilikleri		Yorumlar
			Temel Öğrenciler şunları yapabilir:	Ek Öğrenciler şunları yapabilir:	
II. Alıştırma: sebze ve meyvelerle dekorasyon	Oymacılık: Giriş	1	<ul style="list-style-type: none"> Oymacılığın ne olduğunu açıklar 	<ul style="list-style-type: none"> Süslemede oymacılığın önemini tartışır 	
	Araçlar ve bıçaklar	15	<ul style="list-style-type: none"> Bıçakları ve oyma araçlarını tanımlar 	<ul style="list-style-type: none"> Süsleme için bıçakları ve oyma araçlarını nasıl kullanacağını açıklar. 	
	Stok meyve dekorasyonu	2	<ul style="list-style-type: none"> Stok meyve dekorasyonu yapma yollarını açıklar. 	<ul style="list-style-type: none"> Stok meyve dekorasyonu yapma yollarını tartışır. 	
	Meyve ayarlamaları		<ul style="list-style-type: none"> küçük çiçeklerin ve minyatür unsurların dekoratif uygulama şeklini açıklar. Belirtilen malzemeler soğan , pancar , alabaş , havuç kozalakları , maydanoz , pırasadan elde edilen çiçeklerin süslenme biçimini açıklar yürütmenin / oluşturmanın dekoratiften ayrılma şeklini açıklar 	<ul style="list-style-type: none"> dekoratif küçük çiçekler ve minyatür öğeler gerçekleştirir / oluşturur Belirtilen malzemeler soğan , pancar , alabaş , havuç kozalakları , maydanoz , pırasa – diğerlerinin yanı sıra dekoratif çiçekler yapar – dekoratif yapraklar yapar / oluşturur 	
	Sebze hazırlama araçları ve bıçakları		<ul style="list-style-type: none"> küçük çiçeklerin ve minyatür unsurların dekoratif uygulama şeklini açıklar. Belirtilen malzemeler soğan , pancar , alabaş , havuç kozalakları , maydanoz , pırasadan elde edilen çiçeklerin süslenme biçimini açıklar yürütmenin / oluşturmanın dekoratiften ayrılma şeklini açıklar 	<ul style="list-style-type: none"> dekoratif küçük çiçekler ve minyatür öğeler gerçekleştirir / oluşturur Belirtilen malzemeler soğan , pancar , alabaş , havuç kozalakları , maydanoz , pırasa – diğerlerinin yanı sıra dekoratif çiçekler yapar dekoratif yapraklar yapar / oluşturur 	

	Kesme teknikleri		<ul style="list-style-type: none"> küçük çiçeklerin ve minyatür unsurların dekoratif uygulama şeklini açıklar. Belirtilen malzemeler soğan , pancar , alabaş , havuç kozalakları , maydanoz , pırasadan elde edilen çiçeklerin süslenme biçimini açıklar yürütmenin / oluşturmanın dekoratiften ayrılma şeklini açıklar 	<ul style="list-style-type: none"> dekoratif küçük çiçekler ve minyatür öğeler gerçekleştirir / oluşturur Belirtilen malzemeler soğan , pancar , alabaş , havuç kozalakları , maydanoz , pırasa – diğerlerinin yanı sıra dekoratif çiçekler yapar – dekoratif yapraklar yapar / oluşturur 	
	Stok dekorasyonu		<ul style="list-style-type: none"> Sebzelerden stok süsleme yapma yollarını açıklar 	<ul style="list-style-type: none"> Sebzelerden stok süsleme yapma yollarını betimler. 	
	Sebze dekorasyonu		<ul style="list-style-type: none"> küçük çiçeklerin ve minyatür unsurların dekoratif uygulama şeklini açıklar. Belirtilen malzemeler soğan , pancar , alabaş , havuç kozalakları , maydanoz , pırasadan elde edilen çiçeklerin süslenme biçimini açıklar yürütmenin / oluşturmanın dekoratiften ayrılma şeklini açıklar 	<ul style="list-style-type: none"> dekoratif küçük çiçekler ve minyatür öğeler gerçekleştirir / oluşturur Belirtilen malzemeler soğan , pancar , alabaş , havuç kozalakları , maydanoz , pırasa – diğerlerinin yanı sıra dekoratif çiçekler yapar – dekoratif yapraklar yapar / oluşturur 	

ÖĞRENME HEDEFLERİNE VE ÇIKTILARINA ULAŞMA PROSEDÜRLERİ

Önerilen öğretim yöntemleri:

Sınıflar, bireysel çalışmayı ve takım çalışmasını içermelidir.

Konu sunum yöntemleri: diğerlerinin yanı sıra vaka çalışmaları, gösteriler, pratik alıştırmalar veya simülasyonlar dahil olmak üzere etkinleştirme yöntemleriyle desteklenen dersler, konuşmalar, açıklamalar veya betimlemeler.

Öğretim materyalleri:

Önerilen öğretim materyalleri özellikle şunlardır:

- panolar, flipchartlar, çıktılar, fotoğraflar, kataloglar, çalışma sayfaları, İSG kanunları vb. görsel materyaller; veya
- gıda maddeleri ve yemek hazırlama konusuyla ilgili çevrimiçi kaynaklar ve öğretmenler veya diğer multimedya dahil olmak üzere görsel ve işitsel materyaller.

Dersler, internete bağlı bir bilgisayarla donatılmış bir sınıfta yapılmalıdır.

Ek zorunlu didaktik ekipman ve öğretim materyalleri:

Yerel ağ ve internete, çok işlevli bir cihaza, dijital projektöre veya etkileşimli bir tahtaya veya ekrana bağlı bir öğretmen iş istasyonu. Talimatlar, öz-değerlendirme kartları ve öğrenci çalışma kağıtlarıyla birlikte alıştırmalar. Pratik alıştırmalar için istasyonlar.

Müfredat uygulama gereksinimleri:

Dersler uygun bir mesleki eğitim sınıfında yapılmalı ve öğrenciler bireysel ya da ikili olarak çalışmalıdır..

Önerilen değerlendirme yöntemleri:

Öğrenme hedeflerine ve çıktıklarına ulaşılması, uygulamalı alıştırmalar temelinde ve görevin doğruluğu, kalitesi ve görsel etkisi dikkate alınarak değerlendirilecektir. Tüm başarılar, kurs boyunca sürekli olarak ve başında sunulan kriterlere göre doğrulanmalıdır.

Konu değerlendirme yöntemleri:

Konu değerlendirmede aşağıdakilere başvurulabilir:

- başarı testleri;
- bir öğretmenin öz değerlendirmesi;
- sınıf değerlendirme anketleri; veya
- üçüncü şahısların görüşleri (denetçiler).

Öğretim sürecinin kalitesi ve elde edilen sonuçlar büyük ölçüde müfredata, yani aşağıdakilere bağlıdır:

- konsepti;
- öğretim yöntem ve tekniklerinin seçimi;
- öğrenme hedeflerine ulaşmak için kullanılan öğretim materyalleri; Ve
- eğitim içeriği - çalışma konusu.

Müfredat takip edilirse, temel öğrenme hedeflerine ulaşılmalıdır. Müfredat değerlendirmesinin bu aşamasında aşağıdakiler kullanılabilir:

- mevcut başarıların listeleri;
- öz değerlendirme kartları/formları;
- gözlemler (kapsamlı, seçici – münferit unsurlara odaklı, örn. önemli becerilerin veya tutumların geliştirilmesi, bireyselleştirme, uygulama yöntemleri ve koşulları).

Müfredat değerlendirmesinin bir parçası olarak, aşağıdakiler tanımlanmalı ve analiz edilmelidir:

- öğrencilerin hatırlaması kolay bulduğu içerik;
- öğrencilerin hatırlamakta zorlandıkları içerik;
- öğretim materyalleri ve yöntemleri; Ve
- elde edilen sonuçlar;

Yukarıdaki faaliyetler, müfredatın, meslek araçlarının ve ayrıca öğretim materyalleri ve yöntemlerinin optimizasyonunu sağlayacaktır.

10. LEZZET YARATMA

Lezzet Yaratma

Gıda, her canlı organizmanın varlığının temelidir. İnsanların yeme alışkanlıklarındaki değişiklikler, yemek için yeni tatlar yaratma ve geleneksel olanları geliştirme fırsatı sunar. Yemek yemek, özellikle iyi baharatlanmış ve bir tarifte oluşturulmuşsa, hem bir gereklilik hem de bir zevktir. Her çiğ et ve balık, ana içeriğin farklı olduğu bir arka plan olan bir lezzet ayarına ihtiyaç duyar. Şu veya bu baharattan bir tutam yeterlidir ve ürün sadece çekici görünmekle kalmaz, aynı zamanda teknolojik işleme sırasında aroma da damakta sofistike tatlar fırtınasında dağılına kadar aroma verir.

Tat kraldır ve doku kralıdır

Son pazar araştırmaları, müşterilerin yemek yerken tat duyularına güçlü bir ilgi gösterdiğini gösteriyor. Ürünün dokusu bu süreçte önemli bir rol oynar.

Bu etki bir yandan üretim süreciyle sağlanabilmekte, diğer yandan farklı içerikler eklenerek Tüketiciler bilinen formatlar ve tatlarla kombinasyon halinde yeni tatlar aramaktadır ve bu da ilginç kombinasyonlara yol açmaktadır. Görünüşte uyumsuz malzemelerin tatlarını aşmak, mutfak yaratıcılığının bir tezahürüdür.

1. Pişirme Teknikleri

Aşçılık, yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili bir mutfak sanatıdır. Yemek pişirme sanatının sırlarını ustalıklarla keşfetmek için temel mutfak tekniklerini bilmek önemlidir.

Yemek hazırlamanın en popüler klasik ve modern yolları şunlardır:

- 1. Haşlama** - kaynar suya kısa süreli daldırma veya malzemeleri soğuk suya koyma ve su kaynadığında hemen çıkarmadan oluşur.
- 2. Eritme (Gazını alma)**. Bu tekniğin sırrı, daha önce bir tavada kızartılmış malzemelerin lezzetini "soymaktır". Tek yapmanız gereken yağın geri kalanını dökmek ve az miktarda sıvı eklemek, örn. altta kalana su, et suyu, şarap veya krema. Sıvı kaynatılmalı, kabuğu tavadan bir spatula ile hafifçe kazıyın ve karıştırın - bu şekilde aromatik bir sos hazırlayacaksınız..
- 3. Decostructure** - Bu teknik, kelimenin tam anlamıyla herhangi bir yemeğe uygulanabilir. Karakteristik lezzeti korurken ve hatta bazen geliştirirken, tek tek bileşenlerin sunumunu değiştirmeyi içerir.
- 4. Güveç** - kızartma ve pişirmeyi birleştirir. Güveçte pişirme, esas olarak çeşitli et türlerinden yemekler hazırlamak için kullanılır, burada tek başına kızartma onları ancak kurutabilir. Güveç, su banyosunda pişirmeye benzer, ancak fırın olmadığında bir tencerede, tencerede veya tavada yapılabilmesi avantajına sahiptir.
- 5. Sıvıçözütüm** - yağlı ve sulu maddeleri kalıcı olarak birleştirmenizi sağlayan bir pişirme tekniği. Sonuç olarak, yemeğe yeni bir yapı kazandıran emülsiyonlar oluşur. Her türlü aromayı barındırabilir ve her renge boyayabilirler.
- 6. Fermentasyon** - Gıda fermentasyonunun en eski yöntemi, aerobik koşullar altında laktik asit üretiminden oluşan laktik fermentasyondur. Bakterileri, diğerlerinin yanı sıra taze frenk üzümü yapraklarında, yaban turpunda ve kuzukulağında bulunur. Bu ürünler ve tuz, hemen hemen her yiyeceği kontrollü bir şekilde kurutmanıza veya ıslatmanıza olanak tanır.
- 7. Flambéing** - bitmiş yemeğe alkol serpmek ve masanın üzerine yakmak.

8. **Süsleme** - Yemekleri ve karışık içecekleri süsleme.
9. **Sırlama** - az miktarda suda pişirilen sebzeleri bitirmek için kullanılan bir yöntem. Pişen sebze patates ununa bulayıp tekrar suya atıp kaynatın.
10. **Sous-vide pişirme** - veya vakumlu bir kapta pişirme. Yiyecekler düşük sıcaklıkta hazırlanır. Her şey tabakta kalır, tadı ve aroması. Hazırlanan ürün suda kaynatılır, uzun süre eşit, düşük bir sıcaklık korunur, yani "Su banyosu".
11. **Buharda pişirme** - birçok değerli besinin kaybolmadığı için yemek hazırlamanın çok sağlıklı bir yoludur. Buharda pişirme sırasında en değerli mikro besinler yıkanmaz ve ürünler şeklini, tadını ve görünümünü korur.
12. **Düdüklü pişirme** - sözde Düdüklü tencereyi esas olarak uzun süre pişen ürünlerden yemekler hazırlarken kullanırız. Bu yöntem, özel, sıkı kapaklı tencere içinde oluşan basıncın yakl. 110-120°C. Her iki faktör de: sıcaklık ve basınç, pişirme süresini %30'a kadar kısaltır.
13. **Geleneksel pişirme** - yiyeceklerin 98-100°C sıcaklıkta kaynar suda ısıtılmasından oluşur. Yiyecekleri bu şekilde pişirmek, dokuların yumuşamasına ve besinlerin çözünmesine neden olur.
14. **Su banyosunda pişirme** - tereyağı veya yumurta bazlı bir krema veya sos hazırlamak istediğimizde ve ayrıca tereyağı veya çikolata gibi kolayca yanan malzemeleri eritmek istediğimizde kullanırız.
15. **Izgara** - et ve sebzelerin yağsız olarak kızartılmasını içerir. Şu anda elektrikli ve gazlı ızgaralarımız da var.
16. **Şekerleme** - bütün veya dilimlenmiş meyvelerin korunması. Bu işlem, meyvenin istenen şekli koruduğu için, bu ürünlerin artan şeker içeriğine sahip şuruplarda birkaç kez kızartılmasını içerir.
17. **Arıtma** - et, sebze, balık ve meyve kaynatmalarının yanı sıra konserveler ve erik reçelinin yüzeyinden köpük ve bulanık süspansiyonların çıkarılmasını içeren bir pişirme tekniği. Yiyecekler berrak ve daha lezzetli hale gelir. En yaygın açıklamalar et suyu, şarap ve konservelerdir.
18. **Sıkıştırma**, gıdaya benzersiz bir tat veya renk vermek için vakumla paketlenmesidir. Tabii önce ürünü doğru firmaya koymalıyız, örn. eti otlarla kaplayın veya şeker şurubuna meyve parçaları koyun.
19. **Pastörizasyon** - yüksek sıcaklıklarda mikroorganizmaların yok edilmesini içeren, örneğin meyve suları veya süt gibi ürünleri birkaç dakika ısıtarak koruma yöntemi. Ürünleri cam kaplarda ağzı kapalı olarak, kaynayan su dolu büyük bir tencereye koyarak da pastörize edebilirsiniz.
- b - etin salamura veya sertleştirme karışımı ile işlenmesini içeren bir pişirme tekniği. Bu işlemin sonucu etin renginin korunması, etin karakteristik tat ve kokusunun oluşması ve ürünün raf ömrünün uzamasıdır.
21. **Fırında et pişirme** - Biz esas olarak fırında et pişiriyoruz, ancak patates, pirinç, makarna gibi çeşitli güveçler de hazırlayabiliyoruz ve sadece sebze, lahana sarması, bigo ve reçel pişirebiliyoruz.
22. **Baharat** - krema, kefir, un ve su bulamacı veya meyane ekleyerek sosları ve çorbaları koyulaştırın.
23. **Kavurma** - 100 ° C sıcaklıkta ısıtma işlemi Ürünler kendi sıvısında veya kuru ürünler için biraz su veya yağda kavrulur.
24. **Sote** - et parçalarını, balıkları ekmezsiz kızartma tekniği, sadece tuz, karabiber veya otlar serpilir.
25. **Tavada kızartma** - Tavada kızartma daha yüksek sıcaklıklar gerektirir (yaklaşık 250°C). Kızartmadan önce yağın iyice kızdırılması çok önemlidir. Ancak son zamanlarda ızgara ve teflon tavalarda yağsız veya çok az yağla (kelimenin tam anlamıyla birkaç damla) kızartma yapmak çok popüler hale geldi.

- 26. Derin yağda kızartma** - kıyılmış balık, et ve sebzelerin porsiyonlarını yakl. 200°C. Faworki, bazı çörekler ve çörekler de derin yağda kızartılır.
- 27. Stir-fry**, derin kızartmanın karşısında modern bir tekniktir. Bir yemek pişirmeye başlamadan önce, tüm malzemeleri hazırlayın, yıkayın ve kesin - bundan sonra her şey yeterince hızlı yapılacaktır. Bir wok üzerinde az miktarda yağı ısıtın, ardından baharatları kısa bir süre ısıtın ve en uzun ısıl işleme ihtiyaç duyanlardan başlayarak (örneğin et) kalan malzemeleri ekleyin. Her şey hızlı bir şekilde yapılmalı ve malzemeler kuvvetlice karıştırılmalıdır. Sebzelerin suyunu bırakıp boğulmaya başlamasına izin vermemelisiniz. Bu şekilde hazırlanan ürünler renklerini ve aromalarını kaybetmez, sulu ve çıtır kalır.
- 28. Kuru buz**, sıvı nitrojen gibi, -78,5 ° C sıcaklıkta katı karbondioksit olması dışında gazdan oluşur. Sudan yapılan buzun aksine erimez, süblimleşir. Kuru buzla, sıvı nitrojenden farklı etkiler elde edebiliriz. Öncelikle işlem yaptığımız ürünü gazlı ve hafif ekşi yapar.
- 29. Kurutma**, yiyeceği ısıya ve hava akışına maruz bırakmayı içerir. Acelemiz varsa, ürünü önceden 80-100°C'ye ısıtılmış fırına sıcak hava açık olarak koyun. Kurutucuda daha düşük bir sıcaklıkta kurutabiliriz, ancak işlem daha uzun sürer.
- 30. Delme** - fırınlama veya kızartma sırasında kurummasını önlemek için geyik eti veya yabani kuş etine tütsülenmiş domuz pastırması çubukları yerleştirmek.
- 31. Transaging** - kavrulmuş etin parçalara, dilimlere veya dilimlere kesilmesi veya bütün kavrulmuş kümes hayvanlarının parçalara ayrılması.
- 32. Boning** - et, balık veya kümes hayvanlarının yenmeyen kısımlarından, tendonlarından, derisinden ve yağından temizlenmesi. Kemik artıkları et suyu, çorba ve sos hazırlamak için kullanılır.
- 33. Tütsüleme** - yiyecekleri (et ve et ürünleri, balık, peynir vb.) Duman yoluyla koruma yöntemi. Bu işlem sonucunda gıda ürünleri kendilerine özgü bir koku, tat ve yüzey rengi kazanırlar.
- 34. Sıkıştırma** - Sıkıştırma tekniği birçok avantaj sunar. Birincisi ve en önemlisi, kalınlaşan maddenin dilde bıraktığı histir. Tadı vurgulamaya ve yemeğin kremesi, zengin bir doku kazanmasına yardımcı olur. Bu özelliği sayesinde yemeğin içindeki yağ miktarını azaltırken lezzetini ve sululuğunu korumak mümkündür.
- 35. Azotla dondurma**, moleküler gastronomide kullanılan başka bir tekniktir. Ilık bir tabağı nitrojene batırdıktan sonra, içi sıcak kalacak ılık-soğuk bir tabak elde edeceksiniz ve yüzeyi ince bir buz tabakasıyla kaplanacak.
- 36. Jelleştirme**, jöle kıvamında bir yemek hazırlamanıza veya bir yemeğe ekleme yapmanıza olanak sağlayan bir mutfak tekniğidir. Bu pişirme tekniği, örneğin agar, gellan veya jelatin gibi doğal bileşenler kullanır.

2. Yemek Tarifleri

Yemek tarifleri, kısacası, belirli verileri içermesi gereken oldukça karmaşık tariflerdir ve çoğu durumda çok doğrudur.

Bir gastronomi tarifi neleri içermelidir?

Bu tarif türü aşağıdaki verileri içermelidir:

- yemeğin (veya içeceğin) adı,
- içerikler (miktarları uygun birimlerle yazılmalıdır - kilogram, litre veya adet),
- ek bilgiler (hazırlığın sonraki adımları hakkında tavsiyeler, malzemelerin kullanımına ilişkin ipuçları, ağırlık ve isteğe bağlı fotoğraflar).

Gastronomideki tarifler ayrıca belirli bir yemeğin nasıl hazırlanacağını da içerir.

Tarifler, üretim planlaması sırasında hammadde talebini oluştururken gereklidir, üretim süreçlerinin doğruluğunu kontrol etmenizi ve hammadde tüketimini hesaba katmanızı sağlar.

Yemek ve içeceklerin tariflere göre hazırlanması, özelliklerinin tekrarlanabilirliğini ve iyi kaliteyi garanti eder. Deneyimli bir şef, tarifi hammaddenin bireysel özelliklerine göre bazı parametrelerini biraz değiştirerek ayarlayabilir, örn. una veya şekere meyveye eklenen su miktarı. Üretim planlama ve hazırlama sürecine başlamadan önce tarifi dikkatlice okuyunuz. Hammadde toplandıktan sonra reçetede yer alan tavsiyelere uyulur ve son olarak elde edilen ürün miktarı yani elde edilen verim kontrol edilir.

Gastronomi tarifi - örnek

Gastronomi tariflerinin çoğu zaman en önemli bilgileri içeren bir tablo biçiminde olduğu varsayılmıştır. Bir örnek aşağıda bulunabilir.

		Gastronomi tarifi	
İsim		Spagetti Bolonez	
Porsiyon sayısı		4	
Porsiyon büyüklüğü		400 g	
Hazırlama süresi		20 dk	
Pişirme süresi		2 saat 30 dk	
İçindekiler			
İçindekiler	Miktar	Birim	Tanım
Sığır eti ve domuz kıyma	500	g	
Havuç	80	g	Soyulmuş ve doğranmış
Kereviz	150	g	Soyulmuş ve doğranmış
maydanoz kökü	80	g	Soyulmuş ve doğranmış
Kereviz	100	g	Doğranmış
Soğan	100	g	Soyulmuş ve doğranmış
Sarımsak	20	g	Soyulmuş ve doğranmış
Domates püresi	600	ml	
Ahududu domatesleri	300	g	Haşlanmış, soyulmuş ve doğranmış

Et suyu	150	ml	
Krem %30	200	ml	
zeytin yağı	80	ml	
spagetti makarna	500	g	
su	500	ml	
Tuz	35	g	makarna suyu için
Taze fesleğen	20	g	kıyılmış
Maydanoz	20	g	kıyılmış
Tereyağı	80	g	
Tuz, karabiber, şeker ve balzamik sirke			Tatlandırmak için

Hazırlama yöntemi / teknolojik açıklama:

- 10 ml zeytinyağını bir tencerede ısıtın. Havuç, kereviz, kereviz, maydanoz kökü ve soğanı ekleyin. Açık kahverengi olana kadar kızartın.
- Sebzelere bir yemek kaşığı domates püresi ekleyin. Hiçbir şeyin yanmaması için karıştırın. 10 dakika sonra suyu tencereye dökün. Et suyu buharlaştıktan sonra domates püresini, domatesleri, sarımsağı ekleyin ve tuz ve karabiber ekleyin. Isıyı azaltın, ara sıra karıştırarak 2 saat bekletin.
- Bu sürenin sonunda 2-3 fesleğen yaprağı ekleyin ve sebzeleri blender ile öğütün . Sonra onları bir elekten geçirin. Biraz balzamik sirke ve şeker ekleyin.
- 10 ml zeytinyağını bir tavada ısıtın. Kıymayı içine atın ve bir spatula ile parçalayın. Tüm su buharlaşana kadar kızartın.
- Ete bir çorba kaşığı domates püresi ekleyin. 5 dakika kızartın. %30 krema ekleyin ve ara sıra karıştırarak 30 dakika bekletin.
- Bir tencerede suyu kaynatın ve tuz ekleyin. Kaynamaya başlayınca makarnayı ekleyin. 8 dakika pişirin, sonra süzün.
- 1 porsiyon hazırlamak için: 10 ml yağı ayrı bir tavada ısıtın, 120 gr kızarmış et, 150 ml sos, 20 gr tereyağı ve 120 gr makarna ekleyin. 3 dakika sonra bir tutam maydanoz ve fesleğen ekleyin. Taze fesleğen yapraklarıyla süslenmiş bir tabakta servis yapın.

Bir gastronomik tarifiň şekli mutfağa göre değişebilir. Kağıda basılabilir ve klasörlerde veya bir bilgisayarda veya mobil cihazlarda elektronik bir sürümde saklanabilir.

3. Modern gastronomi teknikleri için kullanılan cihazlar

Gastronomideki teknolojik süreç, ön arıtma (hammaddenin ayrılması, temizlenmesi, durulanması ve öğütülmesi) ve uygun (ısı) arıtma olmak üzere iki temel bölümden oluşur.

Aslında gastronomide kullanılan cihazların temel ayrımı çok basit ve hatta barizdir. Özel olarak ne için kullanıldığına göre bölünmüş ekipmanı içerir. Bu nedenle gıda ürünlerinin depolanması, taşınması ve üretilmesi amaçlanabilir.

Aşağıdakilere ayrılan mutfaklar için yemek ekipmanı:

1. Gıda ürünlerinin ısı ve mekanik olarak işlenmesine yönelik makineler,
2. Soğutma, yani çeşitli buzdolapları ve dondurucular,
3. Gastronomik mobilyalar,
4. Küçük mutfak aksesuarları.

Şimdiye kadar teknolojik olarak en gelişmiş olanlar, mekanik olanlar da dahil olmak üzere gıda ürünlerinin işlenmesiyle ilgili olanlardır. Nedir bunlar?

Mekanik işleme için kullanılan ekipman, herhangi bir restoran mutfağında açık ara en önemlisidir. Bu tür bir cihaz, gıda ürünlerini parçalamak, doğramak, temizlemek, soymak ve yıkamak ve diğer birçok görevden sorumludur. Basit öğütücüler, karıştırıcılar, mikserler veya meyve sıkacaklarından modern parçalama, öğütme ve hatta biçimlendirme ekipmanlarına kadar pek çok türde makine vardır. Modern bir mutfakta kullanılan cihazlar arasında:



PACO JET Dondurulmuş kütleleri dondurma ve şerbet haline getirmeye yönelik makineler;



FIRIN TAŞI harika, çıtır çıtır pizzalar hazırlamamıza olanak sağlayacak, aynı zamanda kurabiyeler, ekmek, et ve sebzeler de olacak. Doğal malzemeden yapılmıştır. Gözenekli yapısı sayesinde nemi emer ve serbest bırakarak hamurun çıtır çıtır olmasını sağlar.



VAKUMLU PAKETLEME MAKİNASI tek veya çok porsiyonlu gıda paketlenme ve ürünleri sıkıştırma cihazı, örneğin karpuz parçalarını balzamik sirke ve bal turşusunda sıkıştırma;



SİRKÜLATÖR SOUS VIDE Ördek göğsünün 68 santigrat derecede 20 dakika pişirilebildiği, düşük sıcaklıkta pişirmeye yarayan bir cihaz;



TÜTSÜ TABANCASI: ürünlerin veya hazır mezelerin porsiyon bazlı tütsülenmesi için mikro tütsüleme makinesi

4. Popüler dilimleme teknikleri

Dilimleme, gıda işlemedeki en önemli temel becerilerden biridir. Kesilecek ürünün cinsi, bıçağın kalitesi ve doğru teknik de bu durumda çok önemlidir. Kesme hareketi ne kadar büyük olursa, o kadar az basınç gerekir.

Bıçak türleri:



Şef bıçağı - olağanüstü keskinliğe sahip geniş bir bıçak, bu bıçağın en önemli parçasıdır. Büyük ve ağır, elinize güvenli bir şekilde oturur ve ister et keserken ve balık filetosu yaparken, ister sebze ve meyveleri parçalara ayırırken hassas kesimler yapmanızı sağlar.



Evrensel Bıçak - uzun, ama kesinlikle şefin bıçağından daha ince. Soğuk etleri dilimlemek, sebze ve meyveleri işlemek ve ayrıca kabuklarını soymak için uygundur.



Sebze kesici - küçük, kısa ve çok kullanışlı, soyma ve kazıma için vazgeçilmezdir. Ayrıca patates, salatalık, havuç ve diğer tüm sebzeleri dilimlemede harikadır.



Ekmek bıçağı - uzun ve karakteristik, seyrek dişlerle donatılmıştır. Bu nedenle hem büyük somun ekmekleri hem de daha küçük çörekleri işleyebilir.



Soyma bıçağı - bıçağı karakteristik olarak yuvarlaktır ve bıçağın kendisi küçüktür. Yardımı ile sebze ve meyvelerin kabuğunu çok ince keserek kolayca çıkarabilirsiniz.



Et bıçağı - Çiğ etin yapısı oldukça liflidir, bu da onu mükemmel şekilde ince dilimler halinde kesmeyi zorlaştırır. Pürüzsüz bir bıçağı olan uzun, ince bir bıçağın kullanışlı olduğu ve etle iyi başa çıktığı yer burasıdır.



Peynir Bıçağı - Aslında birkaç peynir bıçağı var. Bu tür atıştırmalıkları seviyorsanız veya restoranınızda peynir tabağı servis ediyorsanız, hepsine sahip olmalısınız.



Biftek Bıçağı Kemik Bıçağı



Fileto Bıçağı



Somon Bıçağı



balta ve çin baltası

Biftek Bıçağı

<https://www.expondo.pl/inspiracje/techniki-kroje-warzyw/#O-jak-kroi%C4%87-warzywa-%E2%80%93-najpopularsze-metody>

Kesme Biçimleri

KAYA PARÇALAMA



Hassas bir cilde sahip etli meyve ve sebzeleri kesmek için bu tekniği kullanın.

Ayağınızın ucunu **tahta bir kesme tahtasına** dayayın, ardından tutacağı aşağıya ve hafifçe öne doğru çevirin. Sonra yukarı ve yavaşça geriye doğru. Bıçağın ucu her zaman tahtaya yapışır.

DİLİM ÇİZİMİ



Bıçağın ucunu tahtaya yaslıyoruz ve bıçağı yavaşça kendinize doğru çekiyoruz. Bu teknik, ürünü ezmemenin önemli olduğu ince yapılı ürünleri keserken kullanışlıdır.

ÇAPRAZ DOĞRAMA



Bu teknik, Kaya Parçalama biçimine çok benzer - burada yanlara doğru hareketi de ekliyoruz. Otları doğramak için mükemmel.

İTEREK DOĞRAMA



Bir başka çok popüler kesme tekniği, özellikle sebzeleri doğrarken kullanışlıdır. Bıçak, kesme tahtasının üzerine düşerken ileri doğru itilir.

UÇLA DOĞRAMA



Bu teknik, havuç veya salatalık gibi küçük çaplı ürünleri dilimlerken işe yarayacaktır.

Bıçak sadece yukarı ve aşağı hareket eder ve bıçak **ahşap kesme tahtasına** paralel hareket eder.

TESTERE KESİŞİ



Bıçak ileri geri hareket ederek, ürünün ezilmesine veya ezilmesine neden olabilecek herhangi bir ek basınç olmadan kesilen ürüne nüfuz eder. Bu teknik esas olarak ekmek kesmek için kullanılır, ancak aynı zamanda sert kabuklu ve yumuşak iç kısımlı meyve ve sebzeler için de mükemmeldir.

ÇEKEREK KESİM



Bıçak, kesilecek ürün üzerindeki sapın hemen yanına yerleştirilir, aynı zamanda uç kısmı yukarı doğru eğilir. Ucu indirirken bıçağı kendinize doğru çekerek bir, hatta kesmeye çalışıyoruz. Bu teknik genellikle suşi şefleri tarafından çiğ balık eti gibi çok hassas ürünleri dilimlerken kullanılır.

<https://tghome.pl/blog/techniki-koszenia.html>

"Bıçağın doğru şekilde tutulması, güvenli, etkili ve rahat çalışmanın temelidir. Bıçağın türüne bağlı olarak aşağıda üç temel tutma yöntemini sunuyoruz."

Şef, Deba, Santoku, Nakiri gibi bıçaklar için sap.

En çok yönlü tekniklerden biridir ve çoğu uygulama için önerilir. Özellikle enerji transferi için çok uygundur, bu nedenle lifli yapıya sahip gıdaları kesmek için de uygundur.



Şef (şef), Deba , Santoku, Nakiri , balta gibi bıçaklar için sap.

Özellikle sebzelerin ince öğütülmesi için kullanılan popüler bir teknik.



Slicer , Yanagiba , Takohiki gibi bıçaklar için kavrama.

Bu teknikte işaret parmağı bıçağı kolayca kontrol etmenizi sağlayarak kesimlerin hassas bir şekilde yapılmasını sağlar. Suşi şeflerinin çok sık kullandığı bir teknik.

<https://masahiro.pl/nozopedia/chwyt-noza>

5. Lezzetleri karıştırma ve çaprazlama

Bazı insanlar, yeni, ilginç tat duymaları sağlayan kombinasyonları zaten biliyor. Ancak çoğu insan, aşağıdaki bağlantıların oluşabileceğini bile kabul etmez. Ve dünyaca ünlü en deneyimli şefler ve yemek ustaları tarafından tavsiye edilmektedir.

Yemek eşleştirme veya olağanüstü kombinasyon düetleri, günlük tatlarımızı standart olmayan bir şekilde birleştirmeyi içeren bir felsefedir. Sonra farklı bir tat ve karaktere sahip tamamen yeni yemekler alıyoruz.

Yeni tatlar aramanın iki yöntemi vardır. Birincisi, ilgili tatları birleştirmektir. Pratikte nasıl görünüyor? Tatlı ile tatlıyı, yoğun ile yoğunu ve tuzlu ile tuzluyu karıştırın. Yani incir veya hurma sütlü çikolatanın yanına çok yakışacaktır. Renkler de burada bir ipucu olacaktır. Sebze veya meyveleri oluştururken tadına göre değil rengine göre karıştırın.

İkincisi tamamen farklı bir şey varsayar. Lezzetleri bu yönteme göre oluşturan şefler, en iyi lezzetin zıt kutupların karıştırılmasıyla elde edildiğini ispatlıyor. Beş çeşidimiz var: umami, tatlı, acı, ekşi ve tuzlu. Bununla birlikte, eşlik eden daha birçok aroma vardır. Ve büyük ölçüde tüm yaygaranın odak noktası onlar. Aşçı, tatları, seçilen malzemeler aromaları vurgulayacak ve onları bozmayacak şekilde seçmelidir.

BAĞLANTI	ETKİ
ET + ANASON	etin tadını vurgulayacak ve zenginleştirecektir.
ŞEKER VE HAVUÇLAR	Sebzelere şeker eklemek garip gelebilir, ancak örneğin Fransa'da havuç yapmak için çok popüler bir yöntemdir. Bu yemeğin özel adı, havuç, tuz, biber, şeker ve Vichy maden suyunun birleştirildiği ve ardından havuçlar hafifçe yumuşayana kadar kaynatıldığı Karotka Vichy'dir. Şeker, lezzetlerini artırır ve sonuç, güzel bir portakal rengine sahip harika bir sebze yemeğidir. Bununla birlikte, tüm yemeklere sadece ölçülü olarak eklenmesi gereken bir miktar şeker olduğu unutulmamalıdır.
ŞEKER VE DOMATESLER	Şeker kamışı, domates dahil birçok yemeğin lezzetini artırır. Bu nedenle tuz yerine şeker kullanın. Domatesler doğası gereği asidiktir ve tuz eklenmesi sadece bunun altını çizer. Öte yandan şeker, sonuçta meyve olan domatesin tüm lezzetini ortaya çıkarır. Tomates consitite, tatlı domateslerin kullanıldığı lezzetli bir fırınlanmış mezedir. Bu tür domatesler, özellikle bir süre kavanozda saklamayı düşünüyorsanız, 90 ° C'de en az 2-3 saat pişirilmelidir.

TUZ VE KAHVE	Bir tutam tuz, hemen hemen her yemekte olduğu gibi (tatlılar dahil) kahvenin değerini artıracaktır.
ACI BİBER VE ÇİKOLATA	Çikolata, biber tabanını güçlendirerek biberlerin kendine özgü lezzetini derinleştirecektir.
PATATES VE KAS TOPUZU	Küçük bir kepçe patatesin lezzetine derinlik katacaktır.
ELMA VE VANİLYA	Elmalar çok asidiktir ve genellikle pişirilmeden önce tatlandırılmaları gerekir. Birçok kişi ayrıca tarçın veya hindistan cevizi ekler. Vanilya ise elmaya, kaynağını herkesin tahmin edemeyeceği ama herkesin takdir edeceği ilginç bir tat notası verir.
Rucola ve armut	Akşam yemeğine ek olarak veya ayrı bir salata olarak mükemmel bir kombinasyon. Biraz şarap sirkesi ile karıştırılmış portakal suyuyla tatlandırılmış bu ekşi ve lezzetli tatlı tadın birleşimi damakları okşuyor. Bu yüzden biber veya domates ile standart bir karışım yapmak yerine, tatlı armutlarla mutlaka deneyin.
BİBER VE ÇİLEK	Taze çilekler genellikle şekerle servis edilir, ancak ince öğütülmüş taze biberin eklenmesi, aksi takdirde gizli kalacak bir lezzetin altını çizer. Karabiber olmalı.
TARÇINLI BAHARATLANDIRILMIŞ KIRMIZI ET	etin tadını vurgulayacak ve zenginleştirecektir.

6. Yeni bir versiyonda geleneksel mutfak

Eski Polonya mutfağı, tarım ürünleri ve vahşi ve çiftlik hayvanlarının etlerinin yanı sıra deniz ve tatlı su balıklarından yapılan basit yemeklere dayanmaktadır. Meyveler, toplanan otlar, baharatlar ve mantarlar da kullanılmıştır. Bol miktarda tuz kullanılırdı, kabuğu çıkarılmış tane her zaman bulunurdu ve ziyafetler bira ve bal likörü ile süslenirdi. İtalyan etkileri sayesinde Eski Polonya mutfağı sebze ve baharatlarla zenginleştirilmiş ve Polonya şekerlemeciliğinin temelleri atılmıştır. Doğu'yu Doğu'ya borçluyuz: kökler, karabuğday, haşhaş, kuru meyveler, helvalar ve donmuş pürelere ve meyve suları, yani şerbetler. Etlerin marine edilmesi ve doğranması, şiş kebaplar, tartar, kutia ve haşhaş tohumları da Doğu etkisinden kaynaklanmaktadır. Yeni pişirme teknikleri ve yöntemleri Fransız mutfağının etkisinden kaynaklanmaktadır. Polonya mutfağının dolma, ezme, kayısı, yer mantarı ve hamsi kapari ile zenginleşmesi Fransızlar sayesinde olmuştur. Polonyalı aşçılar ağartma, doldurma, sırlama, paneleme, marine etme ve diğerlerini öğrendiler. Yahudilere kaz eti, balık, ringa balığı veya örneğin challah hazırlama yöntemlerini borçluyuz. Hollandalılar ise bizi peynir yapma tekniğinde mükemmelleştirdiler. Polonya mutfağının çağdaş imajı, başka yerlerde nadiren bulunan, geleneksel tariflere göre yıllarca hazırlanan malzemelerden oluşur. Bunlara mantar turşusu, ekşi çavdar çorbası, salatalık turşusu, lahana turşusu, kuru mantar, ekşi süt ve süzme peynir dahildir. Polonya mutfağının karakteristik hammaddeleri de orman meyveleri, haşhaş tohumları, ringa balığı, balık ve av hayvanlarıdır. Hammaddeye (her zaman taze olması gereken) ve hazır yemeklere saygı duymak da gelenekseli. Birkaç düzine türde pişirilen ekmeğe özellikle saygı görüyordu.

Modern Polonya mutfağının ilham kaynağı, atalarımızın yemeklerin çeşnilendirilmesine gösterdiği cesaret olabilir. Özellikle tatlı ve ekşi tatların kombinasyonuna dayalı olarak, sıklıkla bir kontrast oluştururlar. Yemeklere şeker, meyve, reçel veya bal eklenerek bol miktarda sirke veya limon veya limon suyu döküldü. Şeker, sadece tatlılar için bir tatlandırıcı olarak değil, aynı zamanda et ve sebze yemeklerinin lezzetlerini tamamlayan tam teşekküllü bir baharat olarak da işlendi.

Baharat da cesurdu. Yemekler genellikle çok yoğun bir aroma, lezzet ve renk kazanır. Zenginlik ve statü göstergelerinden biri olarak egzotik safran, tarçın, biber, zencefil ve hindistan cevizi seçildi. Çayırda ve ormanlarda bulunan otlar da kullanılmıştır. Diğerlerinin yanı sıra ardıç tohumları, kimyon, sarımsak, yaban turpu, hardal tohumları kullanılmıştır.

Eski Polonya mutfağının aşağıdakilerden yararlanmaya değer yedi özelliği:

1. Hiyerarşi - bugün hiçbir bölüm olmamasına rağmen, köylü mutfağını soyluların mutfağıyla birleştirmeli ve şunları kullanmalısınız: bezelye, karabuğday, darı, kinoa, kök sebzeler, şalgam, lahana, geyik eti, kerevit, havyar, değerli etler
2. Mutfak gezileri - Eski Polonya mutfağına yabancı ve hatta egzotik malzemeler eklemekten korkmayın: incir, kuru üzüm, badem, limon, kestane, biber, safran, enginar, kuşkonmaz, domates, yer mantarı, kaz boynu
3. Oruç tutmanın sınırlamaları - Eski Polonya yemeklerini sindirmek zor olmak zorunda değil, kilit nokta kaliteli malzemeler ve bunları hazırlama sanatı. Balıklardan kolayca sindirilebilir yemekler hazırlanacaktır: turna levreği, levrek, alabalık ve sazan.
4. Mevsimsellik ve yerel karakter - menüyü mevsimsel değişikliklere göre düzenleyin, yerel geleneklerden ilham alın, mevsim meyveleri ve sebzeleri, av eti, taze otlar, tahıllar, yerel peynirler, reçel ve bal kullanın
5. Et parçası - alışılmadık et ve sakatat parçaları kullanın: karaciğer, böbrekler, diller, kuyruklar, böbrekler, kümes hayvanları ve yabani kuşlar
6. Kontrastlar - özellikle tatlı ve ekşi olmak üzere kontrastlar sayesinde fetheden lezzetleri cesurca birleştirin: şeker, bal, meyve, reçel, sirke, limon ve misket limonu ile birlikte kuru üzüm
7. Baharat zenginliği - yemeklere en egzotik baharatları bile ekleyebilir ve bunları bitkilerle birleştirebilirsiniz: biber, safran, zencefil, hindistan cevizi, kimyon, tarçın, taze otlar, ardıç.

Çağdaş Polonyalı restoran işletmecileri, en iyi tadı elde etmek için mükemmelliğe ulaşana kadar pişirip denemeniz, pişirmeniz ve aramanız gerektiğine inanıyor - sınırsız renk paletinden güzel bir eser yaratmak için mükemmel şekilde eşleşenleri seçebilirsiniz. Kendi insanlarını ararken, kaynaklara ulaşırlar ve farklı ulusların mutfaklarından etkilenen otantik eski Polonya tariflerimizin lezzetlerini keşfederler. Mutfağının temeli olan en iyi - kalite - sadece onlarla ilgilenmeniz gerekiyor. Geleneğe, yerel ürünlere, yani değerli tahıllara, taze sebze ve meyvelere, süt ürünlerine, çeşitli mantarlara ve sağlıklı balıklara bu dönüş, diğer ulusların mutfak geleneklerine olan bu hayranlık, yeni kalite ve yeni kompozisyonlar, yeni unutulmaz mutfak deneyimleri yaratmak anlamına gelir.

Ayrıca Eski Polonya mutfağının kurallarının önemli ölçüde değişebileceği ve günümüzde hazırlanan yemeklerin değerini artırabileceği de ortaya çıktı. Doğallığa, kaliteye dönüş ve yeryüzünün armağanlarının kullanılması özellikle önemlidir. Bu nedenle, Eski Polonya mutfağının yeni bir versiyonunu önermek istiyorsak, tarlada, çayırdaki veya ormanda ilham aramalıyız. Ne de olsa atalarımız oradan çizdi.

Şefler bize Polonya mutfağını modern bir versiyonda sunuyor - yerel, çok kültürlü, moleküler ve sade bir şekilde lezzetli.

Yurtdışında edindikleri tecrübeyi bir yanda modern, diğer yanda geleneksel mutfak tekniklerini kullanarak kullanıyorlar. Polonya doğasından ilham alıyorlar, bölgelerin geleneklerine ve Polonya'nın zengin tarihine atıfta bulunuyorlar. Yeni Polonya mutfağı, günümüzün teknolojik koşullarına uyarlanmış klasik bir mutfaktır. Doğa, eski yemek kitapları ve unutulmuş tarifler ilham kaynağı oluyor ve modern mutfağın diline çevriliyor. Menü, kişiye özel bir takvime göre doğanın ritmine göre oluşturulmuştur. Yeni baskıdaki yemekler için geleneksel Polonya alkollerini tavsiye ediyor: bal likörleri, yüksek kaliteli votkalar ve likörler. Şefler, en iyi lezzet bileşimlerini ararken malzemelerin yapısını değiştirir ve rollerini tersine çevirir. Çorba ise, yapılandırılmış bir versiyonda. Ekmek ise, o zaman yanmış saman ile ünlü olan. Şefler için en önemli şey lezzettir. Sous vide yöntemini kullansalar da geleneksel pişirme yöntemleri veya geleneksel kızartma tavası mutfaktan kaybolmuyor. Mutfağı modern ama aynı zamanda konukları kendi konfor alanlarının dışına çıkmaya da zorlamıyor.

Çoğu zaman, giderek daha moda olan sakatat ve hayvanların unutulmuş kısımları karta dahil edilir: beyincik, timus, dil, yanaklar, ilik kemikleri veya domuz kulaklarından patates kızartması.

Yeni Polonya mutfağının sahnesi dinamiktir ve her zaman değişmektedir. Yeni yerler ve konseptler yaratılır - ille de kaliteli yemek konseptiyle uyumlu olması ve büyük şehirlerde olması gerekmez.

Pırasa sarılı geyik sırtı



İçindekiler:	
1 kg karaca, kemiksiz	Tuz
1 pırasa boyuna ikiye bölünmüş	Biber
Biberiye	zeytin yağı

Hazırlanışı



1. Seleyi temizleyin ve parçalara ayırın. Tek kat pırasayı tuzlu suda kısaca kaynatın, ardından hemen buzlu suyla soğutun.
2. Eti biraz tuz ve karabiberle tatlandırın ve zeytinyağı gezdirin. Biberiye yapraklarını koparın, ince ince doğrayın ve geyik eti parçalarının üzerine yayın.
3. Eti düzgünce pırasa şeritlerine sarın ve mutfak ipi ile bağlayın.
4. Orta sıcaklıkta (iç sıcaklık 60 ° C) her şeyi 2-3 dakika her iki taraftan ızgara yapın.

<https://www.makro.pl/food-lovers/comber-z-sarny>

Elmalı kırmızı lahana



Porsiyon: 6 / Pişirme süresi: yakl. 90 dakika + bekleme süresi

İçindekiler	
1 adet kırmızı lahana (yaklaşık 1 kg.)	1 poşet baharat içeren defne yaprağı, ardıç meyveleri, biber, yıldız anason, tarçın
250 ml kırmızı şarap	4 yemek kaşığı sıvıyağ
150 ml kırmızı şarap sirkesi	Tuz
3 elma	Biber
3 soğan	Şeker

Hazırlanışı



1. Lahana'yı (büyüklüğüne bağlı olarak) dört veya altı parçaya bölün, sapını çıkarın ve sebze parçalarını ince şeritler halinde kesin.
2. Soğanları ve elmaları küçük parçalar halinde kesin.
3. Her şeyi sirke, kırmızı şarap, tuz ve şekerle iyice baharatlayın ...
4. ... ve uygun şekilde yoğurun. Baharatları ekleyin ve hepsini en az iki saat, tercihen gece boyunca bırakın.
5. Lahana'yı bir elekten sıkın, sıvıyı toplayın.
6. Lahana'yı sade yağda haşlayın.
7. Yavaş yavaş lahana sıvısını ekleyin ve lahana'yı yumuşayana kadar yaklaşık 45 dakika haşlayın.
8. Tatlandırmak için tuz, karabiber ve şeker ekleyin.

<https://www.makro.pl/food-lovers/czerwona-kapusta-z-jablkiem> <https://culture.pl/pl/artykul/od-amaro-do-krzyzakow-czyli-o-nowoczesnej-kuchni-polskiej>

7. Tatma ve sezonluk menü

Bir yemeği yediğimizde tat tomurcuklarımız sadece ilk üç lokmaya odaklanır, ardından tat duyularımızın yoğunluğu azalır. Çok sayıda küçük tabağımız olduğunda, yüzde 100 yapabiliriz. Eşsiz tatlara konsantre olun

Buharlaştırma

Uzun ve dar menüye kıyasla eşleştirme menüsü, servis edilen her yemekle birlikte belirli bir içeceğin servis edilmesi için aşağıdaki şekilde yapılandırılmıştır.

Bu menü, yemeği oluşturan malzemelerle doğru içeceği servis etmenizi ve lezzetini vurgulamanızı sağlar.

Sergi

Serginin menüsü, şefin deneyim ve becerilerine odaklanan bir gastronomi hizmetidir, bu nedenle 9 ila 50 yemekten oluşur.

Tadım yemeklerinin karakteristik bir özelliği, menüdeki standart yemeklerden önemli ölçüde daha küçük olmalarıdır. Bazen mezelere, hatta amuse-bouche'a benzedikleri izlenimine kapılıyorsunuz.

Yemeklerin kendilerine ve türlerine gelince, genellikle bu tür tatma sırasında aşağıdakiler servis edilebilir:

AMUSE-BOUCHE (bazen 1'den fazla), yani örneğin bir çay kaşığı veya kaşıkla servis edilen bir lokma için çok küçük bir meze. O zaman tatların tam bileşimini hissetmek için tamamını tatmaya değer. Bazen "daha büyük" de vardır. Böyle bir atıştırmalığın şefin seçimi olduğunu, özel ve benzersiz bir şey olduğunu - daha fazla tatmanın ön tadı olduğunu unutmayalım.

SOĞUK BAŞLANGIÇLAR - mideyi aşırı yüklememesi, ancak iştahı uyandırması gereken küçük yemekler.

SICAK BAŞLAYICILAR - yukarıdaki gibi, ancak sıcak bir versiyonda.

ÇORBA - tadım menüsü fikrine göre benzersiz ama aynı zamanda küçük olacaktır.

ŞERBET - genellikle limon veya erik (alkolle birlikte olabilir). Rolü, daha fazla tatmadan önce tat tomurcuklarını temizlemek ve sindirim sürecini desteklemektir.

ANA YEMEK - kural olarak et yemekleri balıktan sonra servis edilir. Ayrıca, daha fazla yemek için beyaz et kuzu yerine, tavşan dana etinden önce gelir ve geyik eti en son servis edilir. Burada da diğer lezzetleri "boğmamak" için porsiyon çok büyük olmamalıdır.

TATLI - çok çeşitli, sıcak veya soğuk olabilir.

Son olarak kahve veya çay sipariş edebilirsiniz (bunlar genellikle tadım menüsünün standart bir ögesi değildir).

Her yemeğin iyi bir sunumu ve harika bir tadı olması önemlidir, bunu başarmak için kaliteli tedarikçilerden malzeme satın almanız gerekir.

Sadece tadım menüsü sunan bazı restoranlar, müşterilerine 3-4 saat süren bir deneyim yaşatıyor.

Diğer restoranlar, tadım menülerini belirli ülke veya bölgelere ait tipik yemeklerin gösterimi olarak ele alır. Bu tadım menüsü, turistlere hizmet vermek ve ağırlamak için mükemmeldir..

Daha fazlasını okuyun:

<https://kulinaria.trojmiasto.pl/Menu-degustacyjne-w-trojmiejskich-restauracji-n160654.html#tri>

<https://blog.monouso.pl/menu-degustacyjne-wledzowki-jak-wdrozyc-je-w-swojej-firmie/>

Tadım kavramının tamamı, birkaç malzemeden küçük sanat eserleri yaratmaktır.



Arpacık soğanı ve karotte ile kızartılmış bağ salyangozları, sarımsaklı şarap-tereyağı emülsiyonu ile servis edilir, üzerine kıyılmış taze maydanoz eklenir.



Organik tarımdan elde edilen dana bonfile tartar, soğan, marine edilmiş biber ve bildircin yumurtası ile servis edilir.



Yumuşak beç tavuğu mus ile doldurulmuş kuzugöbeği maydanoz yağında kızartılır, fırında domates ile servis edilir.



Organik olarak yetiştirilen ineklerden pişmiş ilik, sarımsaklı konfit, biber cipsi ve otlu tost ile servis edilir.



Masurya balığı üzerinde pişirilmiş safran suyu, kök sebzeler, kızartılmış kerevit boyunları ve balık parçaları ile servis edilir.



Bitkisel zeytinyağında pişirilmiş morina filetosu, organik kırmızı biber ve karnabahar köpüğü üzerinde servis edilir.



Organik pancar püresi ve kızarmış Brüksel lahanası üzerinde servis edilen pembe kızarmış ördek göğsü.



Beyaz çikolatalı keçi peynirli mus, fırında elma şerbeti ve ıspanaklı beze ile köpüklü şarap ile servis edilir.



Menu degustacyjne w Białym Króliku.
mat. prasowe/Biały Królik



Menu degustacyjne w Białym Króliku.
mat. prasowe/Biały Królik

İlk seçenek - et, şunları içerir: somon füme patates kızartması, orman meyveli keçi peyniri, Kashubian ringa balığı, dana eti üzerinde ebegümeci pancar çorbası turşusu, beyaz bisküvi ve fasulyeli mezgit balığı, deniz topalak ve bademli lor turşusu üzerinde midye , vegan seçeneğinde ballı kadife çiçeğinde marine edilmiş Balkabagi, orman meyveli vegan süzme peynir, boletus pate lorrain veya soğanda incirli genç patlıcan Jacqueline'i deneyebilirsiniz.

Daha fazlasını oku:

<https://kulinaria.trojmiasto.pl/Menu-degustacyjne-w-trojmiejskich-restauracji-n160654.html#tri>

Menü uzmanlar tarafından önde gelen gastronomik trendlerden biri olarak listeleniyor. Şefler yaptıkları açıklamalarda genellikle menüde mevsimselliğin rolüne vurgu yapıyor. Neden? Tüketiciler bilinçaltında mevsimlik ürünlerin besin açısından en zengin ve dolayısıyla sağlıkları için en iyisi olduğunu düşünüyor. Aynı zamanda, esasına göre yapılan yemekler, sadece mevsiminde mümkün olan eşsiz bir tat ile ayırt edilir!

Mevsimlik bir menü sunarak misafirlerimize en kaliteli malzemelere odaklandığımızı, ilginç ve çeşitli yemeklere önem verdiğimizizi gösteriyoruz. Mevsimsellik aslında restoran için aynı faydalardır - imaj ve tat.

Mevsimsellik, aksesuarlarla vurgulanması en kolay olanıdır. **En geleneksel yemekler bile doğru sebze ve meyvelerle tazelenabilir.** Menüde öne çıkmaları nasıl sağlanır? **Çeşitliliği hatırlamaya değer - başarının anahtarı budur.** Bu nedenle mümkünse yerel üreticilerden sebze ve meyvelerin yanı sıra dünyanın dört bir yanından egzotik sebze ve meyveleri seçmelisiniz. Böyle bir menü monotonluğu dışlar.

Mevsimselliğin kendisi değişim ve çeşitlilik vaat ediyor. Mevsimlik malzemelerle hokkabazlık yapmayı ve mevsim sebzelerini farklı versiyonlarda tanıtmayı öğrenmeye değer. Örneğin patates yemekleri yeniden rağbet görüyor. Düzinelerce şekilde kullanılabilir: salatalarda, turtalarda, güveçlerde ve ayrıca belirli bir mevsime özgü diğer malzemelerle lezzetlerini artırın. Ya yeni patatesler? Bu, mevsimselliğin ana sembollerinden biridir.

Aynısını tüm ürün listesi için de yapabilirsiniz. Kuşkonmaz mevsimini kremalı çorbalar ve ızgara salatalarla kutlayın. Ayrıca onlara Hollandaise sosuyla servis yapın veya domuz pastırması ile pişirin. Çilek, ahududu ve yaban mersini sadece tatlılarda işe yaramaz - devam edin ve onları salatalara ve etlere ekleyin.



Sonbaharda yemeklerinizde mantar ve kabakları öne çıkarın. Onlardan çorbalar, soslar ve hatta kendi reçellerinizi hazırlayabilirsiniz. Tatlı ve salatalarda karamelize armut ve erik eksik olmamalı!

OYMA NEDİR?

Çeşitli sebze ve meyvelerin yaratıcı oymalarla tabak ve sofraları süsleme sanatıdır. Oymanın amacı, tabakları veya yaptıkları tabakları daha çekici ve estetik bir görünüme kavuşturmak ve müşterileri cezbetmektir. Oyma ustalarının elinde her meyve ve sebze birer sanat eserine dönüşüyor. Oymanın anavatanı başta Tayland, Çin olmak üzere Asya ülkeleri ve ayrıca Japonya ve diğer komşu ülkelerdir. Bu sanat 1000 yılı aşkın süredir bilinmektedir. Bu sanat en parlak dönemini 960-1279 yıllarında Çin'de hüküm süren Song Hanedanlığı döneminde yaşadı. Oymacılıkla ilgili en önemli olay Loi Kratong festivalidir ve Sukhothai Tayland'da onu görmek için en iyi yerdir. Şu anda, oyma sanatı yabancılara veriliyor ve dünya çapında, özellikle bu sanat aracılığıyla yemeklerinin etkilerini görsel olarak iyileştirmek isteyen şefler tarafından uygulanıyor.

11. KAYNAKÇA

1. BHP w branży gastronomicznej, Dominik P., WSiP, Warszawa 2016
2. Kucharz małej gastronomii. Organizacja, bezpieczeństwo i higiena pracy, Żabicki W., WSIP, Warszawa 2008.
3. Carving. Dekorowanie potraw oraz stołu owocami i warzywami krok po kroku, Rajmund Królik, Wydawnictwo Twoje, 2012
4. Dekorowanie potraw, Joanna Gózdź, Piotr Syndoman, Buchman
5. Kurs Carvingu. Poziom Podstawowy. Podręcznik do ćwiczeń, Dominika Sadowska Paweł Sztenderski. Carving-Art Paweł Sztenderski, 2017
6. Sekrety dekoracji z warzyw i owoców. Krok po kroku. Łukasz Szewczyk, Piotr Wasik, Carving-Art Paweł Sztenderski, 2017
7. Sekrety dekorowania potraw, Cara Hobday, Jo Denbury, Wydawnictwo Muza
8. Sporządzanie i ekspedycja potraw i napojów, część 1-2, Kmiołek A., WSiP, Warszawa 2013
9. Sporządzanie i ekspedycja potraw i napojów, część 3, Zienkiewicz M., WSiP, Warszawa 2013.
10. Porównanie właściwości fizycznych i chemicznych produktów poddanych obróbce sous vide w stosunku do tradycyjnych metod obróbki termicznej. Postępy w naukach o żywieniu. Hanus P., Jaworska G., Pycia K., Baran I., Szarek N. Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego. 2020.
11. Sporządzanie i ekspedycja potraw i napojów, część 1-2, Kmiołek A., WSiP, Warszawa 2013
12. Sporządzanie i ekspedycja potraw i napojów, część 3, Zienkiewicz M., WSiP, Warszawa 2013.
13. Wyposażenie techniczne zakładów gastronomicznych. Jastrzębski W. WSiP, Warszawa 2005.
14. Czasopisma specjalistyczne: „Hotele i Restauracje”, „Kuchnia”, „Magazyn dla Smakoszy”, „Poradnik Restauratora”, „Przegląd Gastronomiczny”, „Akademia Kulinarna”.
15. Zasoby Internetu w zakresie zawodowym.



ERASMUS+ PROJESİ

PAZAR YETERLİLİKLERİ
- HORECA SEKTÖRÜNDE
EĞİTİM VE İŞGÜCÜ
PIYASASI ARASINDAKİ
YETERLİLİK
BOŞLUKLARINI EN AZA
İNDİRMEK İÇİN BİR YOL
GÖSTERİCİ

[2020-1-PL01-KA202-082206]



Co-funded by
the European Union

102 QUALIFICATION

MODERN, ESNEK ÖĞRENME YOLLARI - HORECA SEKTÖRÜ İÇİN
MÜFREDAT VE EĞİTİM PAKETLERİ (EĞİTMEN / ÖĞRENCİ)

FOR THE HORECA SECTOR

**YETERLİLİK 2 İÇİN MÜFREDAT:
MUFTAKTA İŞ YÖNETİMİ**

Erasmus+ Projesi: "Pazar yeterlilikleri - HoReCa sektöründe eğitim ve işgücü piyasası arasındaki yeterlilik boşluklarını en aza indirmek için bir yol gösterici".

Project number: 2020-1-PL01-KA202-082206

Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıtan içeriğin onaylandığı anlamına gelmez ve Komisyon, burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından sorumlu tutulamaz.

Çıktı 2: Modern, esnek öğrenme yolları - HoReCa sektörü için müfredat ve eğitim paketleri
(eğitmen / öğrenci)

Proje konsorsiyumu tarafından geliştirilmiştir:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji - Koordinatör, Radom, Polonya

EVACO - Kraków, Polonya

EDITC LTD - Nikozja, Kıbrıs

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ- Antalya, Türkiye

Fundación Equipo Humano (FEH) - Valencia, İspanya

Samerimpex Impulsi DOO - Üsküp, Kuzey Makedonya Cumhuriyeti

İletişim:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji

ul. Królowej Jadwigi 15

26-600 Radom, Polonya

innowacja.edukacja@onet.pl

<https://innowacja-edukacja.eu/>

GİRİŞ

HoReCa4VET (Proje No.: 2020-1-PL01-KA202-082206) projesinin temel amacı, Avrupa Yeterlilikler Çerçevesine göre doğrulama ve sertifikalandırma modelleri geliştirip uygulayarak HoReCa endüstrisinde örgün ve yaygın nitelikteki yaşam boyu öğrenmeye erişimi artırmaktır.

HoReCa4VET projesi, öğrenme çıktılarının, proje kapsamında üç yeterlilikte edinilebilecek Avrupa boyutunda ek profesyonel beceriler olarak, mevcut pazar talebine dayalı olarak işverenler tarafından belirlenen öğrenme çıktıları çerçevesinde tanımlanmasına katkıda bulunur: Lezzet yaratma ve yemekleri dekore etme; Mutfak işleri yönetimi ve HORECA endüstrisinde yönetim.

Projede geliştirilen nitelikler, yürütülen araştırmada belirlenen işgücü piyasasının ihtiyaçlarına bir yanıt olduğundan, örgün ve yaygın eğitimin bir parçası olarak edinilen becerileri tamamlayabilir.

Proje sonucu Modern, esnek öğrenme yolları - HoReCa sektörü için müfredat ve eğitim paketleri (eğitmen / öğrenci), HoReCa'nın özelliklerini dikkate alarak çalışma ortamında eğitimin geliştirilmesine, kademeli, esnek öğrenme yollarına, etkinleştirici didaktik yöntemlere, modern, yenilikçi öğretim yöntemlerine dayanmaktadır.

Sonuç geliştirilirken eğitimin bireyselleştirilmesine, aktif ve pratik öğrenme yöntemlerine, organizasyon ve didaktik çözümlere büyük önem verilmiştir. Geliştirilen müfredat ve eğitim paketlerinin metodolojisi, ortak ülkelerde (Kıbrıs, Polonya, İspanya, Kuzey Makedonya Cumhuriyeti ve Türkiye) belirlenen en iyi uygulamalara odaklanmıştır. Modüller yeterliliklere atanırken, öğrenme çıktılarına veya mesleki görevlere yönelik birimler bilgi, beceri ve sosyal yeterlilik kümeleriyle tanımlanmıştır. Geliştirilen birimler ve paketler, ortak ülkelerin özelliklerini dikkate almıştır.

Eğitim programı, IO1'in iş analizinin sonuçlarına dayanmaktadır. Program, işyerinde öğrenme yoluyla elde edilebilecek öğrenme çıktılarını tanımlar.

HoReCa4VET Ekibi

YETERLİLİK 2 - MUTFAKTA İŞ YÖNETİMİ

MODÜL 1: MUTFAK EKİBİNİN İŞLERİNİN ORGANİZE EDİLMESİ

Personel Planlaması

Personel planlaması, belirlenen hedeflere ulaşmak için bir şirketin hem bugünü hem de geleceği için insan kaynakları ihtiyaçlarını tahmin etmeyi amaçlayan bir süreçtir.

Başka bir deyişle, kısa, orta ve uzun vadede sonuçları optimize eden kişilerin sayısını, kar ve zarar arasında fark yaratabilecek kilit bilgileri nitelendirmeyi ve ölçmeyi amaçlar.

Diğer bir deyişle, bir yandan, optimum sayının altında personel sayısına sahip bir şirket, belirlenen hedeflere ulaşamaz (örneğin, üretimde gecikmelere neden olacaktır), diğer yandan, daha fazla sayıda gereksiz maliyet ile başa çıkılması gerekecektir.

Şablon planlama aşağıdaki **faydaları** sağlayabilir:

- Mevcut ve gelecekteki personel ihtiyaçlarının belirlenmesi.
- Her an için gerçekçi boyutlara sahip bir şablon edin.
- Şirketin ihtiyaçlarını her zaman göz önünde bulundurarak personelin terfisini ve kalifikasyonunu (kariyer planları) teşvik edin.
- İş motivasyonunu arttırmak.

İşgücü planlaması, şirketlerin başarılı bir iş gücüne sahip olması için temel olan bir grup planı kapsar. Bunlardan oluşmaktadır:

- İşe alım planı
- Egzersiz planı
- Kariyer planlaması
- Promosyon planı
- Personel maliyet planı

Bu planlardan bazıları diğer bölümlerde sunulacaktır.

Personel planlama süreci aşağıdaki aşamaları içerir: (1) mevcut durumun analizi; (2) gereksinimlerin gözden geçirilmesi; (3) strateji; (4) değerlendirme/inceleme/planlama.

Aşama 1. Kaç personeli olduğunu ve her birinin ne yaptığını (organizasyon şeması, iş tanımı, personel rotasyonu, vb.) bilmek amacıyla şirketin tüm yapısı hakkında niteliksel ve niceliksel bilgiler toplayın.

Aşama 2. Bir önceki analiz sayesinde şirket, hangi kaynaklara sahip olduğunu ve ayrıca ortaya çıkacak ve karşılanmayan ihtiyaçları bilir. Ayrıca, birçok şirketin zaman içinde önemli ölçüde değişen ihtiyaçlara kapıldığı

gerçeğini dikkate almak önemlidir, örn. mevsimsellik Bu aşamada, esas olarak önceki yılların faaliyetlerine dayalı olarak, her işçinin veya işçi grubunun işlerini, faaliyetlerini ve sorumluluklarını belirleyen işgücü planlamasına özel önem verilecektir.

Aşama 3. Sonuçları ele almak için bir personel stratejisi uygulayın. İhtiyaçları karşılamak için personeli artırın, azaltın veya koruyun ve becerileri kullanılmazsa personel yeni işlevlere aktarılabilir (örneğin, geçici iş sözleşmeleri, işlevsel hareketlilik (örgütsel nedenlerle), vb.)

Aşama 4. Son olarak, uygulanan stratejiyi değerlendirin ve gerekirse yeni revizyonlar ve planlamalar yapın. Yukarıda tartışıldığı gibi, planlama deneyime, önceki raporlara veya değerlendirme sonuçlarına dayandırılabilir.

Şablonlar kısa, orta veya uzun vadede planlanabilir:

1. **Kısa vadeli planlama:** Bu, bir yıla kadar bir süre için plan yaptığınız zamandır. Emeklilik, işten çıkarma, izin vb. gibi kısa vadede Şirketi nelerin etkileyeceğini burada öngörebilirsiniz. Kısa vadeli analiz, şirketlerin üretimin güvence altına alınması için güvence altına alınması gereken personeli bilmesini sağlar. Bununla birlikte, üretimde ve idari alanda, yani doğrudan ve dolaylı işçilikte kaç kişiye ihtiyaç duyulduğunu bilmek de önemlidir.

a) **Doğrudan emek** aşağıdaki formül ile öngörülebilir:

Personel ihtiyacı = Yılda üretilecek birim sayısı / saat başına üretilen birim × Yılda saat sayısı

- b) **Dolaylı emek** (yönetmelik) kanıtlanmış veya deneyime dayalı kurumsal kriterlerin ve öngörülen iş yüklerinin analizi yoluyla öngörülebilir.

2. **Orta ve uzun vadeli personel alımı:** 3 ve 10 yıllık bir süre için personel ihtiyaçlarını tahmin ederken. Personeli etkileyen faktörlerde daha fazla çeşitlilik olduğu için bu daha karmaşık bir uyumlulukla ilişkilidir.

Orta ve uzun vadeli planlamayı tahmin etmek için aşağıdaki istatistiksel yöntemler kullanılabilir:

A. **Trend tahmini:** Geçmiş verilere dayalı bir yöntemdir.

B. **Korelasyon ve regresyon.**

C. **Tahmin modelleri:** Beklenen ve beklenmeyen değişkenlere dayalı tahminler yapan yöntemdir.

D. **Niceliksel olmayan tahmin modelleri:** Bu, uzman veya uzman görüşüne dayalıdır ve genellikle yukarıdaki yöntemleri tamamlamak için uygulanır.

Aşağıda, şirketin durumunu anlamaya yardımcı olacak bazı soru örnekleri verilmiştir:

- Şirketimin kaç çalışanı var? Ve şirketimde kaç işçiye ihtiyacım var?
- Hangi teknik becerilere sahipler? Ve hangi teknik becerilere sahip olmaları gerekiyor?
- Hangi departmandalar? Olmaları gereken yedeler mi? Başka hangi bölümlerde olabilirler?
- Ne gibi sorumlulukları var? Hangi işlevleri yerine getiriyorlar? ve ne yapmaları gerekiyor?
- Çalışanların eğitimi var mı, personelimi eğitmeli miyim yoksa eğitimli personel almalı mıyım, kaç tanesinin eğitilmesi gerekiyor?
- Çalışanlarımın becerileri kullanılıyor mu?
- Mevcut düzenleme ile üretimi optimize ediyor muyum?
- Kaynakları daha iyi kullanmak ve ekonomik fayda sağlamak amacıyla şirketimdeki işleri optimize etmek için ne gibi değişiklikler yapabilirim?

Takım çalışması planlama

Çalışma ortamının önemi

İşyeri genellikle çalışan rahatsızlığının temel nedeni olarak tasvir edilir ve sırt ağrılarında, kilo alımına ve göz yorgunluğuna neden olduğu düşünülür. Günümüzün birçok ofisi çalışanların yaralanmasına neden olsa da, işçilerin şirketlerinden her gün geldiklerinden daha sağlıklı ayrılmaları mümkündür.

Dikkatli bir planlama ve ilgili araştırmaların anlaşılmasıyla tesis yöneticileri, olumsuz sağlık risklerini ve ilgili maliyetleri en aza indiren sağlıklı iş yerleri yaratabilir. Dikkatli tasarım hususları, kullanıcı tarafından kontrol edilen esnek düzenlemeler ve ileri görüşlü bir şirket kültürü, fiziksel işyerinde çalışanların refahına katkıda bulunan unsurlardan sadece birkaçıdır.

Sektör içi faktörler aşağıdaki şekilde belirtilmiştir:

1. Yüksek geçici işe alma, mevsimselliğinin bir sonucu olarak HORECA sektörünün özelliklerinden biridir.
2. Personel seçimi, bir kriter olarak deneyim ve diğer subjektif kriterleri, acil şirketleşme ihtiyacının bir sonucu olarak sağlar. Eğitimi ve diğer daha tarafsız yönleri bir kenara bırakırsak.
3. Restorasyon, saatlik kullanılabilirlik ve çalışma haftası cezaları gerektirir.
4. Promosyon çok uygun değildir, normalde şirketler KOBİ'dir ve promosyon için çok az fırsat vardır, bu nedenle profesyonel olarak gelişmek için restorasyon içinde veya dışında rotasyon gereklidir.

Örgüt içi faktörlerle ilgili olarak, maaş politikasını, işe alım politikasını, performans değerlendirmesini ve çalışma ortamının ve çalışma koşullarının analizini ve iyileştirilmesini bulabiliriz.

Kısacası, bir şirketin karakteristik iç faktörleri, çalışanı doğrudan etkileyecek bir dizi duruma özel atıfta bulunur. Bir çalışanın belirli bir doyum düzeyine ulaşmadığında başka bir iş aradığı tespit edilmiştir.

Şirket, personeli elinde tutmayı hedefliyor; aksi takdirde maliyetlerini büyük ölçüde artıracaktır. Bu amaca ulaşmak için rotasyon azaltılmalı, işçiden tasfiye edilen iklim ve iş doyumunu ile ilgili sorunlar çözümlenmelidir. Çalışanı dinleyerek ve her iki taraf için faydalı koşulları müzakere ederek sözde dâhili pazarlamada çalışıyorsanız, insanların iyi bir kısmının çalışmak için erişim sağlayabildiği ve sert çalışma koşulları barındıran HoReCA endüstrisini karakterize eden eksiklikler geçici sebeplerle olacaktır.

HORECA sektöründe çalışanlar için gelişim fırsatları

1. İşleri eve teslim dayalı yeni iş konseptlerine uyarlama. Yiyecek dağıtımındaki devrim ve bunun müşteriler tarafından büyük ölçüde kullanılması, konaklama şirketlerinin yapılarını yeni konumlara uyarlamaları gerektiği anlamına geliyor ve fonksiyonları değerlendirirken lojistik kısmı çok önemli. Bu nedenle konaklama işletmeleri ve girişimciler, işleri mevcut müşteri taleplerine göre uyarlayarak yeni koşullara uyum sağlamalıdır.
2. **Bir işletme olarak maliyet tasarrufu.** İstikrarsızlık dönemlerinde işlemler azalma eğilimi gösterir ve öncelik daha az satışla daha fazla karlılık elde etmektir.
3. Çalışan sadakati ve takdiri için bir araç olarak eğitim. İyi profesyoneller şu anda azdır ve hedeflere ulaşmak için çalışma ekibini elde tutmak çok önemli olacaktır.
4. **Daha yakın gastronomik trendler.** Tüketici zevkleri, görünüşte daha basit ve net bir şekilde tanımlanmış tatlarla sahip tekliflere yöneliyor. Ana ürünün o hafızasını veya tanınabilir lezzetini aramak, orijinal ve eğlenceli garnitürlere giderek daha fazla önem vermek. Son zamanlarda, veganizme dayalı eğilimler veya alerji ve intoleransların üstesinden gelmek için bitki bazlı ürünlerin ve diğer alternatiflerin dahil edilmesine yönelik giderek daha kararlı bir bağlılık geliyor.

5. **Yeni teknolojiler.** Müşteriye kişiselleştirilmiş, farklı ve kaliteli bir hizmet sunmak için teknolojik yeniliklerden yararlanmak esastır.

Organizasyonda Yetenek Yönetimi

Yetenek Yönetimi, her aşamasında kurumunuza değer katan bir süreçtir. Yetenek yönetimi, yeteneklerinizde sadakat oluşturmak ve verimli olmak için **şirketinizin en değerli varlıklarını elde tutmayı** amaçlar. Mükemmel profesyonellerden oluşan bir ekibe sahip olmak, daha iyi performans ve rekabet avantajı anlamına gelir.

Bir kuruluşun çalışanlarını çekmek, geliştirmek, motive etmek ve elde tutmak için tasarlanmış entegre insan kaynakları süreçleri kümesi olarak tanımlanabilir. İnsanların bir organizasyondaki en önemli varlıklardan biri olduğu fikri daha yaygın hale geldikçe, bir şirket içinde iyi insan kaynakları yönetimi giderek daha önemli hale geldi.

Çalışanın bakış açısına göre, uygun yetenek yönetimi aynı zamanda rollerinin kuruluş içinde nereye uyduğunu görmelerine ve dolayısıyla şirketin genel yönetimine katılmalarına olanak tanır.

Şirketinizdeki yetenekleri yönetmek, maksimum değer yaratımı elde etmek için gerekli ve/veya istenen bilgi, beceri ve performansı tahmin etmektir. Bu, insan sermayenizle ilgili yönleri yönlendirmek için gerekli politika ve uygulamaları tasarlamana olanak tanır.

Genel olarak, yeteneğin yönetimi ve geliştirilmesi kapsamında, modülün işe alım, eğitim ve/veya performans değerlendirme gibi bölümleriyle bir ilişki bulacağız.

Avantajlar

Yetenek yönetimini uygulamanın değerini değerlendirirken faydalarını akılda tutmak önemlidir. Şirketler, yeni bir işe alımın onlar için değerli bir varlığı elde tutmaktan üç kat daha pahalı olduğunu fark ettiklerinde daha da değerli oluyor.

İnsan kaynakları yönetimi uzmanları aşağıdaki zaman çizelgelerini belirler:

- Şirkete yeni başlayan bir çalışanın adaptasyon süresi altı aya kadar uzayabilmektedir. Bu süre, şirkete katılmalarından beklenen verimlilik düzeyine ulaşmalarına kadar geçen süreye karşılık gelir.
- Yeni bir çalışanın şirket kültürüne entegrasyonu 18 aya kadar sürebilmektedir.
- Yeni çalışanın şirketin stratejisi ve faaliyetleri hakkında her şeyi öğrenmesi için bu süreç 24 aya kadar sürebilir.

Tüm bu nedenler, şirketlerin normal iş gücünün bir parçası olan çalışanları elde tutmasını daha da değerli kılıyor. Bu, en rekabetçi şirketler tarafından uygulanan stratejidir. Şirketler, şirkette önemli bir rol oynamaları ve değerini artırmaları şartıyla, iyi insan kaynakları yönetimi ile büyürler. Yetenekli insanlara sahip bir kuruluş, daha rekabetçi, risk alma (ve dengeleme) ve yeni durumlarla yüzleşme yeteneğine sahip bir şirkettir.

Yetenek Yönetimi Aşamaları

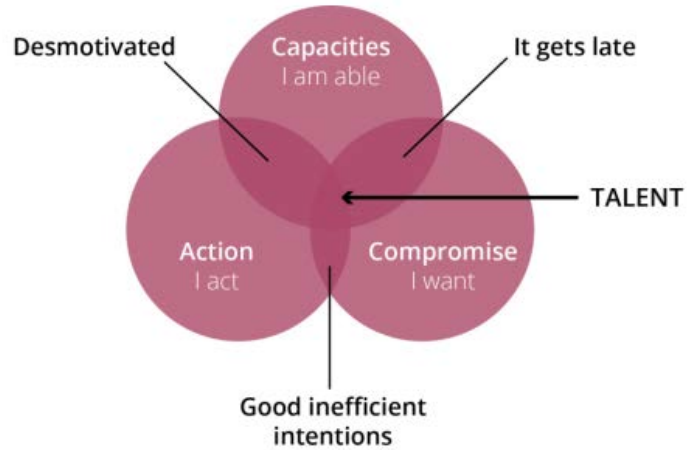
1. Yeteneği tanımla

Yetenek yönetimi sürecinin başarılı olabilmesi için yeteneğin ne olduğunu doğru tanımlamamız gerekiyor. İş alanına gelince, şirketin misyon ve değerleri doğrultusunda yetkinlikler, beceriler ve istenen değerler gibi organizasyon için yetenek özelliklerini tanımlayacağız. Yani yeteneği tanımlamak kolay değil...

Yetenek, şirketin ihtiyaçlarına, müşterilerine, çalışma şekline, liderlik tarzına, işe vb. dayalı olarak tanımlanır. Her şirketin özelliklerine bağlı olan karmaşık bir terimdir.

Özetle Yetenek, Güç, İstemek ve Harekete Geçirmek ile özetlenebilir:

Kısaca, **kuruluşunuzun iş ihtiyaçları ile her çalışanın bireysel ihtiyaçları arasında uygun bir uyum sağlamak** esastır. Aşağıdakiler, cevapları bir şirketin mevcut ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılayabilecek sorulardır:



2. Yeteneği Çekmek

Yeteneği çekmek için, yakalamak istediğiniz yetenek için daha fazla görünürlük elde ederek bir çalışan olarak bir marka oluşturmak gerekir. Yeni yetenekler için aktif arayışa ve yeni bağlantılar oluşturmaya yönelik olarak şirketin nerede olduğu ve nereye yönlendirileceği analiz edilmelidir.

Yeni çalışanları çekmek şirketinize değer katacaktır. **Farklı adayları yakalayabilmek ve önerilen amaç ve hedeflere ulaşabilmek için şirketin sahip olduğu nitelikleri bilmeniz ve bunlara güvenmeniz çok önemlidir.** Başvuranları işe çekmeye kendini adanmış kişi, bu işe alımı etkili bir şekilde gerçekleştirmek için üç temel hususa dayanmalıdır.

Bunu yapmak için, şunları yerine getirmelisiniz:

- **Aradığınız profili detaylarıyla yazın** (sorumluluklar, pozisyondaki minimum deneyim, dil gereksinimi, seyahat uygunluğu vb.).
- İstihdama hak kazanmak için adayın hangi becerilere sahip olduğunu açıklayın (liderlik, iletişim becerileri, vb.).
- **Pozisyonu profesyonel, ciddi ve çekici bir şekilde tanıtmaya yeteneği edinin** (kurumsal web sitesi, iş fuarları, çalışanlar arasında yaygınlaştırma vb. aracılığıyla) Bu bölüm Seçim ve işe alım bölümünde bulunabilir.

Yeteneği çekerken yaratıcılık çok önemlidir, çünkü işe alımdan sorumlu kişinin motive edici farklı kaynakları kullanması gerekir. Ek olarak, maliyetleri optimize etme ve yeni sosyal ağlara, üniversitelerle anlaşmalara veya şirket içi promosyonlara esnek bir şekilde yaslanma konusunda bir seçim yapma yeteneğine de sahip olmalıyız.

Yeteneği nasıl çekebilirsiniz:

1. İşveren olarak Marka için çalışın.
2. İşçileri şirketlerin elçileri haline getirmek.
3. Aradığınız yetenek türünü açıkça tanımlayın.
4. Fuarlarda, forumlarda, üniversitelerde aktif olarak yeni yetenekler arayın...
5. Aday veritabanını güncel tutun.

Yeteneği nasıl çekemezsiniz:

1. Dışarıya şirketin gerçekçi olmayan bir görüntüsünü verin.
2. Çalışanlarınıza ve şirket hakkında kötü konuşmalarına dikkat etmeyin.
3. Sadece ilgi gösteren adaylarla kalın.
4. Adaylarda aradığınız profilleri ve değerleri yayınlamayın..

3. Yeteneğe değer vermek

Yeteneği değerlendirmek için, yeteneği ölçmek için **yerleşik bir sistemle**, neyin ölçüldüğünü ve neden ölçüldüğünü açıkça tanımlayarak, bir yetenek haritası oluşturarak, organizasyon içinde sahip olduklarımızın tespit edilmesi tavsiye edilir.

Yetenek değerlendirme araçlarını geliştirmek için başlangıç noktamız, yetkinlikler ve hedeflerdir..

Stratejik Plandan elde edilen hedeflere ve sonuçlara ulaşmak ve pazarda rekabet avantajı elde etmek için organizasyonun yetkinliklerini ve hangilerine odaklanmamız gerektiğini düşünmek, önemli bir başarı faktörü olacaktır:

Şirketteki bireysel potansiyelin tespiti, bireyin belirli bir pozisyondaki başarısının en önemli tahmin değişkenidir.

4. Yeteneği Geliştirmek

Ayrıca şirkette tespit ettiğimiz farklı yeteneklerin kaygılarını ve motivasyonlarını bilmemiz, her zaman şirketin imkanlarına göre her kişinin ihtiyaçlarına uyarlanmış farklı aksiyonlar oluşturmak için gereklidir.

Geliştirme eylemleri, uygulanan eylemlerin çalışanların ve şirketin şu anda ve hatta gelecekte ihtiyaçlarına uyarlandığını değerlendirmek için bu planları takip ederek hem işyeri içinde hem de dışında gerçekleştirilebilir.

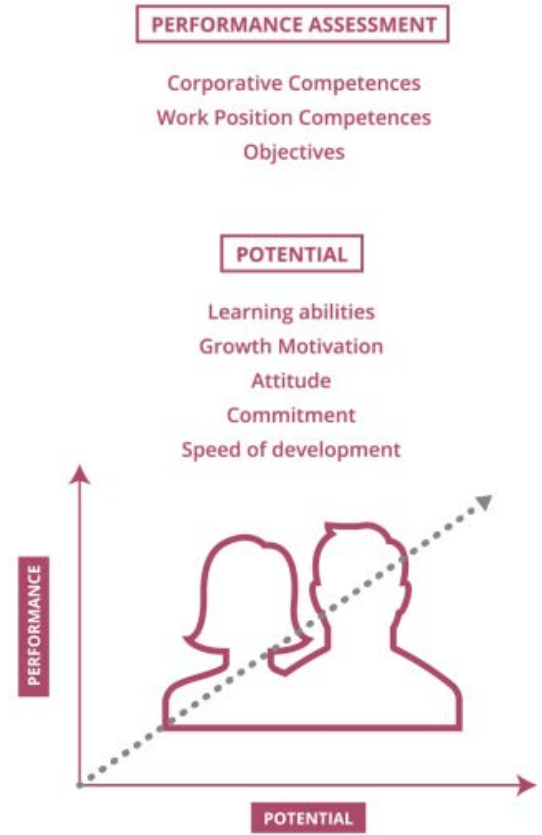
Mesleki kariyerlerin gelişimi genellikle şu kavramlar altında toplanmaktadır:

- **Kariyer Planlama:** Sorun çalışanın bakış açısıyla analiz edildiğinde.
- **Kariyer Yönlendirme:** Sorun şirketin bakış açısıyla analiz edildiğinde.

Şirketler, gerçek kariyer olanaklarını stratejik ihtiyaçlarına göre değerlendirmelidir. Yüksek potansiyele sahip kişilerin sayısı ve uzmanlığı, muhtemelen şirket içinde gerçek bir kariyer fırsatı (yatay veya dikey terfi) olabilecek çalışanların sayısı ve uzmanlığı ile eşleşmeyecektir. Gelecekteki terfilerle ilgili olarak çalışanlar için yanlış beklentiler yaratılmaması esastır.

Öte yandan, bir **halefiyet planı** oluşturma olasılığı, kısa, orta ve uzun vadede personel değiştirme olasılıklarının planlanmasını içerir. Bu durum, hem planlı hem de plansız personel kayıplarına karşı hazırlıklı olacakları için şirketlere daha fazla istikrar sağlar.

Bu plan, her işi veya en önemlisini (stratejik) düşünmeli ve her biri için en uygun kişilerin kim olacağını belirlemelidir. Kısa vadede gerekli özelliklere sahip herhangi bir iç kişiyi belirleyemeyiz, **dışarıdan işe alım** kullanmamız esastır.



5. Yeteneği Elde Tutmak

Kuruluşun atmosferini zaman içinde sürekli olarak analiz etmemiz, çalışanların endişelerini, motivasyonlarını ve ihtiyaçlarını değerlendirmemiz önemlidir. Bu şekilde, şirkete değer katan stratejiler geliştirmeye devam etmek için iyi performans yönelimini yönlendiren motivasyonları tespit edebiliriz.

İnsanları şirketlerimizde tutmaya yönelik stratejilerin oluşturulması esastır, nk bu, insanların çevredeki değerlişikliklere sürekliliklerinin ve entegrasyonunun izlenmesine bağlıdır.

İnsan yeteneği, değerli, taklit edilemez ve yeri doldurulamaz olması ve aynı zamanda sürdürülebilir bir rekabet avantajı olması nedeniyle stratejik bir kaynaktır. şirketler insan yeteneğini elde tutmaya zen göstermelidir. Çalışanlar bilgi, deneyim ve beceriye sahiptir ve zaman geçtikçe şirketlerimizde işlerin yürütülmesinde uzmanlaşırlar.

Yeteneğin elde tutulması, şirketlerin en değerli varlıklarını koruma ihtiyaından ve kalan çalışanların rotasyonun sonuçlarından etkilenmemesinden kaynaklanmaktadır:

- Grubun motivasyonunun dağılması.
- İş planlarının yeniden yapılandırılması.

Bir iş stratejisi olarak en iyi yetenekleri elde tutmanın önemi, profesyonellerin işe alınması, gvlendirilmesi ve kuruluşun hedeflerinin planlanmasının gerçekleştirildiği andan itibaren uygulanan personel yönetimindeki yöntemlerin ve iyi uygulamaların değerlendirilmesini gerektirir.

Ve yeteneğin elde tutulması için temel noktalar nelerdir?

- Çalışanlara sorun, onlarla konuşun ve neye ihtiyaçları olduğunu öğrenin.
- Üstün performans gösteren motivasyonları tespit edin.
- Gerekli tüm kaynaklara sahip olmaya çalışın.
- Yapılan iyi işleri dllendirin.
- Bir strateji düşünün, bir işletme olarak tutarlı olun ve çalışanların durumu hakkında gerçek bir endişe gösterin.
- Sadece konuşmayın, aynı zamanda dikkatlice dinleyin.

Diğer Şeylerin yanı sıra şirketin Şunları gerçekleştirmesi elzemdir:

- **Motivasyon sağlamak**, Adil bir maaş temelinde başladığı sürece, yeteneklerin elde tutulması için parasal olmayan önemli teşvikler vardır (uzlaşma, duygusal maaş vb.).
- Rahat alışma günü, uygun ergonomik, hijyenik ve sıcaklık koşullarına ek olarak, insanlara görevlerini yerine getirmeleri için yeterli araç ve teknoloji sağlayan **alışma koşulları**.
- **Tanım**a, görevler iyi yapıldığında ve şirkete katkısı dikkate alınmaya değer olduğunda olumlu geri bildirim olarak anlaşılır.
- **Çalışanın şirket içinde yeni projeler üstlenmek için motive olmasını ve tatmin olmasını sağlamak için şirket içinde cazip iş fırsatları.**
- **alışan ile şirket arasındaki mevcut ilişkiyi gclendiren bağa dayalı aidiyet duygusu** (orneğin, çalışan şirkete ait olmaktan gurur duyar).
- **şirketteki konumun iyileştirilmesiyle ilgili olarak profesyonel olarak büyümek ve gelişmek, süreçleri ve kişisel tatmini iyileştirmek için eğitim** (orneğin şirket tarafından eğitim kursları verilmesi).

İşe devamsızlık

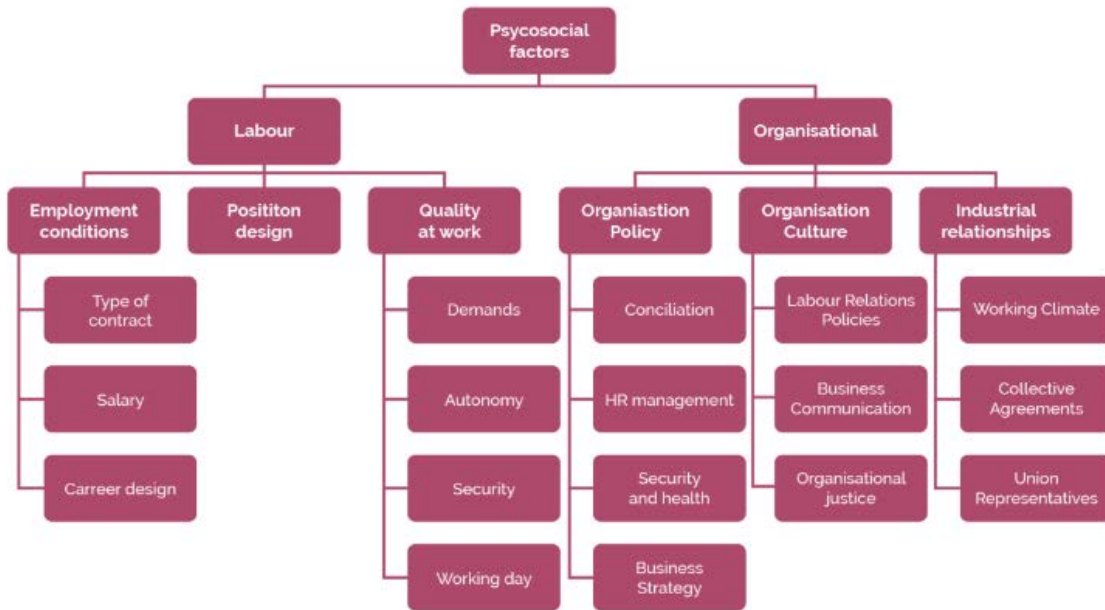
Açıklandığı gibi, çalışanlar üstü kapalı olarak bir dizi maddeyi örgüte bağlılıklarını korumalarını isterler:

- Eğitim.
- İş güvenliği.
- Esneklik.
- Zamanında ödeme.
- İyi çalışma koşulları.

Bu koşulların çiğnenmesi, ayrıca pozisyona uygun olmayan sorumluluklar, aşırı iş yükü vb. motivasyonda azalma, performansta düşüş, devamsızlıkta artış ve personel devir hızında artışa neden olur.

Tüm bu nedenlerden dolayı, yeterli bir çalışma ortamı sağlamamız esastır, çünkü bunun sağlanmaması durumunda genellikle çalışanların fiziksel ve ruhsal sağlığı ve şirketin işleyişi üzerinde olumsuz sonuçlar doğar. Devamsızlık, iş doyumsuzluğuna karşı bir savunmadır.

Aşağıda, birinin iş yeri durumunu etkileyen faktörlerin net bir ayrımını bulabilirsiniz: işgücü ve organizasyonel nedenler.



Departmanlar arası işbirliği

Tarih boyunca restorasyon alanında insan ilişkilerinin önemi hafife alınmıştır. Ancak 1980'li yıllardan itibaren HORECA sektöründe işverenin rolü hem ekonomik konularda (bütçeler, maliyetler, planlama vb.) hem de çalışma konularında (iş hukuku, sendika hukuku vb.) belirli bir yönetimi zorunlu kılmaya başlamıştır.

Şu anda mutfak yönetimi ile personel yönetimi arasında mevcut bir ilişki vardır; mutfak müdürü personel müdürü ile yakın çalışmalı, işe alınacak işçinin profilini belirtmeli, personelin davranışlarını iletmeli vs. Ardından, işletmenin faaliyetinin başarılı bir şekilde yürütülmesi için bazı alanların diğerleriyle uyumunu gösteren bir rakam.

Departmanlar arası yetenek bilgisi entegrasyonu ve transferi

Bilginin entegrasyonu ve transferi, şirketin tüm bölümlerine fayda sağlayacak bir şeydir.

Yapılandırılmış bir sürece sahip olmak ve bir organizasyon içinde bilgi aktarabilmek, proje ve girişimlerin başarı oranı üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahiptir. Şirketin başarısı, yetenek yönetiminin yüksek gelişimine ve farklı roller ve departmanlar arasındaki yüksek düzeyde korelasyona bağlıdır.

American Society for Training and Development'in Institute for Corporate Productivity ile işbirliği içinde yürüttüğü gibi farklı araştırmalar, aşağıdaki uygulamaların **yetenek yönetimi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu** ortaya koyuyor:

- İnceleme ve geri bildirim süreçlerini standartlaştırın;
- Yetenek yönetimi ile ilgili olarak tek bir işlevsel sahip atayın;
- Yetenek yönetimini destekleyen bir organizasyon kültürü geliştirin;
- Yetenek yönetimi faaliyetleri arasında tutarlılık sağlayın;
- Yetenek yönetimi girişimlerinin görünürlüğünü artırın.

HORECA sektöründe motivasyon yöntemleri

- **İyi bir atmosfer oluşturun:** İyi bir atmosferin hakim olduğu bir HORECA kuruluşunda çalışmak esastır. Çalışanlarınız kendilerini ne kadar iyi hissederlerse performansları da o kadar iyi olacaktır çünkü onlar sakin ve mutlu olacaktır.
- **Eğitin:** Herhangi bir çalışan için çok önemli bir motivasyon, patronunun kendisine bahse girdiğini görmektir. Ve eğitim şüphesiz büyük bir takdirdir. Çalışanlarınızın eğitim almasına yardımcı olursanız, onlara gelişme fırsatı vermiş olursunuz ve aynı zamanda işlerini daha iyi yapmalarını sağlarsınız.
- **İletişim:** İletişim tüm insan ilişkilerinin temelidir. Onlarla doğru iletişim kurun, onları dinleyin, projenizin bir parçası olmalarına izin verin ve herkesin kendini değerli hissettiği iyi bir ekip oluşturabileceksiniz.
- **Çabalarını fark edin:** Herkes işleriyle tanınmaktan hoşlanır, bu nedenle, sonuçlar hak ediyorsa tebriklerden mahrum kalmayın. İyi yapılmış bir işi takdir etmek, çalışanlarınızın memnuniyetini artıracak ve aynı veya daha iyi şekilde çalışmaya devam etmeleri için onları motive edecektir.
- **Esnek olun:** Çalışanlarınız insandır ve bu nedenle iş dışında kendi yaşamları vardır. HORECA sektöründe çoğu zaman kapanış süreleri beklenenden uzun olabilmektedir. Bu nedenle giriş saatlerinde de esnek olmaya çalışın. Mutfağı gözetimsiz bırakmamak için aralarında birleştirilebilecek izin günleriyle bunları telafi edin. Size kesinlikle teşekkür edecekler.
- **Maddi olarak ödüllendirin:** Çalışanlarınızın makul maaşları varsa, yaptıkları işin karşılığını gerektiği gibi aldıklarını hissedeceklerdir. Onları motive eden ve her şeyini vermek istemelerini sağlayan şey nedir? Bahşışleri aralarında eşit olarak dağıtmak ve faydalar elveriyorsa maddi olarak tazmin etmek, kendilerini işin bir parçası gibi hissetmelerini ve aynı yoğunlukta çalışmaya devam etmeleri için motive olmalarını sağlayacaktır.
- **Dostluğu teşvik edin:** Çalışanlarınız arasında karşılaştırmalar yapmayın ve bazılarının diğerlerinden daha fazla önemsendiğini veya değer verildiğini düşünmeyin. Hepsine aynı şekilde davranın ve birbirinize yardım etmeye çalışın. Takım çalışması, herhangi bir takım çalışması yapmanın anahtarıdır.
- **Tesisi önemseyin:** Temiz ve bakımlı bir yerde çalışmak onların fonksiyonlarını daha rahat yerine getirmelerini sağlayacaktır. Banyoların her zaman iyi durumda olduğundan, çalışma aletlerinizin mükemmel durumda olduğundan emin olun ve tesisinizin sürekli bakımını yapın.

- **Katılımlarını sağlayın:** Çalışanlarınızın her şeyin bir parçası olmasına izin verin. Önerilerini dinleyin ve işiniz için faydalı olabileceklerse bunları uygulamaya çalışın. Değişiklik yapmak istiyorsanız, nedenlerini açıklayın ve size fikirlerini söylemelerine izin verin, sonuçta, çalışanlar işyerinizde uzun saatler geçiyor ve mutfağın sahip olabileceği olası eksikliklerin farkındalar.

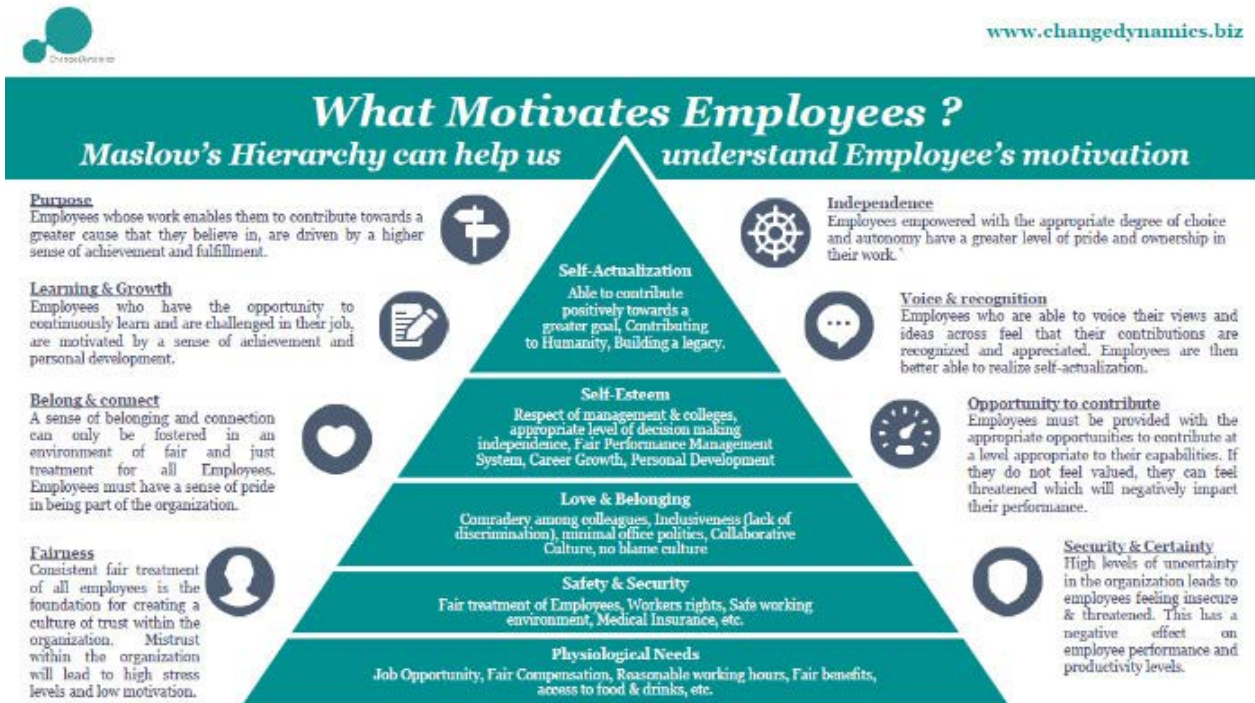
Diğer Eylemler	
Çalışanları Motive Etmek İçin Gerekenler	İşyerinde Kaçınılması Gerekenler
<ul style="list-style-type: none"> ■ Birlikte hareket etmeyi planlama, hedefleri başarma ve aidiyet duyma için arzulanmasını sağla ■ Sorumluluklarını bilmeleri ve daha büyük liderlik sergilemeleri için çalışanlarına fırsat tanı ■ Özellikle becerilerini güçlendirmek için bireysel gelişme ve ilerlemeleri için garantile. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kayırmacılık, değerinden düşük promosyonlar gibi iş politikaları, ■ Aşırıya kaçan kurallar ve denetim, ■ Yetersiz tanımlanan iş süreçleri, ■ Denetim eksikliği, ■ Yetersiz kaynaklar.

Motivasyonla ilgili kuramlar

Şimdiye kadarki en iyi bilinen motivasyon teorilerinin bir özeti olarak, şimdiye kadar en iyi bilinen üç teorinin bir özeti yer almaktadır. Üçünden İnsan Kaynakları sistemlerine en çok uygulanan Maslow'un Teorisidir, ancak Alderfer ve McClelland Teorilerini de bulabiliriz.

Bu teorilerin bilgisi, bir çalışanın motivasyonunun arkasındaki nedenleri daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir:

- **Maslow'un kuramı:** Motivasyon, beş psikolojik ihtiyacın bir işlevidir: fizyolojik, güvenlik, şefkat, tanınma ve kendini geliştirme. Teorinin temel ilkesi, bir çalışanın ihtiyaçlarının, temel ihtiyaçların en altta ve en gelişmiş ihtiyaçların en üstte olduğu farklı konumlara yerleştirilebilmesidir.



- **Alderfer Kuramı:** Motivasyon üç temel durumun bir işlevidir: varoluş, ilişki ve büyüme. Daha yüksek bir seviyedeki hüsrana, bir sonraki seviye için küçümseme anlamına gelir.
- **McClelland'in Kuramı:** Ait olma, güç, yeterlilik ve başarı gereksinimlerine dayalı motivasyon.

HORECA'da sürekli saatlerin avantajları

Kesintisiz çalışma saatleri, COVID-19 ile başa çıkmak için alınan önlemlerden kaynaklanan kısıtlamalara uyum sağlamanın ötesinde, HORECA işletmeleri için de ilgili avantajlar sağlar.

- Kişisel yaşamları için kazandıkları kişisel zamandan dolayı çalışanların motivasyonunu artırır.
- Şirketi ihtiyaçlarını dikkate alan bir organizasyonla ilişkilendirerek proje ve şirket ile özdeşleşmeyi güçlendirir.
- Daha uzun saatlerin yarattığı stresi azaltır.
- Aynı görevleri daha az saatte yoğunlaştırarak zamanın optimizasyonunu teşvik eder.
- Yukarıdaki nedenden dolayı planlamayı öğretir: planlama olmadan zamanın optimizasyonu olmaz.
- Bu planlama içerisinde personel yönetiminin veya vardiyaların öneminden dolayı öğrenmeye ve ekip çalışmasına olanak sağlar.
- Özellikle çalışma saatlerinin yarısında iş yerine ulaşımdan kaçınarak dinlenmeyi iyileştirir.
- Günü rasyonelize etmeye izin veren programlara sahip olarak, şablonların talep ettiği iş bağlantısının kesilmesini kolaylaştırır.
- Artık eğitim veya başkaları için kazanılan zamandan yararlanmak gibi olanaklara sahip olan işçilerin yeni yönlerini keşfedin.
- Bu listede kapsanan birçok noktanın doğrudan bir sonucu olarak üretkenliği artırır.

Takım hedefleri ve görevleri

HORECA alanında son derece yüksek bilgi birikimine sahip kaliteli personel almanın ötesinde, herkesin şirketin amaç ve değerlerinden her biri ile el ele sinerji içinde çalışabilmesini sağlamaktır. Yönetimde bu verimliliği elde etmek için önerilen gastro koçluk tekniklerinden bazıları şunlardır:

Hedefler

- Ekip üyelerinin becerilerinin anlaşıldığı eğitimler gerçekleştirmek ve buna göre onlara rol ve sorumluluklar vermek, bu şekilde becerilerinin artması sağlanacaktır.
- Faaliyetleri alanlarına göre delege ederek ekip güveni oluşturun.
- Yaptırımlardan korkmadan iyi eylemlerin ödüllendirildiği ve sorunların çözüldüğü sağlıklı bir çalışma ortamını garanti edin.
- İletişim ve becerilerini geliştiren egzersizler ve boş zaman aktiviteleri ile işbirliğini teşvik edin.
- Ekip üyelerini toplayın ve onları amaç ve hedeflerin tanımlanması gibi karar verme süreçlerine dahil edin.
- Personelin taahhüdünü teşvik edin, böylece şirketin bir parçası olduklarını hissedin, onlara kurumsal kimlik ve kültürü aşılayın.

Ekip çalışması için çalışan geri bildirim döngüleri

Geri bildirim döngüsü nedir ve HORECA İK yönetimi ile ilişkisi nedir?

Temel olarak, bir geri bildirim döngüsü, aynı zamanda o eylemin kaynağı üzerinde de etkisi olan bir eylemi ifade eden bir kavramdır.

İnsan kaynakları yönetiminde, bir bireye başkalarını nasıl etkilediği hakkında bilgi iletmeyi içerir. İyi davranışları vurgulamayı, olumlu eylemleri övmeyi ve iyileştirme gerektiren eylemleri ayarlamayı içerir. Bu, çalışanı, her yeni

döngüde çalışanın kaynaklarının şirketin hedefleriyle ilişkilendirmek için yeniden değerlendirildiği ve gerekirse yeniden ayarlandığı bir beceri geliştirme döngüsüne dahil etmeyi içerir.

Geri bildirim döngülerinin uygulanmasının faydaları

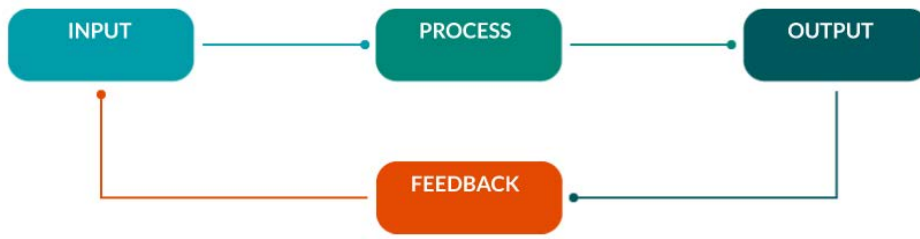
Geri bildirim döngüleri stratejisi, **bir bireyin performansında, proje ekip çalışmasında ve/veya süreçlerinde üretkenliği artırmanın bir yolu** olarak hizmet edebileceğinden, bir kuruluşun neredeyse tüm alanlarını etkiler.

Bireysel bir bakış açısıyla, geri bildirim döngüleri, herhangi bir özel görevde iyileştirilmesi gereken alanları düzenli olarak belirlemeye yardımcı olur. Bu potansiyel iyileştirmeleri eyleme geçirilebilir iş öğelerine dönüştürmek ve herhangi bir görev, ürün veya süreçle ilgili olarak karşılaştığımız temel zorlukları izlemeyi ve ele almayı kolaylaştırır.

Proje ekip çalışması perspektifinde, geri bildirim döngüleri ekiplerin daha koordineli, işbirlikçi ve kararlı çıktılara sahip olmasına yardımcı olur. Ayrıca, ekip içinde daha proaktif ve ortak mülkiyeti, gelişmiş ekip performansını ve çevikliği de teşvik edebilirler.

İşin güzel tarafı da bu etkileşim biçimi, sürekli ve devamlı olduğu için, tekrar dışarıdan bir girdiye ihtiyaç duymadan örgüt kültürüne entegre olmalarını ve vazgeçilmez bir parça haline gelmelerini sağlıyor. Tüm bu pozitif yönetim ilkelerinin entegrasyonuna izin vererek.

The Components of a Feedback Loop and How to Build an Effective System for Your Business



HORECA Sektöründe dahili istihdam edilebilirliği ve çalışan gelişimini geliştirmek için koçluk ve/veya eğitim İstihdam edilebilirlik, işverenlerin mobil bir kariyer oluşturmak için kullanılabilecek becerileri geliştirmek için **iş ve fırsatlar sağladığı, çalışanlara genelleştirilmiş yatırımlar' olduğu bir insan kaynakları yönetimi yaklaşımını** tanımlamak için kullanılan bir terimdir.

İstihdam edilebilirlik, çalışan hareketliliğinden farklıdır; istihdam edilebilirlik, çalışanın geliştirdiği ve kuruluş içinde sahip olduğu her pozisyonda aldığı çapraz becerileri (iş güvence becerileri) ifade ederken, örgütsel hareketlilik çalışanların farklı iş pozisyonlarına hareketini ifade eder. pozisyona özgü becerilerin gelişmesine neden olabilecek.

Bir iş ortamında **koçluk**, daha deneyimli veya yetenekli bir kişinin **bir çalışana, kişinin becerilerini, performansını ve kariyerini geliştirmesine yardımcı olmayı amaçlayan tavsiye ve rehberlik sağladığı bir eğitim yöntemidir**. Koçluk, mentorluk ve danışmanlık gibi benzer İK uygulamalarından (ilerici bir disiplin sisteminde bir adım olarak) ayrılır.

Mentorluk programlarının aksine, koçluk ve eğitim programları **daha geniş** bir uygulanabilirliğe sahiptir ve çalışanların hareketliliğini ve dahili **istihdam edilebilirliğini** etkiler. Koçluk ve eğitim daha çok çalışan becerilerinin güncellenmesinde kısa vadeli bir gelişim desteğine yöneliktir, işe özgü ve güvenceye alma becerilerinin geliştirilmesine ve sosyal desteğin sağlanmasına odaklanılır.

Genel bir düzeyde, koçluk ve eğitim, çalışanların iş pozisyonunun zorluklarına başarılı bir şekilde yanıt vermelerine yardımcı olmak için becerilerini geliştirme süreçleriyken, **mentorluk**, çalışanlara yeni pozisyonlar üstlenmeleri için fırsatlar sağlayarak temel becerileri geliştirme sürecidir.

Mevcut ve eski çalışanlar arasındaki koçluk, bireyler arasında bağların kurulmasını teşvik ederek sadece şirket için değil, bir bütün olarak toplum için **katma değer yaratır**. Sadece danışan ve organizasyon için değil, koç için de eşit derecede faydalıdır.

Öte yandan, eski çalışanları şirketin **İnsan Kaynakları Yönetimi stratejisine dahil etmek, bilgi birikimini şirket içinde tutmanın** ve sürekli kılmanın bir yoludur. Emeklilerin ara sıra işyerine gelip deneyimlerini anlatmak, bilgilerini, başarılarını ve zorluklarını aktarmak için şirketle bağlarını sürdürmelerini sağlar.

Bugünün çalışanları için bu, profesyonel ve ekonomik beklentilerin ötesine geçen başka bir boyut getiriyor. Bireyler arasındaki bağın, artık şirketlerinin hedefleriyle doğrudan ilgili olmasalar bile oluşturulmaya devam ettiği bir bakış açısıdır.

Amaç, çalışma hayatının sona ermesi ile emeklilik arasındaki sınırların ortadan kalktığı bir modeli teşvik etmek değil, şirket yaşamına daha uzun veya daha kısa bir süredir dahil olan **kişiler arasında sosyal bağlar oluşturulmasını teşvik etmektir**. Ortak zaman. Koçluğun odak noktası, şirket çalışanları arasında bu tür bir sosyal ve gelişim bağına izin veren ve destekleyen dahili koçluk programlarına yerleştirilmiştir.

Harici ve dahili koçluk programları

Geniş kurumsal hedeflere, büyük geçişlere, kültür değişimlerine, gelişen liderliğe, bağlılığı ve bağlılığı artırmaya veya başka herhangi bir hedefe veya zorluğa odaklanan bir kurumsal koçluk programı, genel işletmeyi olumlu yönde etkiler. Koçlar, çabaları ve kararları organizasyonun genel hedefi, vizyonu ve misyonuyla sürekli olarak uyumlu hale getirmek için işletme içinde hem bireyler hem de gruplarla birlikte çalışır.

Bazı kuruluşlar tam zamanlı koçlar tutar, mevcut liderleri koçluk yapmaları için eğitir veya programlarını tasarlamak ve yürütmek için harici bir koçluk hizmeti ortaklık kurar. Bazı durumlarda, başlangıçta programı yürütmek için **harici bir koçluk** hizmeti tutulacaktır, ancak bu çabanın bir kısmı, bir koçluk kültürü oluşturmak ve taahhüt sona erdikten sonra koçluk programını devralacak ve sürdürecektir liderleri eğitmek olacaktır.

Koçun rolü diğerlerinde en iyiyi ortaya çıkarmak olduğundan, İK yöneticilerinin onlara güçlü yönlerinden yararlanmaları, etki yaratmaları ve sürekli büyümeleri için araçlar ve stratejiler ile desteklemeleri için rehberlik etmesi gerekir.

Harici koçluk hizmetiyle karşılaştırıldığında, **dahili koçluk programı** uzun vadeli ve kuruluş içinde gerçek değişimi yönlendirme gücüne sahiptir. Özellikle bu tür bir program genellikle daha uygun maliyetli olduğu, ancak aynı zamanda şirkete özgü olduğu ve örgüt kültürü destekleyici ise çalışanları geliştirmede daha başarılı olabileceği için daha popüler hale geliyor. Kurum içi koçluk görevleri genellikle daha kısadır, belirli sayıda seans içerir ve liderlik yolculuğunun başlarında olan bireyleri hedefler. Şirket içi koçlar, koçluk yapılan kişinin daha iyi bir performans elde etmesine veya zorlukların üstesinden gelmesine yardımcı olmak için şirket kültürü, süreçleri ve kilit liderler hakkındaki bilgilerini kullanabilir.

Koçluk becerilerini geliştirme

Tutumlar ve inançlar yerleştirildikten sonra, bir sonraki adım, **koçluk yapacak çalışanların becerilerini oluşturmak ve geliştirmektir**. Bu nedenle, dahili koçluk programını başlatmanın üçüncü adımı, koçluk becerilerini geliştirmeye odaklanmaktır. **Güçlü bir koç olmak için gerekli olan 3 beceri grubu** vardır:

1. Beceri 1: Aktif Dinleme

Dahili koçluk söz konusu olduğunda bir koçun bir numaralı görevi, danışanların yeni ve/veya farklı becerileri veya çalışma yollarını belirlemesine, öğrenmesine ve uygulamasına yardımcı olmaktır. Bunu başarmak için koçun aktif dinleme alıştırmaları yapması gerekir. Aynısı zorlayıcı olabilir çünkü araştırmalar, yetişkinlerin ortalama olarak kısa dikkat sürelerine sahip olduğunu ve bir seferde 17 saniyeye kadar odaklanmış dikkat sunduğunu gösteriyor. Bu, danışanı gerçekten duymak ve güçlendirmek için gereken derinlik ve anlayış türüne izin vermez. Açıklama, aktif dinlemenin kritik bir parçasıdır. Etkili koçluk konuşması, dinleme ve başka kelimelerle ifade etmekten oluşur. Başka kelimelerle ifade etme, koçluk yapılan kişinin söylediklerini derinlemesine ve netleştirilmiş bir şekilde duymasına sağlar. Açıklama tekrarlama olmasa bile, aynı mesajı yeniden ifade etmek, düşüncelerini anlamlandırmalarına ve anlayışlarını bağlama oturtmalarına yardımcı olur.

2. Beceri 2: Odaklanmış Sorular

Etkili koçluğun bir sonraki aşaması, odaklanmış (güçlü) sorular geliştirmektir. Güçlü (veya odaklanmış) sorgulama, bir katılımcıyı kendi deneyimlerinin derinliklerine ve en önemli olana yaklaştırmak için açık uçlu sorular kullanmak anlamına gelir. Bir kişinin daha derin düşünmesine ve cevap için daha fazla düşünmesine neden olan sorular daha güçlüdür. Anahtar, kişinin derine inmesine veya daha önce belirlemediği bir olasılığı düşünmesine neden olabilecek bir soru sormaktır. Ek olarak, güçlü bir soru 5-7 kelimedenden fazla olmamalıdır, böylece bir dinleyici kendisine ne sorulduğunu net bir şekilde anlayabilir.

3. Beceri 3: Hedef Belirleme

Koçluğu bu kadar etkili kılan şeylerden biri, koçun danışanı kendi belirlediği bir hedefe doğru itmesine yardımcı olması ve onu sürekli olarak belirtilen hedef üzerinde düşünmeleri için geri getirmesidir. Koçluk, hedef belirlemeden gerçekleşebilir, ancak çalışan hareketliliğini ve dahili istihdam edilebilirliği desteklemek için uygulanmalıdır.

ÖRGÜT KÜLTÜRÜ

Genellikle örgütsel inançlar ve paylaşılan değerler açık değildir, tanımlanmamıştır, yazılmamıştır veya belgelenmemiştir, ancak zımnidir. İnsanlar onları şirkette çalışma şekillerinden günbegün tanırlar. Açık olmasa da, **örgüt kültürü başarı ve başarısızlık arasındaki farkı yaratabilir.**

Tüm organizasyonlarda gruplar içinde ve gruplar arasında algılar, duygular, tutumlar, alışkanlıklar, inançlar, değerler, gelenekler ve etkileşim biçimleri kümesidir.

Örgüt kültürü, ikisi arasında güçlü bir uyum varsa, stratejinin uygulanmasını kolaylaştırabilir veya tam tersine, uygulanmasını engeller veya geciktirir. İş stratejisinin, şirketi belirli ekonomik hedeflere ulaşmaya yönlendirmenin yanı sıra, faaliyetlerini sürekli iyileştirme arayışında bir rehber görevi gördüğü önermesini kabul edersek, bu nedenle kültürün, işletme faaliyetlerinin sonuçlarını etkileyebileceği ve etkilediği sonucuna varılabilir.

Şirket kültürünün şirketin faaliyetleri üzerinde önemli bir etkisi olabileceğini akılda tutmak önemlidir, bu nedenle hedeflere ulaşıldığından emin olmak amacıyla sürekli olarak gözden geçirilmesi önemlidir.

Kültür ebedi, istikrarlı ve değişmez bir şey değildir. Zaman içinde yaratılan ve organizasyonun evrimiyle değişebilen bir şeydir. Ayrıca, örgüt kültürü sadece bir kuruluşa ait bir şey değildir. Kültür, bir bölüm, departman veya çalışma ekibi için tipik olabilir. Bu kendi başına iyi ya da kötü değildir, duruma ve örgütsel hedeflere ulaşmak için işi geliştirmenin gerekli yoluna bağlı olacaktır.

ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN ÖZELLİKLERİ

İş kültürü, hem insan ilişkileri hem de organizasyonun projeksiyonu üzerinde olumlu bir etki yaratmanın anahtarı olan belirli özelliklere sahiptir. Bunları kendi vizyonuna göre uygulamak veya uyarlamak her şirketin kendisine kalmıştır. Bunlar bazı temel özelliklerdir:

- **Fiziksel Alan:** Bir organizasyonun fiziksel alanı, bir şirketin kültürü fikrini de etkiler ve ima edebilir. Bu unsurlardan bazıları, alanın nasıl dağıtılacağını ve sınırlandırılacağını (ortak, açık alanlar, kapalı kapılar, güvenlik, adil dağıtım vb.), olası kişisel ve / veya kurumsal dekorasyonu (kişisel fotoğraflar, iş fotoğrafları, mesleki unvanlar; firma; sergi ürünleri; gösterişli dekorasyon) ve hatta mekanın işlevselliği (sosyal alanların varlığı/yokluğu, düzen, temizlik, dinlenme zamanı).
- **Risk toleransı:** Çalışanların riskli kararlar almak zorunda oldukları özgürlük derecesini ifade eder.
- **Proaktiflik:** Bireylerin kuruluş içinde kendileri için karar vermeleri gereken bağımsızlık derecesini ifade eder.
- **Kimlik:** Sadece şirketin imajını (grafik kimliği, logosu, ayırt edici renkleri vb.) değil, aynı zamanda tutarlılık derecesini de ifade eder. Kimlik ne kadar tutarlı olursa, zamanla o kadar kalıcı olacaktır. Bu normalde şirkette çalışan insanların onunla ne derece özdeşleştiğini ifade eder. En yüzeysel olarak, şirket tarafından empoze edilen stil, görünüm veya giyim, stilin özgürlüğü ve bireyselliği veya diğer ilgili diğer anlamlara da atıfta bulunur.
- **Ortak Kültür:** Örgüt üyeleri tarafından paylaşılan değerleri, inançları ve davranışları ifade eder.
- **İletişim Modeli:** Şirketin iç iletişimindeki işlevler ve süreçler açısından bir hiyerarşiyi ifade eder. İletişim, bir şirketin örgüt kültürünün eğitimi ve sürdürülmesi için vazgeçilmez bir unsurdur. Bazı önemli unsurlar, bilgi ve fikir alışverişini sağlama prosedürleri (posta, telefon, yüz yüze vb.); kuruluştaki belirli kişileri bulma olanakları (tesisler, çok sayıda yönetim, müsaitlik) veya toplantıların talep edilebileceği veya resmileştirilebileceği (resmi, meslektaşlar arasında, işlerinde ihtiyaç duyulan kişiler, yanıtlanan görüşler vb.).
- **Kontrol:** Organizasyonlardaki süreçlerin akışkanlığını doğrulamak için kullanılan bir özellik, çalışanların doğrudan denetlenme derecesidir. Genel olarak, daha fazla derecede veya sayıda gözetmen için süreçler daha az akıcıdır.
- **Teşvikler:** İş kültürü, bir teşvik sisteminin olup olmadığını ve çalışanların bunlardan yararlanabilecekleri kriterleri (verimlilik, kıdem vb.) göz önünde bulundurmalıdır.

Örgüt Kültürü ile ilgili en önemli kavramlardan biri de bir şirketin **misyon, vizyon ve değerleridir**.

Bu üç kavram örgütün amaçlarını tanımlamakta ve diğer kavramların temelinde yer aldığından örgüt kültürünün tanımlanmasında da temel bir parça oluşturmaktadır.

Çoğu durumda, şirketin hedefleri şu ya da bu şekilde, onlara nasıl ulaşılacağını ve çalışanların işyerlerinde nasıl davranmaları gerektiğini belirleyecektir.

İyi tanımlanmış bir misyon, vizyon ve değerlere sahip olmak, bir şirketin amaçlarına uygun bir örgüt kültürünün geliştirilmesi için şarttır. Tutarlılık, çalışanların örgütlerinin kültürünü kabul etmeleri ve içselleştirmeleri için esastır.

MİSYON

Şirketin varlık sebebini, ürün ve hizmetleriyle karşıladığı ihtiyaçları, şirketin içinde geliştiği pazarı ve şirket veya kuruluşun kamuoyundaki imajını tanımlar.

Şirketin misyonu şu soruyu yanıtlıyor: kuruluş neden var?

Kuruluşumuzun misyonunu tanımlarken, **üç temel unsurun** mevcut olması gerektiğini aklımızda tutmalıyız:

1. Kuruluşun ne yaptığının açıklaması (ne yapılması gerektiği).
2. Çalışmamızın amacı nedir (bunu kim uygulayacak).
3. Kuruluş hakkında benzersiz olan nedir (bizi diğerlerinden farklı kılan nedir).

Diğer bazı yanıtlar:

- Şirket ne için kuruldu? (orijinal fikir, ihtiyaçlar, memnuniyet vb.).
- Şirket neyi iyi biliyor? (teşhis, ürünler, kişisel seçim vb.).
- Şirketin çalışanlarına sağlamak için neyi eksik? (güvenlik, terfi değişikliği, kişisel ve mesleki gelişim vb.).

VIZYON

Şirketin sahip olmak istediği şeyin gelecekteki durumunu tanımlayın ve açıklayın. Vizyonun amacı, kontrolü yönlendirmek ve organizasyonu bir bütün olarak arzu edilen duruma ulaşması için teşvik etmektir.

Bir şirketin vizyonu, şirketimizin/kuruluşumuzun ileriki yıllarda nasıl olmasını isteriz sorusunun cevabıdır.

- Şirket, sektöründe önümüzdeki yıllarda (satış, karlılık, kalite, yenilikçilik vb.) gelmek istediği konuma göre nasıl bir konumdadır?
- Aynı sektörde veya başka bir şirkette, hatta dünya çapında, şirketin benzetmek istediği bir şirket var mı?
- Bir çalışan olarak, şirketin neyi başarmasını/dönüştürmesini isterdiniz, böylece bir çalışan olarak kararlı ve gururlu olursunuz?

Şirketin vizyonunun mümkün olduğu kadar çok çalışan tarafından paylaşılması önemlidir. Uzun vadeli bir gelecek ve olumlu bir evrim kurmak için, çalışanların isteklerinin karşılanabilmesi ve örgütün ilerlemesine katıldıklarını hissetmeleri esastır.

DEĞERLER

Kuruluşun yönetimini belirleyen ilkeler, inançlar ve normlar dizisini tanımlar. Değerler, bir kuruluşun üyelerini yönlendiren ve paylaşılan yol gösterici ilkelerdir.

Kurumsal değerlerin tanımlanmasındaki temel amaç, şirket yaşamına ilham veren ve onu düzenleyen bir referans çerçevesine sahip olmaktır.

Değerler, tabii ki tek olmasa da kurum kültürünün temel direklerinden biridir. Şirket hedefleri ile tutarlı bir şekilde tanımlanması çok önemlidir. Çalışanların kendilerini organizasyonun bir parçası olarak hissetmelerini ve gelişimde işbirliği yapmalarını ve vizyon arayışı içinde olmalarını istiyorsanız, bu değerlerin herkes tarafından paylaşılması ve kabul edilmesi gerekir, asla empoze edilmemelidir.

Değerler konusunda üzerinde düşünülmesi gereken sorular:

- Şirkette hangi değerler önemli kabul edilir? (Hizmet kalitesi, müşteri odaklılık, takım çalışması, sonuç odaklılık vb.).

- Değerler günlük işlere nasıl yansıyor?
- Bu değerlerin her biri şirkette ne kadar önemli? (Örneğin, 1'den 5'e kadar bir ölçekte).

Değer örnekleri:

- Müşteri odaklılık.
- Sonuçlara bağlılık.
- Sürdürülebilirlik.
- İnsanlara ilgi.
- Sosyal sorumluluk.
- Bütünlük.

ÖRGÜTSEL ARAÇLAR

Şirketler, ihtiyaçlarına uygun bir görev ve personel bölümü sistemi kurmak için genellikle **organizasyon şemalarını** kullanır. Bir şirketin organizasyon şeması, şirket yapısının bilgilendirici grafik gösteriminden oluşur. Şirketin çalışanlarını ve insan kaynaklarını olduğu kadar departman yapılarını da temsil eder ve organizasyon içindeki hiyerarşik ilişkilerin iyi bir taslağıdır.

Her şirketin faaliyetine, üretim hacmine ve iş kültürüne bağlı olarak kendi organizasyon şeması olacaktır..

Bir organizasyon şemasının hazırlanması şunları sağlar:

- Farklı pozisyonlar ve departmanlar arasında resmi olarak hiyerarşiler oluşturma.
- Sorumlulukları ve iş yüklerini netleştirme (süreçler, iletişim vb.).
- Her şirketteki her pozisyonun rolünü yansıtma.
- Kuruluşun küresel vizyonunu yeni şirketlere kolaylaştırma.
- Hiyerarşik bağımlılığı netleştirme.
- İç ilişkileri resmileştirme.

Organizasyon şemasını kimin kullanacağına ve amacına bağlı olarak genel (şirket), özel (alanlar veya departmanlar, süreçler), fonksiyonel (her birinin yerine getireceği görevler) veya ilişkisel olmak üzere farklı organizasyon şemalarının olması uygundur.

İyi tanımlanmış bir organizasyon şeması, hem günlük yönetimi hem de stratejik planlamayı kolaylaştırır. Tüm şirketlerin sahip olduğu temel unsurlardan bazıları aşağıdaki noktalarda gösterilmiştir:

- **Yönetim:** Şirketin üst yönetim kısmı. Organizasyon için önemli kararlar almaktan sorumludurlar.
- **Orta çizgi:** Şirketin tüm orta düzey yöneticilerini içerir. Üst yönetim ile kuruluşun operasyonları arasındaki bağlantı oldukları söylenebilir.
- **Operasyonların özü:** Mal veya hizmetin üretimi ve dağıtımı ile doğrudan ilgili olan işçilerden oluşur.

İşletmenin diğer bileşenleri şunlar olabilir:

- **Teknoyapı:** Bunlar, şirketin yapısını daha verimli hale getirmek için değişiklikleri (uzatmalar, yeniden yapılanma vb.) analiz eden ve sunan şirket yönetiminin dışından analistler.
- **Destek personeli:** Bu, şirketin faaliyetin performansında doğrudan işbirliği yapmayan, ancak daha iyi performans için işlevleri desteklemeye adanmış bir parçasıdır. Şirketin bir parçası olmayabilirler, bunun yerine taşeron olabilirler (örneğin, danışmanlık).

Ancak sektöre ve şirket türüne göre farklılık gösterebileceğinden bu unsurların tamamı şirket organizasyon şemasında yer almamaktadır. Bu aynı sektörden olup olmadığına bakılmaksızın şirketin büyüklüğüne de bağlı olacaktır.

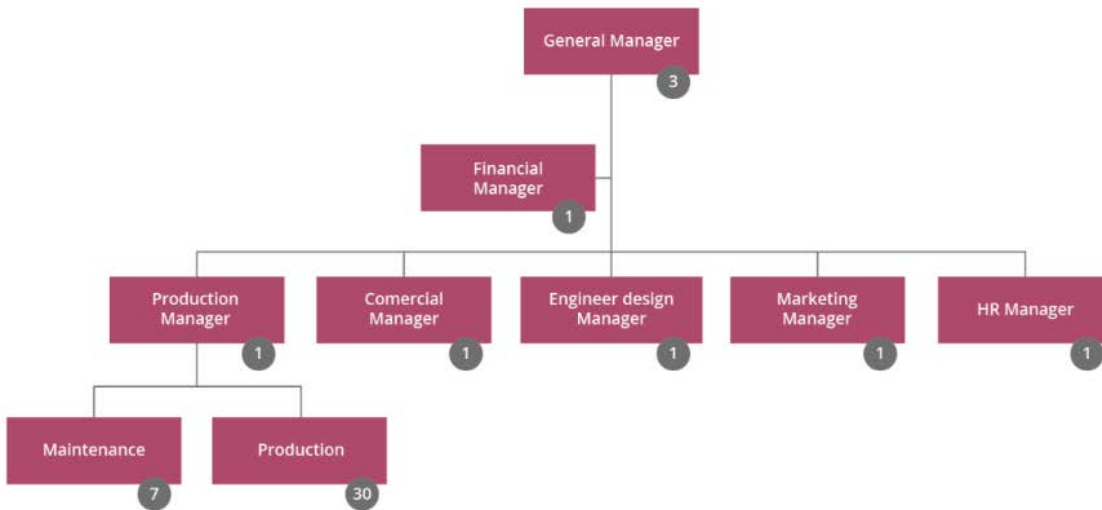
ORGANIZASYON ŞEMASI TÜRLERİ

Aşağıda kuruluşlardaki en kapsamlı organizasyon şemaları bulunmaktadır.:

BASIT ORGANIZASYON

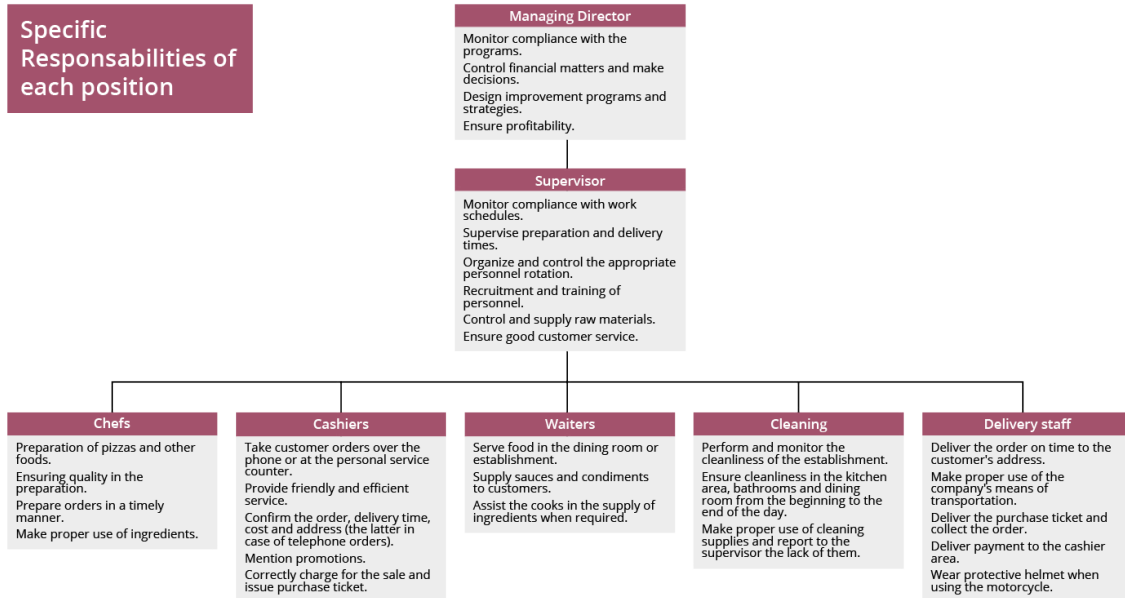
Küçük ve orta ölçekli işletmelerde en yaygın olanı. Esas olarak yöneticileri ve operasyonların çekirdeğini içerir ve diğer olası unsurlara sahip değildir.

Bu yapı, çevreye uyum sağlayan ve esnek olması gereken yeni şirketler söz konusu olduğunda önemli bir nokta olan üst yönetim ve operatörler arasında akıcı iletişim sağlar.



FONKSIYONEL ORGANIZASYON ŞEMASI

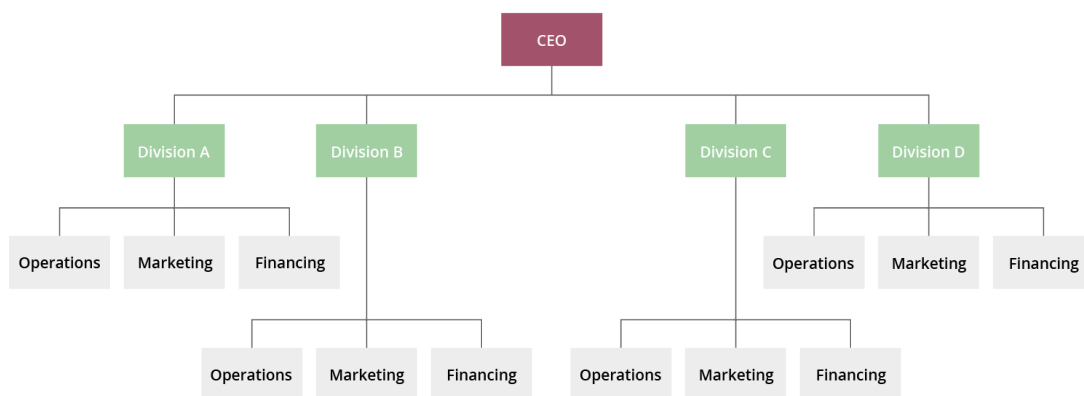
Bu temsil, farklı iş merkezlerine atanan ana işlevlerin yanı sıra birimler ve bunların karşılıklı ilişkilerini içerir. Bu tür bir organizasyon şeması, personeli eğitmek ve organizasyonu genel bir şekilde sunmak için çok yararlıdır.



BÖLÜN MÜŞ ŞEMA

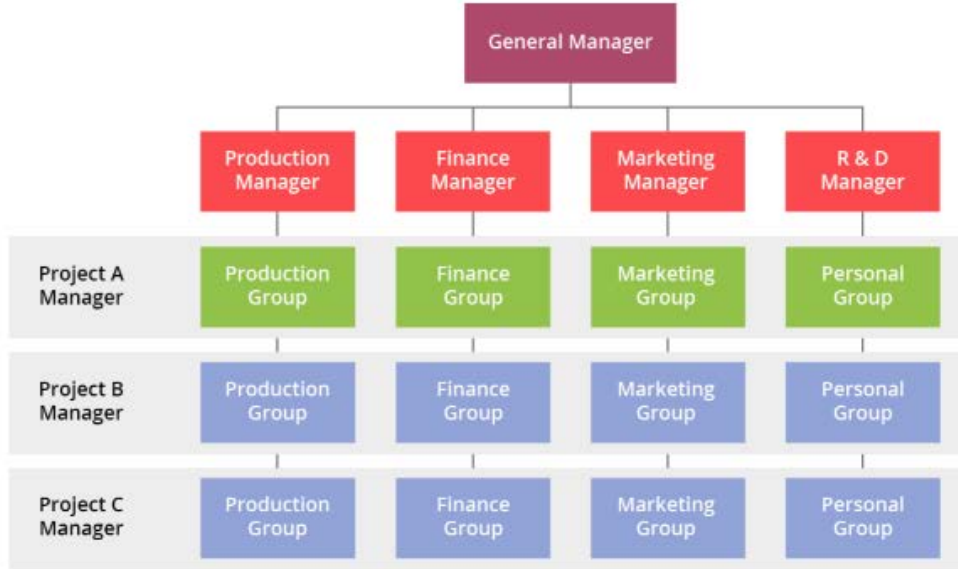
Yaptıkları işin türü veya boyutları nedeniyle daha karmaşık bir yapıya ihtiyaç duyan büyük şirketler için tipiktir.

Tüm unsurların görüldüğü bir yapıya sahiptir, ancak operasyonların çekirdeği diğer eksiksiz organizasyon yapılarından oluşur. Bu nedenle, şirkette aşağıda gösterildiği gibi çok geniş bir hiyerarşi vardır.



MATRIKS ÖRGÜTLENME

Çalışanların görevlerini yerine getirirken belirli projelere katıldıkları kurumsal bir yapıyı temsil eder. Çift kanallar kullanılır: bir yandan ana hiyerarşi; ve diğer yandan, belirli programlar/projeler.



Bir şirketin organizasyon şemasını adım adım nasıl yapabilirim?

Her şeyden önce, aynı kişinin aynı anda birkaç departmanda çalışabileceğini göz önünde bulundurmalısınız; birkaç departman aynı kişiden görevler alınarak birleştirilebilir ve hatta bir veya daha fazla dış kaynaklı departmana sahip olabilirsiniz.

Bunu akılda tutarak, **bir organizasyon şeması oluşturmak için temel adımlar** şu şekilde olacaktır::

1. Şirketinizin tüm olası departmanlarını içeren bir liste yapın.
2. Her departmanda gerçekleştirilecek işlevleri ve bu görevleri yerine getirmekten sorumlu olacak kişiyi mümkün olduğunca tanımlayın.
3. Kâğıt ve kalem üzerine veya bazı ofis programlarıyla küçük bir taslak oluşturun. Yukarıdaki örnekler ilham kaynağı olabilir.
4. Departmanların ve işlevlerinin doğru bir şekilde tanımlanıp tanımlanmadığını analiz edin. Değişiklikler daha sonra yapılabilir.
5. Yöneticilerini ve şirketin iç işleyişini bilmeleri için organizasyon şemasını çalışanlara iletin.

Organizasyon şemasının resmileştirilmiş ve tüm personel tarafından erişilebilir olması gerçeği:

- Kuruluşun küresel vizyonunu yeni şirketlere kolaylaştırır.
- Hiyerarşik bağımlılığı netleştirir.
- İç ilişkileri resmileştirir.

Kontrol listeleri

Birçok durumda, bir otelin, barın, restoranın mutfağı oldukça kaotik hale gelebilir. Bu olduğunda, **mutfak kontrol listesi** kadar basit bir şey sorunu çözmeye kolayca yardımcı olabilir.

Kontrol listesi, gözden geçirilecek, kontrol edilecek veya denetlenecek eylemlerin bir listesidir. Kontrol listeleri, **görevlerinizi daha iyi organize etmek ve günlük işlerinizde yapmanız gereken en önemli görevlerin hangileri olduğunu kolayca kontrol etmek** için kullanılan araçlardır. Bunu kullanmak, herhangi bir önemli adımı atlamadığınızdan emin olmanızı sağlayacaktır.

Hiç mutfakta çalışmamış olan herkes, mutfağı hazırlamak ve kapatmak için her gün ne kadar iş ve zaman harcadığını öğrenince şaşırır.

Tüm malzemeler sabah hazırlanmalı ve günün sonunda uygun şekilde saklanmalıdır. Gıda kalitesini korumak için soğuk depolar ve fırınlar kesin sıcaklıklara ayarlanmalıdır. Yemek yiyenlerin ve personelin güvenliğini ve hijyenini sağlamak için küçük mutfak ekipmanlarının yüzeyleri ve gereçleri sürekli olarak temizlenmelidir.

Mutfak kontrol listesi kullanma nedenleri

Gördüğümüz gibi, bir mutfağın iç organizasyonu için açma ve kapama kontrol listeleri esastır, çünkü:

- **Açık ve özdürler.** Hepimiz bir şeyler yapmayı unutuyoruz. Net görevler ve talimatlar içeren bir kontrol listesi ile ekibinizin bir şeyler yapmayı unutması imkansızdır.
- **Ekibin düzenlenmesine yardımcı olurlar.** Bunları, ekibinizin boyutuna, mutfağınza ve görev listenize bağlı olarak mutfak ekibinin görevlerini uygun gördüğünüz şekilde bölmek için kullanabilirsiniz.
- **Kullanımları kolaydır.** Yeterince basitse, patrondan bulaşık makinesine kadar her çalışan bir kontrol listesi kullanabilir.
- **İş standartlaştırmaya yardımcı olurlar.** Dünyanın en iyi süreçlerine sahip olsanız bile, bunları belgelendirmezseniz veya takip edilip edilmediklerini kontrol etmenin bir yolunu bulamazsanız, bunların size bir faydası olmaz.
- **Güncellenmeleri kolaydır.** Mutfağınızın kapanış prosedürüne başka bir görev eklemeniz mi gerekiyor? Kontrol listenize ekleyin ve ertesi gün için yeni bir kopyasını yazdırın/paylaşın.

Company name: Your company



FoodDocs - Opening and closing checklist

Date: _____

fooddocs.com

Done	Opening checklist
	Set an agenda for the staff meeting
	Establish goals for the day
	Explain daily specials to the staff
	Review menu items
	Staff tasting of the menu items
	Pay bills
	Answer emails, respond to reviews and social media posts
	Organize any incoming inventory deliveries
	Equipment inspection and coordinate any maintenance appointments to fix the premise or equipment
	Inspect bathroom to make sure everything is fully stocked

Done	Closing checklist
	Check staff schedule for next day
	Check clock-in and clock-out times
	Take notes on staff performance
	Keep track of overtime scheduling
	Assure that cash registers are balanced
	Do a final walk through to check that all the proper equipment is turned off
	Look at the detailed sales report at the end of the day
	Check the inventory to ensure that the kitchen and bar are fully stocked for the next day

AÇILIŞ KONTROL LİSTESİ NASIL YAPILIR?

Bir mutfak açılış kontrol listesinin amacı, mutfak ekibinin gün içinde gerçekleştirecek en önemli görevler konusunda net olmasını sağlamaktır.

Sabahları genellikle yeni bir yemek siparişinin doğru bir şekilde alınması ve saklanması gerekir. Aynı zamanda günün satışı için hazırlanacak yiyeceklerin de depodan çıkarılması gerekir. Yapacak çok şey varken, bir şeyin gözden kaçması neredeyse kaçınılmazdır.

Tüm bunların olmasını önlemek için bir sistemin nasıl geliştirileceği aşağıda açıklanmıştır:

Adım 1. Açılış görevlerini belirleyin: İşletmenizin personeli ile oturun ve sabahları yaptıkları her şeyi size anlatmalarını sağlayın. Diğer HORECA işletmelerinde çalışan tanıdıklarınızla konuşun ve mutfaklarını açmak için ne yaptıklarını açıklamalarını isteyin. Mutfak ekibinizi sabah çalışırken gözlemleyin ve tüm aktivitelerini not edin.

Bir mutfağın açılmasıyla ilgili ortak görevlerden bazıları şunlardır:

- Ekipmanın bakımı ve kalibrasyonu.
- Hammaddelerin alınması ve mağazalara yerleştirilmesi.
- Mutfak gereçlerinin hazırlanması ve mutfak gereçlerinin hazırlanması.
- Aydınlatma / ön ısıtma fırınları, fritözler ve ısıtıcılar.
- Yiyeceklerin porsiyonlanması, hazırlanması ve işlenmesi.
- Gastronom tepsilerde saklama ve artıkların değerlendirilmesi.

Yapmanız gereken her şeye sahip olduğunuzda, açılış kontrol listenize dahil etmeniz gereken tüm eylemlere sahip olacaksınız.

Adım 2. Açılış görevlerini düzenleyin: Bir kontrol listesi yapmanın doğru yolu, görevleri yiyecek hazırlama, temizlik, düzenleme vb. bölümlere ayırmaktır.

Görevler listesini gözden geçirin ve aralarındaki ortak konuları bulun. Ardından bunları önceliğe, görev ilişkisine, yakınlığa vb. göre gruplandırın.

3. Adım. Mutfak açma kontrol listesini oluşturun: Tüm yapılacak işlerinizi organize ettikten sonra, bunları bir elektronik tabloya (Excel benzeri) ekleyin, çıktısını alın ve mutfak açılış kontrol listeniz olarak kağıt üzerinde kullanın.

Excel'inizin bir kopyasını saklayın, böylece her hafta ve prosedürler ayarlandığında veya değiştirildiğinde yeniden yazdırabilir/paylaşabilirsiniz.

Yorumları ve görevleri gözden geçirenlerin imzasını eklemek için alt kısımda bir boşluk bıraktığınızdan emin olun, böylece hataları ve önerileri takip edebilirsiniz.

KAPANIŞ KONTROL LİSTESİ NASIL YAPILIR?

Mutfak kapanış kontrol listesi süreci, açılış kontrol listesi sürecine çok benzer.

Ancak açılış kontrol listesinden farklı olarak kapanış kontrol listesi güvenlik ve temizliğe daha fazla önem vermelidir.

Yiyecekler gece boyunca saklandığından, bu konuda yapılacak herhangi bir hata büyük sorunlara yol açabileceğinden, bu işlemin doğru şekilde yapılması gerekir. Ocağı veya fırını açık bırakmak veya buzdolabı kapısını düzgün kapatmamak işinize zarar verebilir veya yiyeceklerinizi bozabilir.

Bu küçük (veya büyük) sorunların meydana gelmemesini sağlamak için bu kontrol listesini ayarlarken ekstra önlemler almalısınız.

Adım 1. Kapanış görevlerini tanımlayın: Ekibinizi çalışırken ve gece kapandığında gözlemleyin.

Mutfak kapanış kontrol listesiyle başlamak istediğiniz tüm yarım kalmış işleri not alın.

Bir mutfağı kapatmanın ortak görevlerinden bazıları şunlardır:

- Bardakları, tabakları ve pişirme gereçlerini güvenli bir şekilde saklayın.
- Tüm sıcak yüzeyleri, ışıkları, fırınları, ızgaraları ve pişiricileri kapatın.
- Kalan tüm yiyecekleri daha sonra kullanmak üzere sarın, filme alın ve saklayın.
- Tüm yüzeyleri dezenfekte edin ve tüm zeminleri temizleyin.
- Izgarayı mutfakta temizleyin.
- Davlumbazı temizleyin.
- Çöpü dışarı çıkarın.

Adım 2. Kapanış görevlerini düzenleyin: Tıpkı açılış kontrol listeniz gibi, mutfağınızın kapanış kontrol listenizi de ortak görevlere göre yapılandırmak çok faydalı olacaktır.

Kapanışta yapılacak işler açılıştan daha fazla olduğu için bu organizasyon elzem hale geliyor. Güvenlik ve temizlik, kapanış görevlerinizi organize etmek için kullanabileceğiniz kategorilerden bazılarıdır.

Görevlerin şu şekilde düzenlenmesi gerekir:

- Günlük görevler (servis sonrası).
- Haftalık görevler (buzdolapları, davlumbazlar ve raflar dahil olmak üzere daha kapsamlı temizlik).

3. Adım. Mutfak kapanış kontrol listesini oluşturun: Her şeyi hazırladıktan sonra, görevleri bir elektronik tablo üzerinde listeleyin ve bunu yazdırılabilir bir sürümde mutfak kapanış kontrol listeniz olarak kullanın.

Daha önce olduğu gibi, hataların ve önerilerin izlenebilmesi için yorumlar için bir boşluk ve görevleri gözden geçiren kişinin imzasını bırakın.

VARDIYA PLANLAMA

Teknoloji, vardiyaları iyi ayarlamayı mümkün kılar ve iyi bir planlama yazılımı çok zaman kazandırabilir. Misafirperverlikte programların çok değişken olmasına rağmen, zaman çizelgesini en az iki hafta önceden hazırlamaya çalışmalıyız:

- Her bir personelin sözleşme türlerini ve sınırlarını ihlal etmeyecek şekilde inceleyin.
- Her personel üyesi için izin günlerini vurgulayın.
- Restoran/bar/kafede... hem arka hem de ön büroda hangi pozisyonların ve noktaların kapsanması gerektiğini veya günün farklı saatlerine bağlı olarak daha fazla personelle çalışılacağını belirleyin ve organize edin. Aşçı sayısı, bekleme personeli, bar personeli vb.

- Yöneticilerin vardiyalarının dağıtıldığından ve kademeli olduğundan emin olun.
- Garanti hizmeti için günlük vardiyaları tamamlayın.
- Tamamen muhasebe amaçları için tam zamanlı sözleşmeleri hesaplayın.

Misafirperverlikte beklenmedik olaylar çok sık görülür. Bu nedenle, genel olarak 40 saatin üzerindeki tüm sürelerin fazla mesai olduğunu unutmayın. Çalışanlara bir teşvik olarak daha uzun süre kalma imkanı sunulabilir. Ayrıca yarı zamanlı veya geçici personelden oluşan bir havuza sahip olmanız önerilir.

PERSONEL İZIN GÜNLERİ NASIL ORGANİZE EDİLİR?

Haftalık dinlenme sürelerini sağlamak için vardiyaları tahsis ederken adil olmalıyız:

- **Her çalışan için programları sık sık değiştirin:** Bir HORECA kuruluşunda, yoğun iş yükleri ve yoğun zamanlar işletmenin ihtiyaçlarına göre değişir. Personelin, örneğin izin karşılığında olası vardiya değişikliklerini üstlenmeye açık olması önemlidir. Hem eski hem de yeni personel için dönüşümlü vardiya değişiklikleriyle adil vardiya planlaması, tüm ekibin günün farklı saatlerindeki çalışma düzeyiyle başa çıkmaya hazır olmasını sağlayacaktır.
- **Her zaman hassas personel alımı için plan yapın:** İş gücünü gerçek talebe göre ayarlamak çok önemlidir ve bunun için talebi veya satışları olabildiğince doğru tahmin etmenize yardımcı olacak çözümlere güvenmeniz önerilir.
- **Gerektiğinde bazı çalışanlarla iletişim halinde olun:** Personeli nöbette tutmamak ideal olsa da, bazı istisnai durumlarda vardiyalarını esnetebilecek bazı ekip üyelerinin olması tavsiye edilir. Bu, yöneticilerle başarılması daha kolay olan bir alternatiftir.
- İki yönetici bir yöneticiden iyidir: Birden fazla yöneticiye sahip olmak, daha fazla vardiya kontrolü ve hizmet kapsamı sağlayacaktır. Daha maliyetlidir, ancak uzun vadede yatırım getirisi olacaktır.
- Çalışanların işlerinin ötesinde hayatları vardır: Bir zaman çizelgesi planlanırken, müsaitlik durumları önceden kontrol edilmelidir.
- **Dinlenme sürelerini sağlayın:** İyi bir çalışma ortamını teşvik etmek için iş sözleşmelerine uyun, ancak diğerlerinin yanı sıra stres ve yorgunluğu da düşünün.
- İyi bir yönetim sağlamak için kurallar ve yönergeler oluşturun: Bu, olası hatalardan ve programların sürekli olarak gözden geçirilmesinden kaçınmaya yardımcı olacaktır.
- İzin günleri için tüm personel isteklerini kaydedin: Çalışanlar için minimum ihbar sürelerini belirleyen yönergeler veya tüm personel için kurallar aracılığıyla.

Aşağıda bir mutfak programı örneği verilmiştir:

BLACK MOUNTAIN HOH

	Sun 8/26/2018	Mon 8/27/2018	Tue 8/28/2018	Wed 8/29/2018	Thur 8/30/2018	Fri 8/31/2018	Sat 9/1/2018	
Bob	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
Carl			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
Juan			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
Jose	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM			7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	7:00 AM 3:00 PM	40
								0
Tom	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Cindy			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Ralph	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
William	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Henry	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	45
Phillip		2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM		45
Tim	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM			2:00 PM 11:00 PM	2:00 PM 11:00 PM	45
Saute								0
Grill								0
Wheel								0
Pantry								0
								0
								0

Mutfak Yönetimi Yazılımları

Mutfak yönetimi yazılımları, HORECA şirketlerinin sahiplerine ve yöneticilerine zaman kazandıracak, ancak mükemmel olanı aramak oldukça zaman alıcı olabilir. Birçok şirket kapsamlı sistemler sunar, ancak hepsi her mutfak için ideal olmayabilir.

Aşağıda, en iyi yönetim yazılımlarından bazılarının bir listesi bulunmaktadır:

- XTRACHEF: Platformun finansal ve operasyonel araçları, gıda endüstrisi operatörlerinin marjları en üst düzeye çıkarmasına olanak tanır. Yönetim sistemi özelliklerinden bazıları AP otomasyonu, gıda maliyet yönetimi, gerçek zamanlı raporlar, tarif yönetimi ve envanter yönetimini içerir.
- RESTAURANT 365: Bu sistem, bir restoranın POS sistemi ve banka ortakları ile entegre olabilen muhasebe, envanter, bordro ve raporlama yazılımı sunar. Operasyon ve finans araçlarının aynı gösterge tablosunda görüntülediği şirket, sistemin bir parçası olarak bir mobil uygulama da sunuyor. Çok birimli ve franchise restoranları için uygun bir seçenektir.
- FOODAGER: Foodager'in öne çıkan başlıca özellikleri arasında verimli sipariş verme, otomatikleştirilmiş muhasebe ve karı en üst düzeye çıkarmak için menü planlama yer alır. Bu sistemle restoranlar, sipariş verme ve teslim alma sürecinde tamamen kağıtsız çalışabilir. Bu yönetim sistemi, QSR'ler, tam hizmet veren restoranlar, barlar, gece kulüpleri ve oteller dahil olmak üzere tek ve çok birimli kuruluşlar için çalışır. Foodager, her maliyeti takip etme yeteneği ile operatörlerin paradan tasarruf etmesine ve karını artırmaya olanak tanır.
- APICBASE: Tam hizmet veren restoranlara, otellere, restoran zincirlerine ve hızlı hizmet kuruluşlarına platform. Bu yazılım, kullanıcılarının gıda maliyetlerini takip etmelerini ve kontrol etmelerini, marjları hesaplamalarını

ve tüm şirket arkası operasyonlarını yönetmelerini sağlar. Şirket, restoranın ihtiyacına göre kullanılabilen ve eklenebilen satış analitiği, envanter ve menü planlama dahil olmak üzere dokuz „modül” bileşeni sunuyor.

- **POSIST CLOUD KITCHEN MANAGEMENT:** Bulut mutfakları, fırınlar, küçük bira fabrikaları ve yemek alanları dahil olmak üzere QSR'lere, kaliteli yemek restoranlarına ve aradaki her şeye hizmet eder. POSist, her büyüklükteki restoran ve kuruluşla çalışabilir ve sezgisel POS teknolojisi sunar.
- **URBANPIPER:** Bir restoranın dijital kapasitesini ve çevrimiçi varlığını optimize etmek için araçlar sunar. Şirketin ürün paketi, özelleştirilebilir web siteleri ve uygulamaları, CMS + CRM kontrol paneli ve kampanya araçlarını içerir. Bulut tabanlı sistem, en son sistem güncellemelerine ve hata düzeltmelerine ücretsiz olarak izin verir.
- **JAMIX:** Jamix'in mutfak yönetim sistemi, restoranlar ve zincirler, kafeteryalar dahil olmak üzere her tür yemek servisi işletmesi tarafından kullanılabilir. Bulut tabanlı "mutfak yönetim sistemi, menü planlama, beslenme analizi, envanter yönetimi, tarif yönetimi ve satın alma sunar. Daha sürdürülebilir mutfaklar yaratmayı amaçlar ve her büyüklükteki yiyecek servisi işletmesi tarafından kullanılabilir.

MUTFAKTA GÖREVLERİ YERINE GETİRMEK İÇİN GEREKEN PERSONEL YETERLİLİKLERİ

- 1. Yaratıcılık:** profesyonel bir şef her yemeğe kendinden bir parça bırakır. Kaplama, renklerin kombinasyonu, tatlar ve kokular, nihai ürünün lezzetli olması için büyük bir yaratıcılıkla değiştirilmesi gereken faktörlerden bazılarıdır. Aşçılık çalışmalarında yaratıcılık öğretilmez (bu yeteneğin doğuştan geldiğine inanılır), nasıl şekillendirileceği öğretilir.
- 2. Sipariş:** Mutfakta ortalığı karıştıran profesyonel bir aşçı gördüğünüzü asla söyleyemezsiniz. Aslında, herhangi bir aşçılık okulunda aşçılık profesyoneli sertifikası almak temel bir gerekliliktir. Düzen, evde teşvik edilen ve daha sonra profesyonel alana taşınan bir yetenektir. Ayrıca bilgisayar ortamında çalışmak daha fazla hız ve çok yönlülüğe sahip olmanızı sağlar.
- 3. Girişim:** en önemli becerilerden biri bu alandaki yeterliliktir. Mutfak pratisyenleri, yeni bir şey yaratmaya aşırı düşkündür. Merakları, başka birinin yapmaya cesaret edemeyeceği şeyleri denemelerine, böylece daha önce hiç görülmemiş enfes yemekleri veya teknikleri keşfetmelerine neden olur.
- 4. Takım kurma becerisi:** bir mutfak genellikle tek bir aşçıdan oluşmaz. Birinin birçok üyesi vardır ve bulaşıkları zamanında ve tarife sadık bir şekilde çıkarmak için ekip çalışması çok önemlidir. Kendinizi bir takımında çalışmaya hazır hissetmiyorsanız, belki de kendinizi başka bir mesleğe adanmanız daha iyi olabilir.
- 5. Hız:** Pişirme çalışmalarını gerçekleştirirmeden önce dikkate alınması gereken bir diğer önemli faktör de hareket hızıdır. Profesyonel bir mutfakta her şey çok hızlı gerçekleşir. Bu nedenle hız, stres yönetimi ile el ele gider. Profesyonel bir aşçı son sürat çalışırken sakın kalabilmelidir.
- 6. İyi tatlar:** Yemeğinin tadının ne zaman güzel olduğundan emin olmayan bir aşçı nasıl olurdu? Bir profesyonelin damak tadı, tatlı veya ekşi, tuzlu veya baharatlı yiyecekleri hissedecek şekilde kalibre edilmelidir, böylece bu şekilde enfes bir yemeği oluşturan tatlar dengesini oluşturabilir.

YETKİ BECERİLERİ

Yetki verebilmek, her süpervizör veya yönetici için önemlidir. Yöneticiler, bir yandan işin iyi yapıldığından emin olurken bir yandan da sorumlulukları konusunda çalışanlarına güvenebilmelidir. Bir iş ortamında delegasyon,

tipik olarak, bir görevin sorumluluğunun bir yöneticiden bir asta devredilmesi anlamına gelir. Yetki devri kararı genellikle yönetici tarafından verilir. Ancak, bazen bir çalışan genişletilmiş bir rolü üstlenmek için gönüllü olabilir. Yetki devri, daha az resmi bir yetki zinciri olduğunda da gerçekleşebilir. Örneğin, bir ekibin lideri olarak atanmış bir akran grubunun üyesi, gruptaki akranlarına görevler devredebilir.

YETKI BECERİLERİ NEDİR?

Çoğu zaman, iyi yöneticiler ekibin gerektirdiği her görevi nasıl yerine getireceklerini bilirler. Daha iyi yöneticiler, iki nedenden dolayı her görevi tamamlamaya çalışmamaları gerektiğini bilirler.

İlk olarak, her ekip üyesinin bu görevlerin çoğunu aynı derecede veya daha iyi yapabileceğini biliyorlar. İkincisi, büyük yöneticiler mikro yönetimle kendi programlarını boğmamaları gerektiğini bilirler. Nasıl yönetileceğini bilen liderler her zaman yetki verir. Ekip üyelerinin güvenilir olup olmadığına ilişkin kendi endişelerini nasıl yöneteceklerini öğrenirler. Ekip üyelerine, kendilerinden istenen görevleri yerine getirmek için güçlenmiş hissetmelerini sağlayacak şekilde nasıl talimat vereceklerini bilirler.

Yetki devri mutlaka tüm sorumluluğun devri anlamına gelmez. Örneğin, bir yönetici astından bir idari asistan tutmasını isteyebilir, ancak yönetici yine de astın görevi yerine getirmek için yaptığı eylemleri gözden geçirecek ve rehberlik sağlayacaktır..

YETKI BECERİSİ TÜRLERİ

1. Eğitim

Yetki verirken genellikle, çalışanın veya meslektaşının görevi gerçekleştirmek için gerekli beceri ve yeteneklere sahip olduğundan emin olmanız gerekir. Bu, yetki devrinden önce biraz eğitim gerektirebilir. İyi bir yönetici, çalışanlarını yeni bir görev veya beceri konusunda etkili bir şekilde nasıl eğiteceğini bilir. Bazı görevler bir yöneticinin içgörüsünü ve uzmanlığını gerektirir.

Delegasyondan önce, yöneticilerin görevleri bir astına devretmenin mantıklı olup olmadığını belirlemek için değerlendirmeleri gerekir.

Yöneticilerin üstlendiği bir diğer görevlendirme görevi, ister teknoloji ister diğer şirketler olsun, günlük görevlerde yardımcı olabilecek dış kaynakları belirlemektir.

Yüksek Değerli Etkinlikleri Belirleme:

- Çalışanların Güçlü ve Zayıf Yönlerinin Değerlendirilmesi
- Teşvik Yaratmak
- Yetenek yönetimi
- Teşvik
- İş Tanımları Oluşturma
- İşe alıyor
- Mevcut Eğitim Araçlarını Araştırmak
- Dış kaynak kullanımı
- İşbirliği

2. Güven

Çoğu zaman yöneticiler, çalışanlarının bir işi yapacakları kadar iyi yapacaklarına güvenmedikleri için görevlendirme yapmazlar. İyi bir yönetici, çalışanlarının becerilerine güvenir. Beklentileri net bir şekilde ortaya koyar ve geri bildirim sağlar, ancak çalışan görev üzerinde çalışırken mikro yönetim yapmaz. Etkili delegasyonun anahtarı güvenlidir.

ÖRGÜTTE ÇATIŞMA YÖNETİMİ

ÖRGÜTTE ÇATIŞMA

Farklı kişiliklere, hedeflere ve ihtiyaçlara sahip insanların işyerinde bir arada yaşaması gerektiğinden, iş yerinde bir tür çatışma olması neredeyse normal kabul edilir. Bu çatışmalar, çözülmesi gereken bir düşmanlık atmosferi yaratabilir. Aslında, uygun şekilde çözülmüşse, kişisel veya mesleki gelişim gibi olumlu unsurlar ortaya çıkarılabilir.

Çatışma, **bir grubun üyelerinin bir kısmının diğer üyelerden önemli ölçüde farklı bir pozisyon benimsediği, uyumu azaltan veya ortadan kaldıran** bir durumu içerir. Bir çalışma ekibinde, bir grubu şart koşan üyeler arasında bir kriter eşitsizliği olduğunda ortaya çıkabilir.

Bir çalışma ekibinin geliştirilmesinde, bir noktada kişisel çatışmaların ortaya çıkması sık sık görülür, sorun, çatışmalar ekibin iki veya daha fazla üyesi arasında ciddi bir çatışmaya yol açtığı anda ortaya çıkar. Bu durum takımın performansının hemen düşmesine neden olur. Bir takımın verimli olabilmesi için, üyelerinin birbirleriyle mükemmel bir uyum içinde olması gerekir. Bunu göz önünde bulundurarak, bir ekibin kendi içinde bu tür bir yüzleşmeye izin veremeyeceği ve izin verirse derhal durdurulması gerektiği açıktır.

Lider ve grubun tüm üyeleri, çatışma olasılıklarını önemli ölçüde azaltacak olan **bu uyum ve iyi çalışma ortamının var olmasını sağlamakla** yükümlüdür.

ÇATIŞMA TÜRLERİ

- Örtülüler: Vardılar ama tezahür etmezler.
- **Görünürler:** Açık bir şekilde tezahür ederler.

Çatışma **iki temel ayağa** dayanıyor: biri **duygusal**, diğeri **yapısal**. Bir çatışmayı çözerken, rasyonel ve duygusal olan her iki taraf da dikkate alınmalıdır. Bu nedenle ilk yapılması gereken bu duygusal rahatsızlığı tetikleyen sebepleri tespit etmektir.

Bu duygusal rahatsızlık, yapının iç organizasyon, roller açısından kötü tasarlanması gibi yapısal sorunlardan kaynaklanıyor olabilir... Bu ilk adım atıldıktan sonra, çatışmanın başka bir boyuta gelmemesi için harekete geçilmelidir. yönetilemez.

Çatışmalar unutulmamalı ve çözülmelidir, **çünkü çözülmemiş bir çatışma er ya da geç çalışma ekibinin parçalanmasına ve dağılmasına yol açacaktır. Kapasite eksikliği veya çözme isteksizliği nedeniyle çatışmaları çözememek, çatışmaların kişisel düzeye taşınmasına, ekibin düzgün çalışma olasılığının yok olmasına ve üyelerinin yeteneklerinin boşa gitmesine neden olabilir. Ayrıca performansı düşüren kötü bir çalışma ortamı yaratır.**

İŞ ÇATIŞMALARININ NEDENLERİ

Çatışma	Urusları	Tanımı
Kaynak Çatışması	Malzemeler, bilgisayar odası vb.	Ekip içindeki birkaç kişinin aynı kaynaklara ihtiyacı varsa, lider, ekibin çıkarları üstün gelecek şekilde herkesin kaynakları verimli bir şekilde kullanmasını sağlamaya çalışmalıdır.
Stil Çatışması	Çalışma biçimleri, kişilik, davranış biçimleri (düzen/kaos, denetim/özerklik)	Takımları oluştururken ve iş rollerini belirlerken kişilik ve ihtiyaçlarla belirlenen farklı tarzları dikkate almak gerekir.
Algı Çatışması	Farklı bakış açıları, söylentiler, gruplar arasındaki farklılıklar.	Açık iletişim kolaylaştırılmalı ve her algı için sağlam argümanlar sağlanmalıdır.
Hedef Çatışması	Şirket içinde çeşitli amaç ve hedefler	Üstler, hedefleri belirlemede ve çelişen hedeflerden kaçınmada koordine edilmelidir. Hedefler net olmalı ve bunları belirlemek için iyi bir iletişim gereklidir.
Baskı Tartışmaları	Baskı ve stresi artıran acil durumlar.	Başka acil durumlara sahip diğer departmanlara bağlı olduğunuz için işte ilerlemeniz mümkün olmadığında ortaya çıkar, ancak bir son tarihiniz vardır. Planlamayı daha esnek hale getirmek ve ortak öncelikler belirlemek gerekiyor.
Rol Çatışmaları	Aynı çalışan, rolüne uymayan görevleri yerine getirmelidir.	Çakışan işlevler nedeniyle işçiler arasında güç mücadeleleri veya çatışmalar üretilebilir. Her kişinin görevi yerine getirmesine duyulan ihtiyaç hakkında iyi bir iletişime ihtiyaç vardır.
Değer Çatışmaları	Farklı kişilik çatışmaları.	İşe alınacak çalışan-şirket değerlerinin uyumunu dikkate alarak iyi personel seçimi yapın.
Şirket Politikalarına İlişkin Çatışmalar	Net olmayan örgüt politikaları	Tüm çalışanlar şirketin politikalarını bilmelidir. Yazılanlar ile uygulananlar arasındaki karışıklığı ve tutarlılığı önlemek için net bir şekilde yazılmalıdır.

Gruplar içindeki çatışmaları çözmek için aşağıdaki **adımlar** atılmalıdır:

- Sorunu tanımlayın (Sorun nedir?).
- Nedenlerini analiz edin (Neden?).
- Eylem için hedefleri tanımlayın (Neyi başarmak istiyoruz?).
- Alternatifler oluşturun (Ne yapabiliriz?).
- En uygun alternatifi seçin (Ne yapmalıyız?).
- Seçilen çözümü işlevsel hale getirin (Bunu nasıl yaparız?).
- Uygulamaya koyun (Yapın).
- Değerlendir (Nasıl yaptık?).

Düşünülmemiş olabilecek diğer **faedalar**, bir çatışmayı çözerek elde edilebilir. Örneğin, çalışanlar arasında daha büyük bir anlayış elde edilebilir çünkü sorunu çözmek için ilgili kişilerin durumun farkına varması ve onlara hedeflerine nasıl ulaşacakları konusunda yeni bir bakış açısı sunması gerekir. Aynı zamanda, ekip üyeleri arasında daha fazla saygı ve daha fazla birlikte çalışma yeteneği yaratarak daha fazla grup uyumuna yol açar.

Ekib çalışması, bir projenin yürütülmesi olan ortak bir hedefe ulaşmak için işbirliği yapan, belirli bir şekilde organize olmuş iki veya daha fazla kişinin birliği olarak tanımlanır.

Bu çatışmaları nasıl çözebiliriz? Anahtar, girişkenlik ve çatışmaları yönetmek için bunun nasıl yönetileceğidir.

Atılganlık, benmerkezci bir davranıştır ve bencil olmak şöyle dursun, hem muhatabımıza hem de kendimize derin bir saygıyı ima eder. İkisi de aynı seviyede. Girişkenliği nasıl kullanacağınızı bilmek için, nasıl soracağınızı, hayır diyeceğinizi, müzakere edeceğinizi ve istediğinizi elde etmede veya hedeflerinize ulaşmada esnek olmanız gerekir. Atılganlık aynı zamanda eleştiri almak ve şikayetleri kabul etmek anlamına da gelir.

Bu tür bir atılganlığın nasıl artırılacağı, şirketteki iç çatışmaları yönetmenin anahtarı olabilir. Geliştirmek, şirket / kuruluş içindeki herhangi bir çatışmanın yönetilmesine yardımcı olacaktır. Şirketlerde uyulması gereken bazı yönergeler, İnsan Kaynakları yöneticilerinde veya KOBİ girişimcilerinde bu kaliteyi geliştirebilir.

1. Belirli gerçekleri tanımla:

Ancak o zaman bir tartışma kurabileceğiniz bir müzakere yapabilirsiniz. Karşı taraf, meydana gelen bulguları veya olayları açıklarken bunları inkar edemez. Daha sonra çözümleri tartışabilir ve spesifik yaklaşımlar geliştirebiliriz. İşte değer yargılarından kaçınmak için anahtar bir soru.

2. Duyguları açıkla:

Net bir şekilde iletişim kurun ve olanların size nasıl hissettirdiği ve bu konudaki fikirleriniz hakkında güçlü noktalar belirleyin. Aynı zamanda neyi sevip neyi sevmediğinizi açıklama zamanı; aşağılanmış hissettiyseniz veya artık bir duruma dayanamıyorsanız. Mesele haklı olup olmamak değil, bakış açınızı saygılı bir şekilde ifade etmek. Haklı olmaya çalışmamalısın ve bunun için eleştirilmemelisin.

3. Başkalarının yapmasını istediği şeyi açıkça sor:

Konu genel konuşmak değil. Somut ve spesifik olmanız gerekir. Karşı tarafın anlayabileceği davranışları ve durumları ifade etmekle ilgilidir.

4. Eylemlerinin (olumlu veya olumsuz) sonuçlarını açıkla:

Bu, sizden isteneni yapmanın sonuçlarını açıklamakla ilgilidir. Olumlu yönler hakkında yorum yapmak tercih edilir.

ÇATIŞMALARI YÖNETMENİN ANAHTARLARI

- Açılış mesajı: Baştan itibaren iddialı bir şekilde işbirliği teklif edin
- Sorunu tanımlayın: Sorunu ortaklaşa ön plana çıkarın.
- Başkalarının görüşlerini bilin: Buna rağmen.
- Fikrini ifade et: Kimseyle yüzleşmeden
- Ortak hedefler bulun: İkimiz de ne istiyoruz?
- Beyin fırtınası, alternatifler: Bu, durumu çözebilir ve herkesin çıkarınadır.
- Olası çözümleri seçin.
- Sonuçların nasıl değerlendirileceğine ve kontrol edileceğine karar verin.

STRES VE TÜKENMİŞLİK NASIL ÖNLENİR VE YÖNETİLİR?

Devamsızlıkla büyük ölçüde ilişkili olan stres, çalışanların sağlığını bozar ve onları hastalık izni alma veya tamamen devamsızlık yapma olasılıklarını artırır. İnsanlar kaçınılmaz olarak zaman zaman stres yaşarlar. Ancak aşırı olduğu zaman pek çok sorunu da beraberinde getirir, örgütlerin sadece çözmeye değil, önlemeye de özen göstermeleri gerekir.

İş yeri stres yönetimi stratejileri, şirketinizin olumsuz etkiyi en aza indirmek için kaçınılmaz olana hazırlanmasına ve üstesinden gelmesine yardımcı olabilir. Ekip içindeki stres düzeylerini azaltmaya yardımcı olmak için liderlerin ve yöneticilerin benimseyebileceği birçok işyeri stres yönetimi stratejisi vardır.

İş stresi nedenleri ve şirket içinde stres yönetiminin önemi

İşle ilgili stres için önemli bir risk kontrol önlemi, kaynakların sağlanmasında iş-yaşam dengesini dikkate almaktır. İşyerinde etkili stres yönetiminin hızlı bir şekilde tespit edilip uygulanmaması, çalışanın sağlığı ve iş üzerinde uzun vadeli etkilere neden olabilir.

Bu anlamda stres yönetimi yaklaşımı uygulamak isteyen kuruluşların iş yükü çalışmalarını yapması, çevik ve dinamik iş mekanizmaları kurmaya imkan veren bir organizasyon modeline sahip olması, verimliliğin hakim olması ve iyi bir iş dağılımı yapılarak stresin azaltılması, ve darboğazlardan kaçınması.

İş stresinin bazı yaygın nedenleri nelerdir?

Küreselleşme, ekonominin dış kaynak kullanımı ve teknolojik gelişmeler çalışma dünyasında önemli değişikliklere neden olmuştur. Bu değişiklikler, doğrudan veya dolaylı olarak iş yükünün artmasına, yeniden yapılanma planları yoluyla küçülmeye, iş güvencesizliğinin artmasına ve çalışanların becerilerinde esnekliğe duyulan ihtiyacın artmasına neden oldu ve bunların tümü iş yerindeki stres düzeylerinin artmasına katkıda bulunuyor. Düzenli olarak belirtilen nedenler arasında şunlar yer alır:

- İşçiliğin yeniden düzenlenmesi.
- İş güvencesizliği
- Uzun çalışma saatleri.
- Aşırı çalışma.
- İşyerinde taciz ve şiddet.

Avrupa İş Sağlığı ve Güvenliği Ajansı tarafından yürütülen bir ankete göre, işyerindeki stres tüm çalışanların yaklaşık yarısı tarafından yaşanıyor ve kaybedilen iş günlerinin %50-60'ından sorumlu olduğu tahmin ediliyor.

Stres, önümüzdeki on yıllarda iş yerinde halk sağlığı ve güvenliğinin yanı sıra ekonomik performans açısından da en büyük zorluklardan birini temsil ediyor. 2013 yılında stres, depresyon ve anksiyete, sırt ağrısı gibi kas-iskelet sistemi rahatsızlıklarından (%60) sonra işle ilgili ikinci en yaygın sağlık sorunu (%16).

İşle ilgili stres çeşitli olaylardan kaynaklanabilir. Örneğin, işinin talepleri (saatler veya sorumluluklar gibi) rahatça kaldırabileceğinden daha fazlaysa, bir kişi baskı hissedebilir. İşle ilgili diğer stres kaynakları arasında iş arkadaşları veya patronlarla çatışmalar, sürekli değişiklikler ve işten çıkarılma gibi iş güvenliğine yönelik tehditler yer alır. Bununla birlikte, bir kişinin stresli olarak algılayabileceği bir şeyi, bir başkası zorlayıcı olarak görebilir. Bir kişinin işle ilgili stres yaşayıp yaşamadığı işe, kişinin psikolojik yapısına ve diğer faktörlere (kişisel yaşam ve genel sağlık gibi) bağlıdır.

İşyerinde bazı yaygın stres faktörleri şunlardır:

- Düşük maaşlar.
- Aşırı iş yükleri.
- Büyüme veya ilerleme için çok az fırsat.
- Çekici veya zorlayıcı olmayan işler.
- Sosyal destek eksikliği.
- İşle ilgili kararlar üzerinde yeterli kontrole sahip olmamak.
- Çelişkili talepler veya net olmayan performans beklentileri.

İş yerinde stres yönetimi

Yöneticilerin işle ilgili stresi önemli bir sağlık ve güvenlik sorunu olarak kabul etmeleri önemlidir. İşyerinde, çalışanlar ve çevre arasındaki uyum birincil odak noktası olmalıdır. İyi bir eşleşme olursa, çalışan muhtemelen rahatlayacaktır. Zayıf bir uyum, gerginliği ve stresi artırır. Yöneticiler ve şirketler, çalışanlar için oluşturdukları ortamları incelemelidir. Şirketlerin, çalışanların stresten uzak çalışma tanımına uyan bir ofis sunmasını sağlamaları gerekiyor.

1. Habitatı yenileyin.
2. Esnek saatlere izin verin.
3. Sosyal aktiviteyi teşvik etmek.
4. Sessiz anlar yaratmak.
5. Tavsiye verin.
6. Çalışanlarınızı tanıyın

ORGANİZASYONA SEÇME VE YERLEŞTİRME

Personel seçimi, şirketinizdeki belirli bir açık pozisyonu kapatacak doğru adayı bulmayı amaçlar. Bu süreci en iyi şekilde yürütmek için, kuruluşunuzun stratejik hedeflerini (misyon, vizyon, değerler) ve bunların özelliklerini ve doldurulacak pozisyonun gerekliliklerini dikkate almalısınız.

Küçük şirketler için bu süreç pahalı olabilir çünkü İK'ya adanmış uzman bir personel yoktur.

Aşağıdaki bölümlerde, özellikle HORECA endüstrisinde iyi bir personel seçiminin nasıl yapılacağına dair **pratik tavsiyeler** bulabilirsiniz, böylece bu sektördeki bir şirketin personeli, bir açık pozisyonu en uygun adayla doldurmak için yeterli kaynağa sahip olabilir. ve mümkün olan en düşük maliyetle.

Şirketimize yeni bir kişinin katılmasını düşünmeden önce kendimize şu soruları sormalıyız:

- Yeni bir şirket kurmak gerçekten gerekli mi?
- O kişinin sorumlu olacağı işi düşündük mü? O kişiden kim sorumlu olacak?
- Şirket içinde görevleri üstlenebilecek çalışan yok mu?

Bu sorulara uyanın basit bir yolu yoktur, ancak dikkate alınması gereken bazı yönler şunlar olabilir:

- Açmak istediğim iş pozisyonunun maliyetini haklı çıkarmak için şirketin ulaşması gereken **mevcut ve öngörülen iş hacminin** yanı sıra faturalandırma.

- İş ilanlarının açıklamaları aracılığıyla **işlevlerin bir analizini** yapın.
- Doldurulacak yeni pozisyonun sorumluluklarını içsel olarak yerine getirebilecek kişiler bu pozisyonu tercih edebilirler. Bu süreç „**dahili terfi**” olarak bilinir..

İş Tanımı

Adından da anlaşılacağı gibi, bir iş merkezinin temel unsurlarını (sorumluluklar, karşılıklı ilişkiler vb.) detaylandıran ve açıklayan bir belgedir. Spesifik olarak, belge genellikle aşağıdaki hususları kapsar:

- İş adı.
- Eğitim gerekli.
- Misyon bildiri.
- Organizasyon şemasındaki hiyerarşik bağımlılık ve konum.
- Departmanlar arası ilişkiler.
- Ana sorumluluklar ve işlevler.
- Yeterlilik profili (genel ve özel yeterlilikler).
- Şirkete bağlantı türü.
- Maaş aralığı.

Aynı pozisyondaki ve daha deneyimli çalışanlar da dahil olmak üzere şirketin tüm yöneticilerinin katılabileceği bir **iş analizi ve görev tanımı projesidir**.

Ve yukarıda bahsedilen iş analizi ve iş tanımı projesinin amaçları nelerdir?

- Şirketin düzgün işleyişi için bir referans olarak hizmet etmeleri için işlerin temel yönlerini (anahtar) **sentezlemek ve resmileştirmek**.
- Kuruluşun **ortak bir vizyonunu desteklemek**.
- Personeli TPD gibi **dahili ve çapraz bir sürece dahil etmek**.
- Performans Değerlendirmesinin** gelecekteki gelişimi için temel oluşturun.

İŞ ANALIZI VE İŞ TANIMI PROJESİNİN AŞAMALARI

Bu süreçten sonra beklenen sonuçlar, daha fazla çeviklik ve sonraki süreçler üzerinde kontroldür:

- Personel alımı ve seçimi.
- Geliştirilmiş işlevsel netlik.
- Çakışmaları veya işlev boşluklarını önleme.
- Eğitim Planlaması.
- Kalite Süreçleri

İş Tanımlarını gerçekleştirmek için gerekli bilgileri toplamak amacıyla, şirket ve onu oluşturan işler hakkında temel bilgileri entegre etmek için farklı bilgi toplama yöntemlerinin birleştirilmesi önerilir.

- **Anket:** Bu, departmana ve işe bağlı olarak bir dizi becerinin seçilmesi ve önceliklendirilmesi için farklı becerileri ve tanımlarını ortaya koyacaktır.
- **Bireysel mülakatlar:** Pozisyonla ilgili tüm bilgileri, şu anda söz konusu işi yapan bir grup insan tarafından sağlanan bilgilerden çıkaracağız.
- **Odak grup:** Organizasyon şeması ve hiyerarşik birimler veya işlevlerle ilgili yönleri sunmak ve karşılaştırmak ve ayrıca kuruluş için temel yeterlilikleri (genel veya kurumsal) ve işin temel yeterliliklerini (spesifik) tartışmak için tartışma gruplarının oluşturulması).

SEÇİM SÜRECİ AŞAMALARI

Bir seçim sürecini başlatmaya karar verdiğimizde, geçmeniz gereken aşamaları bilmek en iyisidir. Bu aşamaları aşağıda belirtildiği gibi izlemeniz ve ardından kısa bir açıklama yapmanız önerilir:



Daha önemli olanlar ve göz önünde bulundurulması gerekenler için, bir seçim sürecini uygulamanıza yardımcı olabilecek bir açıklama bulabilirsiniz.:

1. İhtiyaç Analizi

Adından da anlaşılacağı gibi, asıl amaç, bu birleşme yoluyla tam olarak hangi ihtiyaçların karşılanmasının beklendiğini ve açık pozisyonu doldurmak için karşılaması gereken beceri ve özellikleri belirlemektir.

Bu süreci netleştirmemize izin veren iki araç:

- İş tanımının beyanı.
- Kapsanacak işin bağlamını ve gerekliliklerini belirlemek için geleceğin amiri ile toplantı. Eğer o alandan siz sorumlusanız bu kısım gerekli değildir.

Birinci kısım yukarıda anlatıldığı için ikinci kısmı inceleyeceğiz. Bunun için en azından şunları içeren bir teklif geliştirmemiz gerekecek:

- İş unvanı ve kısa açıklama.

- Pozisyonu doldurmak için gerekli beceriler.
- Gerçekleştirilecek günlük görevler.
- Gerekli teknik bilgi.
- Yürütmek için gerekli ve açık pozisyonda uygulanan beceriler.
- Mesleki beceriler.
- Tanımlanan iş için artı olarak araçlar, makineler veya bilgisayar uygulamaları.

Her adayın bilgi, beceri ve deneyimine bağlı olarak açık pozisyonu daha iyi seçeceğiz.

HORECA sektöründeki şirketler söz konusu olduğunda, gelen profillerin gerektirdiği boyut ve becerilere bağlı olacaktır. Bu durumda, teknik bir profil ararsak, kesinlikle ele alınacak teknik pozisyonla ilgili becerilere odaklanacağız. Daha esnek bir profil ise, diğer yeterlilik türlerini (liderlik, etkililik, arkadaşlık vb.) analiz etmemiz gerekecektir.

Bu bölümün sonunda adayları elemek ve seçmek için farklı yöntemler önereceğiz.

2. İşe Alım

Bu aşamada, ele almak istediğimiz pozisyon için mümkün olan en verimli şekilde adaylar bulmalıyız. İşe alma, bir kuruluştaki boş pozisyona doğru adayları çekmeyi amaçlayan eylem ve prosedürler bütünüdür.

Temel olarak, dahili ve harici olmak üzere iki tür işe alım vardır.

- Dahili işe alım, halihazırda şirketinizde çalışan adayları, yani şirketinizde şu anda yaptıklarından farklı bir pozisyonda çalışmak isteyen çalışanları sağlayacak olmalıdır.
- Dış işe alım, şirketinizin ötesinde var olan farklı işe alım kaynakları aracılığıyla bir aday bulmanızı sağlayacak olmalıdır.

Dış işe alımda etkili olabilmek için, dış işe alımın farklı kaynaklarını bilmek esastır. Amacı, bize teklif edilen pozisyon için gerekli yeterlilikleri karşılayan yeterli sayıda aday sağlamaktır.

Doldurulacak pozisyonun profiline göre dış adayların kaynakları seçilecektir. En önemlileri aşağıda detaylandırılmıştır:

- Ağızınız aracılığıyla önerilen adaylar.
- İş bulma büroları ve ajanslarındaki reklamlar.
- Mesleki eğitim merkezleri ve üniversitelerdeki reklamlar.
- Kişisel seçim konusunda uzmanlaşmış danışmanlık firmaları.
- Geçici Çalışma Büroları (TWA).

İşe Alım 2.0 Kaynakları:

- İş portalları (Indeed Job Search, Glassdoor Jobs, LinkedIn, Google for Jobs, vb.).
- Profesyonel sosyal ağlar (LinkedIn, Womenalia, Xing, vb.).

İkincisi, iş arayanlar/tekliflerle ilgili tanınmış ağların bazı örnekleridir. Aşağıda avantaj ve dezavantajların bir listesine sahip olabilirsiniz:

Avantajlar

- Geleneksel işlemlerden daha ekonomiktir.
- Daha fazla adaya (varlıklar ve yükümlülükler) ve yüksek vasıflara erişim.

- Adayların bilgilerine hızlı erişim.
- Adayların tepkileri gerçek zamanlı olarak gözlemlenir.
- Bir iş pozisyonu için rakiplerin gözlemlenen hareketlerinin analizi.
- Kuruluş ve aday arasında bağlantı ve bağlantı kurun.
- Modern ve güncel bir şirket göstererek İşveren Markasını geliştirir.
- İş teklifinin ve ilgisiz ağ adaylarının daha fazla yayılması.

Dezavantajları

- Ağın inşası ve stratejinin tanımlanması için yatırım süresi.
- Onu yöneten kişiye değil, genel olarak şirketin değerlerine çok fazla bağlı olan bir kurumsal hesap edinmenin önemi.
- Ağda bulunan adayların referanslarını kontrol etmek için yatırım zamanı.
- Eleştiriye açıktır.
- Seçim işlemi gerçekleştirirken formları kaybetme hatasına maruz kalabilirsiniz.
- Sosyal ağların adaylar tarafından olası zayıf kullanımı.
- Odak noktasından sapmak.

İşe alım stratejilerini sınıflandırmanın başka yolları da vardır. Bu sınıflandırma, adaylıkların yayınlanma biçimlerini dikkate alır. Bu anlamda, aday bulma yollarından bazıları şu şekilde ayrılabilir:

- **Resmi kanallar:** Kurumsal web sitesi aracılığıyla yerel kalkınma ajansları, resmi okullar, eğitim merkezleri, üniversiteler veya işletme okulları, basın duyuruları, öz adaylıklar.
- **Gayri resmi yollar:** Tanıdıklar, işçi yakınları, tavsiyeler vb.
- **Özel rotalar:** Danışmanlık hizmetleri.

Bizim için önemli olanın işe alım etkinliği olduğunu ve bunun sunulan pozisyona, şirketimize ve markamıza göre değişeceğini unutmamalıyız.

3. Ön-Seçim

Teklifimiz için adaylarımız olduğunda, bir sonraki adım ihtiyaçlarımıza en uygun olanları belirlemektir.

Elde edilen müfredatları okumak, adaya ilk yaklaşımdır çünkü bize kişi hakkında, önceki iş tecrübesi, eğitim vb. açısından her şey hakkında birçok bilgi verir. Temel amaç, müfredatı ideal profilmize daha uygun adayları seçmektir..

Bu nedenle, müfredatların taranması, telefon görüşmesinden önceki ilk filtre olduğundan, herhangi bir seçim sürecini kolaylaştırmamıza olanak tanır.

Müfredata göre yapılan bu ön seçimde, belirli bir noktadan başlıyoruz:

Pozisyonun gerekliliklerini karşılamayan herhangi bir aday, işe alım aşaması istenen etkileri yaratmadığı sürece süreçten atılacaktır.

İyi bir ön seçim yapmak için müfredatın belirli yönlerini ve kriterlerini dikkate almalıyız:

Şekilsel

- CV'nin bir kapak yazısı varsa: ister kişiselleştirilmiş ister standart olsun.

- Yazı tipi, tasarım vb.
- Tasarım: okumayı kolaylaştırmak için olağanüstü başlık.

Okumaya başlarken

- Farklı bölümlerin uygun şekilde düzenlenmesi ve dağıtılması.
- Pozisyon için önemli olan hususlar vurgulanırsa.
- Mesleki kariyerinin sunumunda mantık.
- Tutarlılık, düzeltmeler ve yazım hataları.

İçerik

- Kişisel bilgiler (isimler, adres, nüfus, telefon, e-posta...).
- Mesleki hedef: temel, akademik, tamamlayıcı eğitim.
- Mesleki deneyim: Şirketlerin ve sektörlerin giriş ve çıkışları, fonksiyonları, her pozisyonda sorumlulukları ve bunların arttığı görmek, işteki değişiklikler.
- Diller, bilgisayar becerileri, anında ulaşılabirlik, ikamet değişikliği, ilgi alanları.

Fotoğraf

Fotoğrafın müfredatta ve seçim sürecinde uygunluğu hakkında çok fazla tartışma var çünkü ayrımcılığa neden olabilir ve bu da diğer daha önemli hususları bir kenara bırakır. Bu nedenle fotoğrafın var olup olmamasından çok özgeçmişin içeriğine odaklanılması önerilir.

MARIUS DU RAND

ID Number: 8712295074088 • **Mobile No:** 072 910 4171
Email: mariusdurand00@gmail.com • **Languages:** English & Afrikaans
Physical Address: 153 Selborne Ave., Lyttelton Manor, Ceresium Pretoria
Drivers Licence & Own Transport: Code 08 • **Willing to Relocate:** Yes

TIMELINE

ROYAL MNSANDI
Projects Manager
 June 2011 to Nov 2013

- Overall Control of Events Department
- Oversee & Manage of Functions
- Functions Serving from 100 to 2000 Delegates
- Food Costing / Function Quotes / Menu Outlays
- Assisting Managers With Functions
- Client Liaison
- Delegate Kitchen Tasks Simultaneously
- Stock Control
- Managing Impeccable Hygiene & Safety Standards
- Implementing High Working Standards
- Ensuring Quality Culinary Dishes are Served on Schedule
- Modify & Create New Menus as Needed

VALLEY LODGE & SPA HOTEL
Food & Beverage Deputy GM
 January 2009 to June 2011

- Four Star Rating
- Overall Control of Staff in a 100 Bedroom Hotel
- Oversee Hotel / A Conference Venue / Functions
- Oversee Entire Hotel
- Oversee Banqueting Department
- Weekly / Monthly Cost of Sales / OE Reports / Main Accounts
- Client Liaison
- Assisting Managers & Staff on all Levels
- Stock Control of all Food & Beverage Outlets / Main Wine Cellar
- Manage of Each Assigned Department
- Monthly Expenses per Budget
- Ensuring that Staff Maintain an Effective System in Line with Company Policy & Procedures
- Statistics on Individual Persons & on Departments: Weekly, Monthly & Quarterly Meetings with Staff
- Front of House / House Keeping / Reservations
- In House Training of Staff Members
- Running of Outlets in the Spa (5 star rating)

MAIN ACHIEVEMENT
 Hosted Beer PORTULAK, for the World Cup 2010

REASON FOR LEAVING
 Career progression

MWAZI SUPPORT SERVICES
Operations Manager
 June 2006 to December 2008

- Oversee Guest House (4 star rating) / Conferences / Functions
- Overall Control of all Departments & Staff in a 90 Bedroom Guest House
- Oversee Large Outside Functions, Meetings, Corporate Functions
- Weekly & Monthly Risk Reports / Main Accounts
- Budget & Forecasts
- Client Liaison
- Assisting Managers & Staff on all Levels
- In House Training of Staff Members
- Manage of Each Assigned Department, Monthly Expenses as per Budget & Ensure Staff Maintain an Effective System in Line with Company Policy & Procedures
- Control of all Food & Beverage Outlets

MAIN ACHIEVEMENT
 Winner of Pilgrimage Competition (Team of 3)

Hosted Nelson Mandela Children Fund
 for 2 consecutive Years

REASON FOR LEAVING
 Career progression

HOLIDAY INN PRETORIA
Food & Beverage Manager
 March 2005 to June 2006

- Oversee all Operations in the Food & Beverage Department
- Control of Food & Beverage Expenses
- Monthly Balance Sheet Review Meetings with GM & Department Managers of Each Department Responsible for Year & Month on Month Expenses
- Oversee Development Committee Reports
- Functions & Conference Coordinating from 150 to 600 Delegates
- Overall Control of 80 Staff Members
- Dealing with Client & Staff Problems & Customer Complaints
- Hosting Springfield Rugby Team as well as International Teams on a Weekly Basis

REASON FOR LEAVING
 Career progression

- MORE WORK EXPERIENCE CAN BE SUPPLIED ON REQUEST -

PATRIZIO SACCHETTO

Executive Chef

Hong Kong China

SPECIAL HIGH PROFILE EVENTS

Experienced in Organize special event dinner for dignitaries including: Luciano Pavarotti, Sylvester Stallone, Vice President Al Gore, Senator John McCain, and Actor Jackie Chan.

INTERNSHIP

Hotel Du-Rhone, Geneva, Pizzo Atlantic, Paris, Grunewald Hotel, London, Apprenticeship under Chef Rene Verdon Former White House Chef Grand Hotel Des Iles Balnieres.

REFERENCES

Didier Saugy, F&B Director
 rah.dsb@regaphotel.com
 +852 67990106

Peter Martin, G.M
 hkh.gm@regaphotel.com
 +852 61179101

WORK HISTORY

Oct 2013 - Feb 2015 - **Executive Chef**
 Regal Hotels International 5*
 Oversee 5 Hotels, Engineering menu and cost, Wine List, Training F.O.B of the House, auditing, performance and consistency and standards.

Sep 2012 - Sep 2013 - **Consultant chef**
 Michael Zhang Restaurant Group
 Open new Restaurant, Train F.O.B of the House, Design the menu and food cost, Design the kitchen.

May 2012 - Aug 2012 - **Consultant chef (Four Months as agree for Consulting)**
 Sabatini Restaurant, Royal Garden 5* Hotel
 Engineering the whole menu, searching for top ingredients, training the whole staff, teaching new techniques, work with the team closely for four months.

EDUCATION

Jun 1973 - Jul 1976 - **Bachelor Degree**
 E. MAGGIA CULINARY SCHOOL
 Culinary arts

ACHIEVEMENTS AND SPECIAL HIGH PROFILE EVENTS

Recognition for contributions in four published cookbooks and achievement in national media publication including: Bon Appetit, Esquire, Sunset, The New Yorker, Gourmet Magazine, selected by En Route Magazine as one of the top chefs in Country, selected by American experience for commercial.

PREVIOUS EXPERIENCE

- Executive Chef at Spasso Restaurant, Hong Kong
- Executive Chef at Cinacetta Restaurant, Hong Kong
- Executive Chef & B at Woodfin Hotels, San Diego, CA
- Executive chef & B at Delaware North Company Inc. San Diego, CA
- Chef De Cuisine at Bally's & Paris Hotel- Al Dante Restaurant, Las Vegas
- F&B Director and Executive Chef Umberto Corp. San Francisco, CA
- Executive Chef at Donatello Hotel 5* Boutique hotel, San Francisco
- Executive Chef at The Blue Fox Restaurant, San Francisco, CA
- Chef Instructor at Culinary academy, San Francisco, CA
- Sous Chef at Rex II Restaurants, Los Angeles, CA
- Under the Direction of Chef Gustiere Marchel (Three star Michelin)

4. Kişisel Görüşme

Mülakatın farklı amaçları olabilir ama asıl amaç **adaya şirket ve pozisyon hakkında bilgi vermek, adayın kişisel ve mesleki özelliklerini ve pozisyona yönelik** motivasyonlarını bilmek ve şirketin imajını aktarmaktır.

Kişisel görüşme sırasında, adayın açık olan pozisyona uygun olup olmadığını öğrenmek için aday hakkında mümkün olduğunca fazla bilgi edinmelisiniz. Sadece bilginize odaklanmak değil, **kişiyi tanımak** ve şirketimizin kültürüne ve faaliyetine uyup uymadığını görmek de önemlidir.

Temel bir görüşmenin yapısı genellikle şu şekilde yapılandırılmıştır:

- A. **Selamlama.** Genellikle aday ile görüşmeci arasındaki ilk kişisel temastır.
- B. **İlk görüşme.** Siz ve aday arasında rahat bir atmosfer yaratmaya hizmet eden kısa tanıtım konuşması.
- C. **Giriş.** Konuyla başlar, konuşmayı odaklamak için konuyu veya şirketi sunar.
- D. **Görüşmeci soruları / Aday yanıtları.** Sorular genellikle başlangıçta genel konular hakkındadır, görüşme ilerledikçe ayrıntılara ve daha spesifik yönler iner.
- E. **Görüşmeyi sonlandırma.** Adayı anladığınızdan ve hiçbir şeyi yarım bırakmadığımızdan emin olmak için denediğiniz bazı noktaları veya konuları gözden geçirmek genellikle ilginçtir. Adaya sürecin sonraki aşamaları hakkında bilgi verilmesi, daha fazla görüşme olup olmayacağı, adayın beklenen dahil olma süresi ve sürecin kapanması ve ayrıca olası şüpheleri hakkında soru sormasına izin verilmesi tavsiye edilir.

Her durumda, görüşmeyi yürütürken dikkate alabileceğiniz bazı pratik genel hususlar:

1. Görüşülen kişiyle göz temasını sürdürün.
2. Dikkat edin; cep telefonu, posta vb. beklenmedik kesintilerden kaçınmaya çalışın.
3. Vücut duruşunuza ve sesinize özen gösterin.
4. Sorularınızı formüle etme şeklinizi ele alın. Tipik bir konu hakkındaki fikrinizi gösteren sorulardan kaçının.

Şu anda en çok kullanılan görüşme **kritik olayların görüşmesidir**. Bu görüşme, adayın profilini öğrenmemizi ve geçmiş durumlarda sergilediği davranışlarla ilgili sorular sorarak şirkete uyup uymayacağını kontrol etmemizi sağlar.

Bu tür bir mülakatın başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için doldurulacak pozisyonun gerektirdiği yetkinliklerin her birinin tanımlanması gerektiğinin vurgulanması önemlidir.

- Şimdiye kadar iki tür görüşmeden bahsettik:
- Kritik olayların görüşmesi.
- Yeterliliklere göre görüşme.

KRİTİK OLAYLARIN GÖRÜŞMESİ

Kritik olay görüşmesi aşağıdaki yönlerle karakterize edilir:

- Normal olarak, adaydan kendisi veya önceki işinin temsilcisi için önemli bir son durumu soracağız.
- Adaydan, yaşadığı somut bir durumu (film gibi anlatarak) bize neler olduğunu, ne yaptığını ve bu sorunu veya durumu nasıl çözdüğünü anlatmasını bekliyoruz.

- Adayın hangi unsurlara önem verdiğini, stresli durumlarda karar verme ve muhakeme tarzını görmesini sağlar.

YETERLİLİKLERE GÖRE GÖRÜŞME

Adayın yetkinliklerini bilmek önemlidir. Müfredata konulan bilgiler çok statiktir ve şirket içinde olabilecek sorumlulukları, belirli faaliyetleri ve olasılıkları tam olarak anlamamıza izin vermez.

Bazı basit sorularla değerlendirilebilecek yeterliliklerden bazıları şunlardır:

- Müşteri odaklılık.
- Öğrenme kapasitesi.
- Üretkenlik.
- Uyarlanabilirlik-esneklik.
- Liderlik.
- İkna ve etkileme.
- Takım çalışması.
- Basınca tolerans.
- Duygusal istikrar.
- Sorun çözümü.
- Kendi imajınız.
- Kişi-ofis-şirket uyumu.
- Mesleki gelişim beklentileri.
- Yeni pozisyonla ilgili motivasyon.

Yetkinlik görüşmesi, yapılandırılmış keşif stratejisi olarak bilinen şey için yararlıdır ve görüşülen kişinin önceden uygulamaya konmuş olup olmadığını araştırarak, görüşülen kişinin bir dizi yeterliğe sahip olduğuna dair göstergeler bulmaya çalışır.

Bir davranış veya yeterlilik görüşmesinde sorulan sorular, adaylardan „yaşadıkları bir deneyim”, „... „ve” örnekleri... „ Bu tür sorular adayı teorik cevaplar vermekten caydırır.

İpuçları: Yalnızca adayın yakın geçmişindeki bazı somut durumlarda ne yapmış olabileceği önemlidir. Genellemeler aranmaz ya da adayın „eğer...” olsaydı yapacağını düşündüğü şey aranmaz. Belirli davranışlarla ilgili sorular adayı doğru cevaba götürmez çünkü doğru cevap yoktur.

Bu tür görüşmeler **STAR** modeline dayalıdır:

- Görüşülen kişinin yakın geçmişinde yaşadığı gerçek bir **Durum (Situation)**.
- Görüşülen kişinin bu durumda yerine getirmesi gereken **Görev (Task)** neydi, yani rolü neydi?
- **Eylem (Action)** veya somut eylem neydi, yani tam olarak ne yaptı?
- Bu eylemin **Sonucu (Result)** ne oldu?

Görüşülen kişi açık bir soruya çok genel yanıtlar veriyorsa veya alakasız yönleri açıklarken kayboluyorsa, açıklama almak için bu tür soruları kullanabiliriz:

- Sizi bu duruma sokan nedir?
- Kim müdahale etti?
- Rolünüz tam olarak neydi?
- Sonra ne yaptınız?
- Hangi sonuç elde edildi?
- Bana daha detaylı tarif edebilir misiniz?

İÇ İLETİŞİM VE ÇALIŞMA ORTAMI

İç iletişim, hem dış hem de iç müşterilere (çalışanlar ve işbirlikçiler) iyi bir hizmet sunan her kuruluşta çok önemli bir unsurdur. Bu anlamda ve tamamen teorik olarak, **günlük iletişim (operasyonel)** ile **stratejik iletişim (orta-uzun vadeli)** arasında ayırım yapabiliriz..

İlki, genellikle şu yollarla gerçekleştirilen günlük şirket faaliyetleriyle ilgilidir:

- E-posta.
- Telefon.
- Yüz yüze.

İkincisi, aynı organizasyonla ilgili tüm farklı yönleri (yapı, işleyiş vb.) ifade eder.

Bu yönleri analiz etmek için daha çok kullanılan yöntemler şunlardır:

- Sürekli iyileştirme için çalışma oturumu.
- Aylık toplantılar.
- Yıllık toplantılar.
- Çalışma ortamı hakkında araştırma yapın.
- Bu bölümde, aşağıdaki hedeflere sahip olan çalışma ortamına odaklanacağız:
- Farklı konu başlıklarına ilişkin **çalışanların algı ve görüşlerini bilmek** (genelde iletişim, takım çalışması, hiyerarşik yapının şeffaflığı, memnuniyet, ücret vb. konular ana konulardır).
- Çalışanları motive etmek ve fikirlerine değer verildiğini hissettirmek amacıyla **aktif katılımcılar haline getirmek**.
- Şirketin günlük durumu hakkında **değerli bilgiler edinin**.
- Günlük işleri daha verimli hale getirerek optimize etmeyi amaçlayan **eylem hatları geliştirin**.

Resmi bir tanım olarak, örgüt iklimi, örgüt çalışanlarının örgüt hakkında sahip olduğu algılar kümesi olarak tanımlanabilir.

Bir organizasyonun çalışma ortamı ne kadar iyi olursa, insanlar o kadar memnun ve motive olacak ve bu nedenle organizasyona katılım ve üyelik dereceleri daha yüksek olacak, bu da işlerinde bir gelişme ve daha fazla müşteri memnuniyeti üzerinde bir etkiye sahip olacaktır.

HANGI UNSURLAR ŞİRKETTE İYİ BİR İKLİMİ TEŞVİK EDER?

Pozitif Örgüt İklimi teşvik ederken şirketlerin dikkate alması gereken bazı hususlar şunlardır:

- **İşin doğası:** çeşitlilik, özerklik, heyecan verici proje, kişisel ve mesleki gelişim.
- **Çalışma saatleri:** esneklik, saat sayısı, vardiyalar.
- **Çalışma grubu:** uyum, çevre, ilişkiler.
- **Tanım:** dikkate alma, karar vermeye katılım, ödüller.
- **Organizasyon türü:** prestij, ün, büyüklük, gelecek, projelere katılım.
- **Teşvikler:** maaş, ödüller, statü.

Pozitif Örgüt İklimi farklı nedenlerden dolayı önemlidir:

- **İş tatmini.** Hiç şüphe yok ki, işyerindeki olumlu tepkiler, bir şirketin çalışma ortamındaki iyi sonuçlarla bağlantılıdır.
- İnsanlar memnun değilse, kuruluşların müşteri hizmetleri, üretkenlik ve ürün kalitesinde rekabetçi kalite seviyelerine ulaşmayı arzulamayacakları kanıtlanmıştır. Motive olmuş ve kendini işine adanmış personel, kuruluşların başarısında belirleyici bir faktördür.

ÇALIŞMA İKLİMİ ANALİZİ

Çalışma İklimi Analizi, bu yönleri analiz etmemize ve iyileştirmemize yardımcı olur. Ancak, iyi bir çalışma ortamı elde etmek için neye odaklanmamız gerekiyor? Aşağıda, bize yardımcı olacak bir dizi soru bulunmaktadır:

- Personelimizin memnuniyetini sağlamak için önemli yönleri ve bunların göreceli önemini araştırıp belirledik mi?
- Anketler, yapılandırılmış görüşmeler veya odak grupları yoluyla personelimize periyodik olarak memnuniyet soruyor muyuz?
- Bize bir öncekini tamamlayan bilgiler veren dahili performans göstergeleri belirledik mi?
- Sonuçları ve performans göstergelerini analiz ediyor, hedefler ve iyileştirme planları belirliyor ve kendimizi harici olarak karşılaştırıyor muyuz?
- Sonuçları personelimize iletiyor muyuz?

Bunun için kuruluşların yönetimlerini iyileştirmelerine yardımcı olmak için çalışma ortamının analizine ve anlaşılmasına olanak tanıyan ölçüm ve teşhis araçlarına sahip olmak gerekir.

Çalışanlar arasında yapılan görüş anketi, çalışan memnuniyetinin ölçülmesi, kontrol edilmesi ve iyileştirilmesi için en etkili araçtır. Çalışanın sesinin duyulduğu ve organizasyonun tepesinde duyulduğu ana mekanizmadır.

Anket yoluyla elde edilen sonuçlara ek olarak, çalışanların iş doyumsuzluğunu belirlemek için kullanılacak gözlemlenebilir ve ölçülebilir başka göstergeler de vardır. Bu göstergelere örnekler:

- **Rotasyon:** Şirketten ayrılanların toplam kişi sayısına oranı.
- **Devamsızlık ve hastalık:** Kişi başına yıllık ortalama izin günleri.
- **Dakiklik:** Kişi başına ortalama gecikme süresi.
- **İşçi çatışması:** Grevler, iş bırakmalar, toplantılar vb. nedeniyle yılda kaybedilen gün sayısı.

Performans değerlendirme ve iyileştirme

360 derece değerlendirme veya geri bildirim nedir ve uygulanması nasıldır?

360 Derece Değerlendirme, bir çalışanın temel güçlü yanlarını ve fırsat alanlarını belirlemesine destek görevi gören, iş arkadaşlarından aldığı kişisel yetkinliklerle ilgili geri bildirim setidir. 360 olarak adlandırılmasının nedeni, değerlendirilen kişinin öz değerlendirmesini ve aynı zamanda Doğrudan Yönetici, Yardımcılar, İşbirlikçiler ve İç veya Dış Müşteriler dahil olmak üzere iş arkadaşlarının değerlendirmelerini içermesidir.

Çalışanları ölçülebilir hedeflere ve sonuçlara ulaşma konusunda derecelendiren yıllık performans incelemelerinin aksine, 360 derecelik değerlendirme, bu sorumluluklar için kritik olan mesleki ve kişisel yeterliliklere odaklanır.

Bu nitelikler yetkinlikler olarak bilinir ve temel olanlardan bazıları şunlardır:

- **Liderlik.** Delegasyon, Eylem Sorumluluğu, Motivasyon, Karar Verme, Risk Alma, Erişilebilirlik.
- **Duygusal Zeka.** Empati, İstikrar, Güvenlik.
- **Kişisel değerler.** Saygı, Etik, Fiziksel Sunum.
- **Takım çalışması.** Katılım, Geribildirim, Farklılıkların Kabulü, Müzakere.
- **İletişim.** Sözlü Sunum, Fikirleri Anlama, Dinleme Becerisi.
- **Yaratıcılık.** Problem Çözme, Yenilik.
- **Organizasyon.** Notların Alınması, Sorumlulukların Yerine Getirilmesi.
- **Kurumsal değerler.** Vizyon ve Misyona Uyum, Şirkete Sadakat.

360 derece değerlendirme, bir işbirliğinin hedeflerine ve sonuçlarına ulaşmasını değerlendirmek için tasarlanmamıştır. Astların, müşterilerin veya teminatların doğrudan patron rolündeki sonuçlarımızı değerlendirmesi uygun değildir. Ancak performansı teknik ve mesleki becerileri açısından değerlendirebilirler.

Bir önceki noktada görülen yetkinlikler, özellikle kişisel yeterliliklere yöneliktir, ancak çalışanın performansı ile daha ilgili olan diğer yeterlilik türleri pekala ele alınabilir:

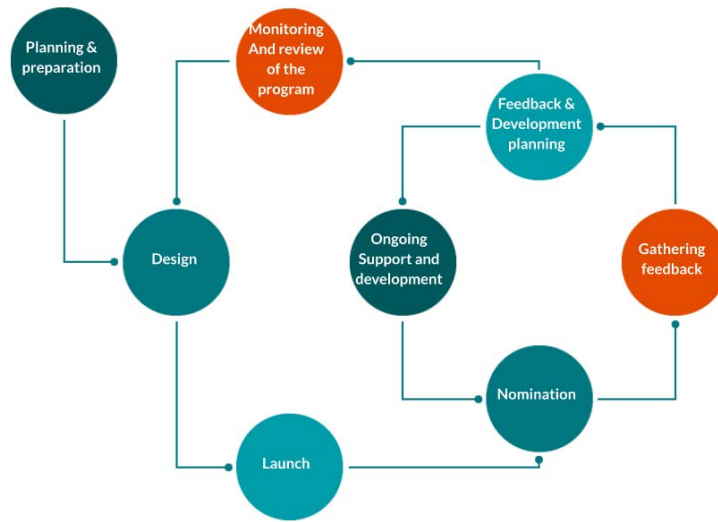
- **Teknik bilgi.** Diğerlerinin yanı sıra platformların alanı, muhasebe ve finansal bilgi.
- **Ürün veya Hizmetin Etki Alanı.** Çalışanın şirket tarafından sunulan ürün veya hizmet hakkındaki bilgisi ile ilgilidir.
- **Müşteri Desteği.** Doğrudan harici müşterilerle ilgilenen ortak çalışanlar için.
- **Satış Becerileri.** Potansiyel müşterilerle doğrudan ilgilenen ortak çalışanlar için.

Diğer bir deyişle, 360 derecelik bir değerlendirme, tüm çalışanların performansını ve üretkenliğini artırmak için önemli bir tetikleyici olabilir.

Ortak çalışanlar arasında sürekliliği sağlamanın ve geri bildirim döngüsünü tamamlamanın önemini zaten gördük. Dikkate alınması gereken son kısım, bu sürekliliği tam bir döngü haline getirmek ve tüm süreci yeniden tamamlamaktır.

Bu, çalışanların gelişiminin ve eğitim kurslarının onlar üzerindeki etkisinin ölçülmesine yardımcı olur. Şimdi, bir işbirliğinin kendi fırsat alanlarını belirleyebilmesi ve daha sonra eğitim üzerinde çalışması ve iş arkadaşlarına gelişme göstermesi için geçen süreç ve zaman, zaman alır ve aceleye getirilmemelidir. Önerimiz, 360 derece değerlendirmeleri ilk kez uygulandığında, tekrar uygulamak için bir yıl süre vermeleridir. Çalışanlar sürece alıştıkça ve faydalarına tanık oldukça, tercihen altı ayda bir olmak üzere daha kısa değerlendirme dönemleri tercih edilebilir.^{14F}

İstisnalar olabilir, örneğin, 360 değerlendirme sadece işletme için hayati önem taşıyan 1 veya 2 yetkinliği değerlendirdiğinde, değerlendirmeler iki ayda bir yapılabilir.



YÖNETİM DEĞERLENDİRMELERİ

Yöneticiler genellikle astlarının eylemlerini yönetmekten sorumludur. Bu nedenle, bir çalışanın performansı, yöneticilerinin denetleme becerileriyle ilişkilendirilebilir. **Yeni bir performans yönetim sistemi**, çalışanlara kilit alanlarda yöneticilerini değerlendirme fırsatı veriyor. Bu, bölüm başkanları ve liderlerinin yanı sıra orta düzey yöneticileri denetleyen ve yöneten şirketteki daha üst düzey çalışanlar için yararlı bir araçtır.

METRIKLERİ ORTADAN KALDIRMA

Tarihsel olarak, çalışan değerlendirme formları ve yazılım programları, çalışanların kilit alanlarda nasıl performans gösterdiğini 1'den 5'e kadar bir ölçekte değerlendiren bir puan sistemiyle çalıştı. İşin kalitesi ölçülmekten ziyade subjektiftir. **Performans yönetimindeki son trendler**, şirketin sağlığına katkıda bulunan katılım, katkı, problem çözme ve ekip çalışması girişimlerinin değerlendirilmesini içerir.

ÖDEME BAĞLANTISINI KALDIRMA

Geleneksel olarak, performans değerlendirmeleri ücret artışlarıyla ilişkilendirilmiştir. Belli bir seviyede performans gösterirseniz, maaşınızda belli bir oranda artış elde edersiniz. Gelişmekte olan değerlendirme ölçütlerine çok benzer şekilde, birçok şirket **yeni performans yönetim sisteminin** bir parçası olarak bu süreci değiştiriyor veya ortadan kaldırıyor. Bunun yerine, yüksek performans gösterenleri ödüllendirmek için yaşam maliyeti artışları yapıyor, katkı paylarına dayalı ödeme yapıyor ve ikramiyeler ve kar paylaşımı seçenekleri veriyorlar.

Tekdüze **çalışan performans yönetimi** için mükemmel bir sistem olmamasına rağmen, giderek daha fazla sayıda işveren, daha ilerici süreçler lehine eski usul uygulamalardan uzaklaşıyor.

SIPARIŞ SÜRECİ

Emir veya komutun HORECA kuruluşlarında belirli bir yolu vardır. Kesin sipariş, işletmenin türüne ve büyüklüğüne bağlı olacaktır, ancak seyahat programı temelde aynıdır.

Sorumlu kişi siparişi almayı bitirir bitirmez, siparişi yerine getirmekle görevli kişiye derhal bir kopyasını vermelidir. Bu da her hizmete karşılık gelen sorumlulukları devretmelidir: bir yanda içecekler, diğer yanda yiyecek hazırlama. Ayrıca kendi yöneticileri olacak tatlılar ve kahveler de var.

Mutfakta da belli bir düzen vardır. Sipariş geldiğinde herkes kendisine düşen görevi üstlenir. Aşçıbaşı, sadece her şeyin mükemmel yapıldığını değil, aynı zamanda bir masadaki tüm yemeklerin aynı anda çıktığını da doğrulamalıdır. Bu süreç, büyük bir **koordinasyon** ve çok sayıda **eğitim** gerektirir, ancak **müşteri için tatmin edici bir deneyim garanti etmek** esastır.

Siparişin bir başka nüshası, tüketim bittiğinde hesabı kapatan ve ilgili faturayı düzenleyen faturalamadan sorumlu tarafa gitmelidir. Hizmet sona erdiğinde, siparişlerin birer nüshası muhasebe amacıyla saklanmakla birlikte, işletmenin işleyişine ilişkin genel bir değerlendirme yapmak amacıyla da saklanır.

Öte yandan **teknoloji**, HORECA işletmelerinin çok değerli bir suç ortağıdır ve bu dönemde temel bir rol oynamaktadır. **Sıkı güvenlik protokollerinde bile müşteri hizmetlerinin mükemmel kalmasını sağlar.**

COVID-19 sırasında, sosyal mesafe ve insanlar arasındaki teması en aza indirme ihtiyacı, işin tüm alanlarını etkiler. Ve tam olarak sipariş almak, teknolojik kaynaklarla en uygun koşullarda tutulan, özellikle hassas bir alandır. Koronavirüsün önlenmesini teşvik etmenin yanı sıra, HORECA işlerini düzene sokar ve tüm süreci optimize eder.

Birçok şirket dokunmatik ekranlı sipariş ve komuta sistemlerine yatırım yaptı. İstemci masaya oturur ve üzerinde bir uygulamanın görüntülediği bir tablete sahiptir. İçinde konuk, tüketmek istediği şeyin tüm sipariş sürecini gerçekleştirir. Bu tablette mektubu, fotoğrafları, fiyatları, açıklamaları ve tüm detaylarıyla görebilirsiniz. Ve ayrıca o cihazda siparişinizi kaydedin. Sipariş mutfaka iletilir ve yemek hazır olduğunda işletmede kurulan sisteme göre lokantaya ulaşır.

Bazı müşterilerde yemek tabağı masadaki garsonlar aracılığıyla gelir. Diğerlerinde, müşteri önceden haber vererek bardan kaldırır. En teknolojik kuruluşlarda konveyör bantlar kurulur veya robot garsonlar bulunur.

Emir ve komuta sistemini dijitalleştirmenizi sağlayan birkaç uygulama var. Aynı zamanda menü ve hatta ödeme sistemi dijitalleşiyor. Müşteri ayrıldığında cihaz dezenfekte edilerek tekrar kullanılabilir hale gelir.

SÜREÇ DEĞERLENDİRME YÖNTEMLERİ

- **Sürekli veya Yıllık Performans Değerlendirmeleri:** Performans yönetimindeki son trendlerden biri, yöneticilerin çalışanlarına yıllık veya altı aylık incelemeler yapmak yerine düzenli, sürekli performans geri bildirimini sağlamasıdır. Yöneticiler, düzenli kontroller ve kısa 1:1 toplantılar gibi protokolleri kullanarak o andaki performans sorunlarını tartışabilir ve istenmeyen performans sorunları kökleşmiş ve değiştirilmesi zor hale gelmeden önce davranışları yeniden yönlendirebilir. Büyük resim analizi ve hedef belirleme için resmi değerlendirmeler hala yapılabilir.
- **Öz Değerlendirmeler:** **Çalışan performans yönetimi** daha önce bir öz-değerlendirme bileşeni içermesine rağmen, **performans değerlendirmedeki son trendler** bu uygulamanın genişletilmiş bir versiyonunu içermektedir. Çalışanlar, en dikkate değer başarıları ve başarıları olduğuna inandıkları şeyleri vurgulamanın yanı sıra gelecek yıl ulaşmak istedikleri hedefleri ve mesleki gelişim hedeflerini ana hatlarıyla belirtme fırsatına sahiptir. Çalışanlardan ayrıca zorluklarını veya iyileştirme ihtiyaçlarını paylaşmaları istenebilir. Bu **yeni performans yönetim sistemi** ile yöneticiler, bir değerlendirmeden önce sunumları gözden geçirme fırsatına sahip olurlar.

DEĞERLENDİRMELER İÇİN İYİ UYGULAMALAR

Bir dizi alanda etkili uygulamalar, kuruluşların elde tutma hedeflerine ulaşmalarında ve çalışanları aynı kurallarla değerlendirmelerinde özellikle güçlü olabilir. Bu alanlar şunları içerir:

- **İşe alma.** İşe alım uygulamaları ciroyu güçlü bir şekilde etkileyebilir ve önemli araştırmalar, başvuranlara işe alım sürecinde gerçekçi bir iş önzemesi sunmanın yeni işe alınanların elde tutulması üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir.
- **Sosyalleşme.** Yeni çalışanlar arasında ciro genellikle yüksektir. Stratejik bir işe alım ve özümleme programı aracılığıyla sağlanan sosyalleşme uygulamaları, yeni işe alınanların şirkete yerleşmesine ve dolayısıyla şirkette kalma olasılığının artmasına yardımcı olabilir. Bu uygulamalar, paylaşılan ve bireyselleştirilmiş öğrenme deneyimlerini, insanların birbirini tanımalarına yardımcı olan resmi ve gayri resmi faaliyetleri ve yeni işe alınanlar için rol model olarak daha deneyimli çalışanların atanmasını içerir.
- **Eğitim ve geliştirme.** Çalışanlara becerilerini sürekli olarak güncelleme fırsatı verilmezse, işten ayrılmaya daha yatkındırlar.
- **Tazminat ve ödüller.** Ücret düzeyleri ve memnuniyet, bir çalışanın kuruluştan ayrılma kararının yalnızca mütevazı belirleyicileridir; ancak, bir şirketin üç olası stratejisi vardır:
 1. Tazminat ve ödüller konusunda pazara liderlik edin.
 2. Kişiye dayalı bir ödeme yapısında ödülleri bireysel ihtiyaçlara göre uyarlayın.
 3. Ödüller ile işte kalma arasında açıkça bağlantı kurun (örneğin, tatil saatlerini kıdemle ilişkilendirin, daha uzun süreli çalışanlara işte kalma ikramiyeleri veya hisse senedi opsiyonları sunun veya tanımlanmış sosyal yardım planı ödemelerini hizmet yıllarıyla ilişkilendirin).
- **Denetim.** Birçok çalışma, bir süpervizör tarafından adil muamelenin elde tutmanın en önemli belirleyicisi olduğunu ileri sürmüştür. Bu, bir şirketin denetim ve yönetim geliştirme ve iletişim becerileri geliştirmeye odaklanmasına yol açacaktır.

- **Çalışan bağlılığı.** Bağlı çalışanlar işlerinden memnundur, işlerinden ve organizasyondan zevk alırlar, işlerinin önemli olduğuna inanırlar, şirketlerinden gurur duyarlar ve işverenlerinin onların katkılarına değer verdiğine inanırlar. Bir çalışma, bağlılığı yüksek çalışanların, bağlı olmayan çalışanlara göre işten ayrılma olasılığının beş kat daha az olduğunu buldu.
- **Çalışan Memnuniyeti,** yalnızca çalışanların ne kadar mutlu veya memnun olduğunu gösterir. Genel olarak, işverenlerine ve/veya işletmedeki rollerine yönelik motivasyon, katılım veya bağlılık düzeylerine değinmez. Bunların hepsi çalışanlarını mutlu etmek ve ciroyu azaltmak isteyen şirketler için önemlidir, ancak çalışan memnuniyeti genel çözümün yalnızca bir parçasıdır. Aslında, bazı kuruluşlar için memnun çalışanlar, kuruluşun onsuz daha iyi durumda olabileceği kişilerdir. Memnuniyet, yüksek performans veya katılım anlamına gelmez. Çalışan memnuniyetinin nasıl artırılacağına odaklanan İK fikirleri ve stratejileri, çoğu zaman yüksek performans gösterenlerin moralini bozan sonuçlara sahiptir.
- **Çalışan sadakati:** Sadakat, her şeyden önce karşılıklılık ile ilgilidir. Çalışanlar, örgütün kendileri için en iyisini istediği ve bunun sonucunda başka bir iş aramadan ellerinden gelenin en iyisini yapmaya devam edecekleri hissine sahip olmalıdır. Çalışan sadakati, her şeyden önce, organizasyonun işleri nasıl düzenlediği ve bunun çalışana iletilme şekli ile belirlenir. Sadakat, çalışanları ellerinden gelenin en iyisini yapmaya ve en yüksek standartlarda performans göstermeye teşvik etme eğilimindedir. Örgüt sadık çalışanlara sahipse verimli ve verimli çalışan çalışanlara sahip olacaktır. Bu, işletmenin genel performansını artırabilir ve bu da satışları ve kârı artırabilir. Bu her zaman iş için iyi bir haber olacak. Sadık bir çalışan (veya daha iyisi, sadık çalışanlardan oluşan bir ekip) şirketin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olacaktır. Çalışan sadakati, şirketin yaşadığı devir oranlarını düşürür. Yeni bir ekip üyesini işe almak hiçbir zaman kolay değildir ve bir bütün olarak işletme için ek maliyetler yaratabilir. Sadık çalışanların da şirketi bir bütün olarak geliştirmek istemeleri muhtemeldir. Fikirler ileri sürerler, daha iyi satışlar için çalışırlar ve genellikle kendilerini ait hissettikleri şirketin başarılı olmasını sağlamak için ellerinden gelenin en iyisini yaparlar.
- **Çalışan bağlılığı:** Çalışan bağlılığı, kuruluş işverenine karşı sadakat ve sevgi tutumu, daha geniş değerleri paylaşma ve kendini kuruluşun misyonunun, vizyonunun ve hedeflerinin bir parçası olarak görme olarak tanımlanmıştır.

KATILIM VE DAHİL OLMA

Katılım ve katılım hakkında konuştuğumuzda, şirketin çalışanlarında bağlılık yaratmasını kastediyoruz. Gayri resmi bir durum, mesai saatleri dışında 10 dakika kalmanın çalışanlar arasında bir çatışma veya rahatsızlık yaratmaması veya iş yoğunluğuna rağmen gereğinden fazla yapılmaya çalışılması olabilir.

KATILIM VE DAHİL OLMA ARASINDAKİ FARK

İnsan kaynakları yönetiminde, genel sözlükte aynı anlam olmasına rağmen, bu iki terimin anlamı oldukça farklıdır. İnsan kaynakları yönetiminde, **çalışan dahil edilmesi**, çalışanların kendi çıkarlarına dahil edilme şekli olarak tanımlanabilir. Bireysel temelli bir bağlanmadır ve doğrudandır.

Yönetim, bireysel çalışanlarla inisiyatif alır ve belirli bir ortak hedefe ulaşmak için dahil edilir. Çalışanlar ve yönetim arasındaki ortak çıkarları gözetir. Ana hedefleri, çalışanların güçlendirilmesini ve bağlılığını sağlamaktır. Katılımı artırmak için katı ve hızlı bir kural yoktur.

İnsan kaynakları yönetiminde ise çalışan katılımı, katılımdan farklıdır ve kolektif bir süreçtir. Bunda, şirkette önemli olan tüm faaliyetlerde diğerlerine katılmaya çalışır. Bir şeye katılmayı içerir ve az ya da çok sıklıkla, çalışma haklarının katılım için önemli olduğu bazı norm ve/veya mevzuatın desteğine sahiptir.

Bu katılım ve dahil olma birçok yolla elde edilebilir, ancak özellikle aşağıdakiler gibi bazı **temel İK politikaları**yla sağlanabilir:

- İşbirlikçilerin aldıkları maaşın yaptıkları görevlere ve sorumluluklara uygun olduğunu algılamaları için eşitlik ve maaş adaleti arayan **ücretlendirme sistemi**.
- Yeteneği elde tutmak ve geliştirmek için **kariyer ve eğitim planları**.
- İş ve özel yaşam arasındaki **dengeyi** kolaylaştıran çalışma saatleri.
- **Çalışma esnekliği**, izin isterken, mesai saatleri oluştururken vb.

Eşzamanlı olarak, organizasyon, ekip ruhu oluşturan ve şirkete ait olma duygusunu geliştiren daha eğlenceli veya sosyal nitelikteki önlemleri teşvik edebilir.

- Örneğin herkesin şirket logolu aynı gömleği giydiği **dayanışma etkinliklerine** (dayanışma yarışları, turnuvalar vb.) katılım.
- Kültür ve şirket değerlerinin çalışılacağı **açık hava günleri** (açık hava etkinlikleri).
- „En iyi çalışan için ödüller / en iyi bölüm için ödüller” bölümü ile **iş yemeği / öğle yemeği**.

Bu tedbirler, her halükarda, zorunlu değil gönüllü olmalıdır.

Çalışan katılımını artırmaya yönelik diğer bazı faaliyetler şunlar olabilir:

- Şirketin yöneticisi veya CEO'su ile birlikte zaman geçirmek ve ofis dışındaki konularda yüz yüze konuşmak için **ortak kahvaltılar**.
- Şirket içinde bir **diyalog alanı**, şirket içi konuların tartışılabileceği bir alan oluşturulması.
- Şirketin teşvik ettiği spor, esneme, yoga veya diğer **fiziksel faaliyetler**.
- Şirkette 24 saat mevcut olan **atıştırmalıklar, meyveler, kahve veya diğerleri**.
- Duruma bağlı olarak **temalı günler** (Noel, Doğum günleri, yerel partiler veya diğerleri).
- Hem şirket içinde hem de şirket dışında **ekip oluşturma eğitimi**.
- Şirkette iyileştirme önerileri içeren **anonim posta kutusu**.
- Her birinin neyle ilgilendiğini bilmek için **dahili haber bültenleri** veya yayınlar.

ÇALIŞANLARI DAHİL ETMEK İÇİN NE YAPILMALI?

En ilgili çalışanlar, performanslarını olumlu yönde etkileyen ve örgütsel verimliliği artıran işlerinden daha fazla motive ve tatmin olurlar.

- Tüm personeli kuruluşa dahil etmek için motive edin. Kuruluşun üyeleri motive olurlarsa ve görevlerini yerine getirirken tanındıklarını hissederlerse, sonuçlarını iyileştirmek ve kuruluşa entegre olmak için çaba göstereceklerdir, grubun sinerjisi elde edilir. Her bireyin yetenek seti, problem çözme ve grup sonuçları elde etme yeteneğini geliştirir.

- İnisiyatifi ve yaratıcılığı desteklemek kuruluşun hedeflerini geliştirir. Şirket üyelerinin uygun iletişim kanalları ile görevlerinde inisiyatif almalarına izin verilmektedir. Her zaman sınırlarının farkında olmalıdırlar.
- Becerilerini, bilgilerini ve deneyimlerini geliştirmek için aktif olarak fırsatlar arayın ve deneyimlerini kuruluşun geri kalanına aktarmalarına izin verin.
- Kişilerin sorumluluklarını kendi sonuçlarına göre tanımlayın.

Örgüt üyeleri kendileri için hareket ederler. İşlerinin ihtiyaç ve beklentilerini bir süreç içinde karşılamakla yükümlüdürler. Görevinizde liderlik uygulamalı ve elinizden gelen her şeyi kendi tarafınıza koymalısınız, böylece görev başarılı bir şekilde yürütülür ve istenen sonuçlara ulaşılır.

Çalışma ekibi ilginç ve önemli şirket verilerini bildiğinde, şirketin sonuçlarının iyileştirilmesine katkıda bulunur. **Çalışmaya katılım** üç boyuttan oluşur:

1. **İş ile psikolojik özdeşleşme:** Öznenin işe atfettiği önem ve onu hayatının ne derece merkezi olarak gördüğü.
2. **Performans ve benlik saygısı arasındaki ilişki:** İşteki performansın öznenin özsaygısını etkileme derecesi.
3. **İşe karşı görev ve yükümlülük duygusu:** Yerine getirilmesi gereken bir yükümlülük daha olduğu için işe olan ilginin kaybolması.

Şirkette elde tutma ve yaş yönetimi

Günümüz toplumunda artan çeşitliliğin (yaş, cinsiyet, uyruk, deneyim, fikir...) yönetimi, birçok kuruluş için büyük bir rekabet avantajı olabilir. Hepimiz denkleme katkıda bulunuyoruz ve gücümüz, deneyim ve odaklanmanın bu tür zenginliğini ve çeşitliliğini iyi kullanmakta yatar.

Yaş yönetimi nedir? Yaş yönetimi bütüncül, nesiller arası ve yaşam seyri odaklıdır.



YAŞ YÖNETİMİ UNSURLARI

- İhtiyaçlarının ve bakış açılarının dikkate alındığından emin olmak için çalışan temsilcilerini ve genç çalışanlar da dahil olmak üzere çalışanları sürece dahil edin;
- Tam zamanlı, yarı zamanlı ve esnek çalışanların değerlendirmede dikkate alındığından emin olun;
- Gerçek davranışlara ve çalışanın maruz kaldığı fiziksel ve zihinsel yüklerle ilişkin daha doğru bir bakış açısı kazanmak için iş görevlerini yürütülürken değerlendirin (yalnızca iş unvanlarına odaklanmayın); Ve
- Genç çalışanlar da dahil olmak üzere tüm çalışanlar üzerinde etkisi olan önlemler sağlayın.

İŞYERİNDE EŞİTLİK, KAPSAYICILIK VE ÇEŞİTLİLİK

Avrupa Birliği'nin İşleyişine İlişkin Antlaşma'da (TFEU) belirtilen önemli ilke, hedef ve faaliyetler arasında, koordineli bir stratejinin geliştirilmesi yoluyla yüksek düzeyde istihdamın teşvik edilmesi yer alır. TFEU'nun 9. maddesindeki yatay fıkraya göre, AB politikalarının ve faaliyetlerinin tanımlanmasında ve uygulanmasında yüksek düzeyde istihdam hedefi dikkate alınmalıdır. Bu, yeterli sosyal koruma, sosyal dışlanmaya karşı mücadele ve yüksek düzeyde eğitim, öğretim ve insan sağlığının korunması garantisi ile yapılmalıdır.

Ayrıca, TFEU'nun 8. ve 10. Maddeleri, Birlik'in politikalarını ve faaliyetlerini tanımlarken ve uygularken eşitsizlikleri ortadan kaldırmayı ve kadın ve erkek arasındaki eşitliği teşvik etmeyi ve cinsiyet, ırk veya etnik köken, din veya inanç, engellilik, yaş veya cinsel tercih.

İstihdam ve meslekte eşit muameleye ilişkin **2000/78/AT sayılı Direktifin temel içeriklerinden** de bahsetmekte fayda var.

- Irk Eşitliği Direktifi'nin (2000/43/EC) 13. Maddesi, istihdama erişim, mesleki eğitim ve terfi açısından kadın ve erkek için eşit muamele ilkesinin uygulanmasına ilişkin 76/207/EEC sayılı Direktifin 8a Maddesi ve çalışma şartları.
- Mal ve hizmetlere ilişkin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Direktifi'nin (2004/113/EC) 12. Maddesi ve Yeniden Biçimlendirilen Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Direktifi'nin (2006/54/EC) 20. Maddesi istihdam ve meslek.

İŞE ALMA, YÖNETİM VE PERSONEL TAHSİSİNDE ÇEŞİTLİLİK NASIL TEŞVİK EDİLİR?

Çeşitlilik yönetimi, **bireysel çalışan özelliklerinin tanınmasını, etkili bir şekilde uygulanmasını ve uyumlu hale getirilmesini** içerir. Başarılı çeşitlilik yönetimi, yöneticilerin, örgütsel hedeflere daha iyi ulaşmak için çalışanların bilgi ve becerilerini en üst düzeye çıkarmalarına yardımcı olur. Çeşitlilik, **cinsiyet, etnik köken, kişilik, kültürel inançlar, sosyal ve medeni durum, engellilik veya cinsel yönelim** gibi çok çeşitli faktörlerden kaynaklanabilir.

Pek çok çeşitlilik türü olmasına rağmen, kişilik ve roller açısından pratik nedenlerle azaltılabilir. İnsanlar farklıdır ve onlara farklı davranılması gerekir, bu nedenle şirket çeşitliliğini artırmak için her grubun ihtiyaçlarını dikkate almak ve şirket politikalarını buna göre oluşturmak gerekir.

ÇEŞİTLİLİK YÖNETİMİ

Çeşitlilik kavramı 1980'lerin ortalarında Kuzey Amerika'da başlamış, daha sonra dünyanın diğer bölgelerine yayılmıştır. Dünya ekonomisinin küreselleşmesi ve çok uluslu şirketlerin yaygınlaşması, kavramda yeni bir değişiklik getirdi; çeşitlilik yönetimi, yalnızca bir ülkedeki işgücünün heterojenliğini değil, ülkeler arasındaki işgücü kompozisyonunu da ifade ediyor.

Çeşitlilik yönetimi, farklı geçmişlere sahip çalışanların belirli politikalar ve programlar aracılığıyla bir kuruluşun yapısına daha fazla dahil edilmesini teşvik etmeyi amaçlayan kurumsal eylemlere atıfta bulunur. Aslında, bir organizasyona liderlik eden çeşitli bireylerden oluşan bir liderlik ekibidir.

Yöneticiler, çeşitliliği teşvik etme konusunda en yüksek potansiyele sahiptir: Aslında, çalışanların %45'i, yeni çalışanları işe alan ve onlara rehberlik eden yöneticilerin çeşitliliği artırmak için en fazla güce sahip olduğuna inanıyor.

Yöneticilere ek olarak, CEO ve İK departmanı, bir şirketteki çeşitliliği etkileme becerilerinde ek kilit oyuncular. Ne yazık ki, tüm yöneticilerin kabaca yarısı bu girişimlere zaman ve enerji harcayamayacak kadar meşgul olduklarını iddia ediyor. Bu nedenle, çeşitlilik yönetimi, ekibinizin her zaman büyümesini ve çeşitlilik ve kapsayıcılık çabalarını geliştirmesini sağlamak için özel bir strateji gerektirir.

HERHANGİ BİR ÇEŞİTLİLİK YÖNETİMİ STRATEJİSİ İÇİN GEREKLİ TEMEL UNSURLAR

1. Çeşitlilik programları için kaynakları belirleyin

Her şirketin, çeşitlilik ve kapsayıcılık kadar önemli bir şey için bile sınırlı kaynakları vardır.

Ekibin - özellikle de yöneticilerin - işin içinde olduğundan ve plandaki rollerini ve sorumluluklarını anladığından emin olmak zorunludur. Ayrıca, net bir ayrımcılık yapmama, sıfır tolerans ve taciz politikaları oluşturulmalı ve çalışanlarınızın kendilerini güvende hissetmeleri ve işyerinde rahatça konuşmaları için bunları uygulamalısınız.

2. Çeşitlilik hedefleri ve ölçümleri belirleyin

Mevcut ölçümlere bakarak başlamak ve ardından şirket ekibinin iyileştirmeye ihtiyaç duyduğu alanlara göre hedefler belirlemek önemlidir. Çeşitlilik metriklerine örnekler: şirketler genelinde temsil, departmana göre temsil, başvuranların sayısı, işe alınanların sayısı, çalışan bağlılığı, maaş farkı...

3. Farklı yetenekleri işe alın

Mevcut işe alım pazarlama materyallerini gözden geçirerek başlayın ve çeşitliliği teşvik edici olamayacak her türlü önyargıdan kaçınmak için şirketin kariyer sayfası, iş ilanları, sosyal medya işe alım çabaları ve diğer işe alım platformları ile hangi aday kişilerin hedef alındığını dikkatlice değerlendirin ve analiz edin.

4. Kapsayıcı programlamaya öncelik verin

Herhangi bir ekibi dahil etmenin en iyi yolu, onları yüz yüze bir araya getirmek ve işle ilgili olması gerekmeyen faaliyetler yaparak zaman geçirmektir. Bu katılım taktiklerinden bazıları dikkate alınabilir: çalışma saatlerinde ekip oluşturma toplantılarına ev sahipliği yapmak, bireysel farklılıkları ve benzersiz ilgi alanlarını vurgulamak, kişisel başarıları kutlamak.

İnsanların işe saplanıp kalması kolaydır, ancak şirket kültürü, çalışan bağlılığı ve elde tutmanın çalışanlar için her zaman önceliklendirilmesi çok önemlidir.

5. Çeşitlilik ve duyarlılık eğitimi uygulayın

Danışmanlık sağlamak için belirli bir alandaki çeşitlilik ve kapsayıcılık uzmanlarını araştırmak veya hatta eğitimi kendileri yürütebilirler. Eğitimin tek seferlik bir aktivite olmaması gerektiğine dikkat etmek önemlidir. Ekibinizin her zaman bilgilendirilmesini sağlamak için çeşitlilik ve kapsayıcılık etrafında düzenli eğitim ve öğretim programlarına sahip olmalıdır.

6. Çeşitlilik içeren bir liderlik ekibi oluşturun

Farklı yeteneklere mentorluk yapmak, farklı liderler için daha sezgisel olacaktır; daha ilişkilendirilebilir olacaklar ve farklı geçmişlere sahip insanları kucaklayan çeşitli bir kültürü destekleme olasılıkları daha yüksek olacak.

Başka bir çözüm de, şirket genelindeki birkaç çalışanınızla bir gönüllü çeşitlilik ve katılım komitesi oluşturmaktır. Bir komite, tek bir profesyonelin çeşitlilik ve kapsayıcılık ile ilgili her şeyi bilmesini beklemek yerine, birkaç farklı beyinden fikir beyin fırtınası yapma avantajına sahiptir.

İŞE ALMA, YÖNETİM VE PERSONEL TAHSISİNDE ÇEŞİTLİLİĞİ TEŞVİK ETMEK, DESTEKLEMEK VE GELİŞTİRMEK İÇİN EN İYİ UYGULAMALAR

Çeşitlilik ve kapsayıcılık, şirketin farklı bir işyerini destekleme ve rekabetçi bir iş avantajı elde etmek için çeşitliliğin etkilerinden yararlanma misyonunu, çabalarını ve uygulamalarını içerir.

Çeşitlilik, grupları ve insanları birbirinden ayırmak için kullanılan herhangi bir boyutu içerir. Çoğunlukla çalışanları yaş, cinsiyet, etnik köken, din, engellilik, cinsel yönelim, eğitim ve ulusal köken açısından farklı kılan şeylere saygı duymaya ve onları takdir etmeye odaklanın. Öte yandan kapsayıcılık, her türden çalışanın memnuniyetle karşılandığını ve eşit muamele gördüğünü hissettirmek için örgütsel çabaları içerir.

Çeşitlilik ve kapsayıcılık için en iyi 10 uygulama:

- Aidiyet duygusu oluşturun:** Çalışanların kendilerini işverenlerine ve çalıştıkları örgüte bağlı hissetmeleri için karşılanması gereken en önemli psikolojik ihtiyaçlardan biri.
- Tüm çalışanlara adil davranın:** değer verildiğini ve kabul edildiğini hissetmek çok önemlidir. Farklı geçmişlere sahip çalışanlar için adil olmayan maaş ve yan hak paketleri, sağlıksız işyeri kültürüne ve çeşitlilik eksikliğine yol açar.
- Eşit büyüme fırsatları sunun:** Yetenekleri şirketlere çekme ve şirket içinde tutma gücüne sahip ana faktörlerden biri. İşverenlerin, çalışanlarına adil ve eşit büyüme ve kariyer ilerleme fırsatları sunma konusunda dikkatli olmaları gerekir.
- İş tanımlarınızı ve iş ilanlarınızı yeniden yazın:** Daha çeşitli yetenekleri çekmek için iş ilanında kullanılan dil büyük bir fark yaratır. Söylenildiği gibi, çeşitliliği artırmak için hedef analizi ve belirli engellerden kaçınma yapılmalıdır.
- İnovasyonu ve yaratıcılığı destekleyin:** Şirketler, çeşitliliğe sahip bir iş yeri oluşturmak için organizasyonları içinde yaratıcılığı desteklemelidir.
- Çalışanları çeşitlilik ve kapsayıcılık konusunda eğitin:** çalışanların bu girişimleri desteklemek için faydalar ve en iyi uygulamalar hakkında eğitilmesi gerekir. Üst düzey yönetimin, çeşitlilik ve kapsayıcılığın iş başarısı ve şirketin itibarı için ne anlama geldiğinin farkında olması yeterli değildir.

- g) Takım çalışmasını ve işbirliğini destekleyin:** Takım çalışması ve işbirliği, çalışanların işverenlerinden desteklenmesini bekledikleri şeydir. Bu nedenle, organizasyonunuz içinde daha çeşitli bir iş gücünü çekmek ve tutmak için işbirliği, şirketinizin ana temel değerlerinden biri olmalıdır.
- h) İşyerinde esnekliği destekleyin:** İşyeri çeşitliliği üzerine yapılan araştırmalar, çeşitli adayları çekmek için en iyi işyeri politikalarından birinin esneklik olduğunu ortaya çıkardı. Bu nedenle, esnek çalışma yerleri ve saatleri sunmak, daha çeşitli çalışanları çekmenize ve elde tutmanıza yardımcı olur.
- i) İşe alım sürecini yeniden yapılandırın:** Adayların hangi şirkette çalıştıklarına veya hangi okula gittiklerine odaklanmak, genellikle aday kanalının çeşitliliğinde bir azalmaya yol açabilir. Ancak geçerli ve güvenilir kişilik değerlendirmeleri, adayların kişilik özelliklerini, motivasyonlarını ve becerilerini ölçmek için harika araçlardır.
- j) Çeşitliliği ve katılımı organizasyonun her seviyesinde teşvik edin:** Çeşitlilik ve dahil etme girişimlerinin işe yaraması için şirket hiyerarşisinin tüm seviyelerinin bunu anlaması ve desteklemesi gerekir.

MUTFAK ATIK YÖNETİMİ

Atıkların doğru yönetimi, bir mutfakçı işletmek ve yönetmek için gereken genel ve özel yeterliliklerin ve işlevlerin bir parçasıdır. Barların, restoranların, kafelerin mutfaklarında oluşan atıklar... sektördeki tüm profesyonelleri ve bu işletmelerin müşterilerini etkileyen bir sağlık ve çevresel etki sorunudur.

Mutfak atıkları yüksek oranda organik içeriğe sahiptir ve farklı türde haşere ve enfeksiyonların potansiyel bir kaynağı olmasının yanı sıra oldukça kirletici atıklardır.

MUTFAKTAKI ATIK TÜRLERİ

Müdahale biçimlerine göre atık türlerini başlıca şu şekilde sınıflandırabiliriz:

- Genellikle geri dönüştürülebilir atık olan katı kentsel atık (her türlü cam kap, kağıt vb.);
- Yemek pişirmek için kullanılan yağlardan ve diğer katı yağlardan gelen yağlı atıklar; Ve
- Organik atık (işlenmiş yemeklerden kalanlar ve yemeklerin hazırlanması sırasında oluşan atıklar).

Atık, **2000/532/EC sayılı Komisyon Kararı** ile düzenlenen, Avrupa düzeyinde uyumlaştırılmış bir atık listesine göre tanımlanır.

Mutfakta atık yönetimi nasıl yapılır?

İyi bir atık yönetimi, çevresel etkiyi en aza indirmek ve insan sağlığına yönelik riskleri (enfeksiyonlar, bulaşmalar, haşereler, vb.) önlemek için bir dizi yönergenin izlenmesi gereklidir.

Katı atık, evlerde üretilen katı kentsel atıkla aynı şekilde işlenmelidir. Cam ambalajın geri dönüştürülebilmesi için özel bir kap kullanılmalıdır. Karton ve kağıt ambalajlar başka bir çöp kutusuna atılmalıdır. Kutular, karton ve plastik ambalajlar başka bir kaba konulmalıdır. Ayrıca organik katı atıklar için bir kap bulundurmak gerekir.

Ancak bu ayırım, her ülkedeki atık yönetimi düzenlemelerine bağlı olarak değişiklik gösterebilir.

Avrupa düzeyinde, Direktif 2008/98/EC ve değişen Direktif (AB) 2018/851 atık yönetimini düzenlemektedir.

HORECA sektöründeki şirketler genellikle çok fazla atık ürettikleri için, kamusal atık toplama sisteminin kaplarını da kullanabilmelerine rağmen, kendi renkli kaplarına sahip olmaları tavsiye edilir.

Ayrıca, büyük ambalaj ve toplu ürünlerle verimli alışveriş, plastik ve karton tüketimini azaltmaya yardımcı olur.

YAĞ ATIK YÖNETİMİ

Yağlı atık ayrı olarak imha edilmelidir. Bu, gıda hazırlama sırasında oluşan tüm fritöz yağlarını ve katı yağları içerir.

Bu atıklar oldukça kirlenici oldukları için kanalizasyon sistemine karışamazlar. Nehirlerde ve rezervuarlarda son bulurlar ve suyu kirlenme kapasiteleri yüksektir.

Kullanılmış yağlar, suyu oldukça kirlendikleri için tehlikeli atık olarak kabul edilir: **1 litre yağ, 1.000 litre suyu kirletir.**

Uygun bir şekilde geri dönüştürülürse, yağlı atıkların biyoyakıtlar, sabunlar ve mum, cila vb. üretimi için faydalı bileşenler şeklinde ikinci bir ömrü vardır.

HORECA İŞLETMELERİNDE ATIK YÖNETİMİ

Barlarda, restoranlarda, kafelerde... mutfaklar dahil tüm alanların temizliğine azami özen gösterilmelidir. Bu aynı zamanda üretilen tüm atıkların doğru şekilde işlenmesini de içerir.

Yanlış atık yönetimi, temizlik eksikliği ve halk sağlığı için tehlike olarak değerlendirilebileceği için önemli cezalara yol açabilir.

Gıda atıkları, gıda ile temas etmemesi için, atılana kadar izole edilmiş, sızdırmaz, elle açılmayan kaplarda tutulmalıdır. Bu olası kontaminasyonu önler.

Atık kapları, işlenmekte olan gıdadan uzağa kurulmalı ve dökülmeyi önleyecek şekilde sağlam olmalıdır. Zaman zaman çıkarılmalı ve fazla atık biriktirmemelidirler.

Çöp kutuları, dökülmeyi ve kötü kokuları önlemek için damlama önleyici sistemlere ve sıkı oturan veya hava geçirmez kapaklara sahip olmalıdır.

Ayrıca atıkların su birikintisi oluşturmaması için izgara ve drenaj sistemlerinin olması tavsiye edilir.

Uygun atık yönetimi, yalnızca **kendi sağlığı** ve **müşterilerinin gıda güvenliğini** sağlamak için değil, aynı zamanda **daha düşük çevresel etkiye** sahip olmak ve tabii ki cezalardan kaçınmak için **herhangi bir HORECA kuruluşu için esastır.**

ATIK YÖNETİMİ PLANI

HORECA sektöründeki bir kuruluşta üretilen farklı atık türlerinin yönetimi söz konusu olduğunda çok faydalı olabilecek bir yönetim aracı, Atık Yönetim Planının hazırlanmasıdır.

Bu planda yer alacak tedbirler arasında şunları sayabiliriz:

- İşletme içinde ve dışında her birkaç metrede bir her tür atık için ayrı konteynerler bulunmalıdır. Böylece kağıt ve karton, cam, plastik ve metal, organik atıklar ve oluşabilecek diğer spesifik atıklar için konteynerlerimiz olacak.
- Organik atıkları ev yapımı komposta dönüştürme olasılığı göz önünde bulundurulmalıdır.
- Özel nitelikleri nedeniyle tehlikeli, özel vb. olarak sınıflandırılan atıklar, doğru bir şekilde sınıflandırılmalı ve mevzuata uygun olarak bertaraf edilmelidir.

GIDA ATIĞINI AZALTMAK İÇİN BİRKAÇ İPUCU

1. **Gıda atığını ölçün.** Pek çok işletme, yalnızca gıda kullanımını ve israfını takip ederek, müşteri talebini karşılamaya devam ederken üretimi azaltma fırsatları buluyor. Bir „yiyecek atığı envanteri”, yiyeceğin ne kadarının ve nerede israf edildiğini belirlemenize yardımcı olabilir, böylece değişiklikleri (ör. daha küçük porsiyonlar, menü değişiklikleri veya ikameler) uygulayabilir ve ilerlemenizi izleyebilirsiniz.
2. **Gıda siparişlerini tahmin edin.** Yiyecek siparişlerini manuel olarak veya dijital teknolojinin (örn. tahmine dayalı sipariş teknolojisi) yardımıyla doğru bir şekilde tahmin etmenize yardımcı olacak bir sisteme sahip olmak, daha doğru veriler, yemek siparişi kalıplarının daha iyi anlaşılması ve mutfağınız üzerinde daha fazla kontrol anlamına gelir. daha az israfa (ve cebinizde daha fazla paraya) yol açar.
3. **Personelle etkileşim kurun.** Gıda israfını azaltmak söz konusu olduğunda, Gıda İşleyicileri değerli kaynaklardır. Gıda israfını azaltmak için en yenilikçi fikirlerden bazıları yönetimden değil, mutfaktan ve ön büro personelinden gelir. Eğitime yatırım yapmak ve personelinizi sertifikalandırmak işletmeniz için yapabileceğiniz en iyi şeylerden biridir.
4. İyi bir stok kontrolü uygulayın. Gıda bozulmasını ve israfını en aza indirmek söz konusu olduğunda verimli sipariş verme ve stok rotasyonu birincil öneme sahiptir. Depolanan yiyeceklerin ‚son kullanma tarihi’ veya ‚son kullanma tarihi’ ile açıkça etiketlendiğinden emin olun ve işletmenizde yiyeceklerle ilgilenen herkesin uygun İlk Giren İlk Çıkar envanter yönetimi teknikleri konusunda eğitim aldığından emin olun.
5. **Aşırı üretime dikkat edin.** Birçok kuruluş, zamandan ve paradan tasarruf etmek için toplu hazırlamayı kullanır. İşletmenizde gıda israfını ölçmeye başladığınızda, parti hazırlamadan siparişe göre pişirmeye geçişin size uzun vadede para kazandıracaklarını görebilirsiniz.
6. **Aşırı gıda planı geliştirin.** Müşteri talebini tahmin etmek bir bilimden çok bir sanattır; bu nedenle mutfaklar kendilerini genellikle ekstra malzemelerle bulur. Bu ekstra malzemeleri kullanma planınız yoksa çöp kutusuna gidebilirler. Neden dünden kalan yemekleri bugün özel bir öğle yemeğine çevirmiyorsunuz? „Son kullanma” tarihi geçmemişse, kullanmalısınız.
7. **Kompostu uygulayın.** Kullanamayacağınız yemek artıkları için kompostlaştırmanın işletmeniz için uygun bir seçenek olup olmadığını düşünün. Bazıları meyve ve sebze bahçelerinde toprağı zenginleştirmek veya çevre düzenlemesi için doğal gübre olarak mutfaktan kompost kullanır. Kompostlama ayrıca atıkları düzenli depolama alanlarından uzak tutarak çevresel etkinizi (ve atık tasfiye faturanızı) azaltır.
8. **Geri dönüştürün.** Kağıt, karton, teneke kutu, şişe ve diğer kaplar gibi geri dönüştürülebilir malzemeler, HORECA kuruluşlarının çöp kutularında çok sık bulunur. Gıda işletmeniz, bu malzemeleri doğru geri dönüşüm kutularına koyarak çevreye yardımcı olabilir ve atık toplamada tasarruf sağlayabilir. Çöp ve geri dönüşümün birbirine karışmasını önlemek için işletmenizdeki geri dönüşüm kutularının açıkça etiketlendiğinden ve yalnızca geri dönüşüm için kullanıldığından emin olun..

9. Yeniden kullanılabilir gıda dışı malzemelere dönüş yapın. Kağıt, peçete, plastik çatal-bıçak takımı ve bulaşık takımı gibi tek kullanımlık ürünler muazzam miktarda atık üretebilir. Bazen bunlardan kaçınmak mümkün olmasa da, tek kullanımlık ürünlerden kaçınabilirsiniz, sadece yapın.

10. Bağışlayın. Bazı kuruluşlar (STK'lar, dernekler...) restoranlardan ve diğer gıda işletmelerinden uygun yiyecekleri kabul eder ve daha sonra bunları evsizlere ve diğer ihtiyaç sahiplerine dağıtırlar. Personelin neyin çöp kutusuna atılacağını ve neyin bağış için uygun olduğunu kolayca belirlemesine yardımcı olmak için soğutucularınızdaki ve kilerlerinizdeki yiyecekleri „önceden servis edin” ve „sonra bağışlayın” tarihiyle etiketlemeyi düşünün.

MENÜ MÜHENDİSLİĞİ

Menü mühendisliği, **kârlılığını artırmak için işletmenizin gastronomik teklifini inceleyen disiplindir.** Menünün, fiyat listesi olan bir kağıt parçasından çok daha fazlası olduğu önermesinden yola çıkar ve bir dizi mühendislik tekniğiyle, sonuçları optimize etmek için hangi yemeklerin, hangi sırada ve menünüzde nasıl görünmesi gerektiğini belirler. yemek işiniz.

Menü en iyi satış araçlarınızdan biridir ve bazı profesyonel kaynaklara göre akıllı bir menü tasarımı, restoran, bar veya kafeniniz kârını %15'ten fazla artırmanıza yardımcı olabilir. Ve „menü tasarımı” hakkında konuştuğumuzda, estetik ve grafik tasarım açısından değil, menü mühendisliği açısından tasarımdan bahsediyoruz. İşletmeniz için menünün tüm potansiyelini gerçekleştiren stratejik bir menü tasarımı, sonuçlarınızı iyileştirmenize ve karınızı artırmanıza yardımcı olacaktır..

Bir işletmenin menüsüne menü mühendisliği uygulandığında, her bir öğenin ayrıntılı olarak analiz edilmesi, her yemeğin karlılığı ve popülaritesi, ortaya çıkan yemeklerin doğru olup olmadığı, doğru sıra ve pozisyonda olup olmadığı, çekici ve çekici isimleri ve açıklamaları vb. vardır. Satış yapmanıza ve işinizin hedeflerini ve ilgi alanlarını müşterilerinizin tercihleriyle ilişkilendirmenize yardımcı olacak her şey akıllıca seçilmelidir.

İşletmenizin satışlarını artırmak için menü mühendisliği stratejilerine bazı örnekler:

1. Ayrıntılı bir maliyet tahmini yapın: Menünüzdeki her bir yemeğin gerçekte ne kadara mal olduğunu bilmiyorsanız, maksimum karlılık için nasıl fiyatlandıracağınızı ve menüde nereye yerleştireceğinizi bilemezsiniz. Bu nedenle, miktarları ne kadar küçük olursa olsun (yağ, tuz, baharatlar...) her bir yemeğin maliyeti hakkında, tahminde bulunmadan, her bir bileşeni tek tek değerlendirerek kapsamlı bir çalışma yapmak gerekir.

İyi bir maliyet tahmini yapmak için, aşağıdaki hususları paralel sütunlarda belirterek, her bir bileşeni bir tabloya ayırmak çok pratiktir:

- Brüt ağırlık: ürünün toplam ağırlığı.
- Net ağırlık: büzülmeden sonra ortaya çıkan ağırlık.
- Büzülme: Ürünün işlemede kullanamayacağımız kısmı.
- Birim fiyat: Euro/kg olarak ifade edilen içeriğin maliyeti.
- Toplam fiyat: Ürünün brüt ağırlığı üzerinden hesaplanan toplam ödediğimiz fiyattır.

Ayrıntılı fiyat listesi, ikram ve mutfak yönetiminde temel bir araçtır; bununla kişi başına her bir yemeğin gerçek maliyetini kontrol edebiliriz ve kârlı hale getirmek için ona hangi fiyatı koyacağımızı biliriz. Bu şekilde harcamalarımızı kontrol eder ve optimize ederiz.

2. Menüünüzün detaylı röntgenini çekin: Menüünüzün derinlemesine bir analizini yapmak, kategorilerini ve bölümlerini belirlemek ve ardından her yemeği maliyetine ve popülerliğine göre sınıflandırmak için menü mühendisliğinin temel noktasıdır. Bu şekilde, size en fazla karı getirecek konum ve şekilde menüdeki her yemeği stratejik olarak nereye yerleştireceğinizi tam olarak bileceksiniz. Bunun nasıl yapılacağını aşağıda açıklıyoruz:

- Menüünüzün kategorilerini ve bölümlerini tanımlayın. Sunduğunuz menünün eksiksiz ve gerçek bir vizyonuna sahip olmak için, önce yemekleri kategorilere ayırmak ve ardından her kategorinin bölümlerini belirlemek etkili yöntemdir. Basit bir örnek vermek gerekirse, bir İtalyan restoranında makarnalar, pizzalar, mezeler, içecekler ve tatlılar kategorileri olacaktır. Makarna kategorisine odaklanırsak, et, deniz ürünleri ve sebzeler gibi birkaç bölüme ayırabiliriz. Önemli bir gerçek: Menü mühendisliği üzerine yapılan çeşitli araştırmalar, bölüm başına 5 yemeği aşmanın ters etki yarattığını ortaya koymuştur.

Menüde belirli nüfus grupları için yemekler içeren bölümler sunmayı düşünmek de çok önemlidir. Bu, diğerleri arasında çocuklar, intoleransı veya alerjisi olan kişiler, vejeteryanlar, veganlar veya gruplar için menüler için özel bir bölüm olabilir.

- Her yemeği maliyet ve popülerliğe göre sınıflandırın. Bir önceki alıştırmadan sonra, maliyetlerinden kaynaklanan karlılığı ve müşterilerimiz arasındaki popülerlik derecesini değerlendirerek yemeklerin her birini analiz etmemiz gerekecekti. Menü mühendisliğine göre, böylece 4 farklı tipoloji elde ederiz:
 - En karlı ve popüler.
 - Çok popüler ama çok karlı olmayanlar.
 - Popüler olmayan ama çok karlı.
 - Karlı veya popüler olmayanlar.

Menüünüzün bu detaylı analizinden sonra artık hangi menü öğelerinin en popüler olduğunu ve işletme için en iyi karlılığa sahip olduğunu bilecek durumdayız. Bunlar, menüde öne çıkarmakla en çok ilgilendiğimiz, müşterilerin fark ettiği ve talep ettiği yıldız yemekler.

Karlılığı yüksek ancak popüleritesi düşük olan bu yemeklerle ne yapmalı? Çok etkili bir araç, bekleme personelinizi bunları müşterilere sunmaya ve tepkilerini incelemeye teşvik etmektir. Belki onları çekici bulmuyorlar ya da çok pahalı buluyorlar. Ya da tamamen fark edilmeyecek şekilde menüye yerleştirilirler. Belki de farklı bir isim veya açıklama veya menüdeki konumlarını değiştirmek gibi birkaç düzenleme yapmak, dikkatleri onlara çekmek için yeterlidir.

Kaçınılması gereken olarak, her zaman çok karlı olmayan popüler yemekler olacaktır, ancak bunları işiniz için bir cazibe merkezi olarak tutmanız tavsiye edilir. Ve son olarak, karlılığı ve popüleritesi düşük olan yemekler için yapılacak en iyi şey onları menüden çıkarmaktır.

3. Her yiyeceğin isim ve tanımına dikkat edin: Yemeklerin adlarına ve açıklamalarına özellikle dikkat edin. Çok genel bir ad tavsiye edilmez, içinde bazı yararlı bilgiler vermek ve müşteriyi açıklamayı okumaya „zorlamamak” her zaman önemlidir. Örnek: „Ev tatlısı” lokantaya yeterli bilgi vermezken, „Kırmızı meyveli ev tartı” gibi bir şey sadece bu işletmenin tipik ev tatlısı olduğunu değil, tatlının nelerden oluştuğunu da gösterir.

Yemekleri tarif ederken, çok fazla fıfır içeren uzun açıklamalardan kaçının. Yemeğin dokusunu, lezzetini ve pişirme yöntemini özetleyen basit açıklamaları tercih edin. Bir önceki örnekten devam ederek ev yapımı meyveli tartletimizi „krema dolgululu ve karamelize meyveli çıtır puf böreği tabanı” olarak tanımlayacaktık.

4. Her yiyeceğin menüdeki yerine ve sunumuna dikkat edin: Bir belgeye baktığımızda, gözlerimiz menü mühendislerinin „altın üçgen” dedikleri şeyi izler. Gözlerimiz sağ üst köşeye gitmek için önce ortaya sonra sol üst köşeye hareket eder. Bir üçgenin bu alanı, bir işletme için en karlı yemeklerin yerleştirilmesi gereken yer olacaktır.

Menüyü nasıl sunduğumuz da çok önemli. Uzun bir yemek listesiyle uzun menüleri aşırı kullanmamak önemlidir. Fotoğraf ve renk fazlalığıyla görsel yönü de abartmayın ve gerçekten ilginizi çeken yemeklerin kaliteli fotoğraflarını seçin. Müşteri, sonu gelmeyen listeler ve yemek görselleri karmaşası içinde kaybolursa, doygunluğa ulaşacak ve zaten bildiklerini seçecektir. Amacın tam tersi olduğunu, menüyü müşterinin bizi en çok ilgilendiren şeyi seçmesini sağlamak için bir araç olarak kullanmak olduğunu unutmayın.

5. Fiyat psikolojisinin farkına varın ve promosyonları gözden geçirin: Menüdeki yemeklerin size karşı bir unsur haline gelmemesi için fiyatlarını belirlerken dikkat etmeniz gereken birkaç püf nokta var:

- Fiyat birimlerini ortadan kaldırın, bu şekilde yemeğin maliyetinin etkisinin bir kısmını azaltmış olursunuz ve son araştırmalara göre müşterilerin daha fazla harcama yapmasını sağlar.
- Yemeğin adı ile fiyatlar arasında askıya alma noktaları eklemeyin. Böylece müşteri menüyü bir fiyat listesi olarak algılar ve ona göre seçim yapar.
- Yuvarlak sayıları tercih edin. En seçkin mekanlarda hakim olan bu tarz daha zarif bir dokunuş sağlar.

Menüdeki promosyonlar ayrıca müşteriyle bağlantı kurmak için mükemmel bir formül olabilir ve menünüzde özel yemekler, mevsimlik yemekler veya bir tür birleşik veya özel paket içeren menüleri indirimli fiyatlarla sunmak için çok kullanışlı bir araç olabilir.

6. Her yemeğin ardındaki hikayeyi garsonlarınızla paylaşın: Muhtemelen menünüzdeki birçok yemeğin arkasında iyi bir hikaye var: ona ne veya kim ilham verdi, ailenizde nesilden nesile geçen bir tarif mi, açılılık okulundaki ilk yıldız yemeğiniz miydi, vs. Hikayelerini müşterilerinize aktarabilmeleri için bekleme personelinizle paylaşın. Menü'nün detaylarını bildirmek konusunda kendilerine daha fazla güvenecekler ve müşterilerinizin deneyimini daha özel hale getireceklerdir.

Bu menü mühendisliği stratejilerinden bağımsız olarak, müşterilerinizi ve işletmenize gelme nedenlerini iyi tanımanız ve onlara en uygun menüyü sunmanız da önemlidir. En son gastronomik trendleri takip etmeyi seven insanlar mı yoksa tam tersine geleneksel yemekleri tercih eden müşteriler mi? Yerel ürünler mi arıyorlar yoksa en „iç” egzotik malzemeleri mi tercih ediyorlar? Kendinize bu soruları sormak, yalnızca normal müşterilerinizi değil, aynı zamanda işletmenize çekmek istediğiniz potansiyel müşterileri nasıl çekeceğinizi daha iyi anlamanıza yardımcı olacaktır.

Bunun her zaman daha fazla satış yapmakla ilgili olmadığını unutmayın, her müşterinin deneyimini benzersiz kılmak ve gerçek uzun vadeli karlılık için işletmenize tekrar tekrar gelmelerini sağlamakla ilgilidir.

KAYNAKÇA

- Reiners, Bailey. "Boost your diversity management strategy" Built in. 1 Sept 2019: s.p. Web 1 Sept. 2019.
- "What job seekers really think about your diversity and inclusion stats?" Glassdor Diversity Hiring Survey. 17 Nov. 2014: s.p. Web 17 Nov. 2014.
- <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:12012E/TXT:en:PDF>
- <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=166&langId=en>
- <https://ingenieriademenu.com/>
- <https://www.fooddocs.com/haccp-plan-template/opening-and-closing-checklist-template>
- <https://lunchbox.io/learn/restaurant-software/kitchen-management-software>
- <https://www.chefs-resources.com/kitchen-forms/restaurant-kitchen-schedule-template-excel/>
- <https://www.foodsafety.com.au/blog/10-ways-reduce-food-waste-restaurants>
- <https://www.business2community.com/human-resources/employee-feedback-loops-01536928>

YETERLİLİK 2-MUTFAKTA ÇALIŞMA YÖNETİMİ

MODÜL 2: MÜŞTERİ İLE İLETİŞİM

Restoranlarda iyi müşteri hizmeti neden önemlidir?

Restoran endüstrisinde iyi müşteri hizmeti önemlidir çünkü kuruluşun genel başarısını belirleyebilir. İşte bunun neden bu kadar önemli olduğunun bir listesi:

- Mutlu müşteriler, restoranınız için daha olumlu geri bildirimler ve değerlendirmeler üretir.
- Mükemmel müşteri hizmeti geliri artırabilir.
- Memnun müşterilerin düzenli müşteriler olma olasılığı daha yüksektir.
- Bir işletmenin uzun ömürlü olması genellikle iyi bir müşteri hizmetine bağlıdır.

Profesyonel müşteri hizmetinin unsurları şunlardır:

Hizmet Tanımınızı Genişletin

Hizmeti nasıl tanımladığınız, müşterilerinizle olan her etkileşiminizi şekillendirir. Mal veya hizmet için para alışverişine dayalı sınırlı hizmet tanımları, müşteri hizmetinin genel noktasını kaçıır. "Hizmet", müşteriye bir üründen veya onun adına yapılan bir işlemde daha fazlasını sağlamalıdır. Memnuniyet sağlamalıdır. Özünde, müşteri işlemin sonucundan memnun ayrılmalı - sadece içerik değil, aslında mutlu. Mutlu bir müşteri, satın alan ve geri dönen bir müşteri olmaya devam edecektir.

Müşterileriniz kimler?

Müşteriler, kaliteli hizmet veya ürünler için adil bir fiyat ödemek isteyen ve bir hizmet/ürün için ödeme yaptıklarından ve karşılığında ödediklerini aldıklarından memnun olan kişilerdir. Ayrıca birinin kendilerine bakmasını isterler. İhtiyaçlarını anlayacak ve onlara cevap vermeye yardımcı olacak birine ihtiyaçları var. Ellerinden tutacak ve bir süreçte onlara yol gösterecek birine ihtiyaçları var. Müşteri hizmetleri, müşteriye dinleme ve kibar bir şekilde sorular sorarak neye ihtiyacı olduğunu veya ne istediğini öğrenme yeteneği ile başlar. Sorular aracılığıyla, müşterinin beğenileri, hoşlanmadıkları ve geçmişi hakkında daha fazla bilgi edinilebilir.

"Dış müşteriler" in dışında, iç müşteriler de var." İç müşteri, kuruluşta iş sorumluluklarını yerine getirmek için başka birinin yardımına veya etkileşimine ihtiyaç duyan kişidir. İç müşteriler iş arkadaşlarıdır. Unutmayın, iç müşteri zinciri tıpkı dış zincir gibidir, hepimiz organizasyonun içinde ve dışında müşterileriz. Bir Wall Street Journal makalesine göre, "Kötü Muamele Görmüş Çalışanlar Müşterilere Aynı Kadar Kötü Davranıyor".

Müşteri Dostu Bir Yaklaşım Geliştirin

Müşteri dostu hizmeti teşvik eden bir sistem ve tutum geliştirmek çok önemlidir. "Müşteri dostu" derken, müşteriye işinizin en önemli parçası olarak görmekten bahsediyoruz. "Müşteri her zaman haklıdır" klişesi bu müşteri dostu ortamdaki türemiştir.

"Müşteri Dostu Yaklaşım"ın iki kritik özelliği:

- İletişim
- İlişkiler

Başarılı müşteri ilişkilerinin iki ana görevi iletişim kurmak ve ilişkileri geliştirmektir. Çok büyük bir çaba sarf etmezler ama bir anda da olmazlar. Müşterilerinizle olumlu diyalog/iletişim ve müşterilerinizle devam eden ilişkiler geliştirmek, belki de müşteri hizmetlerinde çaba göstermeniz gereken en önemli iki niteliktir. Müşteri Hizmetinin Anlamı Daha önce de belirtildiği gibi, müşteri hizmeti, bir müşterinin ihtiyaçlarını/isteklerini karşılayan ve geri gelmelerini sağlayan kaliteli bir ürün veya hizmet sunmak anlamına gelir.

İyi müşteri hizmeti çok daha fazlasını ifade eder - sürekli başarı, artan kar, daha yüksek iş tatmini, gelişmiş şirket veya kuruluş morali, daha iyi ekip çalışması ve hizmetlerin/ürünlerin pazar genişlemesi anlamına gelir.

Müşteri Hizmetlerinde Profesyonel Nitelikler

Sürekli olarak müşterilerle (şirket içinde ve dışında) ilgilenen profesyonellerin, müşteri ihtiyaçlarına cevap vermelerine yardımcı olacak belirli nitelikler için çaba göstermeleri gerekir. Müşterilerin birçok ihtiyacı vardır, ancak öne çıkan altı temel ihtiyaç şunlardır:

- Samimiyet - en temel ve nezaket ve kibarlıkla ilişkilendirilen.
- Empati - müşterinin, hizmet sağlayıcının isteklerini ve koşullarını takdir ettiğini bilmesi gerekir.
- Adalet - müşteri yeterli ilgi ve makul yanıtlar aldıklarını hissetmek ister.
- Kontrol - müşterinin, hizmet sağlayıcının isteklerini ve koşullarını takdir ettiğini bilmesi gerekir
- Bilgi - müşteriler, ürünler ve hizmetler hakkında bilgi edinmek ister. Çalışanlar, sağladıkları ürünle ilgili tüm bilgileri bilmelidir. "Bilmiyorum" veya "Bu benim departmanım değil" demek, müşterinin zihninde otomatik olarak küçük düşürülür ve indirgenir. Müşteriler bilgi ister ve bilgiye sahip olması gereken ama olmayan kişiye saygısızlık eder ve güvenmezler.

Bu nedenle, bir çalışanın müşteriye daha iyi hizmet verebilmesi için yukarıda belirtilen tüm niteliklere sahip olması gerekir: samimiyet, empati, adil olanı anlama ve bilgi.

Bu niteliklerin dışında, istenilen düzeyde müşteri memnuniyeti üretebilmek için çalışanların aşağıdaki özelliklere de sahip olması gerekmektedir:

- Gülümseme - bir müşteriyi selamlamak için gülümseme ve hoş bir yüz gibisi yoktur, özellikle şikayeti varsa. Bir gülümseme ve kibar bir konuşma, hoşnutsuz bir müşteriyi anında etkisiz hale getirebilir. Daha konuşmaya başlamadan yüz ifadesi olumlu bir ton oluşturur. Rahat veya hoş bir yüz ifadesi çoğu zaman idealdir.
- Göz teması - her zaman müşterinizin gözlerinin içine bakın. Müşterilere doğrudan hitap edin.
- Görünüş - kişisel bakımınız müşterileriniz üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Kirli eller, dağınık saçlar ve kötü giyim, başka türlü mutlu olan bir müşteriyi kaybetmek anlamına gelebilir. Müşterilerle etkileşim kurarken, saygı uyandırmak ve müşterilerin pozisyonunuzu ciddiye aldığınızı bilmelerini sağlamak için düzgün ve profesyonel bir şekilde giyin.
- Tokalaşmak - bir müşteriyle tokalaşırken sağlam ve profesyonel bir tokalaşma beklenir. Selamlaşmanın bu kısmı artık profesyonel bir ortamda hem erkekler hem de kadınlar arasında yaygın.
- Dikkatli olun - bir müşteriyi dinlerken, hafifçe müşterinize doğru eğilin ve dinlediğinizi belirtmek için başınızı hafifçe sallayın.

- Ses tonu - her zaman dostluk ve dostluğu ifade edin. Bir müşteri ne kadar zor veya yorucu davranırsa davranırsa, hayal kırıklığı veya öfkeyle sesinizi yükseltmeyin.
- El hareketleri - söylediklerinizi (telefonda bile) vurgulamak ve duygularınızı vurgulamak için el hareketlerini kullanın.
- Kişisel alan - bu, sizinle başka bir kişi arasında rahat hissettiren mesafedir. Başka bir kişi size yaklaşıp kişisel alanınızı işgal ederse, düşünmeden otomatik olarak geri çekilirsiniz. Rahatsızsın. Siz ve müşteriniz arasında yeterli mesafe bırakın. Müşterilerin kendilerini güvende ve tehdit altında hissetmemeleri için yeterli alan önemlidir.
- Duruş - bir müşteriyle etkileşim kurarken bir sandalyeye yığılmak veya duvara yaslanmak, müşteriyle ilgilenmediğinizin kesin işaretleridir. Pozunuz veya duruşunuz dikkat, samimiyet ve açıklık ifade etmelidir. Öne eğilin, müşteriyle yüzleşin ve ilgilendiğinizi belirtmek için başınızı sallayın.
- Gözlem - siz hizmet verirken müşterinizin nasıl davrandığını ve neye olumlu tepki verdiğini fark edin
- Mutluluk-Çalışanlar iş yerlerinde mutluyorsa, müşteriler de mutlu olacaktır. Restoranınızda olan her güzel şeyin, çalışanlarınızın sayesinde olacağını unutmayın. Bir yönetici, onlarla düzenli olarak etkileşim kurarak ve memnun olmalarını sağlayarak onları mutlu ettiğinden emin olmalıdır. Müşteri memnuniyetini artırmak veya mutfakta işlerin daha düzgün yürümesini sağlamak için restoran çevresinde herhangi bir değişiklik yapılabileceğini düşünüp düşünmediklerini onlara sormalıdır. Onlara ekibinizin önemli üyeleri olduklarını hissettirmelidir.

Çalışanlarınızla kişisel bir ilişki kurarak mutlu bir atmosfer yaratacak ve müşteri memnuniyetini artıracaksınız. Personelinizin sizi temsil ettiğini unutmayın, bu yüzden en iyi yönünüzü gösterin!

Bir restoranın kendine has bir kültürü olmalıdır. Bir Restoran Kültürü; vizyonu, değerleri, normları, sistemleri, sembolleri, dili, varsayımları, inançları, misyonu ve alışkanlıkları içerir. Lider, hem temel değerleri yaşayarak hem de onları ekip içinde teşvik ederek Restoran Kültürü üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Lider, müşterileri tarafından çok değer verilen, örneğin dostluk, nezaket, empati, adalet gibi değerleri içermelidir. Bu sayede çalışanlar ve müşteri aynı değerleri paylaşacaktır.

„Zor müşteri” tanımlar ve analiz eder

Bir restoranda müşteri yönetimi bir sanattır. Ne olursa olsun asla tatmin olmayan zorlu müşterilerle ilgilenmekten, hizmetin en üst düzeyde olmasını sağlamaya kadar - restoran hizmetleriyle ilgili sorunları kişisel dokunuşunuz ve özeninizle ele almak, mutsuz müşterileri tekrar müşterilere dönüştürebilir. Uygun restoran müşteri yönetimi, memnun müşterilere yol açar ve müşteri memnuniyeti, restoran endüstrisindeki en önemli şeylerden biridir.

Bir restorandaki çalışanlar genellikle zor müşterilerle karşılaşır.

Mutfak çalışanlarını etkileyebilecek iki tür zor müşteri vardır.

- **Eleştirel müşteri**, peçeteleri katlama şeklinizden odanın sıcaklığına, ona servis ettiğiniz yemeğe kadar her detayı değerlendirecek ve şikayet edecek. Çoğu zaman, kritik müşteriler siz ve restoranınız yüzünden mutsuz değildir. Büyük olasılıkla, yemeğe çıkarken günlük hayal kırıklıklarını yanlarında getiriyorlar. Bu nedenle, unutmayın, eleştiri sizi incitmek için yapılmaz - bu sadece onların stresini atma yollarıdır.
- **Aceleci müşteri**, her zaman acelesi olan ve her şeyin çok çabuk yapılmasını isteyen müşteridir.

Bu zor müşterilerin, sorunları olması durumunda sorunlarını hızlı bir şekilde çözmezsek kolayca Mutsuz Müşteriler haline gelebileceğini unutmamak önemlidir. İşletme, mutsuz müşterilere sahip olmak istemez çünkü mutsuz müşteriler şikayetlerini akranlarıyla sıklıkla paylaşır ve farklı forumlarda ve sosyal medyada kötü yorumlar yazar.

Bu nedenle, ne kadar dalmış olursanız olun, sorunlarını ele alırken ve çözerken çok dikkatli olmanız gerekir. Şikayetlerini çözmek, daha fazlası için geri gelmelerini sağlamak için fırsatlar yaratabilir.

Zor müşterilerle başa çıkamıyorsanız ve onların şikayetlerine cevabınız Yani, benim hatam değil, yapabileceğim hiçbir şey yok ise, müşteri hizmetleriniz zayıf demektir. İyi müşteri hizmeti, hesap verebilirlik, sorumluluk ve müşteriye memnun etmek için harekete geçmek anlamına gelir. Memnun olmayan bir müşteri ile iletişim kurabilmek çok önemlidir.

Bu nedenle, bunu yapmak için, müşterinin desteğini kazanmak ve müşteri olarak sahip olmaya devam etmek için profesyonel müşteri hizmetlerinin bazı tekniklerini kullanmalısınız.

“Eldeki soruna anında yanıt verebiliyorsak, bunu yapmalıyız. Bu, ara sıra kendi kurallarımızı çiğnemek anlamına gelebilir, ama yine de, bu yüzden patron, müdür ya da otorite pozisyonunda değil miyiz? Bu, tüm sorunlu konuk durumları için bir çözüm olmayacak ve olmamalıdır, ancak talepkar konuklara hızlı bir şekilde yanıt verme esnekliğine sahip olunması düşünülmelidir”
-Sandeep Chatterjee, F&B Müdürü, Resort.

Dinleyin: Memnun olmayan veya şikayetçi bir müşteriyle uğraşırken, onun şikayetini, şikayetini, hayal kırıklığını veya şikayetini dikkatle dinlemek birincil derecede önemlidir. Pek çok müşteri şikayeti, insanlar duyduklarını ve anladıklarını hissettiklerinde çözülür. Mantıksız bir şey talep ettiklerinde bile, proaktif bir şekilde dinleyin ve dikkatinizin dağılmasına, kolları kavuşturmak gibi kapalı vücut diline veya diğer görünür şeylere yenik düşmeyin. Sabırlı, dikkatli ve arkadaş canlısı olun.

Üzgün olduğunuzu belirtin: „Bu hata/sorun için özür dileriz.” „Bu rahatsızlıktan dolayı çok üzgünüz.” „Bu sorunu birlikte çözmek için nasıl çalışabiliriz?” „Ne kadar hayal kırıklığına uğradığınızı tahmin edebiliyorum.”

Tartışmayın ve araya girmeyin: Bu, özellikle müşteri kızgınsa, durumu daha da kötüleştirecektir. Olanları onunla tartışmaya çalışmadan önce konuşmasına izin verin.

Kendinizi yerine koyun: Müşterinize onu ciddiye aldığınızı bildirin. Bununla birlikte, empatinizi sınırlandırmalısınız çünkü bu, sahte veya tepeden bakma olarak görülebilir.

Savunmacı davranmayın: Bir müşteri aktif olarak şikayet ederken tonda ve yanıtta tarafsız kalın. Bu şekilde, endişesini ciddiye aldığınıza onu ikna edeceksiniz. Müşteri hatalı olsa, tüm bilgilere tam olarak sahip olmasa veya görünüşte yalan söylüyor olsa bile asla karşılık vermeyin. Amacınız sorunu en aza indirmek ve çözmek ve bir savaş ortamı yaratmamak.

Öz kontrolünüzü kaybetmeyin: Rahat olursanız, müşteriler sakinleşir.

Gerçekleri işaret edin: Dikkatlice dinleyin ve her şeyi not edin. Müşteri konuşmayı bitirene kadar herhangi bir yorum yapmayın. Müşterinin söylemek zorunda olduğu her şeyi dinledikten sonra, duyduğu tüm gerçekleri sade bir dille tekrarlayın. Ve eğer şanslıysanız, yeniden anlatımı başka bir sestem duymak, müşteri için eleştiriyi normalleştirmeye ve ilgili duyguyu biraz söndürmeye yardımcı olabilir. Söylediklerini tekrarlamak, durumu kendi kafanızda tam olarak işlemeniz ve en ihtiyatlı yanıtı bulmanız için size daha fazla zaman verir.

Sorun çözümüne müşteriye dahil edin: Varsa, müşteriye alternatif çözümler önerin. Müşteriler, problem çözme yollarını seçme fırsatını takdir ederler.

Çözüm sunun: Müşterinize sorunlarına bir çözüm sunun. Müşterilerinize hangi işlemlerin gerçekleştirileceğini söyleyin. Acil ihtiyaçlarını karşılayan bir çözüm bulmak, şu anda gerekli olan tek şeydir. Ve (umarım artık sakin) müşteriye sunduğunuz çözümün onlar için de tatmin edici olduğundan emin olun. Asla yapamayacağınız bir şey için söz verme hatasına düşmeyin.

Takipte kalın: Söz verilen önlemlerin alındığından emin olun. Söz verileni yerine getirmez, müşterinin şikayetini dikkate almazsanız sorun büyür. Bir dahaki sefere çözmek daha zor olacak. Ayrıca müşterinizi sorunlar çözüldükten sonra müşterinizden size geri bildirimde bulunması için teşvik edebilir ve müşteriye bir “geri dönüş yolu” da verebilirsiniz. Bazen müşteriler yanılıyor. Onurlu bir şekilde, utanmadan ayrılmalarına izin vermelisiniz.

Müşterinin doğruluğunu sorgulamayın: En başından müşterinin haklı olabileceğine inanmalısınız. Her zaman müşterinin fikirlerine açık olun, onlara dinlenmeyi hak ettiklerini hissettirin.

Herhangi bir müşteri hizmetinin altın kuralını daima hatırlayın: **ne olursa olsun müşteri her zaman haklıdır!** Elbette müşteri yanılıyor olabilir ama yine de onunla aynı fikirde değilseniz sakın kalmalı ve kibarca mağduriyetlerini çözmeye çalışmalısınız. Her müşteri talebini karşılamak mümkün olmayabilir, ancak onlara her zaman değerli olduklarını hissettirmeye çalışabilirsiniz. Ne olursa olsun her zaman nazik olmayı unutmayın.

Makul sınırları koruyun: Müşteri her zaman haklıdır kuralına uymalıyız, ancak bu, herhangi bir davranışa müsamaha gösterilmesi gerektiği anlamına gelmez. Sırf bir müşteriye memnun etmek için çalışanlarınızın sözlü veya fiziksel tacize uğramasına izin vermeyin. Bir müşteri uygunsuz bir dil kullanıyorsa veya sizi taciz edici hareketler yapıyorsa, onun kuruluştan çıkarılmasını sağlamak için zaman kaybetmeyin. Tahammül edebileceklerinizin bir sınırı var. Çalışanlarınızın ve diğer müşterilerinizin güvenliği bir numaralı önceliğinizdir. Bu, çalışanlarınızın anında korunmasına yardımcı olur ve onlara, işteki genel refahlarını düşündüğünüzü pekiştirir.

Kişisel algılamayın: Vardiyanın sonunda eve gidip daha iyi ne yapabiliriz ya da söyleyebiliriz diye düşünmek kolaydır. Ama gerçek şu ki, şikayetler olur. Hatalar yapılır. Ve onlardan bir şeyler öğrenmek önemli olduğu kadar, sizi duygusal olarak bir tekne çapası gibi ezmelerine izin vermemek de aynı derecede önemlidir.

Olumsuzluk bulaşıcıdır, ancak kafanıza girmesine izin verip vermeyeceğinizi kontrol edebilirsiniz. Bırak gitsin ve bir sonraki vardiyayı yepyeni bir gün olarak üstlen.

Aktif Dinleme

Daha önce de belirtildiği gibi, bir müşteriye hizmet verirken onunla iyi bir iletişim kurmanız gerekir. Onunla iyi iletişim kurabilmek için sadece söylediklerini duyabilmeniz değil, onu aktif olarak dinleyebilmeniz gerekir.

Aktif dinleme, dinleyicinin tamamen konsantre olmasını, anlamasını, yanıt vermesini ve ardından söylenenleri hatırlamasını gerektirir. Konuşmacının mesajını pasif bir şekilde duymak yerine, söylenen mesajın tamamını duymak ve anlamak için bilinçli bir çaba harcarsınız.

Dinleme, iletişim becerilerinin en temel bileşenidir. Dinleme birdenbire olan bir şey değildir, dinleme, konuşmacının mesajlarını dinlemek ve anlamak için bilinçli bir kararın verildiği aktif bir süreçtir.

Çeşitli araştırmalar, bir iletişim becerisi olarak dinlemenin önemini vurgulamaktadır. Araştırmalar ortalama olarak uyanık olduğumuz saatlerin %70-80'ini bir tür iletişimle geçirdiğimizi söylüyor. Bu sürenin yaklaşık yüzde 9'unu yazmaya, yüzde 16'sını okumaya, yüzde 30'unu konuşmaya ve yüzde 45'ini dinlemeye harcıyoruz.

Araştırmalar ayrıca çoğumuzun zayıf ve verimsiz dinleyiciler olduğumuzu doğruluyor. Çoğumuz dinleme konusunda pek iyi değiliz, araştırmalar bir konuşmada duyduklarımızın %50'sinden daha azını hatırladığımızı gösteriyor.

Aktif dinlemenin birçok faydası vardır, bunlar şunları içerir:

- Derin güven oluşturur - Aktif dinleme, diğer insanların açılmasına yardımcı olur. Yüzeysel ayrıntılara dayanarak hemen sonuçlara varmayacağınızı hissedebilirler. Ayrıca, onları dikkatle dinleyecek kadar önemseyeceğinizi de fark ederler. Güven oluşturmak zaman alırken, ömür boyu sürecek dostluklar ve zor zamanlarda yardım sözü gibi büyük faydalar sağlar.

- Sabrınızı güçlendirir - İyi bir dinleyici olmak zaman alır ve zaman içinde düzenli çabalarla bunu geliştirmeniz gerekir. Ancak dinlemede giderek daha iyi hale geldikçe, sabrınızı geliştirmeniz otomatik bir fayda sağlar. Siz yargılamadan diğer kişinin duygu ve düşüncelerini dürüstçe ifade etmesine izin verme sabrı
- Cana yakın olmanızı sağlar - Kendinizi sabırlı bir dinleyici olarak sunarken, insanlar sizinle daha doğal bir şekilde iletişim kurma eğiliminde olurlar. Onların yanında olarak, onlara duygularını ifade etme özgürlüğü vermiş olursunuz.
- Yetkinliği ve bilgiyi artırır - Harika dinleme becerileri, bir çalışanı pozisyonu ne olursa olsun daha yetkin ve yetenekli kılar. Bir kişi kendisine verilen toplantılardan, talimatlardan ve raporlardan ne kadar çok bilgi alabilirse, görevi tamamlamada o kadar verimli ve başarılı olacaktır. Dinlemek aynı zamanda bilgiyi geliştirir ve aşamalı öğrenme yoluyla iş gereksinimlerinin yerine getirilmesine yardımcı olur.
- Zamandan ve paradan tasarruf sağlar - Etkili dinleme, yalnızca yanlış anlaşılma ve işletmeye çok zarar verebilecek hata risklerini azaltmakla kalmaz, aynı zamanda zamandan ve paradan da tasarruf sağlar

İyi bir dinleyici ne yapar?

İyi dinleyiciler, mesajların ne kadar belirsiz olabileceğine bakılmaksızın, başkalarının gerçekte ne söylemeye çalıştığını aktif olarak anlamaya çalışırlar. Dinleme, yalnızca sözlü mesajları çözme çabasını değil, aynı zamanda yüz ifadeleri ve fiziksel duruş gibi sözel olmayan ipuçlarını da yorumlamayı içerir.

Ayrıca, göz temasını sürdürmek, başınızı sallamak ve gülümsemek, 'Evet' diyerek aynı fikirde olmak gibi sözlü olmayan ipuçlarıyla dinlediğinizi konuşan kişiye göstermeniz gerekir. Dinleyici bu ipuçlarını verdiğinde, müşteri genellikle daha rahat hissedecek ve daha kolay, açık ve dürüst bir şekilde iletişim kuracaktır.

Aktif dinleme için üç adım vardır:

- Dinleyin: Dinleyiciye odaklanırsınız. Ne hakkında konuşuyor?
- Sorun: Bu adımın amacı öncelikle dikkatinizi göstermek, ikinci olarak bilgi toplamak ve üçüncü olarak da açıklamalar yapmaktır. Bu adımda açık uçlu sorular yaparsınız.
- Yanıtlayın: Yanıt verdiğinizde şunları yapabilirsiniz:
 - o Söylenenleri yansıtın, konuşmacının duygularını yansıtın.
 - o Yeniden ifade edin: ana fikirleri ve duyguları yeniden ifade edin
 - o Netleştirin - Konuşmacıyı daha fazla açıklamaya zorlamak için sorular sorarak veya yanlış yorumu yeniden ifade ederek.
 - o Sözlerini yüksek sesle veya iğnizden özetleyin. Söylediklerini tekrarlamak, doğru bir anlayışa sahip olduğunuzdan emin olmanıza yardımcı olur. Söylediklerini daha iyi anlamak için bunu kendi sözlerinizle yapmaya çalışın.

Aktif dinleme becerilerinin sözel ve sözel olmayan işaretleri

Biriyle konuştuğunu ve onun seni dinlemediğini bilmek hoş değil. Aktif olarak dinlediğinizi konuşmacıya bildirmek için atabileceğiniz bazı basit adımlar vardır.

Aktif dinlemenin sözel olmayan işaretleri

Dinleyen insanların bu işaretlerden en azından bazılarını göstermesi muhtemeldir. Ancak, bu işaretler her durumda ve tüm kültürlerde uygun olmayabilir.

Gülümseme - Dinleyiciye gülümsemeler, söylenenlere dikkat etmek veya alınan mesajlara katılmanın veya mutlu olmanın bir yolu olarak gösterilir. Baş sallamalarla birleştiğinde gülümsemeler, mesajların dinlendiğini ve anlaşıldığını onaylamada çok güçlü olabilir.

Göz Teması - dinleyicinin konuşmacıya bakması normaldir ve genellikle teşvik edicidir. Ancak göz teması korkutucu olabilir. Konuşmacıyı cesaretlendirmek için göz temasını gülümsemeler ve diğer sözel olmayan mesajlarla birleştirin.

Duruş - kişilerarası etkileşimlerde gönderici ve alıcı hakkında çok şey söyleyebilir. Dikkatli dinleyici otururken hafifçe öne veya yana doğru eğilme eğilimindedir. Aktif dinlemenin diğer belirtileri, başın hafif eğik olması veya bir yandan başın dinlenmesini içerebilir.

Dikkat dağınıklığı - aktif dinleyicinin dikkati dağılmayacak ve saatine bakmayacak, saçıyla veya herhangi bir şeyle oynamaz, vb..

Etkin dinlemenin Sözel İşaretleri

Pozitif Pekiştirme - bu güçlü bir dikkat sinyali olabilir, ancak çok fazla kullanımı konuşmacı için can sıkıcı olabilir. „Çok iyi”, „evet” veya „gerçekten” gibi ara sıra kullanılan kelimeler ve ifadeler, dikkat ettiğinizi gösterecektir.

Hatırlama - konuşmacının adı gibi birkaç önemli noktayı hatırlamaya çalışın. Söylenenlerin anlaşıldığını pekiştirmeye yardımcı olabilir. Önceki konuşmalardan ayrıntıları, fikirleri ve kavramları hatırlamak, dikkatin korunduğunu kanıtlar ve muhtemelen konuşmacıyı devam etmeye teşvik eder.

Sorma - dinleyici, ilgili sorular sorarak ve/veya konuşmacının söylediklerini açıklığa kavuşturan veya netleştirmeye yardımcı olan açıklamalar yaparak dikkatini verdiğini gösterebilir. Dinleyici, konuyla ilgili sorular sorarak, konuşmacının söyledikleriyle ilgilendiklerini pekiştirmeye de yardımcı olur.

Netleştirme - bu, doğru mesajın alındığından emin olmak için konuşmacıya sorular sormayı içerir. Netleştirme genellikle, konuşmacının gerektiğinde belirli noktaları genişletmesini sağlayan açık soruların kullanılmasını içerir.

Çatışma Yönetimi

Kitchen çalışanları genellikle iş arkadaşlarıyla veya müşterileriyle çatışır. Bunun nedeni farklı ihtiyaçlar, görüşler ve hedefler olabilir.

Çatışma içinde olan çalışanlar, birlikte çalışmaya ve işbirliği yapmaya daha az eğilimli hale gelebilir. Müşterileri ile çatışan ve bu çatışmayı çözemeyen çalışanlar eninde sonunda bu müşterileri kaybedeceklerdir.

İnsanlar zorlu bir durumu ele alırken farklı yaklaşımlar sergileyebilir, ancak her davranış dizisi uzun vadede etkili olmayacaktır. Çatışmaları ele almak için üç farklı yaklaşım vardır:

Agresif Davraş (Ben Kazanırım–Sen kaybedersin). Bir çatışmayı agresif bir şekilde çözmeyi seçmek, kısa vadede hedeflerinize ulaşmanıza yardımcı olabilir, ancak bu yaklaşım büyük olasılıkla başkalarından yabancılığa, hayal kırıklığı, acı ve izolasyon duygularına neden olacaktır. Agresif davranış, aşağıdakilerle karakterize edilir:

- Duygularınızı, ihtiyaçlarınızı ve fikirlerinizi başkalarının pahasına ifade etme ihtiyacı
- Kendi haklarını savunmak, ancak başkalarının haklarını göz ardı etmek
- Genellikle düşmanca ve kendi kendini baltalayıcı bir biçimde iletilen iletiler

Agresif bir yaklaşım ilişkilere zarar verir ve güveni azaltır. Çatışma yönetimine yönelik agresif bir yaklaşım, karşı tarafla olan ilişkinize zarar verebilir.

Pasif Davranış (Ben Kaybederim–Sen Kazanırsın). Çatışmanın neden olduğu hoş olmayan durumlardan kaçınmayı tercih edebilirsiniz. Ancak, konumunuzu ifade etmediğinizde ihtiyaçlarınız karşılanmıyor. Bu, hayal kırıklığına ve öfke oluşumuna yol açabilir.

Pasif davranış aşağıdakilerle karakterize edilir:

- Kendi duygularınızı, ihtiyaçlarınızı veya fikirlerinizi ifade etmemek
- Kendi haklarınızı göz ardı etmek
- Başkalarının onları ihlal etmesine izin verme
- Endişe, hayal kırıklığı, öfke ve dargınlıkla sonuçlanan engellemeler ve kendini inkar etme

Çatışmaların üstesinden gelmek için pasif bir yaklaşım, güvenilirliğinizi etkileyebilir ve itibarınızı riske atabilir.

Atılgan Davranış (Ben Kazanırsın - Sen Kazanırsın). Atılgan bir karşılık **hem sizi hem de başkalarını onurlandırır.** Pozisyonunuzu, ihtiyaçlarınızı ve duygularınızı saygılı bir şekilde ifade eder ve karşınızdaki kişiyle diyalog kurarsınız.

Atılgan davranış aşağıdakilerle karakterize edilebilir:

- Duygularınızı, ihtiyaçlarınızı ve fikirlerinizi ifade etme
- Meşru haklarınızı başkalarının haklarını ihlal etmeyecek şekilde savunmak
- Güven ve özgüven duyguları ve çatışmanın azalması

Çatışmaya atılgan bir şekilde yanıt vermek, hedeflerinize ulaşma olasılığınızı artırır. Sonuçlar başlangıçta mükemmel olmasa bile, bu yaklaşım açık sözlü olduğunuz için öz-değer duygularına yol açar. Öz güven gelişir ve ilişkiler daha açık ve dürüst hale gelir. Bununla birlikte, çatışma iddialı bir şekilde yönetildiğinde, olumlu bir etkisi olabilir ve işyerinde avantajınıza kullanılabilir.

Peki, sahip olmanız gereken üç davranıştan hangisine sahip olmalısınız?

- Pasif mi davranıyorsunuz?
- Kazanmak istiyor musunuz ve diğerinin kaybetmesi umurunuzda değil mi?
- Ne istediğinizi söylemenin bencillik olduğunu düşünüyor musunuz?
- Bir şeyi yapmayı reddederseniz insanların sizi sevmeyeceğinden endişeleniyor musunuz?

Atılganlık, başkalarının ihtiyaçlarını kabul ederken, duygularınızı, ihtiyaçlarınızı, isteklerinizi ve düşüncelerinizi açık ve güvenli bir şekilde iletmenize yardımcı olan bir davranış veya beceridir.

Düşüncelerinizi belirtin

Atılganlık, duygularınızı açıkça ifade edebilmenin yanı sıra, çekingen hissetmeden fikirlerinizi ifade edebilmeniz anlamına gelir.

Haklara saygı duyun

Aynı zamanda başkalarına da değer verecek, onların da fikir edinme haklarına saygı duyacaksınız. Etkili, atılgan iletişim yoluyla, nasıl ilerlemek istediğinizi ifade edebileceksiniz..

Yüzleşme

Kibar olun, özlü olun ve aşağıdaki unsurları dahil edin: sorunun doğası; sizi nasıl etkiler; bu konuda ne hissediyorsun; ne değiştirmek istiyorsun Çözüm getirmek için gerekirse müzakere etmeye hazır olun.

Hassasiyet ve Öngörü

Hassasiyet ve öngörü kullanarak ve diğer bakış açısını görmek için çaba sarf ederek ve bunu kabul ederek, kendinizi güçlü bir konuma yerleştireceksiniz. Ulaşmayı hedeflediğiniz şeye uyuyorsa, bir uzlaşma teklif etmeye hazır olun..

Atılganlık, Agresiflik ve Pasiflik

Hayır Deme Alıştırması Yapın

Dürüst ol. İstenmeyen bir isteğin size geldiğini biliyorsanız, önceden hayır deme alıştırmaları yapın. Gerekirse, ifadenizi yumuşak, sakin ve ısrarla tekrarladığınız „Kırık Plak Atılganlık Tekniği”ni kullanın.

Reddetmek değil

Bir isteği reddetmeyi, istekte bulunan kişiyi reddetmekle karıştırmayın. Çoğu insan, uygun şekilde ifade edildiğinde dürüst bir „hayır”ı memnuniyetle kabul eder. İlk sefer en zoru olacaktır!

Atılgan bir kişi uygun vücut diline sahip olmalıdır.

- Açık el hareketleri ile rahat bir şekilde dik durmalısınız.
- Yüz hatlarınızı gevşetin ve iletişim kurduğunuz kişiyle sıkı ve doğrudan göz teması kurun.
- Yüz ifadeleriniz herhangi bir karışık mesaj vermemelidir, bu nedenle lütfen isterseniz gülümseyebilirsiniz, değilsen kaşlarınızı çatarsın
- Memnunsanız gülümseyin ama gidişattan o kadar memnun değilseniz kaşlarınızı çatmaktan çekinmeyin.
- Gerekirse kendi çözümlerinizi başka çözümler keşfetmeye istekli olun.

Cesaretlendirme

Bazen sadece biraz cesaretlendirmek yeterlidir.

Maliyetleri tartın. Diğer insanlara nasıl hissettiğinizi söylemek, onların da size duygularını iletmelerini kolaylaştırır.

Atılganlık, tüm fikirlerin önemli olduğunu kabul etmekle ilgilidir.

„Ben önemliyim, sen de önemlisin”

Pasif veya agresif olarak kaybedersiniz. Atılganlığın hiçbir maliyeti yoktur, ancak birçok fayda sağlar.

Atılgan davranışa bir örnek, Restoran Mutfağındaki davranıştır. (Kaynak: <https://www.impactfactory.com/library/assertiveness-and-personal-impact>)

Arkadaşım Geraldine, mutfağında yaklaşık yedi kişilik bir ekiple enfes bir Fransız restoranında çalışan parlak ve tutkulu bir şef.

Geraldine nazik ve tatlı bir insandır, ancak baskı altında, emirler yağmaya başladığında, ekipten birine beklenmedik bir şekilde saldırabilir.

Bir çırpıda herkes biraz gergin ve ona karşı temkinli davranıyor, onlara kızdığını düşünüyor ve sonuç olarak daha fazla hata yapıyorlar.

Kötü Alışkanlık

Geraldine bir gün bana kötü bir alışkanlığa dönüştüğü için bunu nasıl durdurabileceğini sordu.

Cevabım,

„Yapamazsın, bunu o kadar uzun süredir yapıyorsun ki artık davranışlarına işlemiş durumda. Ancak başka bir yaklaşım daha var.”

Pratik Yaklaşım

Daha pratik bir yaklaşım..? Tartışma!

Ben de ona neden terslediğini düşündüğünü sordum.

„Çünkü her şeyin nasıl görüldüğünü ve tadını çok önemsiyorum ve olabileceğinin en iyisi olmasını istiyorum..”

„Tamam, bir dahaki sefere patladığında, olaya karışan birine hemen yemeği gerçekten önemsediyini söyle ve olan bu: baskı hissettiğinde özür dilememeye çalış”

„çünkü niyetin kimseyi gücendirmek değil”.

Önerisinde bulundum.

Karşı değilim

Böylece birkaç hafta geçti ve Gigi olarak da bilinen Geraldine aradı ve insanlara onun için neler olup bittiğini ve onlara küsmediğini bildirmenin oldukça iyi çalıştığını söyledi.

Önemseydiği ve baskı altında hissettiği için patladığı gerçeğine sahip olmak, başkalarının ona bakışını değiştirmiş gibiydi..

Bu gece en iyi şey oldu.

İki ay daha geçti, Geraldine tekrar aradı

„Bu gece en iyi şey oldu!”

„Tipik bir Cumartesi gecesi idi ve mutfakta koşuşturuyorduk, biletler geliyor, yiyecekler çıkıyordu, baskı artıyordu ve ben bunu hissettim. Neyin geldiğini biliyordum.

Ama aniden, Jerome benim Aşçım, elinde bir havluyla kollarını havaya kaldırdı.

„Herkes!”

diye bağırdı

„Gigi... Umursamak üzere!!”.

„Bir sessizlik anı oldu - Sonra ben dahil herkes güldü ve tüm ekip başlarını öne eğdi ve sıkışıp kaldı!”

YETERLİLİK 2-MUTFAKTA ÇALIŞMA YÖNETİMİ

MODÜL 3: KURUM İÇİ EĞİTİM ORGANİZASYONU (MUTFAKTA)

Ekip içindeki eğitim ihtiyaçlarını belirleyin ve analiz edin

İşte çalışanların eğitim ihtiyaçlarını nasıl belirleyeceğiniz konusunda başlamanız için 8 somut adım:

1. Neye Ulaşmaya Çalıştığınıza Karar Verin

Değerli eğitim zamanınızı nerede geçireceğinize karar vermek için çalışan verilerini toplamadan önce iş yeriniz (mutfağınız) için kurumsal amaçlara ve hedeflere karar verin.

Hedefleriniz çok somut veya biraz soyut olabilir (örneğin, müşteri hizmetlerini iyileştirmek), ancak bunu düşünebilir ve bir hedef olarak belirleyebilirsiniz, onu eğitebilir ve ilerlemenizi ölçebilirsiniz.

2. Hedeflerinize Ulaşmak İçin Gereken Bilgi, Beceri ve Yetenekleri Belirleyin

Bir kuruluş büyüdükçe ve değiştikçe çalışanlarının bilgi, beceri ve yeteneklerinde boşluklar olabilir.

Bir kişi mutfak işlerinin kalitesini gözlemlemeli ve kabul edilen standartlara uygun olup olmadığını kontrol etmelidir. Bu adım, belirtilen hedeflerinize ulaşmak için eğitimin sonunda çalışanların bilmesi, anlaması ve yapabilmesi gerekenleri dikkatlice parçalara ayırır ve ifade eder. Bireylere yönelik bu öğrenme hedefleri, eğitiminize daha fazla rehberlik etmenize ve odaklanmanıza yardımcı olur.

3. Çalışanların Ne Bildiklerini Anlayın

İkinci adıma dönüp baktığınızda, bilgi, beceri ve yetenekler listenizi alın ve çalışanlarınızın spektrumun neresinde yer aldığını belirleyin. Öğrenim programlarınızı tasarlamaya başlamadan önce, çalışanlara bildiklerini göstermeleri (ve boşlukları belirlemeleri) için bir şans verin.

Bu bilgilerin toplanmasının çeşitli yolları vardır, bunlar arasında:

- Anketleri veya anketleri kullanma
- Çalışanları gözleme ve çalışmalarını inceleme
- Resmi değerlendirmeler yapmak

4. Çalışanlarla Konuşun

Çalışanlara işlerini daha iyi yapmak için neye ihtiyaçları olduğunu sormak için zaman ayırın. İşlerinde mutlular mı, yoksa onları ne mutlu edebilir?

Bu görüşmeleri her türlü İK ayarından ayırarak açık geri bildirim teşvik edin. Çalışan ihtiyaçlarına uygun eğitim için amaç ve hedefler belirlemekle gerçekten ilgilendiğinizi açıkça belirtin. Bu, kontrol etmeyi asla düşünmeyeceğiniz eksiklikleri bulmanıza yardımcı olabilir.

5. Yöneticilerle Konuşun

Yöneticiler, yöneticiler ile mal sahipleri ve işçiler arasındaki köprüdür. Bu nedenle, toplantı odasında ve sokakta işlerin nasıl gittiğine dair benzersiz bir bakış açısına sahipler.

Neyin iyileştirilebileceğini ve nelerin değiştirilmesi gerektiğini düşündüklerini görmek için yöneticilerinizle konuşmanız gerekir.

6. Ekibiniz İçin Değerli Veri Noktalarına Karar Verin

Toplanan verilerde neye odaklanmak istiyorsunuz? Genel olarak çalışanlar öğle yemeğinin çok kısa olduğunu düşünüyorsa ancak bu, daha verimli teklif verme veya faturalandırma sürecini uygulama hedefinizi karşılamıyorsa, şimdilik öğle yemeğine odaklanmayın.

Aldığınız geri bildirimleri sürecin başında belirlediğiniz hedeflerle eşleştirin.

7. Mevcut Eğitim Kaynaklarınızı Değerlendirin

Çalışanların ne bildiğini ve yöneticilerinizin görüşlerini aldıklarını anladıktan sonra, hedeflerinize doğru ilerlemeyi desteklemek için halihazırda hangi eğitim kaynaklarının mevcut olduğunu ve hangilerinin ince ayar yapılması (veya tamamen ortadan kaldırılması) gerektiğini anlamamanın zamanı geldi.

El kitapları, çalışma kitapları ve PowerPoint sunumu gibi bazı eski araçları kullanarak çalışan eğitimi verdiyseniz, eğitimi verimli ve etkili kılan teknolojiyi kullanmayı düşünebilirsiniz. Eski üç halkalı klasörlerinizi, PowerPoint'lerinizi ve çalışma kitaplarınızı aşağıdakilerle değiştirmeyi düşünebilirsiniz:

- Belirli iş sahalarına sunulan, coğrafi olarak sınırlandırılmış öğrenme fırsatları
- Deneyimsel öğrenme
- Mikro öğrenme modülleri
- Oyunlaştırılmış varlıklar ve teslim yöntemleri

Eğitim İhtiyaç Analiziniz, çalışanların nasıl öğrenmeyi tercih ettiğini de ortaya çıkarabilir ve bu da eğitimi yaydıktan sonra eğitim sürtüşmelerini azaltabilir..

8. Eğitiminizi İhtiyaçlarınıza Göre Eşleştirin

Eğitiminizi ihtiyaçlarınızla eşleştirmek, ilk adımdan itibaren kurumsal hedeflerinize ulaşmak için çalışanların tam olarak neye ihtiyaç duyduğuna odaklanan doğru miktarda eğitim aldığınızdan emin olmak anlamına gelir. Çalışanların eğitim için çok az zamanları olduğundan, ihtiyaç duydukları şeyi ihtiyaç duydukları zamanda aldıklarından emin olmak istersiniz.

Dikkat dağıtıcı veya zaman alıcı bir sürü ekstra olmadan çalışanlara ihtiyaç duydukları eğitimi vermeye odaklanın.

Tüm ofis ve saha prosedürleriniz dahil olmak üzere iş yapma şeklinizi tamamen elden geçiriyor olsanız bile, her seferinde tek bir mantıklı adım atmak, çalışanların (ve müdürlerin ve yöneticilerin!) hüsrana uğramasını ve bunalmasını önleyecektir..

İhtiyaçlarını belirleyin

Bir araştırmaya göre, Kitchen Staff'a dayalı en yaygın sekiz beceri 2022'de yeniden başlıyor.

- Yemek Hazırlama, %23,2
- Gıda Güvenliği, %16,5
- Olumlu Tutum, %14,0

- Sanitasyon Standartları, %12,1
- Gıda Ürünleri, %6,5
- Mutfak Gereçleri, %5,9
- Menü Öğeleri, %4,6

KITCHEN STAFF SKILLS



- 1 Food Preparation
- 2 Food Safety
- 3 Positive Attitude
- 4 Sanitation Standards
- 5 Food Products
- 6 Kitchen Equipment
- 7 Menu Items
- 8 Meal Prep
- 9 Customer Service
- 10 Staff Members

Mutfak müdürü, mutfak personelinin eğitim ihtiyacını belirledikten sonra, personele mesleki gelişimlerine yardımcı olabilecek eğitimler önerebilir. Ayrıca her çalışan için bir eğitim planı veya bir grup çalışan için bir eğitim planı geliştirebilir.

Tespit edilen usulsüzlüklerin düzeltilmesi

Yönetici, personelinin becerilerini ve yeterliliklerini değerlendirmek ve herhangi bir usulsüzlüğü tespit etmek için genellikle farklı değerlendirme yöntemleri veya hatta değerlendirme yöntemlerinin bir kombinasyonunu kullanır.

İlk değerlendirme aracı, senaryo bazlı sorulardan oluşan **çoktan seçmeli bir testtir** ve süresi yaklaşık 90 dakika olabilir.

İkinci değerlendirme aracı **Pratik Gözlemdir**. Bu, çalışanın mutfakta yemek hazırlayıp servis ettiği çalışma ortamında çalışanın üç saatlik bir gözlemi olabilir.

Üçüncü değerlendirme yöntemi, **Mutfak zorluğu gözlemidir**. Bu, kontrollü bir ortamda 2 saatlik bir gözlem olabilir. Çalışan, kuruluşun menüsünden bir Ana yemek ve menüden bir Tatlı hazırlamak zorundadır ve her ikisi de müşteri talebini / mevsimselliği yansıtacak şekilde uyarlanmalıdır.

Yönetici kendi alanında diğer uzmanlar, ustalar, yemek meraklıları ile değerlendirme yöntemleri hakkında fikir almak için görüşebilir ve işbirliği yapabilir. Değerlendirme yöntemlerinin adilliği ve geçerliliği hakkında daha fazla tartışmak ve yeni değerlendirme yöntemleri üzerinde beyin fırtınası yapmak için kısa grup beyin fırtınası oturumları düzenleyebilir.

Herhangi bir düzensizlik olursa, bunları bire bir eğitim veya grup eğitimi ile düzeltmeye çalışmalıdır.

Eğitim hazırlamak ve yürütmek

Küçük ve orta ölçekli işletme sahipleri bazen çalışanları etkili bir şekilde eğitmek için gerekli bütçeye ve/veya kaynaklara sahip olmayabilir.

Bire bir eğitim veya grup eğitimi için bu beş adımı izlemek, çalışanları işin içine katmak ve hız kazanmak için etkili ve yönetilebilir bir yol olmaya devam ediyor.

İş Tanımla

Çalışanların bilgi, beceri ve yetenek düzeylerini zaten gözden geçirdiniz ve bire bir eğitim veya grup eğitimi sırasında hangi işlere (görevlere) odaklanmanız gerektiğini biliyorsunuz..

Eğitmek için Hazırlan

Her görevi tamamlamak için sorumluluk alanlarını ve prosedürleri listeleyin. Bu bilgiyi iletmenin iyi bir yolu, bir eğitim müfredatı oluşturmaktır. Önemli görevlerin kaydı olmadan, çalışan sorunlu alanları üstlenme gibi haksız bir yükün altına girer ve yeni bir çalışan hangi bilgilerin verilmediğini bilecek durumda değildir.

Antrenmana hazırlanırken doğru antrenörü seçmek de önemlidir. Yöneticiler, diğer çalışanları eğitmek için sıklıkla en iyi performans gösteren çalışanlarını seçerler. Bununla birlikte, işlerinde başarılı olanlar, onları neyin bu kadar etkili kıldığını açıklamakta mutlaka iyi değildir. Ne de olsa, beceriler onlara doğal geliyorsa, onları nasıl geliştirecekleri konusunda fazla düşünmemiş olabilirler.

Eğitmenin aşağıdaki adımları izleyerek eğitim içeriğini tasarlaması ve düzenlemesi gerekir:

- 1. Eğitim amaçlarını açık, kısa ve öz bir şekilde belirleyin.** Eğitim hedeflerini belirleyin. Hedefler arasında bilginin zenginleştirilmesi, becerilerin yükseltilmesi ve tutumun iyileştirilmesi yer alacaktır.
- 2. Programın veya eğitim modülünün temel kavramlarını tanımlayın.** Modüllerin yapısını belirleyin. Eğitimin modüllerine karar vermesi gerekecek ve pratik ve teorik kısımları oluşturması gerekecek. Modüller arasında sıra ve uyum olduğundan emin olması gerekecektir. Eğitim materyali ile train.ee arasında etkileşim olduğundan emin olmalıdır.
- 3. İlk toplantıyı tasarlayın.** Bu toplantı sırasında bir buzkıran yapması gerekecek ve ardından eğitimin amacını ve hedeflerini analiz etmesi gerekecek.
- 4. Nihai toplantıyı tasarlayın.** Bu son toplantıda eğitmen eğitimin içeriğini özetleyecek, eğitimden elde edilen temel sonuçları sunacak ve kursiyerler eğitimi değerlendirecektir.

Eğitimi uygulayın

Eğitmenin, eğitimin amacını ve hedeflerini çalışana ve onlara eğitimin değerini net bir şekilde iletmesi gerekir. Eğitmenin ayrıca çalışanların organizasyonun gelişmesinde çok önemli bir role sahip olduğunu ve değerli olduklarını belirtmesi gerekecektir.

Çalışanların farklı öğrenme stilleri olacaktır. **İşiterek, görerek ve/veya yaparak öğrenirler.**

Bir antrenörün antrenmanı sırasında kullanabileceği birçok antrenman tekniği vardır, bunlar:

- Ders/Sunum

Eğitmen konuyu bir Microsoft PowerPoint sunumu kullanarak sunar. Her modülün sonunda kursiyerlerin bazı alıştırmalar yapmaları ve istedikleri soruları sormaları gerekir.

- Tartışma
- Gruplar halinde çalışın
- Deneyimsel Atölye

Deneyimsel öğrenme, öğrencilerin “yaparak öğrendiği” ve deneyimler üzerinde düşünerek etkileşimli bir öğrenme sürecidir. Deneyimsel öğrenme etkinlikleri arasında uygulamalı laboratuvar deneyleri, stajlar, uygulamalar, saha çalışmaları, yurtdışında eğitim, lisans araştırmaları ve stüdyo performansları yer alabilir ancak bunlarla sınırlı değildir.

İyi planlanmış, denetlenen ve değerlendirilen deneyimsel öğrenme programları, disiplinler arası öğrenmeyi, sivil katılımı, kariyer gelişimini, kültürel farkındalığı, liderliği ve diğer profesyonel ve entelektüel becerileri teşvik ederek akademik sorgulamayı teşvik edebilir.

“Deneyimsel” olarak kabul edilen öğrenme, aşağıdaki unsurların tümünü içerir:

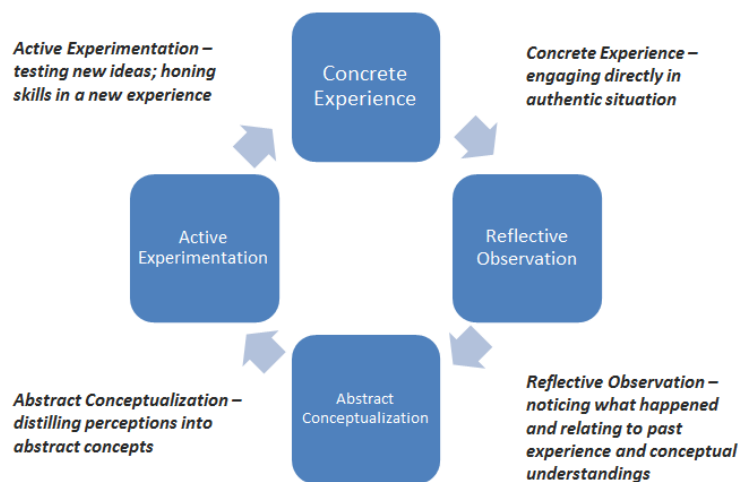
- Yansıma, eleştirel analiz ve sentez.
- Öğrencilerin inisiyatif almaları, kararlar almaları ve sonuçlardan sorumlu olmaları için fırsatlar.
- Öğrencilerin entelektüel, yaratıcı, duygusal, sosyal veya fiziksel olarak meşgul olmaları için fırsatlar.
- Doğal sonuçlardan, hatalardan ve başarılarından öğrenme olasılığını içeren tasarlanmış bir öğrenme deneyimi.

Nasıl çalışır?

Kolb’un (1984) öğrenme döngüsü, deneyimsel öğrenme sürecini tasvir eder (aşağıdaki şekle bakın). Bu süreç aşağıdakilerin entegrasyonunu içerir:

- o bilgi–resmi öğrenme ve geçmiş deneyim yoluyla edinilen kavramlar, gerçekler ve bilgiler;
- o etkinlik–bilginin „gerçek dünya” ortamına uygulanması; Ve
- o yansıma–bilginin analizi ve sentezi ve yeni bilgi yaratmak için faaliyet”

Kolb's Cycle of Experiential Learning



■ Literatür Taraması

■ Rol oynama

Bu teknik genellikle, her birinin farklı potansiyel çalışma senaryolarını canlandırmasına izin verilen bir kursiyer ve bir kolaylaştırıcı (veya eğitmen) ile yürütülür.

Bu yöntem, çalışanların zor durumlarla başa çıkma pratiği yapmasına izin verdiği için müşteri veya müşteri etkileşimi gerektiren sektörlerde en etkilidir.

■ Simülasyon

Simülasyonlar, karmaşık makineleri çalıştırmak için belirli bir dizi beceri gerektiren alanlar için etkili bir eğitim tekniğidir. Başarılı simülasyonlar, gerçek çalışma durumlarını yansıtır ve kursiyerlerin işte muhtemelen karşılaştıkları sorunları çözmelerine olanak tanır.

■ Vaka Çalışması

Vaka çalışması, analitik ve problem çözme becerilerini geliştirmeye yardımcı olabilir. Kursiyerlere, ortak çalışma durumlarını tasvir eden gerçek veya hayali senaryolar verilir. Daha sonra çalışanlardan bağımsız olarak veya grup halinde vakayı analiz etmeleri ve ideal çözümler ve senaryolar bulmaları istenir.

■ Beyin Fırtınası

■ Pratik alıştıırma

Eğitmen, eğitimi daha etkili kılmak için yukarıda belirtilen eğitim tekniklerinin bir kombinasyonunu kullanmalıdır. Örneğin, her bir görev için basit ve anlaşılır sunumlar hazırlamalıdır. Eğitmen ayrıca, mümkün olan durumlarda, optimum öğrenme koşullarını sağlayan egzersizler için bir iş istasyonu hazırlamalıdır. Çalışanların eğitime katılımını artırmak için eğitim sırasında rol oynama eğitim tekniğini, vaka çalışmasını ve deneysel öğrenmeyi de kullanabilir.

Bazı eğitim teknikleri belirli gruplarda iyi çalışmayabilir. Bu nedenle eğitmen esnek olmalıdır. Kullandığı tekniğin grubu üzerinde çalışmadığını fark ederse, hemen başka bir antrenman tekniği kullanmak zorundadır.

Eğitmenlerin kullandığı dil basit ve anlaşılır olmalıdır. Dinleyicilerinin dilini konuşmalıdır.

Eğitmen ekip yönetimi ve teşvik ilkelerini uygulamalıdır. Bu ilkeler, kursiyerlere eşit davranmak, Farklı kursiyer türlerini ele almak, Farklılıkları ortadan kaldırmak, Anlaşmazlıkları gidermek, Etkileşim ve Motivasyon'dur.

İyi bir öğrenme ortamı oluşturmalıdır. Güvenilir ve yaratıcı bir ortam, herkesin katılıp fikirlerini özgürce ifade edebildiği, takım ruhunun olduğu bir ortam olmalıdır.

Eğitmen sözlü iletişimi etkin bir şekilde kullanmalıdır.

Eğitmen şunları yapmalıdır:

- Olumlu bir izlenim bırakmak için sıcak ve samimi bir ton kullanın
- Uyum sağlamak için uygun olduğunda açık uçlu sorular sorun
- Güvenle konuşun
- Açıkça konuşun ve söylediklerini gerekçelendirin
- İyi telaffuz
- Notlarından bağımsız ol

Eğitmen beden dilini de verimli kullanmalıdır.

Eğitmen şunları yapmalıdır:

- Rahat olun, açık bir vücut diline sahip olun (vücudunu germekten veya kollarınızı kavuşturmaktan kaçınin)
- Yüz ifadelerinin farkında olun; Hem konuşurken hem de dinlerken göz temasını koruyun ve sıcaklığı ve ilgiyi yansıtmak için hafif bir gülümsemeyi koruyun.
- Parmakla gösterme, kıpırdanma, sağla oynama veya hafifçe vurma gibi dikkat dağıtıcı veya agresif hareketlerden kaçınin
- Duruşuna dikkat edin; dik ve dik durun ve oturduğunuzda kambur durmayın; amaç güven, enerji ve otorite yansıtmaktır

Eğitmen, eğitimin her aşamasında grubu yönetmelidir. Ayrıca tüm kursiyerlere eşit davranıldığından emin olmalıdır ve bir kursiyerin eğitim sırasında özel bir muameleye ihtiyaç duyduğunu gözlemlemesi durumunda, eğitimi daha iyi ve daha iyi hale getirmenin ve etkili ve öğrenme çıktılarını karşılamının yollarını tartışmak için onunla bire bir görüşme ayarlayabilir.

Eğitim sırasında bir çatışma çıkması durumunda, eğitmen bunu gruba ve eğitimin ilerlemesine zarar vermeden çözmeye çalışmalıdır.

Bir çatışmayı çözmek için aşağıdaki adımları izlemelisiniz:

1. Çatışmanın kaynağını netleştirin

Çatışmayı çözenin ilk adımı, kaynağını netleştirmektir. Çatışmanın nedenini tanımlamak, sorunun en başta nasıl büyüdüğünü anlamanızı sağlayacaktır. Ek olarak, her iki tarafın da anlaşmazlığın ne olduğuna rıza göstermesini sağlayabileceksiniz. Bunu yapmak için de, konuların her iki tarafında da karşılanmayan ihtiyaçları tartışmanız gerekir. Ayrıca, karşılıklı anlayışı garanti etmeniz gerekir. Her iki tarafın görünümü hakkında mümkün olduğunca fazla bilgi edindiğinizden emin olun. Çatışan tüm tarafların sorunu anladığından emin olana kadar soru sormaya devam edin.

2. Konuşmak için güvenli ve özel bir alan bulun

3. Aktif dinleme yapın ve herkesin konuşmasına izin verin.

Her iki tarafı da güvenli ve özel bir yerde buluşturduktan sonra, her birinin ele alınan konuya ilişkin görüş ve algılarını ortaya koymasına fırsat tanıyın. Her bir tarafa, diğerini kayırmadan düşüncelerini ve endişelerini ifade etmeleri için eşit zaman verin. Toplantı sırasında olumlu ve iddialı bir yaklaşım benimseyin. Gerekirse, temel kurallar belirleyin. Bu yaklaşımı benimsemek, her iki tarafı da düşüncelerini açık ve dürüst bir şekilde ifade etmeye, çatışmanın nedenlerini anlamaya ve çözümler bulmaya teşvik edecektir.

4. Durumu araştırın

Her iki tarafın endişelerini dinledikten sonra, zaman ayırın ve olayı araştırın. Ön yargıda bulunmayın veya sahip olduğularınıza dayanarak nihai bir karara varmayın. Daha derine inin ve olaylar, ilgili taraflar, sorunlar ve insanların nasıl hissettiği hakkında daha fazla bilgi edinin. İlgili kişilerle bireysel ve kendinden emin bir konuşma yapın ve onların bakış açılarını anladığınızdan emin olmak için dikkatlice dinleyin.

5. Ortak hedefe ulaşma yollarını belirleyin

Çatışmanın kaynağını açıklığa kavuşturduktan, her iki tarafla da görüştüğünüzden ve durumu araştırdıktan sonra, her iki tarafla da oturup, eldeki meseleyi yönetmek ve çözmek olan ortak hedefe ulaşmak için uygulayabileceğiniz

ortak yolları tartışmanız gerekir. Tüm seçenekleri tüketene kadar dinleyin, iletişim kurun ve birlikte beyin fırtınası yapın.

6. En iyi çözüm üzerinde anlaşmaya varın ve kararda her bir tarafın sahip olduğu sorumlulukları belirleyin

Durumu araştırdıktan ve sorunu çözenin yollarını belirledikten sonra, her iki tarafın da sorun için en iyi çözüme ilişkin bir sonuca varması gerekir. Ve en iyisi üzerinde anlaşmak için, her bir tarafın birlikte yaşayabileceği çözümleri belirlemeniz gerekir..

Son olarak, eğitmen kursiyerlere önemli terminolojileri, idari prosedürleri ve en iyi uygulamaları içeren, kullanımı basit ve adım adım bir kılavuz vermelidir. Bu kılavuz kursiyerler için çok yararlı bir araç olacak ve bir soruları olduğunda ona geri dönebilecekler.

Geri bildirimde bulunun

Eğitim sonunda eğitmen, eğitimi (eğitim programı, eğitim sırasında işlenen eğitim materyali, eğitim sırasında kullanılan eğitim teknikleri, eğitim sırasında kullanılan ekipman) değerlendirmek için kursiyerlerden bir değerlendirme formu doldurmalarını isteyecektir. eğitim, eğiticinin bilgisi ve yaklaşımı). Bu değerlendirme formuna kursiyerler ayrıca eğitimle ilgili daha fazla yorum ekleyebilir ve ayrıca istedikleri önerileri yapabilirler.

Eğitmen, onlar için değerli bir girdi olacağından ve gelecekteki eğitimlerini geliştirmelerine yardımcı olacağından, kursiyerleri yorum ve öneriler eklemeye teşvik etmelidir.

Eğitmen ayrıca kursiyerlere eğitim sırasındaki performansları hakkında değerlendirme sağlayabilir.

Düzenli takip edin

Eğitmen, çalışanın işinde nasıl performans gösterdiğini değerlendirmek için eğitim sonrası kontrol toplantıları planlayabilir.

Eğitmen, çalışan performansını gözden geçirme sürecinde kritik olan çalışanın ilerlemesini belgelemeyi unutmamalı ve özellikle iyi performans gösterdiğinde özel takdir göstermelidir.

Bu adımları uygulayarak, çalışanlarınızı verimli ve etkili bir şekilde eğitebilirsiniz. Yol boyunca, önemli bir mentor-menti ilişkisini ve daha güçlü bir ekip çalışması duygusunu geliştireceksiniz. Bu arada, işletmeniz yıldızlardan oluşan bir kadro kurma yolunda olacak!

İşyerinde güvenliği sürdürün

Mutfak yöneticisi mutfaktaki tehlikeleri ve bu tehlikelerden korunmanın yollarını bilmelidir.

Mutfaktaki tehlikeler ve bu tehlikelerden korunmak için en iyi uygulamalar:

- Nesnelere kaynaklanan yaralanmalar
- Kayma, takılma ve düşme
- Yanıklar
- Aşırı zorlama yaralanmaları
- Kimyasallar/temizleyiciler
- Elektrik
- Düşük sıcaklıklar

Nesnelerden kaynaklanan yaralanmalar, bıçaklardan kaynaklanan kesikleri, mutfak makinelerinden kaynaklanan yaralanmaları ve ayrıca bir şeylere çarpmaktan kaynaklanan yaralanmaları içerir.

Bıçak güvenliği

- İş için doğru bıçağı kullanın
- Daima uygun bir doğrama tahtası veya blok kullanın
- Bıçağın keskin olduğundan emin olun
- Her seferinde yalnızca bir bıçak taşıyın, ucu yan tarafınıza dönük ve keskin tarafı vücudunuzdan uzakta olsun
- Bıçakları güvenli bir şekilde bıçak kılıflarında veya uygun raflarda saklayın
- Bıçağı güçlü elinizle tutun
- Keserken, kırarken veya kemiği çıkarırken vücudunuzdan uzağa doğru kesin
- Bıçakları kullanmadığınızda keskin kenarları sizden uzakta olacak şekilde bir rafa yerleştirin
- Bıçağı kullandıktan sonra hemen temizleyin veya bulaşık makinesine koyun. Bıçağı asla su dolu lavaboda bırakmayın.
- Kesilmeye dayanıklı eldivenler gibi koruyucu giysiler kullanın
- Sapları veya bıçakları hasarlı bıçakları asla kullanmayın
- Bıçak kullanırken dikkatinizi dağıtmayın
- Düşen bir bıçağı yakalamaya çalışmayın
- Asla birine bıçak vermeyin. Tezgaha koyun ve almalarına izin verin

Mutfak makinaları

- Kesiciler ve doğrayıcılar
- Korumalar her zaman yerinde olmalıdır. Bıçaklar açıktayken asla çalıştırmayın.
- Her gün, kapak kaldırıldığında gücü kapatan güvenlik kilidi anahtarını test edin
- Yiyecekleri kesiciye beslemek veya kesiciden çıkarmak için yalnızca spatula gibi plastik uzatma araçlarını kullanın
- Güç anahtarı kapalı ve kablosu prizden çıkarılmamışsa asla makineyi temizlemeye çalışmayın. Makineler temizlenirken „yanlışlıkla” esrarengiz bir şekilde açılıyor.
- Saç, giysi, mücevherat, parmaklar, eller ve eldivenleri tehlikeli hareket eden kesici parçalardan uzak tutun
- Bir koruma hasarlı veya eksikse bir gözetmenle iletişime geçin
- Ekipmanın çalıştırılması, temizlenmesi ve bakımı ile ilgili üreticinin talimatlarına uyun

Dilimleyiciler

- Yiyecek taşıma ataşmanını kullanın ve ellerinizi her zaman bıçaktan uzak tutun, özellikle de dilimlenen ürünleri yakalarken. Elle beslemeyin.
- Temizlemek için gücü kesin, dilimleme kadranını sıfıra ayarlayın ve ardından korumayı çıkarın. Bıçağı temizlemek için bir ucunu bir beze sarılı bir kaşık kullanarak merkezden dışarıya doğru hareket ettirin. İdeal olarak, bıçağı

temizlerken metal ağ veya Kevlar® eldiven kullanın; bunlar mevcut değilse, çıplak elinizi korumak için bıçağı döndürürken kenarını kalın bir bezle rtn

Karıştırcılar

- Karıştırcı bıçaklarının çoğu tam olarak korunamadığı için bol gömlek kollarından, kravatlardan veya karıştırcıya takılabilecek herhangi bir Şeyden kaçının.
- Makine çalışırken asla haznenin kenarlarını silmeye, makineyi ayarlamaya veya hazneyi çıkarmaya çalışmayın.
- Temizlerken, yanlışlıkla çalıştırmayı önlemek için gücü kapatın ve kabloyu çıkarın

Keskin yüzeyler

- Ellerinizi herhangi bir yüzeyde, özellikle de bilmediğiniz veya göremediğiniz bir yüzeyde hareket ettirirken dikkatli olun
- Kırık veya yontulmuş cam eşyaları atın

Kaymalar, takılmalar ve düşmeler

- Zeminleri ve merdivenleri temiz, kuru ve kaygan olmayan Şekilde tutun
- Zeminleri ve merdivenleri moloz ve engellerden uzak tutun
- Zeminlerde, yükseltilmiş veya kırık bölümler gibi takılma tehlikesi bulunmadığından emin olun
- Yağ ve diğer kaygan maddelerin temizlendiğinden emin olmak için yerleri önerilen miktarda su veya temizleme sıvısı ile paspaslayın. Yağ yaymamaları için temiz bezler kullanın.
- Zeminleri cilalamak ve işlemek için kaymaz cilalar kullanın
- Halı, kilim ve paspaslarda, ayağın takılmasına neden olabilecek delikler, gevfsek iplikler, gevfsek kenarlar ve tümsekler bulunmadığından emin olun.
- Islak zeminler ve diğer tehlikeler için uygun uyarı işaretleri kullanın
- Her yerde yeterli aydınlatma olduğundan emin olun
- Merdivenlerin ve taburelerin iyi durumda olduğundan ve kaymaz ayaklara sahip olduğundan emin olun
- Bir Şeyi dşrrseniz veya dkerseniz, temizleyin. Bir tehlike fark ederseniz, hemen kaldırın veya mümkünse temizleyin. Tehlikeyi kendi başınıza halletmeniz mümkün değilse, durumu derhal amirinize bildirin.
- Yr–koşma
- arpışmaları önlemek için açılır kapıları giriş ve çıkış işaretleri ile işaretleyin veya standart hareket modelleri veya sinyalleri tanımlayın
- Kaymaz tabanlı ve alçak topuklu, burnu kapalı ayakkabılar giyin
- Kaymaz zemin paspası kullanın. Paspasları temiz tutun ve yerinde sabitleyin.
- Dağınık veya tıklalı çalışma alanlarını ortadan kaldırın



Merdivenler ve basamaklı tabureler

- Her kullanımdan önce ve sonra bir merdiveni inceleyin
- Gevşek, kırık veya eksik basamakları olan bir merdiveni reddedin; gevşek menteşeler; veya gevşek veya eksik vidalar veya cıvatalar. Arızalı merdivenleri tamir ettirin veya attırın.
- Sıcak sıvıların çevresinde, kapı aralığında veya geçitte merdiven kullanırken barikatlar ve uyarı işaretleri kurun
- Merdivene çıkmadan önce çamurlu, yağlı veya kaygan ayakkabıları temizleyin
- Yukarı veya aşağı çıkarken ve merdivenden çalışırken yüzünüz merdivene dönük olsun. Asla en üstteki iki basamağa basmayın.
- Vücudunuzun merkezini yan korkulukların içinde tutun ve asla fazla uzanmayın
- Merdiveni kaymaz ayaklar veya güvenli blokaj kullanarak sağlam bir zemin üzerine yerleştirin veya birinin merdiveni tutmasını sağlayın
- Her iki ayağınızı ve en az bir elinizi her zaman merdivende tutarak üç noktalı bir duruş kullanın



Merdivenler

- Merdivenlerin iyi aydınlatıldığından emin olun
- Merdivenleri engellerden uzak tutun
- Korkuluk kullanın
- Merdiven inip çıkarken yükün görüşünüzü engellemediğinden emin olun.
- Takılma tehlikelerini amirimize bildirin ve uyarı işaretleri yerleştirin

Uygun ayakkabılar kaymaları, takılmaları ve düşmeleri azaltmaya yardımcı olur

- Kaymaz ayakkabılar giyin. Islak yüzeyler için, tabanın iyi tanımlanmış bir sırtı olmalıdır, çünkü daha fazla kenar daha iyi bir tutuş sağlar.
- Kirli veya yıpranmış ayakkabılar giymeyin, çünkü bu onların kayma direncini etkiler. Ayakkabılarınızı korumak için işte bırakın ve işe gidip gelirken başka ayakkabılar giyin.
- Topuklu veya topuklu olmayan ayakkabılar giyin
- Ağır nesnelere kaldırıyor ve taşıyorsanız, çelik burunlu ayakkabılar veya botlar giyin
- Burun kısmı delik olmayan, kapalı ayakkabı giyin
- Ayaklarınızı sıvı dökülmesine ve yanıklara karşı korumayan kanvas gibi gözenekli kumaşlardan kaçın.

Yanıklar ve Haşlanmalar

- Tüm tencere ve tavaların ve metal kulpların sıcak olduğunu varsayın. Onlara yalnızca sıcak olmadıklarından emin olduğunuzda veya kullandığınızda dokununuz.

- uygun eldivenler.
- Çalışma alanınızı sıcak nesnelere ve alevlerle teması önleyecek şekilde düzenleyin
- Tencere saplarını sıcak ocaklardan uzak tutun
- Tencere ve tavaların saplarının tezgahtan veya ocaktan dışarı çıkmamasına dikkat edin.
- Sıcak nesnelere tutmak için uygun kuru tutacak, eldiven ve fırın eldiveni kullanın. Derin fırınlar için uzun eldiven kullanın.
- Her pişirme türü için yalnızca önerilen sıcaklık ayarlarını kullanın
- Üreticinin çalıştırma talimatlarını izleyin
- Sıçramalarını önlemek için sıcak su ve sıcak sıvı musluklarını yavaşça açın
- Dışarı çıkan buhar nedeniyle yanmamak için kapakları kendinizden uzağa doğru açın
- Yanıcı nesnelere alevden uzak tutun. Bulaşık havlularını pişirme ekipmanınızın yakınında saklamayın ve çalışanlarınızın tutuşabilecek bol giysiler giymediğinden emin olun.
- Bir yağ yangını nasıl söndüreceğinizi bilin. Yağ ateşini söndürmek için su kullanmayın. Bunun yerine alevleri metal bir kapakla kapatın ve ısı kaynağını kapatın. Yangın devam ederse bir yangın söndürücü kullanın.
- Bir yangın söndürücü kullanmayı bilin. Çalışanlarınızın her birinin bir yangın söndürücüyü doğru şekilde nasıl kullanacağını bildiğinden emin olun. Ek olarak, yakıt azaldığında yangın söndürücünüzü daima değiştirin.
- Bir tahliye planınız olsun. Bu planı herkesin görebileceği bir yere asın.
- Güç kaynaklarınızı nasıl kapatacağınızı bilin.

Fritözler için özel ipuçları

- Islak yiyecekleri kurulaştırın ve fritöz sepetine koymadan önce fazla buz kristallerini temiz bir kağıt havluya fırçalayın veya silkeleyin. Islak yiyecekler sıçrar ve buhara neden olur.
- Ellerinizi ve kollarınızı su sıçramasına karşı korumak için eldiven giyin
- Fritöz sepetlerini asla yarıdan fazla doldurmayın
- Fritöz sepetlerini yavaşça kaldırın ve indirin
- Sıcak yağa çok yakın durmayın veya üzerine eğilmeyin
- Sıvıları ve içecekleri fritözlerden uzak tutun
- Katı veya sıvı yağ eklemek için yönergeleri izleyin
- Bir seferde yalnızca bir fritöz sepeti kullanın
- Kızgın yağın içine düşebilecek nesnelere asla fritözün üzerine koymayın.
- Asla süzmeyin ve sıcak yağ taşımayın. Soğuyana kadar bekleyin.



Aşırı Zorlama

Aşırı zorlama iki tür kaza içerir: kutular ve kartonlar gibi kapların elle taşınmasıyla ilgili kazalar; ve yorgunlukla ilgili olanlar.

Elle Taşıma

Elle taşıma yaralanmalarını önlemenin anahtarı, risk faktörlerini azaltmak veya ortadan kaldırmaktır. Aşırı efor kazalarıyla ilişkili işyeri faktörleri şunları içerir:

- Yetersiz çalışma yükseklikleri ve uzanma nedeniyle bir süre tutulan veya tekrarlanan garip sırt duruşu. Örnekler, yüksek raflarda bulunan çarşaf veya yiyecek malzemelerine uzanmayı içerir.
- Ağır veya sık kaldırma, itme, çekme ve taşıma. Örneğin, toplu gıda kaplarını kaldırıp taşımak veya uygun olmayan yerlerden malzeme almak veya uygun olmayan yerlere koymak.
- Uzun süreli oturma veya ayakta durma. Bu riskleri içerebilecek işlere sahip işçilere örnekler:
- Uzun süre bilgisayar başında çalışan ön büro personeli
- Hostesler veya görevleri ayakta müşterileri karşılamak ve kasada çalışmak olan diğerleri

Elle taşıma kazaları nasıl azaltılır?

- Daha ağır veya sık kullanılan nesnelere, bu öğeleri tutarken garip duruşları azaltmak için işçilerin kalçaları ile göğüsleri arasındaki yükseklikte saklayın
- Ağır ürünleri depolama soğutucularından ve donduruculardan taşımak için arabaları kullanın
- Tekrarlayan eğilme ve yerden kaldırma işlemlerini ortadan kaldırmak için platformlar, tezgahlar ve masalar kullanın
- Sırt yaralanması riskini azaltmak için restoranlarda „geçiş” pencereleri tasarlayın veya değiştirin. Çok yüksekte veya çok derindeyse, işçiler siparişleri almak için uzun mesafeler ve garip duruşlar kullanmak zorunda kalıyor.
- Yükleri hafifletmek ve taşımalarını kolaylaştırmak için daha küçük ziyafet tepsipleri kullanın
- Tekrarlayan bükülmeleri azaltmak için temiz plakaları yaylı taşıyıcılarda saklayın
- Uzun süre ayakta durmaktan biraz rahatlamak için bir hostes tezgahına bir ayaklık veya paspas ekleyin
- Başınızı dik tutun, sırtınızı dik tutun ve sırtınızı değil bacaklarınızı kaldırın
- Kaldırmadan önce yükü mümkün olduğunca kendinize yaklaşırın
- Yükü doğrudan vücudunuzun önünde tutun. Sırtınızı döndürmemek için ayakları hareket ettirin.
- Dirsekleriniz vücudunuzun içinde ve vücudunuza yakın olacak şekilde bel hizasında kaldırma yapın
- Kaldırma malzemelerini omuz seviyesinin üzerinde sınırlayın

Yorgunluk

Uzun süre iş çığnlığı olursa, yorgunluk dikkatsizliğe yol açar ve bu da kazalar anlamına gelir. İşçiler yeterli uyku alarak, molalar vererek ve kendilerini hızlandırarak yardımcı olabilir.



- Yük çok ağır olduğunda bir ortakla çalışın
- Mümkün olduğunda, yoğun efor gerektiren aktiviteleri bir kerede yapmak yerine gün içine yayın

Kimyasal tehlike iletişimi

- Bilgili/eğitilmiş olun ve birlikte çalıştığınız kimyasalların tehlikelerini anladığınızdan emin olun
- Güvenlik Veri Sayfalarının (SDS'ler) nerede olduğunu bilin ve talimatlarını izleyin
- Sprey şişeleri gibi ikincil kapları ürün adı ve tehlike uyarılarıyla etiketleyin
- Uygun kişisel koruyucu ekipman kullanın, örneğin eldivenler, yüz siperlikleri, su sıçramasına karşı koruyucu gözlükler vb.

Elektrik Güvenliği

- Elektrikle ilgili acil durumlar için prosedürleri bilin
- Acil bir durumda gücü nasıl kapatacağınızı bilin
- Elektrik panolarına erişimi her zaman açık tutun
- Topraklama hatası devre kesicileri (GFCI) yuvaları kullanın
- Kullanım sırasında güç kablolarını sıvılardan ve ekipmandan uzak tutun

Soğuk depolama/dondurucu güvenliği

- Soğuk stresi uyarı işaretlerini bilin
- Dondurucularda çalışırken şapka, eldiven ve kaymaz kauçuk ayakkabı gibi çok katmanlı sıcak giysiler ve KKD giyin
- İçeride kimsenin kalmadığından emin olmak için birimleri düzenli olarak kontrol edin

Yöneticinin, bir çalışan tarafından mutfakta bildirilen her potansiyel tehlike veya tehdit için izlenmesi gereken bir prosedürü olmalıdır; örneğin, elektrikli ekipmanları kullanma prosedürü, keskin aletleri kullanma prosedürü, kesilmeleri önleme prosedürü, saklama prosedürü zeminler güvenli, şeyleri kaldırma prosedürü. Tüm bu prosedürler, her mutfak çalışanın dikkatlice okuması ve takip etmesi gereken bir prosedür kılavuzu oluşturabilir.

Bir çalışan, mutfaktaki olası bir tehlikeyi veya tehdidi bildirmek istediğinde aşağıdaki adımları izlemelidir.

Öncelikle mutfakta tehlikeli bir şey gördüğünde ya da bir kişinin birilerine ya da birinin eşyalarına tehdit oluşturabileceğini düşündüğünde ihbarda bulunmak için Sağlık ve Güvenlikten sorumlu kişi ile konuşması gerekecektir. Rapor verdikten sonra, tehlike/tehdit ile ilgili tüm detayları içeren bir rapor şablonunu doldurması gerekecektir. Daha sonra mutfak yöneticisi olayı incelemeli ve bu tehlikeyi önlemek için hangi önlemleri alması gerektiğine karar vermelidir. Mutfak müdürünün, gözlemlenen tarih ve tehlike ile alınan önlem/eylemleri içeren bir Tehlike ve Tehdit Kayıt Defteri olmalıdır.



Bazı mutfak yöneticileri, işyerindeki tehlikelerin neden olduğu sağlık ve güvenlik risklerini kontrol etmek için adım adım ilerleyen bir süreç olan **Risk yönetimini** de kullanabilir.

Bu nedenle, önce tehlikeleri belirlemeleri gerekir. İşyerinize bakın ve neyin zarar verebileceğini düşünün (bunlara tehlike denir). Aşağıdakiler hakkında düşünün:

- İnsanların nasıl çalıştığı ve tesis ve ekipmanın nasıl kullanıldığı
- Hangi kimyasallar ve maddeler kullanılıyor?
- Hangi güvenli veya güvensiz çalışma uygulamalarının mevcut olduğu
- Tesisinizin genel durumu



Yönetici tehlikeleri belirledikten sonra, birinin zarar görme olasılığının ne kadar yüksek olduğuna ve bunun ne kadar ciddi olabileceğine karar vermelidir. Bu, risk düzeyinin değerlendirilmesidir.

Karar vermeli:

- Kim ve nasıl zarar görebilir?
- Riskleri kontrol etmek için hâlihazırda yapmakta olduğunuz şeyler
- Riskleri kontrol etmek için başka ne gibi önlemler almanız gerekiyor?
- Eylemi kimin gerçekleştirmesi gerekiyor?
- İşlem gerekli olduğunda

Hâlihazırda ne yaptığını ve hâlihazırda sahip olduğu kontrollere bakması gerekir. kendine şunu sormalıdır:

- Tehlikeden tamamen kurtulabilir miyim?
- Değilse, riskleri olası zarar görmeyecek şekilde nasıl kontrol edebilirim?

Daha fazla kontrole ihtiyacı varsa, şunları dikkate almalıdır:

- işi yeniden tasarlamak
- malzemelerin, makinelerin veya sürecin değiştirilmesi
- malzeme, makine veya sürece maruziyeti azaltmak için çalışmanızı organize etmek
- güvenli bir şekilde çalışmak için gereken pratik önlemlerin belirlenmesi ve uygulanması
- kişisel koruyucu ekipman sağlamak ve çalışanların bunları giymesini sağlamak

Ardından, dahil olmak üzere önemli bulgularını kaydetmesi gerekir.

- tehlikeler (zarar verebilecek şeyler)
- kim ve nasıl zarar görebilir?
- riskleri kontrol etmek için ne yapıyorsunuz

Çalıştıklarından emin olmak için uyguladığı kontrolleri gözden geçirmelidir. Aşağıdaki durumlarda bunları da gözden geçirmelidir:

- artık etkili olmayabilirler
- işyerinde aşağıdakiler gibi yeni risklere yol açabilecek değişiklikler var:
 - personel
 - bir süreç
 - kullanılan maddeler veya ekipman





PROJE BAŞLIĞI:

PAZAR YETERLİLİKLERİ
- HORECA SEKTÖRÜNDE
EĞİTİM VE İŞGÜCÜ
PIYASASI ARASINDAKİ
YETERLİLİK
BOŞLUKLARINI EN AZA
İNDİRMEK İÇİN BİR YOL
GÖSTERİCİ

[2020-1-PL01-KA202-082206]



Co-funded by
the European Union

102 QUALIFICATION

MODERN, ESNEK ÖĞRENME YOLLARI - HORECA SEKTÖRÜ İÇİN
MÜFREDAT VE EĞİTİM PAKETLERİ (EĞİTMEN / ÖĞRENCİ)

**YETERLİLİK 3 İÇİN MÜFREDAT:
HORECA ENDÜSTRİSİNDE YÖNETİM**

Erasmus+ Projesi: "Pazar yeterlilikleri - HoReCa sektöründe eğitim ve işgücü piyasası arasındaki yeterlilik boşluklarını en aza indirmek için bir yol gösterici".

Project number: 2020-1-PL01-KA202-082206

Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıtan içeriğin onaylandığı anlamına gelmez ve Komisyon, burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından sorumlu tutulamaz.

Çıktı 2: Modern, esnek öğrenme yolları - HoReCa sektörü için müfredat ve eğitim paketleri
(eğitmen / öğrenci)

Proje konsorsiyumu tarafından geliştirilmiştir:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji - Koordinatör, Radom, Polonya

EVACO - Kraków, Polonya

EDITC LTD - Nikozja, Kıbrıs

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ- Antalya, Türkiye

Fundación Equipo Humano (FEH) - Valencia, İspanya

Samerimpex Impulsi DOO - Üsküp, Kuzey Makedonya Cumhuriyeti

İletişim:

Stowarzyszenie na Rzecz Innowacji i Edukacji

ul. Królowej Jadwigi 15

26-600 Radom, Polonya

innowacja.edukacja@onet.pl

<https://innowacja-edukacja.eu/>

GIRIŞ

HoReCa4VET (Proje No.: 2020-1-PL01-KA202-082206) projesinin temel amacı, Avrupa Yeterlilikler Çerçevesine göre doğrulama ve sertifikalandırma modelleri geliştirip uygulayarak HoReCa endüstrisinde örgün ve yaygın nitelikteki yaşam boyu öğrenmeye erişimi artırmaktır.

HoReCa4VET projesi, öğrenme çıktılarının, proje kapsamında üç yeterlilikte edinilebilecek Avrupa boyutunda ek profesyonel beceriler olarak, mevcut pazar talebine dayalı olarak işverenler tarafından belirlenen öğrenme çıktıları çerçevesinde tanımlanmasına katkıda bulunur: Lezzet yaratma ve yemekleri dekore etme; Mutfak işleri yönetimi ve HORECA endüstrisinde yönetim.

Projede geliştirilen nitelikler, yürütülen araştırmada belirlenen işgücü piyasasının ihtiyaçlarına bir yanıt olduğundan, örgün ve yaygın eğitimin bir parçası olarak edinilen becerileri tamamlayabilir.

Proje sonucu Modern, esnek öğrenme yolları - HoReCa sektörü için müfredat ve eğitim paketleri (eğitmen / öğrenci), HoReCa'nın özelliklerini dikkate alarak çalışma ortamında eğitimin geliştirilmesine, kademeli, esnek öğrenme yollarına, etkinleştirici didaktik yöntemlere, modern, yenilikçi öğretim yöntemlerine dayanmaktadır.

Sonuç geliştirilirken eğitimin bireyselleştirilmesine, aktif ve pratik öğrenme yöntemlerine, organizasyon ve didaktik çözümlere büyük önem verilmiştir. Geliştirilen müfredat ve eğitim paketlerinin metodolojisi, ortak ülkelerde (Kıbrıs, Polonya, İspanya, Kuzey Makedonya Cumhuriyeti ve Türkiye) belirlenen en iyi uygulamalara odaklanmıştır. Modüller yeterliliklere atanırken, öğrenme çıktılarına veya mesleki görevlere yönelik birimler bilgi, beceri ve sosyal yeterlilik kümeleriyle tanımlanmıştır. Geliştirilen birimler ve paketler, ortak ülkelerin özelliklerini dikkate almıştır.

Eğitim programı, IO1'in iş analizinin sonuçlarına dayanmaktadır. Program, işyerinde öğrenme yoluyla elde edilebilecek öğrenme çıktılarını tanımlar.

HoReCa4VET Ekibi

YETERLİLİK 3. HORECA ENDÜSTRİSİNDE YÖNETİM

1. TESİSTE (MUTFAK-OTEL) ÇALIŞAN TAKIMININ YÖNETİMİ

MÜFREDAT İÇERİĞİ

GİRİŞ

YETERLİLİK 3. HORECA ENDÜSTRİSİNDE YÖNETİM

1. TESİSTE (MUTFAK-OTEL) ÇALIŞAN TAKIMININ YÖNETİMİ

1. Giriş
2. Mutfak ve otel işlemlerine yönelik SİPARİŞ'lerin NİTELİK ve NİCELİK konusunda GÖZLEMLENMESİ
3. GIDA DEPOLANMA PROSEDÜRLERİNİN TAKİP EDİLMESİ
4. YİYECEK ve İÇECEK TÜKETİM SİSTEMİNİN KONTROL EDİLMESİ
5. KALİTE ve ENVANTER DENETİMİNİN GERÇEKLEŞTİRİLMESİ
6. LOJİSTİK DENETİMİ: SÜREÇ ANALİZİ ve DÖKÜMANTASYON ve VERİMLİLİK DEĞERLENDİRMESİ

YETERLİLİK 3. HORECA ENDÜSTRİSİNDE YÖNETİM

1. TESİSTEKİ (MUTFAK-OTEL) ÇALIŞAN TAKIMININ YÖNETİMİ

GİRİŞ

TESİSTEKİ (MUTFAK-OTEL) ÇALIŞAN TAKIMININ YÖNETİMİ

Bir mutfak işletmek kolay değil, hiç durmayacak gibi görünen birkaç eylem var. Profesyonel bir yönetici çalışanları yönlendirmeli, müşteri memnuniyetini sağlamalı, sürekli gıda kalitesini sağlamalı, envanter ve muhasebe takibini yapmalı ve çok daha fazlasını yapmalıdır. Bir restoran işletmekle, kanıtlanmış taktikler kullanarak ve yeni teknolojileri optimize ederek gelen beklentilerin kapsamlı bir şekilde kavranmasıyla mutfak yönetimi daha kolay hale getirilebilir.

Mutfak Yönetimi Görevleri

Restoranda bir gün boyunca ne tür zorlukların meydana geleceğini bilmenin herhangi bir yolu yoktur, ancak burada yapılması gerekenler listemizde bulunmasını bekleyebileceğimiz en yaygın sorumluluktan birkaçına yer vermek gerekir. Gıda hazırlığı, pişirme teknikleri, porsiyon büyüklükleri ve sıcaklık kontrolü denetim altında olması gereken konulardır. Son olarak, tüketiciye ulaştırılmadan önce yiyeceklerin kalite ve güvenlik standartlarını sağladığından emin olunmalıdır. Mutfak yönetiminin temel görevleri arasında aşağıdakiler yer almaktadır:

1. Vardiyaları belirlemek: mutfakta ve çalışanlar arasında;
2. Şefle ve restoran sahibiyle çalışmak (menü tasarımı, menü unsurları ve fiyatlandırma konularında düzenli aralıklarla);
3. Sağlık kanunlarına uyum konularını denetlemek: diğer konuların yanı sıra sanitasyon ve doğru gıda stoğu teknikleri gibi;
4. Envanter ve gider verilerinin kaydını tutmak: haftalık ve aylık olarak ve bunun yanı sıra gerekli gıda siparişlerini gerçekleştirmek,
5. Çalışan eğitimi,
6. Mutfak ekipmanlarının güncellenmesi (gerektiği durumlarda).

Mutfak Yönetimi Sorumlulukları

Mutfak yönetiminin temel sorumlulukları arasında aşağıdaki alt-başlıklarda yer almaktadır:

Envanter Yönetimi

Envanter bira, şarap ve cin gibi menüyü hazırlarken ihtiyaç duyulan tüm içeriklerden oluşur. Mutfakta hiçbir stok eksikliği yaşanmaması istenirken aynı zamanda fazladan sipariş vererek gıdanın çürümesi riskini almamak da istenir. Etkili mutfak yönetimi sağlam bir envanter yönetim planı geliştirmeyi gerektirir.

Uygun Ekipman Yatırımı

Mutfak ve restoran çalışanlarına son model ekipmanları ve teknolojileri sunmak operasyonların düzene konulmasına ve karmaşanın azaltılmasına yardımcı olacaktır. Çalışanlar faydalı araçlara ulaşabildiğinde, en iyi yapabildikleri işlere daha hızlı ve kolay biçimde odaklanabilecektir.

Ekipman Bakımı

Restoranlar çalışmaların yoğun gerçekleştirildiği alanlardır ve bu yüzden aşınma ve eskimeler kaçınılmazdır. Pahalı onarım veya ikame masraflarından kaçınmak için üreticinin temizleme ve bakım talimatlarını izlemek ekipmanların iyi çalışma koşullarını korumada ve dayanıklılığı arttırmada önemlidir.

Menü Yönetimi

Restoran yöneticilerinin restoranın sunmak istediği yöresel mutfak türünü belirleme noktasında takımın diğer üyeleriyle işbirliği yapması gerekir. Daha küçük ve belirli bir temaya odaklanan menüler çalışanların hayatlarını kolaylaştırmanın yanı sıra restoran kimliğinin oluşturulmasına yardımcı olur. Bu aynı zamanda menü planlamayı ve ürün ve fiyatları seçmeyi kolaylaştıracaktır.

İşe Alım Yönetimi

Bir restoranın ve mutfağın iyi işlenmesini insanlar sağlar, bu yüzden, uygun personeli işe almak yeni yemeklerin yaratılmasına, süreçlerin iyileştirilmesine ve daha yapıcı bir iş ortamı yaratılmasına destek olur. Ayrıca, çeşitli prosedürler ve hizmet adımları konusunda çalışanlara eğitim vermek gereklidir, böylece iş yükü konusunda çalışanlar hazırlıklı olacaktır.

Çalışan Vardiyalarını Ayarlama

Çalışan ekibi oluşturulur oluşturulmaz çalışanların elde tutulması için akıllı vardiya belirleme tekniklerinin dikkate alınması gerekir. Çalışanların hizmete başlamadan önce yeterli zamanın kendilerine tanınması gerekir. Herkesin ne yapılması gerektiğini, günlük hedeflerin ne olduğunu ve hangi kısımda rol alacaklarını bilmesi gerekir. Bireysel vardiya talepleri must dikkate alınmalı ve özel etkinlikler için vardiyaları değiştirildiğinde bunu telafi edecek izinlerin de sağlanması gerekir.

Sanitasyon Yönetimi

Düzenli ve temiz mutfak besin kirlenmesini önler ve restoranın tüm sağlık kurallarına uymasını sağlar. Mutfağın düzenli ve temiz oluşu aynı zamanda herkes için iç açıcı ve üretken bir çalışma ortamı yaratır.

Mutfak Yöneticileri için Hayati Beceriler

Mutfak yöneticileri birçok şapka takar ve idare etmeleri gereken birçok sorumlulukları bulunur. Başarılı bir mutfak yöneticisi olmak için gereken beceriler şunlardır: 1) Harika bir lider ve yönetici olmak, 2) Güçlü bir iş etiğine sahip olmak, 3) Doğal bir lider olmak, 4) İşletmenin büyümesi için yaratıcı olmak, 5) Baskı altında sakin kalabilme becerisine sahip olmak, 5) Yemek pişirme tutkusu olmak.

Mutfak Yönetimi

Çalışanlar bir işi iyi yaptığında tanınmalı ve ödüllendirilmelidir. Promosyonlar ancak hak edildiği zaman verilmelidir. Çalışanlar restoran amaçlarından, kendilerine özgü sorumluluklarından ve hesap verebilirlik prosedürlerinden haberdar değilse, yönetim bu konulara odaklanmalıdır. Bir şirket olarak vizyon, kısa ve uzun vadeli hedefleri paylaşmak herkesi aynı çatı altında toplayabilir. İletişim koptuğunda ve bir sorun ortaya çıktığında, mutfak yönetimi soruna dikkatle ve tüm açıklığıyla kulak vermeli ve çalışanları sorunlarının dikkate alınacağına ikna etmelidir. Personel eğitim programları ile desteklenmeli ve memnun kalmalarını sağlayacak diğer profesyonel fırsatlar sunulmalıdır. Çalışanlar kariyer hedeflerine ulaşmada desteklenmelidir. Mentörlükler personele yardımcı olmada iyi bir stratejidir. Bazı dönemlerde restoran endüstrisi zor ve stresli olabilir. Yöneticiler mutlu ve sağlıklı

kalabilmeleri için çalışanlara tükenmişlikten kaçınmaları konusunda destek olmalıdır. Mutfak Yöneticisi işyerini çalışmak için güvenli bir yer haline getirmelidir. Yönetici, mutfakta yaralanmalar olması durumunda güvenlik tavsiyelerine uymaya ve bunları uygulamaya zorlamalıdır.

Mutfak yöneticisi olmak birçok sorumluluk ve ödül gerektirir. İşin tam olarak neyi gerektirdiğini ve mutfak müdürünün hangi becerileri geliştirmesi gerektiğini bilerek başlamak iyi bir fikirdir. Teknoloji, mutfak yöneticisinin işleri ekipteki herkes için daha kolay hale getirmek için prosedürleri optimize etmesine ve otomatikleştirmesine yardımcı olabilir. Mutfak yöneticisi, doğru aletler mevcutsa mutfağı verimli ve stressiz bir şekilde idare edebilir.

Mutfak Yöneticisi Görevleri

Mutfak personelini ve envanterini yönetmek; Pişirme sürecini, tabaklama sürecini, porsiyon büyüklüklerini ve sağlık ve güvenlik uygulamalarını kontrol etmek; Tüm hizmet, yemek hazırlama ve tabaklama yöntemleri konusunda personeli eğitmek; Personel vardiyalarını yönetmek ve planlamak; Menü içeriklerini ve fiyatlarını ayarlamak için liderlik takımının diğer üyeleriyle işbirliği yapmak; Tüm ekipmanları güncelleyip bakımını yapmak; Haftalık ve aylık raporları denetlemek; Tüm stokların ve envanterlerin kayıtlarını tutmak; Menü içeriklerini ve fiyatlandırma sürecini yönetmek; Ekipmanların bakımını yapmak; Doğru insanları işe almak; Adil ve eşit bir şekilde vardiya sistemini kurmak; Mevcut tüm teknolojiyi kullanmak; Tüm restoranda gıda güvenliğini ve hijyeni sağlamak; İş ile hayat dengesini teşvik etmek ve insanlar arasında bağ kurmak için çabalayarak daha güvenli bir işyeri için riskleri en aza indirmek; Destekleyici ve mutlu bir ortam oluşturmak; Beklentileri tüm açıklığıyla sunup geri dönüşlere açık olmak; Tehlikeleri azaltmak.

Mutfak Personeli Yönetimi

Şefler bütçe yönetimi, yeni yemekler geliştirme, yemek tarifleri yazma, yemek tariflerini maliyetlendirme, yemekleri denetleme, İK ile ilgilenme ve diğerleri gibi pek çok konuyu barındıran birçok şapka takar. Ancak, yetkin mutfak personeli yönetimi ve eğitimi bir şefin en önemli görevlerinden biridir. Dünyadaki en iyi şef olabilir, ancak sıra sunuşa geldiğinde bir şefin etrafındaki personel kadar iyi olması gerekir. Şefin mutfaktaki personel ekibi yeterince eğitilmedi ise servis esnasında şef başarısızlıkla karşılaşacaktır. Mutfak personeli yönetiminin daha etkin gerçekleştirilmesi ve aşgıların niteliklerinin artırılması için önemli adımlar aşağıda sıralanmıştır:

- Beklentiler, standartlar ve yönlendirmeler her zaman açık ve belirli terimler üzerinden aktarılmalıdır.
- Gerekçeleri açıklamak mutfak ekibini yönetmenin en etkili yöntemlerinden biridir. Gerekçesini açıklayın ve takım da tıpkı şef gibi düşünmeye başlayacaktır.
- Ağırlığını ortaya koymak vakti geldiyse bunu yapma konusunda tereddütte bulunmayın. Şefin ekip üyesine emir vermesi ve personelin de sorular yöneltebileceği zamanlar olacaktır.
- Gündelik işlere girişmeden önce servis öncesi bilgilendirme toplantısını her zaman yapın. İstenilen koltuk sayısını, büyük masa sayısını, VIP masa sayısını, menü düzeltmelerini, muhtemel vardiya konularını, bu tür sorunlara yönelik çözümlerinizi ve benzer konuları tartışın. Servis öncesi özellikle vardiyanın savaş stratejisidir.
- Eğer vardiya zor geçecekse, mümkün olduğunca hızlı bir şekilde personelin bilgilendirilmesi gerekir. Önceden bu yönde bilgi vererek onları zihinsel olarak bu sürece hazırlayabilirsiniz.
- Çalışanları eleştirme ve yönlendirme konusunda her zaman farkında olun. Yapıcı eleştiri ile cezalandırıcı küçük düşürme arasında fark her zaman önemlidir.
- Daha kişisel, doğrudan, disiplinli ve kırıcı konuşmalar her zaman özel tutulmalıdır. Hiçbir zaman herhangi bir ekip üyesi diğerlerinin önünde utandırılmamalıdır.

- Öz-disiplin ve karar vermenin değeri konusunda personeli eğitin. Bunu doğru yapma veya yapmama seçenekleri her zaman olmalı. Mutfakta çalışmaya devam etme veya kovulma seçenekleri her zaman olmalı. Bu strateji mutfak standartlarını pekiştirir, ancak aynı zamanda onlara bu standartlara ulaşmamanın onların yaptığı bir tercih olduğunu hatırlatır. Mutfakta ihtiyaç duyulan şey, bunun daha iyi bir ürünle, daha iyi bir yemekle ve daha iyi bir müşteri deneyimiyle sonuçlanacağını fark eden bir ekiptir.
- Personelin ihtiyaçlarını karşılamak için her çabayı gösterin. Restoran sektöründe personelin izin isteklerini karşılamak genellikle büyük bir görevdir, ancak aynı zamanda çabaya değer bir görevdir de. Çalışanlar çoğu haftasonu ve tatillerde çalışmalarını gerektiğinin farkındadır.

Pozisyon Özeti

Şefler tıpkı resmi tören şefleri gibi mutfaktaki personelin faaliyetlerini planlama, organize etme, yönetme ve denetlemeden sorumludur. Tüm yemek ve ikram hizmetleri için yüksek kalitede ve tutarlılıkta gıda hazırlama sürecini yönetirler.

Şefler aynı zamanda yeni menüler oluşturmak kadar yeni menü içerikleri hazırlama, test etme, tatma ve onaylama süreçlerinden de sorumludur. Tüm açık büfe yemekleri için güncel ve doğru yemek tarifleriyle birlikte ücretlendirme konusunda da ilgilendirilir. Aynı zamanda, sonraki günler için de menüleri değerlendirir ve farklı mutfak depolarından yiyecek temini için depo gerekliliklerini onaylarlar.

Açık Büfe Şefi: Görev ve Sorumluluklar:

1. Günlük olarak açık büfe organizasyonları için siparişleri alır ve herhangi bir değişiklik olursa bu yönde not alır.
2. Gündelik olarak açık büfe için sorumlu mutfak ekibini gelecek ve devam eden etkinlikler konusunda bilgilendirir.
3. Aşçılar ve mutfak personeli tarafından yürütülen bütün yiyecek hazırlama süreçlerini inceleyip koordine eder.
4. Açık büfeye yiyecek üretimi ve tabaklamasını koordine etmek için Aşçıbaşı, Aşçı Yardımcısı ve Açık Büfe Kaptanı ile birlikte çalışır.
5. Her gün için öncelikleri belirler ve açık büfe mutfağı personeli / şeflerine üretim ve hazırlık görevlerinin atamasını yapar.
6. Hem yazılı hem sözlü yollarla etkin iletişim kurarak personele açık bir yönlendirmede bulunur.
7. Günlük olarak kullanılacak yiyecek unsurlarının fiziksel bir envanterini tutar.
8. Restorandaki / oteldeki açık büfe, parti ve diğer özel etkinlikler ile satış, ikram ve açık büfe personelinin destekler.
9. Minimum ve maksimum yiyecek, pişirme malzemeleri ve ekipmanları belirleme konusunda destek sunar.
10. Baş Aşçı'ya açık büfe menüsü oluşturma ve uygulama konusunda destek olur.
11. Envanter kontrol prosedürlerini izler ve açık büfe mutfağının sonraki güne hazır olmasını sağlar.
12. Günlük olarak tüm açık büfe mutfağı operasyonlarını denetler.
13. Herhangi bir aksaklık olmasına karşın her bir pişirme alanını sıklıkla denetler ve uygun personeli yönlendirir.
14. Tüm ekipmanların doğru çalıştığından emin olur.

15. Tüm açık büfe mutfak ekipmanının düzenli olarak temizlendiğinden emin olur.
16. Otelin operasyonel ve işletme ihtiyaçlarına uyacak gerekli araç, malzeme ve ekipmanlarla her açık büfe mutfağını donattığından emin olur.
17. Tarif kartlarının, üretim planlarının, tabaklama ipuçlarının ve görsellerinin güncel ve görünür olduğundan emin olur.
18. Tüm çalışanların menüdekileri hazırlarken tariflere ve otelin işletme rehberlerine uygun hareket ettiğinden emin olur.
19. Mutfak gereklilikleri konusunda satın alma ve stoklama personeli bilgilendirir.
20. Açık büfe mutfağının bütçeye uygun hareket ettiğinden emin olmak için satış ve gıda masraflarını tartışmak için Baş Aşçı ile düzenli olarak görüşür.
21. Açık büfe mutfak personelinin performansını takip eder ve her sürecin kuralına göre ilerlediğinden emin olur.
22. Uygun davranışlar konusunda rol model olarak hareket eder. Tüm açık büfe aşçılarının ve destek personelinin verimliliğini sürdürür.
23. Vardiya esnasında açık büfe mutfak operasyonlarını takip eder.
24. Açık büfe menülerini geliştirme ve satın alma sürecinde Baş Aşçı ve Satın Alma Müdürü'ne destek olur.
25. Açık büfe mutfak personelinin ilerlemesi ve disiplini konusunda ilgilenir.
26. Menü içeriği, hazırlama yöntemleri ve ayırt edici tatlar da dâhil olmak üzere menü unsurları konusunda personel eğitimine destek olur.
27. Tüm açık büfe kısımları için, yiyecek miktarlarını ve tabaklama gerekliliklerini planlar ve denetler.
28. Uygun yiyecek hazırlama ve stoklama standartlarını uygular.
29. Müşteri hizmetleri, operasyonel gereklilikler ve bütçe hedeflerinin karşılaştığından emin olmak adına personel düzeylerini değerlendirir.
30. Alakalı tüm kanun ve düzenlemelere uyumluluğu denetler.
31. Tüm gıdaların uygun olarak değerlendirildiğinden ve uygun sıcaklıkta tutulduğundan emin olur.
32. Gerekli durumlarda gerekli becerilere sahip çalışanlarla görüşme ve işe alma süreçlerine destek olur.
33. Mutfak personeli geliştirme gerekliliklerini belirler ve personelin bilgi ve becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmak için koçluk ve mentörlük görevi üstlenir.
34. Birçok açık büfe işlemlerini planlar ve yürütür.
35. Düzenli olarak açık büfe ve etkinlik ziyaretçilerinin mutfak deneyimlerini ileri düzeye taşır.
36. Çalışanların sorumluluklarını kavrar ve olmadıklarında görevlerini tamamlar.
37. Gerekli durumlarda pişirme ve öğün hazırlama süreçlerine destek olur.
38. Yönetim tarafından verilen diğer sorumlulukları yerine getirir.

1- OTEL VE MUTFAK OPERASYONU İÇİN GEREKLİ OLAN GIDA ÜRÜNLERİ VE DİĞER ÜRÜNLERİN DEPOLANMA YÖNETİMİNİ ORGANİZE ETME VE DENETLEME

1. Otel ve mutfak operasyonları için siparişlerin nicelik ve niteliğini denetler
2. Gıda depolama prosedürlerini izler
3. Yiyecek ve içecek tüketim sistemlerini kontrol eder
4. Kalite ve envanter kontrolü yapar
5. Lojistik kontrolü: Süreç analizi ve dokümantasyon ve verimlilik değerlendirmesi

Bu bölüm envanter ve envanter kontrolünün bir tartışmasıyla başlar ancak temin süreci olmadan mamul satın alma, sipariş verme, edinme ve depolama sonrasında envanter kontrolüne dönebileceğimiz herhangi bir envanter söz konusu olamaz.

TEMEL ENVANTER PROSEDÜRLERİ

Envanter kontrolü, etkin bir mutfak yönetiminin önemli bir yönüdür. Herhangi bir zamanda ne tür teminlerin gerçekleştirileceğini gerektiğinde bilerek yönetim gıda siparişlerini programlayabilir, son envanterden itibaren gıda masraflarını değerlendirebilir ve menü unsuru değişikliklerini gerçekleştirebilir. Envanter takibi gerçekleştirilerek hırsızlık ve israf gibi olası sorunları tespit etmek mümkündür. Depo ve mutfaktaki ikmal malzemelerinin değeriyle yönetim ilgilenmelidir.

Envanter mutfakta bulunabilecek her şeyin bir listesidir. Envanterde ürünler, kuru gıdalar, tencere ve tabaklar, uniformalar, likörler, bezler ve paha eden her şeyin listelenmesi gerekir.

Mutfak ürünleri mutfak önü, bar ve diğer envanterlerden ayrı olarak sayılmalıdır.

Envanter kontrolünün temelleri işletmenin büyüklüğü fark etmeksizin hepsi için aynıdır. Daha büyük tesisler söz konusu olduğunda envanter tutmanın farklı aşamalarında daha fazla çalışana ve hatta tüm ekiplere ihtiyaç duyulabilirken daha küçük tesislerde tüm envanter yönetimi görevi bir veya iki önemli kişiye atanır.

Envanter yönetimi birkaç adımda gerçekleştirilebilir:

- Envanteri izleyip kaydetme sistemi kurma,
- Gelen envanter,
- Faturalar,
- Giden envanter,
- Talep formları,
- Envanter kaydı tutma,
- Bilgisayarlı envanter kontrolü,
- Fiziksel envanter fiyatlandırma ve maliyetlendirme,
- Envanter takibiyle ilişkilendirilen maliyetler.

Envanteri izleyip kaydetme sistemi kurma

Envanter kayıtları gıda maliyetini belirleme ve maliyet yüzdelerini hesaplama gibi birçok nedenle tutulur.

Depodaki birimlerin değerini hesaplamanın birkaç yöntemi vardır. Bu yöntemler malların ne kadar mal olduğunun ve ne zaman edinildiğinin detaylı kayıtlarının tutulmasına dayanır. Küçük işletmelerde envanter kontrolünü yapmak kolaydır.

Muhtemelen bir veya iki kişi satın almadan sorumludur ve genelde hangi malların mevcut olduğundan haberdardırlar. Bu elbette mutfağın harcamaları ne kadar başarılı gerçekleştirdiğini anlamak için satışlar karşısında satın almaları değerlendirmenin gerekliliğini arka plana itmemektedir. Hemen hemen her envanter kontrol yöntemi zaman alır. Ayrıca, bu tür kayıtların doğru ve güncel tutulması gerekir. Envanter kayıtlarını tutmak için gereken süreyi azaltarak birkaç saatten tasarruf etmeye çalışmak para kaybı olabilir. Hesap çizelgesi, envanteri takip etmenin en basit yoludur. Basit bir hesap çizelgesi, düzenli olarak satın alınan tüm kalemleri, mevcut fiyatları ve en son envanter sayımında eldeki birim miktarlarıyla birlikte içerebilir. Faturalar ödeme için işlendiğinde fiyatlar düzenli olarak güncellenebilir ve eldeki stok sayımı planlanabilir.

Büyük operasyonlarda yer alan daha fazla kişi olduğundan, sistemler daha karmaşık olmalıdır. Satın almalar farklı bir departman tarafından yapılabilir, envanter kayıtları bir depo görevlisi tarafından tutulabilir ve tarayıcılar ve barkodlar kullanan bir sistemle ilgili envanter takibi ve sayımı yapılabilir ve bunlar daha sonra bir satış sistemine bağlanabilir, böylece yöneticiler her zaman neyin stokta olduğunu bilirler.

Gelen Envanter

Sipariş edilen ürünleri kabul etmek için standart bir sürece sahip olmanın temel amacı, işletmenin tam olarak sipariş edileni almasını sağlamaktır. Hatalar her zaman olur ve teslim edilen ürünlerin miktarı ve kalitesi talep edilenle dikkatli bir şekilde karşılaştırılmazsa, önemli kayıplar meydana gelebilir. Alım protokolleri dikkatle takip edildiğinde, restoranın zamanına ve parasına mal olabilecek hatalar önlenir. Ayrıca, iyi bir alım sistemi, tedarikçileri ve teslimat çalışanlarını dürüst olmaya teşvik eder.

Faturalar

Gelen ürünlerin talep edilen ürünlerle aynı olup olmadığının değerlendirilmesinde en önemli belge faturadır. Fatura, bir yiyecek hazırlama yerine teslim edilen mal veya hizmetlerin ayrıntılı bir listesidir. Miktar, kalite, birim başına fiyat ve bazı durumlarda ödenebilir maliyetin tamamı bir faturada listelenir. Alıcı, faturadaki bilgilerin alınan ürünlerle eşleştiğini dikkatlice karşılaştırarak ve inceleyerek kontrol etmelidir. Bu karşılaştırma, öğelerin tartılmasını ve/veya sayılmasını gerektirebilir.

Fatura, bir gıda hazırlama tesisine teslim edilen mal veya hizmetlerin ayrıntılı bir listesidir. Alıcı, mümkün olduğunda faturayı satınalma siparişi veya satınalma talep fişleriyle karşılaştırmalıdır. Bu, gönderilen malların miktar ve fiyatının sipariş formunun özelliklerini karşılama garantisini sağlar. Mallar geldiğinde fatura, satın alma siparişi ile karşılaştırılmazsa, gerekli kalemlerin gözden kaçırılması veya satın alınmamış veya uygun olmayan miktarlarda olan kalemlerin kabul edilmesi riski vardır. Ayrıca alıcı, malları teslim almadan önce, kaliteden emin olmak için taze sebze ve dondurulmuş ürünlerin kutularını açıp incelemeli ve teslimatın doğru olduğundan emin olduktan sonra faturayı imzalamalıdır. Çoğu durumda, orijinali alıcıda ve diğer nüsha veya nüshaları teslimat görevlisinde kalacak şekilde fatura iki veya üç katına çıkar. İmzalandıktan sonra, teslimat firması artık eşyalardan sorumlu değildir ve artık alıcıya aittir.

Herhangi bir tutarsızlık veya yanlışlık sürücünün dikkatine sunulmalı ve sürücü, yanlışlığı kabul etmek için faturayı imzalamalıdır. Kredi notu düzenlenirse, sürücü bunu faturaya not etmelidir.

Alıcı, tüm sorunların çözüldüğünden ve kaydedildiğinden emin olmadıkça faturayı imzalamamalıdır. Daha sonra imzalanan fatura şirketin fatura tahsilatından sorumlu olan kişiye verilmeli ve arşivlenmelidir. Teslimatlar, hem alıcı mutfak/otel hem de teslimat hizmeti için zaman alıcı olabilir. Çoğu zaman, teslimat görevlileri teftişler tamamlanırken beklemek istemezler. Bu durumda, mutfak/otel ve tedarikçinin teslimat hizmeti ayrıldıktan sonra belirlenen sorunların alıcıların değil tedarikçinin sorunu olduğu konusunda hemfikir olması çok önemlidir. Teslim edilen ürünler, faturalar imzalandıktan sonra belirlenen yerlere yerleştirilmeli ve gelen malların takibi gerekiyorsa aynı anda yapılmalıdır.

Giden Envanter

Bir ürün depodan veya soğutucudan çıktığında nereye gittiğini izlemek için tutulması gereken bir kayıt için sıklıkla dahili bir talep formu kullanılır. Çoğu küçük işletmede, malzemeler doğrudan mutfağa teslim edilir ve menü öğelerini hazırlamak için kullanılır. İdeal bir ortamda, gelen ve giden malzemelerin doğru kayıtları tutulur ve eldekilerin bilinmesi, çıkarma kadar basit hale gelir.

Ne yazık ki, sistemler genellikle bu kadar basit değildir. Daha küçük bir şirkette, günlük olarak neyin geldiğini ve neyin kullanıldığını bilmek, rutin bir envanter sayımı yaparak kolayca uzlaştırılabilir. Depo odaları ve soğutucular, daha büyük işletmelerde ve otellerde mutfaktan farklı bir katta olabilir; bu da, tıpkı küçük bir restoranın doğrudan tedarikçiden yapacağı gibi, her departmanın ve mutfağın depodan veya satın alma departmanından yiyecek talep etmesini gerektiren bir sistemi gerektirir. Bu düzenlemede, otel tüm yiyecekleri satın alacak ve bunları, bireysel departmanların malzemelerini "sipariş edeceği" merkezi bir depolama alanında saklayacaktır.

Talep Formları

Daha büyük bir operasyonda, depodan mutfağa aktarılan her şeyin yazılı bir taleple yapıldığı bir talep yöntemi oluşturmak, envanteri korumak ve günlük menü giderlerini belirlemek için önemlidir. Mutfağın ihtiyaç duyduğu malzemelerin adı ve miktarı talep formunda belirtilmelidir. Bu formlara genellikle depo görevlisi veya depo envanterini kim yönetiyorsa, istenen her bir kalemin birim fiyatını ve toplam maliyetini girebilmektedir (Tablo 1).

Servis çalışanları, verimli bir şekilde yürütülen bir operasyonda şeker, tuz ve biber gibi sofraya ürünlerini değiştirmek için ayrı talep formları kullanılmalıdır. Yine de, depolama alanına girip gerekli olanı almak çok daha kolay ve hızlı olduğu için çalışanlar sıklıkla talep formlarını kullanmayı reddediyor; ancak bu uygulama kayıt bırakmaz ve iyi kayıt tutmayı imkansız hale getirir. Bunun olma ihtimalini azaltmak için, depolama alanı güvenlik altına alınmalı ve yalnızca birkaç personelin odalara, depolama dondurucularına veya depolama buzdolaplarına erişimi olmalıdır.

Tarih: -----			
Departman: :			
Miktar	Tanım	Birim Maliyeti	Toplam Maliyet

Tablo 1 Malzemelerin Birim ve Toplam Maliyetinin Hesaplanması

Talep sadece stokları takip etmekle kalmaz, aynı zamanda gıdaların her departman tarafından malî değerini ve dolayısıyla giderlerini hesaplamak için de kullanılabilir. Çeşitli satıcılardan çeşitli fiyatlara satın almaların yapıldığı daha büyük bir işletmede, tüm malları maliyetleri ve varış tarihleriyle birlikte etiketlemek önemlidir. Örneğin etler, ağırlık, birim başına maliyet (parça, pound veya kilogram), satın alma tarihi ve tedarikçi adını içeren bir formla sıklıkla etiketlenir. Tüm ürünlerin fiyatlandırılması zaman alır, ancak talep belgeleri doldurulduğunda

veya stoka parasal bir değer atanması gerektiğinde bu süre hızla geri ödenecektir. Ayrıca, eşyaların fiyatlarının gösterilmesi, çalışanlara israfın maliyetli olduğunu hatırlatabilir.

Envanter Kaydı Tutma

Stokların kaydını tutmak için iki temel teknik vardır. Birincisi, sürekli bir envanter tutmaktır. Sürekli bir envanter, elinizde bulunanların sürekli bir toplamından başka bir şey değildir. Tablo 2’de gösterildiği gibi, depodaki her mal için kayıt tutmak, sürekli envanter tutmanın en iyi yoludur.

Tablo 2 Ürünün Yeniden Sipariş Noktası
Ürün:
Yeniden Satış Noktası:

Tablo 2 Ürün Yeniden Sipariş Noktası. Tam tablo başlığının ilk yarısı tabloda gösterilir. İki yarım tüm tabloyu oluşturur. Gösterilen toplam dört tablo için her iki tarafta iki tablo vardır. Ürün ve yeniden sipariş noktası, tablo başlığının bu bölümünde gösterilir.

Tablo 3 Satın Alma Birimi Büyüklüğü ve Ürünün Nominal Değeri
Satın Alma Birimi Büyüklüğü:
Nominal Değeri:

Tablo 3 Satın Alma Birimi Büyüklüğü ve Ürünün Nominal Değeri. Yeniden sipariş edilen birimin büyüklüğü ve nominal değeri, tablo başlığının ikinci (sağ) yarısında görüntülenir.

Tablo 4 Envanterin Kayıt Tarihleri, İşletmenin O Öğeden Ne Kadar Aldığı (giriş), Sattığı (çıkış) ve Toplam Bakiye			
Taşınan	İleri	Geri	
Tarih	Giriş	Çıkış	Bakiye

Tablo 4 Envanterin Kayıt Tarihleri, İşletmenin O Öğeden Ne Kadar Aldığı (giriş), Sattığı (çıkış) ve Toplam Bakiye. İlk tablo yarısının ikinci yarısı (solda). Tablo başlığının bu bölümü, tablo başlığının ilk bölümünün altında görüntülenir ve envanter kayıtlarının tarihlerinin yanı sıra işletmenin her kalemden kaç adet aldığını (içeri), sattığını (dışarı) ve toplam tutarı içerir.

Tablo 5 Satın Alınan Ürünün Birim Büyüklüğünün Giriş, Çıkış ve Bakiye Kayıtlarının Tutulması			
Taşınan	İleri	Geri	
Tarih	Giriş	Çıkış	Bakiye
-	-	-	-

Tablo 5 Satın Alınan Ürünün Birim Büyüklüğünün Giriş, Çıkış ve Bakiye Kayıtlarının Tutulması. Tüm tablonun bu bölümü, satın alınan ürünün birim büyüklüğünün girişi, çıkışı ve bakiyesinin kaydedilmesi için boş alana sahiptir ve tasvir edilen tüm tablonun ikinci (sağ) yarısının ikinci yarısıdır.

Bir üründen daha fazlası alındığında, alınan kutu veya eşya sayısı kaydedilir ve eldeki envantere eklenir; ürünün bir kısmına el konulduğu zaman çıkan kutu veya adet sayısı kaydedilir ve bakiye düşürülür. Ayrıca sürekli envanter formu, ürünün ne zaman yeniden sipariş edilmesi gerektiğini (yeniden sipariş noktası) ve herhangi bir zamanda ürünün ne kadarının hazır olması gerektiğini (eşdeğer stok) gösterebilir. Bu kayıt tutma, büyük operasyonlarda neredeyse kesinlikle bilgisayar ortamında gerçekleştirilir. Küçük işletmelerde kayıt tutmanın süresi (ve maliyeti) önemli olabileceğinden, sürekli envanterler normalde yalnızca pahalı mallar için tutulur.

Fiziksel bir envanter almak, ikinci envanter kayıt tutma sistemidir. Depodaki her şey, fiziksel bir envanterin parçası olarak düzenli olarak sayılmalıdır. Etkili bir kontrol olabilmesi için en az ayda bir fiziksel envanter alınmalıdır. Envanter kayıtları, bir hesap çizelgesine veya göreve ayrılmış ayrı bir sisteme kaydedilir. Mallar alfabetik olarak veya envanter sayfasındaki depo yerlerinde raflarda görünecekleri sıraya göre sıralanabilir (Tablo 6).

Ay:

Tablo 6 Fiziksel Envanter Formu				
Ürün	Birim	Adet	Birim Fiyatı	Toplam Fiyatı
Ürün 1	10 kutu	4	\$20	\$80
Ürün 2	20 parça	3	\$20	\$60
Ürün 3	5 gr	3	\$10	\$30
Ürün 4	15 litre	1	\$30	\$30
-	-	-	Toplam	\$200

Tablo 6 Fiziksel Envanter Formu. Bir ürünün birimi, adedi, birim fiyatı ve toplam fiyatı tabloda görüntülenir. Listelenen dört ürün bulunmaktadır ve ardından tüm ürünlerin toplamı gelir. Buna fiziksel bir envanter formu denir.

Depodaki her kalemin birim maliyeti ve toplam değeri, eşya miktarına ek olarak normalde envantere dahil edilir. Malların toplam değerleri toplanarak envanterin toplam parasal değeri hesaplanır. Bu aynı zamanda envanter genişletme olarak da bilinir. Envanterin alındığı gün için kapanış envanteri, envanterin toplam değeridir. Bu sayı aynı zamanda aşağıdaki fiziksel envanterin ölçüleceği açılış envanteri olarak da hizmet edecektir. Envanter her ayın aynı gününde alınırsa, istatistikler aylık gıda maliyetini tam olarak hesaplamak için kullanılabilir. Fiziksel envanter, sürekli envanterin doğru olmasını sağlamak için kullanılır.

Bilgisayarlı Envanter Kontrolü

Envanteri hesaplamak, izlemek ve genişletmek için günümüzde bilgisayarlı sistemler kullanılmaktadır. Bu araçlar, restoranın/otelin elindeki envanteri ve bununla ilgili harcamaları çok daha yakından takip etmesini sağlar. Bu sistemlerin avantajlarından biri de sipariş geçmiş ve ödenen en iyi fiyat gibi bilgilere erişim sağlamasıdır. Ayrıca alıcıya yıl boyunca talebi tahmin etmede yardımcı olabilirler. Bir garson, restoran terminalindeki herhangi bir menü öğesinin satışını kaydettiğinde, bu uygulamalar genellikle işlemleri izlemek için kullanılan satış noktası (POS) sistemiyle birleştirilir ve hatta bir ürünü bilgisayarlı envanter listesinden çıkarabilirler. Bir tüketici menüden bir tavuk yemeği isterse, bir tavuk tabağı hazırlamak için gereken tüm ürünler envanterden çıkarılır. Bu, her zaman güncel olan çoğu envanter öğesinin sürekli bir envanteri ile yönetim sunar.

Daha küçük işletmeler, envanteri yönetmek için sipariş verme ve envanter kaydı tutma için Microsoft Excel gibi bir elektronik tablo aracı kullanacaktır. Sarf malzemeleriyle birlikte alınan faturalar, bilgisayarın hesaplamaları doğru yapması için ihtiyaç duyduğu bilgileri içerir. Sorumlu çalışan, bilgisayar programına en son gelen kalemlerin

miktarlarını ve fiyatlarını girmelidir. Eldeki malların maliyeti, fiyatlar ve miktarlar kullanılarak otomatik olarak hesaplanır. Bu otomatik işlem, bilgisayara girilen bilgilerin ne kadar doğru olduğuna bağlı olarak çok fazla zaman ve para tasarrufu sağlayabilir. Herhangi bir envanter sisteminde her zaman hata yapma tehlikesi vardır, ancak otomatik yardım ile risk azaltılır.

Fiziksel Envanter için Fiyatlandırma ve Maliyetlendirme

Satın alınan ürünlerin maliyeti sipariştten siparişe büyük ölçüde değişir. Günlük envanter raporları fiyat değişikliklerini yansıtacaktır, ancak tek tek kutular etiketlenmedikçe fiziksel envanter formunda maliyet olarak neyin kullanılacağını bilmek imkansızdır. Her bir öğenin tam maliyetini belirlemek zorsa, raflardaki malların maliyetine bakmanın çeşitli alternatif yolları vardır. Eldeki stokun değerini belirlemede en sık kullanılan yöntem, tüm kutular bu fiyattan satın alınmamış olsa bile, mallar için ödenen en son fiyatı kullanmaktır. FIFO (ilk giren ilk çıkar) yaklaşımı, stokun uygun şekilde döndürüldüğünü ima eden başka bir maliyetlendirme yöntemidir. Kayıtlar güncel tutulursa, eldeki stokun değeri daha doğru bir şekilde belirlenebilir. Seçilen maliyetlendirme yönteminin envanterin değeri üzerinde önemli bir etkisi vardır. Öğelerin gerçek maliyetini en doğru şekilde yansıtan yöntemi kullanmak her zaman idealdir.

Envanter Takibiyle İlişkilendirilen Maliyetler

Bir gıda servisi operasyonunda çeşitli ürünlerin envanterini tutmanın kritik olduğu şimdye kadar anlaşılmalı. Bununla birlikte, bu envanteri elde etmenin ve sürdürmenin, elde tutma maliyetleri, sipariş verme maliyetleri ve eksiklik maliyetleri gibi maliyetleri vardır.

Elde tutma maliyeti, malzemenin (elektrik, sigorta, güvenlik, veri işleme ve taşıma) depolama gideridir; finansal maliyet, stokta kilitli olan paradır ve bozulma ve hasar maliyetleri, bozulma ve hasarla ilişkili maliyetlerdir.

Stokları sipariş etme ve teslim alma maliyetleri, sipariş maliyetleri olarak adlandırılır. Satın alma ve muhasebe departmanlarının maaşları, teslim alma yeri ve ulaşım ücretleri bu harcamalara dahildir. Haftalık yiyecek ve erzaklarınızı dört farklı tedarikçiden satın alırsanız, dört farklı satıcı, dört farklı araç, dört farklı satın alma siparişi ve dört farklı fatura ile uğraşmak zorunda kalacaksınız. Yalnızca bir haftalık kaynaktan satın alırsanız, bu işlevler küçültülür.

Eksiklik maliyetleri, talep arzdan fazla olduğunda ortaya çıkan maliyetlerdir. Yeni stok kalemleri gelmeden önce beklenmedik şekilde güçlü bir talep olduğunda, eksiklikler ortaya çıkabilir. Bazı kıtlıklar kaçınılmaz olsa da, müşteriler bekledikleri yemeği alamadıkları zaman bunu her zaman anlamıyor. Eksiklikler bazen mutfakları farklı bir satıcıdan gerekli bir ürün için daha yüksek bir fiyat ödemeye zorlayabilir.

Envanter Düzeylerini Etkileyen Faktörler

Ne kadar envanterin elde tutulması gerektiğini bir dizi faktör etkiler: menü, teslimat sıklığı ve sipariştten teslimata kadar geçen süre, mevcut depolama alanı miktarı, soğuk hava deposu mevcudiyeti, operasyonun yeri ve ölçeği.

Envanter Devri

Kesin envanter kayıtları tutulduğunda, kayıtlardaki veriler envanter devir hızını hesaplamak için kullanılabilir.

1,5 envanter devri, envanterin her 1,5 ayda bir döndüğü anlamına gelir. Bu durumda, herhangi bir anda (2,88 hafta) kabaca üç haftalık erzağınız olur. Genel olarak, bir ila iki haftalık envanter devri normal kabul edilir. Bir ay için ortalama gıda envanterini bulmak ve aynı ay için toplam gıda harcamasına bölmek, envanter devrini belirlemek için tipik bir yöntemdir. Toplam yiyecek maliyeti, günlük yiyecek alımlarının (günlük alım raporlarında bulunur) ay başındaki yiyecek envanterinin değerine eklenmesi ve ay sonundaki yiyecek stoğu değerinin çıkarılmasıyla hesaplanır. toplam yemek maliyeti.

Mevcut Envanter Günü Hesaplama

Mevcut envanterin gün sayısını belirlemek için iki yöntem vardır: İlk yaklaşımı seçerseniz, yıl veya diğer muhasebe dönemi için ortalama envanteri ilgili satılan malın maliyetine (COGS) bölün ve sonucu 365 ile çarpın. Satılan ürünlerin maliyeti işletmenin gelir tablosunda gösterilir. Bir önceki yılın sonundaki stok miktarını cari yılın sonundaki stok değerine ekleyin ve ortalama envanteri elde etmek için ikiye bölün. Bilanço, envanter rakamlarını gösterir.

Temin Süreci

Temin sürecinin temel amacı, işletme kriterlerini karşılayan miktar ve kalitede gıda ve malzemelerin mümkün olan en iyi fiyatla mevcudiyetini sağlamaktır. Her yemek hizmeti organizasyonunun yerinde bir satın alma süreci olması gerekir. Tüm yetenekli aşçılar, doğru malzemeleri doğru miktarlarda, doğru zamanda ve en iyi fiyata satın alabilmelidir. Her mutfağın kendi satın alma yöntemleri vardır. Ancak, her zaman uyulması gereken bir rehber vardır: «Yalnızca bir sonraki teslimata kadar gerekli olması beklenen kadar satın alın. Bu, gıdaların taze kalmasını ve envanter devrinin yüksek olmasını sağlayacaktır. Tüm yiyecekler zamanla bozulur, ancak bazıları bunu diğerlerinden daha hızlı yapar. Yalnızca hemen veya yakın gelecekte kullanılacak miktarların edinildiğini garanti etmek alıcının sorumluluğundadır.»

Satın Alma; ihtiyaçları belirleme ve tedarikçilerle sipariş verme süreci olarak tanımlanmaktadır. Satın alma ve sipariş verme, satın alma sürecini oluşturan iki eylemdir. Satın alma, kalite, fiyatlandırma ve hizmete dayalı olarak siparişlerin nereye verileceği konusunda karar vermeyi gerektirir. Satın alma bir yönetim görevidir. Sonuç olarak, yiyecek servisi müdürü veya direktörü normalde yiyecek ve malzemelerin temin edileceği tedarikçilerin seçiminden sorumludur. **Sipariş Verme;** bütçe kısıtlamaları içinde kalarak menü ihtiyaçlarını karşılamak için gereken yiyecek ve malzemelerin kalitesini ve miktarını belirleme süreci. Sipariş verme tipik olarak bir denetleme görevidir ve sipariş verme genellikle bir yemek servisi sorumlusuna verilir. Daha küçük şirketlerde sipariş, deneyimli bir aşçı gibi eğitilmiş bir çalışan tarafından da yapılabilir.

Müşteri siparişleri makul büyüklükte olmalıdır. Teslimat hizmetleri pahalı olduğundan, çoğu satıcının minimum sipariş boyutu sınırlamaları vardır. Başka bir deyişle, sipariş, sağlayıcının teslim etmeyi düşünmesi için yeterince büyük olmalıdır. Müşteriler çok sık sipariş vermemelidir. Yemek servisi operasyonu yeterince büyükse, tedarikçi sık sık teslimat yapmaya istekli olabilir, ancak artan maliyetler normalde müşterinin verimsizliğinin telafisi olarak alıcıya yansıtılacaktır. İzin verilen teslimat sıklığı bölgeye göre değişir ve çoğunlukla malların erişilebilirliğinden ve tedarikçinin teslimatlarını yapmak için kat etmesi gereken mesafeden etkilenir. Örneğin, büyük şehirlerde günlük teslimatlar siktir. Bununla birlikte, bir alıcı bir tedarikçiyle sınırlı miktarda iş yapıyorsa, tedarikçinin maliyetlerini düşük tutmak için haftada yalnızca iki veya üç kez sipariş vermeye çalışmalıdır.

Bir müşterinin işi, çok sayıda satıcıya çok ince bir şekilde dağılmamalıdır. İhtiyatlı bir alıcı, işini tatmin edici hizmet veren az sayıda tedarikçiyle sınırlayacaktır. Bu, alıcının diğer işletmelere sipariş vermemesi gerektiği anlamına gelmez. Bununla birlikte, her gıda kategorisinde az sayıda sağlayıcının pazarın çoğunluğunu kazanması gerektiği anlamına gelmez. Bazı küçük işletmelerde, alıcı her gıda kategorisi için yalnızca bir tedarikçi kullanmayı tercih edebilir; ancak çoğu durumda birden fazla tedarikçiye sahip olmak iyi bir fikirdir.

Pazar Tedariki

Arz kaynakları bir konumdan diğerine büyük ölçüde farklılık gösterir. Küçük kasabalar ve yalıtılmış yerleşimler, büyük şehirlerin sunduğu tedarikçi sayısı ve yelpazesinden yoksundur. Alıcılar, toptancılar, distribütörler, yerel üreticiler ve paketleyiciler, perakendeciler, kooperatif birlikleri, komisyoncular ve gıda ithalatçıları gibi mevcut satıcılar/tedarikçiler ile iletişime geçmelidir. Temel gıdaları elde etmek için, satın alma sorumlusu genellikle çok sayıda satıcıyla temasa geçer. Gıda ile ilgili tüm mutfak taleplerini karşılamak için birçok toptancı ürün yelpazelerini çeşitlendirir. Gıda ürünleri çeşitli kaynaklardan elde edilmektedir. 2 temel gıda kategorisi bulunur:

Bozulmaya Elverişli Gıdalar: Meyveler, sebzeler, taze balık ve kabuklu deniz ürünleri, taze etler, kümes hayvanları ve süt ürünleri bozulabilir. Bozulmaya elverişli ürünler, tazeliği garanti etmek için genellikle düzenli olarak satın alınır. Sebze, balık ve et ürünleri gibi dondurulmuş ürünler daha uzun raf ömrüne sahiptir ve daha seyrek sipariş edilebilir ve saklanabilir.

Bozulmaya Dirençli Gıdalar: Kuru ürünler, un, tahıllar ve zeytin, turşu gibi diğer gıdalar bozulmayan maddelere örnektir. Haftalık veya aylık olarak, bunlar elde edilebilir. Bir şeyin çabuk bozulmaması, onu gereğinden fazla miktarda satın almak anlamına gelmediğini unutmayın. Envanterinizdeki her öğe, kaydedilebilecek veya başka herhangi bir şey için harcanabilecek bir dolar değerindedir.

Tedarikçi Seçimi

Bir tedarikçi seçerken, yalnızca maliyetlere bakmak yeterli değildir, çünkü bunlar her zaman sunulan mal ve hizmetlerin kalitesini ve güvenilirliğini yansıtmaz.

Bir kişinin ürününün kalitesi, son derece rekabetçi gıda hizmeti endüstrisinde her zaman temel öneme sahiptir.

Öte yandan kalite, alıcı açısından her zaman «en iyi» anlamına gelmez.

Satın alma söz konusu olduğunda kalite, ürünün kullanım amacına uygun en iyi kalitenin elde edilmesidir.

Konserve ürünlerin fiyat-verim oranı da dikkate alınmalıdır. Bir markanın maliyetleri, rakiplerinkinden önemli ölçüde daha düşük olabilir, ancak önemli ölçüde daha az meyve veya sebze içerebilir ve farkı oluşturan daha fazla meyve suyu veya su olabilir. Alternatif olarak, kalite vasatın altında olabilir. Elbette bu, düşük maliyetli ürünlerin her zaman daha kötü olduğu anlamına gelmez; bunun yerine, müşteriler kaliteyi ve verimi belirlemek için kendi testlerini yapmalıdır. Ayrıca sadece fiyat için alışveriş yapmak, satış elemanı ile alıcı arasındaki ilişkinin bozulmasına neden olabilir.

Yiyecek satın alanların amacı, aşağıdaki kriterlere uyan güvenilir satıcılardan yiyecek ve malzeme satın almak olmalıdır:

- Belirli bir kalite seviyesi için uygun maliyetli bir fiyatlandırma yapısı sağlamalıdır.
- Mükemmel teslimat hizmeti sunabilmelidirler. Ürünler geldiklerinde çalışır durumda olmalıdır;
- Sürücüler düşünceli olmalıdır.
- Yiyecek ve erzak teslimatları zamanında yapılmalıdır.
- Arz eksikliklerini en aza indirmek için stoklarında belirli şeylere sahip olmaları gerekir.
- Yeni ürünler, satın alınan yiyeceklerin beslenme bilgileri ve sizi etkileyen pazar faktörleri hakkında bilgi verebilmelidirler.
- İyilikten ziyade, «mükemmel hizmet», tedarikçinin hoş tavrını ve bu tutumun sadece belirli bir çalışana değil, tüm yemek servisi operasyonuna fayda sağlama biçimini ifade eder. Mükemmel hizmet sunan sağlayıcı, yemek servisi şirketinin ihtiyaç duyduğu sıklıkta ve uygun saatlerde (yemek servisi dönemlerinde değil) teslimat yapan kişidir.
- Paketleri alıcı yere götürmeye ve siparişin doğruluğunu iki kez kontrol etmeye istekli olan güler yüzlü teslimat acentelerine sahiptir.

Fiyatları Etkileyen Faktörler

Özellikle gıda fiyatları, çeşitli faktörler nedeniyle yıl boyunca değişmektedir:

- **Sezonluk Olma:** Gıda mevsimindeyken, yerel gıda arzında daha fazla arz olur ve bu da fiyatları düşürür. Ayrıca mevsiminde olan ürünler, mevsimi olmayan ürünlere göre daha kaliteli ve daha uzun raf ömrüne sahiptir ve pazara uzun mesafeler taşınması gerekir.
- **Hava Durumu:** Aşırı hava koşullarının gıda fiyatları üzerinde önemli bir etkisi olabilir. Kuraklık, sel ve mevsim dışı soğuk hava, dünyanın başlıca ürün üreten bölgelerini etkilemiş ve çeşitli ürünler için fiyat artışlarına neden olmuştur.
- **Ulaşım Maliyetleri:** Benzinin veya ulaşımın fiyatı arttıkça, pazara taşınması gereken gıdanın fiyatı da artar.
- **Emtia Fiyatları:** Emtia piyasasında et ve tahıl gibi çeşitli kalemler değiş tokuş edilir. Bu fiyatlar, borsaya benzer şekilde, büyük hacimli alıcılar bunları alıp sattığında değişir.

Ürün Ayrıntıları

- Et, deniz ürünleri, kümes hayvanları, işlenmiş meyve ve sebzelerin yanı sıra taze meyve ve sebzeler tercihe göre sipariş edilebilir. Örneğin etler kalite, kesim, ağırlık/kalınlık, yağ kısıtlaması, yaş, tazelik veya donmuşluk ve paketlenme türüne göre sıralanabilir.
- Deniz ürünleri tür, tür, pazar formu, durum, derece, menşee, tazelik veya donmuşluk, sayı, boyut ve ambalaja göre sipariş edilebilir.
- Kümes hayvanlarını türüne, derecesine, sınıfına (ör. piliç, fritöz), tarzına (ör. göğüs, kanat), boyutuna, tazeliğine veya donmuşluğuna ve ambalajına göre sipariş edin.
- İşlenmiş meyve ve sebzeleri sınıfına (bazen), çeşidine, ambalaj boyutuna ve türüne, süzölmüş ağırlığa, koli sayısına, ambalaj ortamına ve konserve veya dondurulmuş olmasına göre sipariş edebilirsiniz.
- Taze meyve ve sebzeleri sınıfına (bazen), çeşidine, boyutuna, kap başına ağırlığına, yetiştirme alanına ve kap başına sayısına göre sipariş etmek mümkündür.

Tablo 7, ticari bir mutfakta veya resepsiyon alanında bulunabilecek bir sığır eti satın alma spesifikasyonu belgesinin bir örneğini göstermektedir.

Örnek Satın Alma Spesifikasyonu		
Sığır Eti	Sınıfı	Ağırlık, Boyut ve Kesim Özellikleri

Tablo 7 Örnek Bir Satın Alma Spesifikasyonu.

Satın Alma Prosedürleri

Çoğu restoran mutfağında, satın alma ve sipariş verme işlemi şef ve yardımcı şefler tarafından yapılır, ancak otellerde atanmış satın alma departmanları olabilir. Yerinde kendi kendine yürütülen yemek hizmeti operasyonlarının çoğunda, satın alma işleminden yemek hizmeti müdürü/yöneticisi sorumludur, ancak yemek hizmeti yönetilen hizmetlerle sözleşmeliyse, operasyon muhtemelen sözleşmeli satın almanın bir parçası olacaktır. Çoğu mutfakta, satın almayı kolaylaştırmak için tedarikçilerin, ilgili kişilerin, teslimat tarihlerinin ve programlarının bir listesi ve aynı stok seviyelerine sahip sipariş sayfaları bulunur. Açık büfe gibi özel bir düzenleme veya etkinlik için, yalnızca o etkinlik için gerekli malzemelerin belirlenmesi de gerekebilir.

Üretim Kontrol Çizelgesi

Herhangi bir büyüklükteki açık büfe için sipariş edilecek gıda maddelerinin miktarlarını hesaplamak için önce bir porsiyon kontrol tablosuna başvurulmalıdır. Tablo, herhangi bir menü öğesi için kişi başına kullanılacak

porsiyonları gösterir. Bir porsiyon kontrol çizelgesinin bir kullanım alanı, tahmin edilen sayıda menü porsiyonu üretmek için gereken ana bileşenlerin ve malzemelerin miktarını tahmin etmektir.

Tablo 8 Porsiyon Kontrol Çizelgesi		
Gıda Ürünü	Menü İçeriği	Porsiyon Büyüklüğü
Karides	Karides Kokteyli	80 g (2.82 oz.)
Limon	Karides Kokteyli	1 sandviç (6/limon)

Tablo 8 Porsiyon Kontrol Çizelgesi. Tablo bir gıda ürününü, menü içeriğini ve gıda ürününün porsiyon büyüklüğünü gösterir.

Satınalma Sipariş Çizelgesi (Eşdeğer Stoklu)

Bir satın alma standardı kullanmanın temel amacı, günlük ihtiyaçları karşılamak için eldeki tüm yiyeceklerden yeterli miktarda bulunmasını sağlamaktır. Bu standartları oluşturmak ve sürdürmek için gıda envanteri düzenli bir ritüel haline gelmelidir. Önceden belirlenmiş eşdeğer stok seviyelerine (bir sonraki siparişe geçmek için elinizde olması gereken miktar) sahip olmanın yardımcı olabileceği yer burasıdır.

Dikkat edilmesi gereken üç önemli nokta var:

- Gerekli miktar (eşdeğer stok)
- Mevcut miktar
- Sipariş edilecek miktar

Sipariş edilecek miktarı belirlemek için eldeki miktarı gerekli miktardan çıkarın (Tablo 9). Bazı durumlarda, sipariş için paket boyutuna dayalı minimum bir miktar gerekiyorsa, siparişi tamamlayın.

Tablo 9 Farklı Etlerin Asıl Sipariş Miktarını Hesaplama				
Et	Gerekli Miktar (min.)	Mevcut Miktar	Sipariş Edilecek Miktar	Asıl Sipariş
Konserve Sığır Eti	10 kg	2 kg	8 kg	8 kg

Eşit seviyeleri standart sipariş sayfalarına veya sipariş sistemine entegre etmek, envanter yönetimini çok daha kolay hale getirecektir. Giderek daha fazla tedarikçi, en güncel fiyatları, kasa boyutlarını ve çoğu durumda bir sipariş verildiğinde satın alma geçmişini sağlayan çevrimiçi satın alma sistemlerine geçiyor. Çevrimiçi sipariş genellikle daha uygundur, çünkü siparişi veren kişinin normal iş saatleri içinde sipariş masasını araması ihtiyacını ortadan kaldırır.

Sipariş Süreci

Bir satınalma siparişi normalde tedarikçi belirlendikten ve sipariş derlendikten sonra hazırlanır. Satınalma siparişi, hem satın alma organizasyonu hem de tedarikçi için bilgilerin yanı sıra satın alınan ürünler, miktarları, teklif ve genişletilen fiyatlar ve satın alma siparişinin toplamını içerir. Tipik olarak, alıcı, tedarikçi, muhasebe ofisi ve kabul memurunun hepsinin bir kopyası olacak şekilde birçok kopya yapılır.

Edinme

Kapsamlı satın alma kriterlerinin ve dikkatli satın alma yöntemlerinin avantajları, gelen malın kalitesi ve miktarı dikkatlice değerlendirilmediğinde kaybolur. Kabulden sorumlu kişi bu prosedürün önemli bir parçasıdır. Büyük kuruluşlarda, bu, birincil sorumluluğu alma (ve çoğu durumda depolama) ile ilgilenmek olan bir alıcı memuru olabilir. Daha küçük şirketlerde yemek servisi müdürü, baş aşçı veya mutfakta baş çalışan tarafından teslim alınabilir.

Açıkçası, edinme ve depolama görevi eğitimi kritiktir ve aşağıdaki işlevleri kapsamalıdır.:

- Gelen teslimatın kalitesini, miktarını ve ağırlığını satınalma siparişi ve gereksinimlerle karşılaştırma
- Gerekli kalite standardının denetlenmesi
- Alınan teslimatların günlük kaydını tutmak
- Tüm potansiyel olarak tehlikeli gıdalar için kritik kontrol noktaları izlenir
- Sağlanan mallarla ilgili bir sorun ortaya çıkarsa ne yapılacağını bilmek
- Tatmin etmeyen malları iade etmek, faturaları yönetmek, depolama için kartonları etiketlemek, malları depolamak veya kullanmak için kilere veya mutfuğa göndermek ve gıdaları depolamak ve envanteri döndürmek için uygun süreçler, izlenmesi gereken prosedürlerdir.

Stoklama

Tüm yiyecek servisi operasyonlarında, yiyecek servisi depolaması, alma ve hazırlama arasında hayati bir bağlantı görevi görür. Sonuç olarak, depolama sisteminin kalitesi, gıda hazırlama ürününün kalitesi üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. İhtiyaç duyulan alan miktarı, teslimatların sıklığı ve ürün devri ile belirlenir. Depolamanın kritik olmasının bir başka nedeni de, yönetimin zaman veya personel giderlerini önemli ölçüde artırmadan etkin kontrol uygulayabildiği operasyon alanlarından biri olmasıdır. Diğer bir deyişle, gıdanın gereksiz yere işlenmesinin yanı sıra, çekme, hırsızlık ve yağma konusunda etkin kontroller, gıda hizmeti giderlerinin düşük tutulmasına yardımcı olabilir.

Profesyonel Etik

Satıcılarla iletişim kurarken daima profesyonel bir tavır sergileyin. Faaliyetlerinizin hem sizin hem de tesisinizin itibarı üzerinde etkisi vardır:

- Önceden belirlenmiş zamanlarda satış görevlileri ile konuşun; dahili sorunları satış görevlileriyle tartışmayın; diğer satıcılar hakkında dedikodu yapmayın; ve rekabet fiyat tekliflerini ifşa etmeyin.
- Pazar durumlarını tartışarak, fiyat teklifleri alarak ve yeni ürünler hakkında bilgi edinerek satış görevlileriyle zamanınızı en iyi şekilde değerlendirin.
- Satış elemanı ofiste beklerken sipariş hazırlamak düşüncelessiz ve verimsizdir.
- Siparişin miktarını seçme görevini asla bir satış görevlisine devretmeyin.

Bir tedarikçi, bir satıcıya sipariş veren dağınık bir alıcıya olan saygısını kaybedecektir.

2-ATIK YÖNETİMİNİ DÜZENLEME VE DENETLEME

Otelde ve mutfakta mantıklı bir atık yönetimi planı uygular

Otelde ve mutfakta mantıklı atık yönetimi sürecini düzenler

Atık yönetimi düzenlemelerine uyar

Restoran Mutfaklarında Atık Yönetiminin Önemi

Atık yönetimi, çalışma gününün gerekli bir parçasıdır. Özellikle restoran endüstrisinde mutfak atığı yönetimi, bir işletmenin başarısını artırabilir veya bozabilir, bu nedenle gıda endüstrisi, atık bertarafı söz konusu olduğunda mutfaklarının her zaman kurallara uygun olmasını sağlamak için ekstra önlemler alır. Uygun olmayan mutfak atık yönetimi maliyetli olacaktır. Bunun dışında devlet kurumları işletme ruhsatını bile iptal edebilir. Uygun olmayan şekilde atılan mutfak atıkları da ciddi çevresel hasara neden olabilir. İş hayatında kalmak için, bir mutfak, yasalara uygun uygun atık bertaraf sistemleri olmadan çalışamaz. Ne olursa olsun, birçok işletme sahibi, birkaç dolar tasarruf etmeyi umarak ideal olmayan atık yönetimi yöntemleriyle çalışmaya devam ediyor, çevreye ve müşterilerine maliyeti çok büyük olabilir.

Çevreye duyarlı olmak sadece bir trend değildir; aslında karlı. Yağ, uygunsuz atık yönetiminin nasıl bir sorun haline gelebileceğinin iyi bir örneğidir. Uygun olmayan kurulumda, atık yağ basitçe drenaj sistemine atılır, burada oturur ve katılaşıyor ve sonunda büyük bir sorun haline gelir. Yağ, su ile iyi karışmaz ve doğru şekilde kullanılmadığı takdirde boruları tıkayabilir ve boruların patlamasına neden olarak onarım maliyetlerine neden olabilir. Atık ürünlerini uygun şekilde yöneten restoranlar, çevreye duyarlı olmasalar bile bakım maliyetlerinde atık tasarrufu sağlayacaktır.

Uygun mutfak atık yönetimi çevreyi korur

Atık bertaraf süreçleri doğru olduğunda, restoran çevrenin korunmasına yardımcı olur. Restoran, çöpleri uygun şekilde atmaz iklim değişikliğine katkıda bulunur. Bir çöplükte biriken gıda atıkları, en zararlı sera gazlarından biri olan metan gazı oldukça fazla miktarlarda yayar.

Uygun mutfak atık yönetimi müşterileri korur

Restoranlar, müşterilerine yüksek kaliteli yerel yemekler sunma işindedir. Özellikle gıdaların üretildiği yerlerde uygun sanitasyon standartları, güvenli ve sıhhi gıda ile el ele gider. Mutfak, yemeğin nasıl hazırlandığına önem verdiğinde ve yeterli miktarda yemek atığını geri dönüştürdüğünde, müşterinin refahına dönüşür.

Uygun mutfak atık yönetimi mutfakçı ve çalışanları korur

Çalışanların çalışma alanını güvence altına almak ve faaliyetlerine katılmak için güvenli bir alana sahip olmalarını sağlamak, iş yeri temizliğini ve mutfak atıklarının uygun şekilde bertaraf edilmesini garanti ederek sağlanır. Çalışanlar daha sağlıklıdır ve kazalara daha az eğilimlidir, bu da üretimin artmasına neden olur.

Mutfak Atık Yönetimini Etkin Olarak Yürütmek

Bir restoranın mutfakçı, özellikle meşgul olan, çok fazla yemek atığı üretmelidir. Mutfak atıklarını uygun şekilde yönetmek için çeşitli yaklaşımlar vardır.

Her şeyden önce fazla stok yapmayın, restoranın toplu olarak kullanmayacağı miktarlarda satın almak iyi bir fikir değildir. Restoranların büyük bir siparişte iyi bir fiyatı kabul etmesi yaygın bir hatadır, cazip gelebilir. Restoranın bunları düzgün bir şekilde depolayamadığı sürece, yani restoranın ürünü depolamak için kapasiteye ve doğru altyapıya sahip olması gerektiği anlamına gelir, bunlar neredeyse kesinlikle çöp kutusuna atılacaktır.

Envanteri olabildiğince doğru tutmak, yani yöneticinin herhangi bir zamanda tam olarak ne ve ne kadar mal olduğunu bilmesi gerektiği anlamına gelir, yiyeceklerin ihmal edilmemesini ve her şeyin uygun şekilde kullanılmasını sağlamaya yardımcı olur. Uygun ve doğru bir envanter, gıda atığı çözümleri için her zaman başlangıç noktası olacaktır.

Artıkları barınaklara ve yerel hayır kurumlarına bağışlamak, gıda israfını hafifletirken aynı zamanda halkın itibarını da artıracaktır. Son kullanma tarihi yaklaşan fazla veya fazla yiyecek ve malzemeler, verilebilecek öğeler kapsamındadır.

Menünün mümkün olduğu kadar kapsayıcı olacak şekilde ayarlanması başka bir seçenektir, müşterilere yemeklerine belirli öğeleri dahil etme veya çıkarma seçeneği sunulmalıdır. Örneğin, insanlar her zaman hamburgerlerinin yanında patates kızartması istemeyebilirler ve patates kızartması artık tepside kalır.

Restoranlar için yiyecek atıklarını kompostlamak iyi bir fikirdir. Yerel bahçıvanlar veya bitki meraklıları yemek atıklarını toprağa çevirebilir. Hem çevreye hem de restorana, ödeme yapan müşterilere yol açan türden bir ilgi gösterilmesine yardımcı olur.

Envanterinize tedarik edilen tüm ürünlerin son kullanma tarihlerini takip etmek, raf ömrü kısa olan ürünleri kaçırma gibi maliyetli bir hataya düşmemek için şarttır.

Atık yönetimine kendini adanmış bir atık yönetimi ekibi oluşturun

Şirketin büyüklüğüne bağlı olarak, şirket bir ekip oluşturabilir veya atık bertaraf faaliyetlerini kontrol etmesi için birini görevlendirebilir. Bu yaklaşım, restoranın daha kapsamlı bir atık denetimi yapmasına yardımcı olur ve hangi yolun izleneceği konusunda daha iyi bir fikir verir. Restoranın ürettiği birçok atık türünün belirlenmesi, nerelerin iyileştirileceğini bulmaya yardımcı olabilir. Bir restoran atık denetimi, atık bertarafı için kendin yapma, sözleşme yapma veya dış kaynak kullanma seçeneklerini belirlemenize yardımcı olabilir.

İyi yürütülen bir restoran atık denetiminin bir başka önemli avantajı da, restoranın hangi menü öğelerinde en fazla artık madde olduğunu bulması ve bu da menüde en az artık miktarı olacak şekilde ayarlamaya veya ince ayar yapmaya yardımcı olur. Bu bilgi aynı zamanda, miktarlar bazen aşırı büyük olduğundan, uygun porsiyon boyutlarının belirlenmesine de yardımcı olur.

Personeli eğitin

Mutfak atık yönetimi orada çalışan insanlarla başlar. Yemek hazırlama konusunda iyi eğitilmiş personel, iş günü boyunca üretilen israfı azaltmanın etkili bir yolu olan en az miktarda yiyeceğin atılmasını sağlayacaktır. Restoranlardaki yiyecek israfı, büyük ölçüde yiyeceklerin yanlış hazırlanmasından kaynaklanmaktadır. Restoran endüstrisinde, mutfaka gidiş ve dönüş hareketleri bile israfın azaltılmasına katkıda bulunur. Örneğin barlardaki sunuculara, içeceklerin dökülmesini önlemek ve israfı azaltmak için dairesel hareketlerle hareket etmeleri öğretilir.

Kaliteli ekipmanlara yatırım yapın

En kaliteli mutfak ekipmanlarına yatırım yapmak iyi bir fikirdir çünkü yemek hazırlama aşaması israfı en yatkın aşamadır. Uygun bıçağı kullanarak soymak gibi küçük şeyler zamanla birikecek ve restorana fayda sağlayacaktır. Yüksek kaliteli gıda atığı yönetimi ekipmanı bir istisna değildir. Bazı restoranlar sıfır atık işletmeleri olmak için çabalarken, gerçek şu ki bu neredeyse imkansız.

3-MUTFAK VE OTELİN MEVCUT İŞLEYİŞİNİ DEVAM ETTİRMEK

Müşterilerle iletişim kurar

Organize edilen partileri ve etkinlikleri denetler

Mutfak, lobi ve otel işleyişini denetler

Otel ve mutfaktaki ekipman ve malzemelerin kullanımını denetler

Mesleğe ilişkin tüm yayınları, yenilikleri ve teknolojik gelişmeleri takip edip değerlendirir

GİRİŞ

F&B Hizmetleri Takımı, konukların tam olarak arzuladığı deneyimi yaratmaktan sorumludur. Yiyecek ve içecek (F&B) hizmeti, konaklama endüstrisinin hizmet odaklı sektörünün bir parçasıdır. Daha büyük bir otel veya turizm işletmesinin bir parçası olabilir veya tek başına çalışabilir. F&B Hizmetleri ekibinin üyeleri, hizmete hazırlanmak, ziyaretçileri ağırlamak, siparişleri toplamak, hesapları kapatmak ve müşteriler ayrıldıktan sonra çok sayıda ek iş yapmak dahil olmak üzere çeşitli sorumlulukları üstlenir. Yıldızlı otellerin çoğu, çeşitli yiyecek ve içecek seçenekleri içerir. Restaurant, Lounge, Coffee Shop, Oda Servisi, Havuzbaşı Mangal/Izgara Servisi, Açık Büfe Servisi, Bar, Dış İkram Servisi vb. olma potansiyeline sahiptir.

F&B Hizmetleri Departmanının Yapısı

F&B Hizmetleri ekibi, konukların tam olarak arzu ettiği deneyimi yaratmaktan sorumludur. Aşağıdaki pozisyonlar bölümü oluşturmaktadır:

F&B Hizmetleri Müdürü, her F&B hizmet departmanından her mali dönemde kar marjlarının karşılanmasını sağlamaktan sorumludur. Mutfakla işbirliği içinde çeşitli servis bölgeleri için menüler planlıyor ve Yiyecek-İçecek Hizmetleri departmanı için malzeme ve ekipman satın alıyorlar.

F&B Hizmetleri Müdürü Yardımcısı, müdürün yokluğunda, F&B Hizmetleri Müdürünün üstlendiği tüm görevlerin farkındadır ve bunlara uyum sağlar.

Restoran Müdürü, restoranın tüm operasyonlarından sorumludur. Sorumlulukları arasında yemek odasının işlevlerini yönetmek; stok sayımı veya envanter kontrolü (malzeme siparişi verme ve bunların kaydını tutma); astları denetlemek, eğitmek, yetiştirmek ve değerlendirmek; çalışan ve satış raporları oluşturmak; bütçe yönetimi; Günlük satışlarla ilgilenmek ve kasiyerlerle irtibat kurmak yer alır.

Oda Hizmeti Müdürü, seçilen, eğitilen, teşvik edilen ve değerlendirilen tüm genç personelden sorumludur. Yiyecek-içecek departmanının/kültürel kuruluşun değerlerinin ve temel standartlarının karşılanmasını sağlar. İşgücü maliyetlerini kontrol altında tutmak için personel alımı, bütçeleme ve çizelgeleme, müşteri sorunlarıyla ilgilenme, özel taleplere yardımcı olma onun sorumluluğundadır.

Açık Büfe Müdürü, açık büfe hizmeti için barı ayarlamaktan sorumludurlar; konferanslar, toplantılar ve diğer etkinlikler dahil olmak üzere çeşitli etkinlikler için finansman tahmini ve dağıtımı; yiyecek ve içecek satışlarının artırılması; porselen, gümüş eşya, bardak, çarşaf ve diğer ekipmanların kaydını tutmak; dekorasyonla ilgilenmek ve misafirlere gelen şikayetlerle ilgilenmek; özel isteklere yardımcı olmak; gerekli stoku satın almak için uygun satın alma süreçlerini takip etmek; konuk yorumlarının toplanması ve F&B Müdürüne sunulması; departman toplantılarına katılmak; menü planlama ve fiyatlandırma; personel eğitimi, yönetimi ve geliştirme..

Bar Müdürü, tüketici akışını günlük olarak tahmin etmekten sorumludurlar; tüketici talebine yanıt olarak uygun sayıda çalışana tahsis etmek; çubuk envanterini yönetmek ve izlemek; her türlü içecek satışını takip etmek; temizlik ve teklif sunma görevleri.

Gıda Güvenliği Denetçisi (GGD), yiyecek-içecek hizmetleri endüstrisinde gıda işleme tehlikelerini tanımak ve bunlardan kaçınmak için eğitilmiş kişilerdir. Geçerli bir GGD sertifikasına sahip olmalıdırlar ve bir F&B Hizmetleri şirketinde diğer çalışanları uygun gıda işleme prosedürleri konusunda eğitebilmeleri ve denetleyebilmeleri için gereklidir.

F&B Yardımcı Departmanlar

Aşağıdaki departmanlar Yiyecek ve İçecek (F&B) departmanına destek vermektedir:

Mutfak Stewarding

Mutfak Stewarding departmanı, mutfak ekibinin verimli bir şekilde çalışabilmesi için ticari mutfağı temiz, hazırlıklı ve düzenli tutmaya çalışır. Ayrıca, belirli bir yemek veya pişirme işlemi için gerekli olan tüm alet ve gereçlerin iyice temizlendiğini ve kullanıma hazır olduğunu garanti eder.

Bulaşıkhanne

Bar, açık büfe, salon ve restoran servisi için bulaşık departmanı temiz ve kuru bardak, porselen eşya ve çatal-bıçak tedarik etmekten sorumludur.

Çamaşırhane

F&B departmanı, zamanında kuru temizleme yapılmış ve kırışmayan çarşaf tedariki için büyük ölçüde çamaşırhane departmanına veya dış kaynaklı çamaşırhane hizmetlerine bağlıdır.

F&B Personelinin Müşteriyle İletişime Yönelik Tutum ve Yeterlilikleri

Sorumluluklarını ve rollerini bilmek, yiyecek ürünleri, yiyecek ve içecek eşleştirme, görgü kuralları ve servis yöntemleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmak, misafirlere hizmet verirken güven kazanma yaklaşımıdır. Görünüm misafirler üzerinde iyi bir ilk izlenim bırakır. F&B çalışanları görev başındayken kişisel hijyen, temizlik ve profesyonel bir görünüm sağlamalıdır. Özen, detaylara çok dikkat etmek, misafirlerin isteklerini bilmek ve bu talepleri mümkün olan en yüksek seviyede mükemmellik ile mümkün olan en kısa sürede karşılamak olarak tanımlanır. F&B Hizmetleri ekibi her zaman hoş, canlı ve arkadaş canlısı bir tavır sergilemelidir.

Etkili iletişim, iş arkadaşları ve misafirlerle sohbet ederken çok önemlidir. Açık ve doğru iletişimin yanı sıra uygun dil ve üslubun kullanılması hizmet iş akışının sorunsuz ilerlemesine yardımcı olabilir. Konuklara gerçekten gelişmiş bir deneyim sunma potansiyeline sahiptir. Yeme İçme Hizmetleri çalışanları ziyaretçilere hizmet verirken zamanın değerini anlamalıdır. Hizmet iş akışının verimli bir şekilde çalıştırılmasına, doğru zaman tutma ve aciliyet duygusu yardımcı olur. Konaklama endüstrisinde konuklara hizmet vermek için dürüstlük ve bütünlük temel değerlerdir.

4- SATIŞ YÖNETİMİ, GÖRGÜ KURALLARI ÇERÇEVESİNDE İLETİŞİM, YEREL MUTFAK ALANI VE OTEL

Teslimat şartlarını tartışır ve tedarikçilerle anlaşmalar sağlar

Belirli bir zaman aralığında temin planı oluşturur

Gıda ve diğer ürünlerin yanı sıra otel ve mutfağın işleyişi için gerekli kaynakların (temizlik malzemeleri, vs.) teminini organize eder

Restoran Tedarik Zinciri Yönetimi

Restoran tedarik zinciri yönetimi sofistike ve karmaşık bir konudur. Zincirin her aşamasında uzmanlaşmış çok sayıda satıcıyla çalışmak normaldir. Sonuç olarak, tedarik zinciri yönetimi, verimliliği ve değeri en üst düzeye çıkarmak için satıcıları sürekli olarak izlemeyi ve yönetmeyi gerektirir. Restoran Tedarik Zinciri Yönetimi, «Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayan öğünler gibi ürünler üretmek için gıda tedarikçileriyle ilişkiler kurmak ve sürdürmek» demektir. Restoran tedarik zinciri yönetimi, tedarik zincirindeki her «aktörün» amaçlanan şeyi yaptığını garanti eder. Operasyonlar, «bir şirketin tedarik zinciri yönetiminde atılan adımlar»ı ifade eder.

Tedarik Zinciri Yönetiminin Önemi

Tedarik zinciri yönetimi, başarılı bir şirketin kritik bir bileşenidir. Bir şirketin tedarik zinciri yönetimindeki adımlar, operasyonlar olarak bilinir. Tedarik zinciri yönetimi, sorunları tanıyarak, alternatifleri analiz ederek ve dağıtım sürecinin nasıl optimize edileceğine dair kararlar alarak herhangi bir firmanın başarısında kritik bir rol oynar. Şirketler, daha iyi envanter kontrolü, daha düşük işletme giderleri ve artan verimlilik sağlayarak tedarik zinciri yönetimi sürecinden faydalanacaktır.

Restoran Tedarik Zinciri

Restoran tedarik zinciri çok sayıda aktör ve çok sayıda adım içerir. İlk olarak yönetici, çiftçiler ve toptan gıda toptancıları gibi restoran gıda tedarikçilerinin yanı sıra paket servis kapları ve kağıt ürünler sunan satıcılarla sözleşmeler belirlemeli ve müzakere etmelidir. Ham maddeleri restorana getirmek için ortak bulmak, lojistik bir zorluktur. Üretim, ham maddelerin pazarlanabilir ürünlere dönüştürülmesi sürecidir.

Satılabilir malları müşterilere ulaştırmak, dağıtımın konusu. Restoran lojistiği, yemekleri mutfaktan yemek odasına taşımak kadar basitten müşterilerin evlerine teslim etmek kadar karmaşık olabilir.

İdeal bir dünyada, tedarikçilerle görüşerek tedarik zincirinizi oluşturduktan sonra her şey sorunsuz ilerleyecektir. Restoran tedarik kesintileri çok yaygın ve sektör üzerinde çok büyük bir etkisi var. Tarım ve gıda dağıtımında çalışan birçok çalışan, tehlikeli koşullar ve sokağa çıkma yasakları nedeniyle çalışamayabilir.

Envanter yönetimi ve tedarik zinciri yönetimi ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır. Stok kontrolü, tedarik zincirinin çok önemli bir bileşenidir. Mutfağın verimli çalışmasını sağlarken müşterileri memnun etmeye yardımcı olur. Envanter yönetimi, stokların ne zaman tükeneceğini ve başka bir sipariş verilmesi gerektiğini tahmin etmek için mutfakta hangi malzemelerin ve malzemelerin bulunduğunu takip etmeyi gerektirir. Satın alma ve talep kararlarınızı etkiler.

Restoran tedarik zinciri yönetimi

Envanter yönetimi yazılımını ve yemek dağıtım hizmetlerini kullanarak restoran malzemelerinin en ucuz fiyatları için alışveriş yapmak, mutfağın tedarik edilmesine yardımcı olur. Tedarikçiler iş için rekabet ettiğinde restoranlar adil bir anlaşma yaparak kar eder. Satıcılar düzenli olarak yeniden değerlendirilmelidir. Yılda en az bir kez satıcıların performansını inceleyin ve daha iyi anlaşmalar ve hizmet varsa yeni bir satıcıya geçmeyi düşünün.

Ömür boyu aynı satıcıyla çalışmak zorunda değilsiniz, ancak önce, içinden çıkamayacağınız uzun vadeli anlaşmalara takılıp kalmadığınızdan emin olun.

Sayılarda güç vardır, bu nedenle bir grup insana katılmak, bir toplu satın alma organizasyonuna katılarak mallarda kendi başınıza alabileceğinizden daha iyi fiyatlar almanızı sağlar.

Tedarik zincirinizi kolaylaştırmak için tedarik zincirinizde birden fazla aşamayı yönetebilecek restoran tedarikçileriyle çalışın. Örneğin, sizden malzemeleri almanızı istemek yerine, bunları tedarik edip size getirebilecek restoran gıda tedarikçileri arayın.

Elinizde yeterince promosyon malzemesi olduğundan emin olun. Yeni bir yemek sunuyorsanız veya belirli bir ürün için kupon gönderiyorsanız, artan talebi karşılamak için yeterli malzemeye sahip olduğunuzdan emin olun. Pazarlama çabalarınızın tedarik zincirinizin kullanılabilirliği ile uyumlu olduğundan emin olun.

Yazılım kullanarak restoranınızın verimliliğini artırabilirsiniz. Tedarik zinciri yönetimi ve envanter yönetimi yazılımı gibi restoran teknolojisi, envanter yönetiminin, restoran malzemelerinin yeniden sıralanmasının, satıcılarla bağlantı kurulmasının ve tedarik teslimatının takip edilmesinin zaman alıcı ancak çok önemli işlerini yapıyor. Bazı araçlar, bu görevleri tamamlamak için gereken süreyi azaltabilir. Restoranın POS sisteminde yerleşik envanter yönetimi yetenekleri varsa veya tedarik zinciri yönetimi çözümleriyle arayüzler varsa, bu görevlerin çoğunu otomatikleştirebilirsiniz.

Tedarik zincirinizi kaynağa kadar takip edin. Yemeklerinizi güvende tutmak istiyorsanız, ham içeriklerinizin nereden geldiğini bilmek çok önemlidir. Menüünüzü veya tedarik siparişinizi değiştirerek tedarik zinciri kesintilerini ve pivotu önceden tahmin edebilmek için ürünlerinizin tedarik edildiği konumlardan gelen tarımsal raporları takip edin.

Tedarik zinciri verimliliği, karlılığı ve satışları artırmaya nasıl yardımcı olabilir?

Müşteri talebini karşılamak için üretim, teslimat ve satışları koordine etme süreci tedarik zinciri yönetimi olarak bilinir. Restoran tedarik zinciri yönetimi, artan satışlar ve karlılık gibi şirket faydalarıyla sonuçlanabileceği için kritik öneme sahiptir. İlk olarak, tedarik zincirinizin "bağlantıları" bilgi iletebildiğinde, birlikte daha etkili bir şekilde çalışabilirler. Bu işbirliği sonucunda firmanız üzerinde daha fazla kontrole sahip olacak ve kar marjlarınızı daha kolay artıracaksınız. İşbirliği ayrıca riski azaltarak maliyet tasarrufu sağlar. İkincisi, tedarik zinciri verimliliği envanter maliyetlerini düşürmenize olanak tanır. Son olarak, kolaylaştırılmış bir tedarik zinciri sizi bilgilendirir ve müşterilere hizmet veya tedarik gecikmelerini bildirmenizi kolaylaştırır.

Öte yandan bir tedarik zincirini yönetmek, ürünlerin zamanında ve hatasız teslim edilmesini sağlamak için hepsinin birlikte çalışması gereken birçok hareketli unsur içerdiğinden zor olabilir. Sorunsuz çalışan tedarik zinciri, planlama, tasarım, üretim/inşaa/geliştirme, dağıtım (ürünleri üretime sokma), operasyon (tedarik zincirini yürütme) ve kullanım ömrünün sonu (ürünün nihai imhasını yönetme) arasında koordinasyon gerektirir.

Tedarik zinciri yönetimi, tedarikten dağıtıma kadar, görevlerin planlanmasını ve yürütülmesini kapsayan bir süreçtir. Malların kaynaktan müşteriye zamanında teslim edilmesini sağlar. Bunu başarmak için tedarik zinciri yöneticileri, iş operasyonlarının sorunsuz çalışmasını sağlamak için tüm süreci dikkatli bir şekilde takip etmelidir. Restoranlar, kafeteryalar, kafeler, fast food mekanları, barlar, şarküteriler, gıda üretim operasyonları, catering işletmeleri, gıda taşıma hizmetleri ve daha fazlası yiyecek-içecek sektörünün bir parçasıdır. Yiyecek ve içeceklerin pişirilmesi, taşınması ve servisi kadar ambalajlama da bu sektördeki olası aktörlerdir. Restoran endüstrisi rekabetçidir, bu nedenle tedarik zinciri yönetimimizin endüstrideki en iyilerle aynı seviyede olmasını sağlamamız gerekiyor.

Yiyecek israfı azaltılır—restoranların satın aldığı yiyeceklerin %10'a kadarı müşteriye ulaşmadan önce israf edilir. Restoranlar bir kerede çok fazla yiyecek satın alıyor ve bu da yiyeceklerin müşterilere tedarik edilmeden önce bozulmasına neden oluyor. Tedarik zinciri yönetimi, kayıpların azaltılmasına yardımcı olabilir. Gıda harcamaları tipik olarak bir restoranın genel maliyetlerinin yüzde 28 ila yüzde 35'ini oluşturur. Yiyecekler kaybolduğunda veya bozulduğunda bu sayı yükselir. Restoranlar, yiyeceklerini ve satın alımlarını daha yakından takip etmek için envanter yönetimini kullanabilir, bu da satın alma işlemlerini takip etmeyi ve satıcılara ödeme yapmayı kolaylaştırır. Envanter yönetimi, satılan ürünlerin maliyetini düşürerek israfı azaltır ve sonuç olarak gelirleri artırır. Ayrıca, tekrar eden müşterilere ve onları mutlu etmeye yardımcı olmak için menünüzdeki tüm öğeler için içerikleri hazır bulundurarak daha memnun tüketiciler sağlayın.

5- YASAL DÜZENLEMELERE UYGUN ŞEKİLDE İŞLETME OPERASYONLARINI GERÇEKLEŞTİRME

Güvenli ve sağlıklı çalışma ortamını korur

Sağlık ve güvenlik ve yangından korunma kurallarını uygular

Mülkiyet koruma ilkelerini uygular

Çevre koruma yönetmeliklerini uygular

HACCP sisteminin ilkelerine uygun hareket eder

Restoran alanındaki hijyen seviyesini izler

Restoran Güvenliği

Restoranlar çeşitli güvenlik yönetmeliklerine ve kanunlarına tabidir. Bir restoran, çeşitli güvenlik standartlarına ve yönergelerine bağlı kalırken istikrarlı bir müşteri tabanı ve hevesli çalışanlar bulundurmalıdır. Her hükümet mevzuatı biraz farklılık gösterse de, yönergeler temel olarak benzer olacaktır.

Çalışanların Karşılaştığı Tehlikeler

Bir restoranda çalışmak doğası gereği risklidir. Mutfak çalışanları, çeşitli keskin kenarlı aletler ve tehlikeli ekipmanlarla çalışmakta ve günlerini açık alevler ve ısıtılmış yüzeylerle çevrili olarak geçirmektedir. Sıvılar, gres ve yemek artıkları sıklıkla zemine dökülmekte ve bu da zemini korumayı zorlaştırmaktadır. Restoran temizleme solüsyonları, yanlış kullanıldığında yakıcı veya tehlikeli olabilen çeşitli güçlü kimyasallar içerir. Ağır kaldırma, işin ortak bir parçasıdır. Sektörde yorgunluğa neden olan, muhakemeyi bozan ve zarara yol açabilen uzun ve geç saatler yaygındır. Tüm bu endişeler, endüstrinin sayısız düzenleyici otoritesi tarafından ele alınmaktadır.

İşyeri Rehberi

Devlet kurumları bir dizi restoran iş yeri kuralları belirler. İşyeri temiz ve düzenli tutulmalı, bıçaklar ve ekipmanlar kullanılmadıkları zamanlarda bakımlı ve güvenli bir şekilde saklanmalıdır. Zeminler periyodik olarak temizlenmeli ve kaymaz paspas veya kaymaz maddelerle korunmalıdır. Zehirli bileşikler doğru bir şekilde saklanmalı ve işçiler onlarla çalışırken eğitime, Malzeme Güvenlik Veri Sayfalarına ve uygun kişisel koruyucu ekipmanlara erişebilmelidir. Bir şeyleri nakletmek için arabaları ve arabaları kullanmak, gereken kaldırma miktarını azaltabilir. Çalışma kuralları, yorgunluğu önlemek için vardiyaların ve fazla mesailerin uzunluğunu sınırlar.

Tasarım ve Lojistik

Zemin alanının büyük bir kısmının yemek alanına verilmesi gerektiğinden, restoran mutfakları ve hazırlık odaları genellikle küçük ve kalabalıktır. Çıkışlar ve yangın merdivenleri her zaman görünür ve erişilebilir olmalıdır. Uygun sıcaklıkları ve hava kalitesini garanti etmek için havalandırma ve egzoz fanları yerel bölgelere ayırma standartlarına uygun olmalıdır. Kaliteyi korumak için kuru depolama tesisleri ısı ve nem kaynaklarından uzak tutulmalıdır. Gıda maddeleri, bozulmayı ve haşaratı önlemek için raflarda veya platformlarda yerden en az altı inç yukarıda saklanmalıdır.

Kontaminasyonu Önleme

Çeşitli kimyasallar biyolojik, kimyasal ve fiziksel riskler oluşturarak gıdaları kirletebilir. Temizlik ürünleri yaygın bir kimyasal kirlenme kaynağıdır. Sıçramalardan kasıtsız kontaminasyonu önlemek için gıda hazırlama alanlarının yakınında saklanmamalıdır. Zeytin çekirdeği, kürdan, cam kırıkları ve yemeklerdeki diğer yabancı maddeler fiziksel tehlikelere örnektir. Bu riski azaltmak için, yiyecek hazırlama işlemleri merdivenlerin veya geçitlerin altına yerleştirilemez. Gıda kaynaklı hastalıklara neden olan farklı mikroorganizmalar biyolojik riskler olarak sınıflandırılır ve öncelikle hijyen ve sıcaklık kontrolü ile kontrol edilir.

Güvenli Gıda İşleme

Birkaç temel kavram, güvenli gıda işlemenin temelini oluşturur. Birincisi hijyenik ve sıhhi koşullar. Aşçılar, yiyecekleri işlemeden önce hazırlama alanlarını ve kapları temizlemeli ve dezenfekte etmenin yanı sıra ellerini uygun şekilde yıkamalıdır. Her çalışma alanında el yıkama istasyonları sağlanmalıdır ve bazı eyaletler steril eldiven kullanımını talep etmektedir. Pişmemiş meyve ve sebzelere asla mutfak eşyaları veya çiğ et veya kümes hayvanları gibi yüksek riskli yemekler için kullanılan yüzeylerle dokunulmamalıdır. Mümkünse, her malzeme türü için farklı hazırlama yerleri veya gereçler ayırmak iyi bir fikirdir.

Zaman ve Sıcaklık

Gıda kaynaklı hastalık riskini etkileyen ana faktörler zaman ve sıcaklıktır. Bakteriler ve diğer mikroplar hemen hemen tüm yiyeceklerde bulunabilir, ancak çoğalmaları ve tehlike oluşturmaları için zamana ve iyi koşullara ihtiyaçları vardır. Yiyecekler 4 Santigrat derecenin altında ve 60 Santigrat derecenin üzerindeki sıcaklıklarda soğutulduğunda bakteriyel aktivite önemli ölçüde yavaşlar. Gıda güvenliği için "tehlikeli bölge", mikropların gelişebileceği bu iki uç nokta arasındaki sıcaklık aralığını ifade eder. Gıda kaynaklı hastalık riskini azaltmak için restoran işletmecileri, gıdaların tehlike bölgesinde mümkün olduğunca az zaman geçirmesini sağlayacak şekilde gıda işlemlerini düzenlemelidir.

Restoranlarda Sağlık ve Güvenlik: Temel Noktalar

Tüm restoranlar tarafından sık sık sağlık ve güvenlik risk değerlendirmesi yapılmalıdır. Bu, restoranınızı incelemeyi ve çalışanlara veya müşterilere zarar verebilecek tehlikeleri belirlemeyi gerektirir. Restoran için risk değerlendirmesi, restoranın bu tehlikeleri azaltmak için yeterince çaba gösterip göstermediğini göstermelidir. Restoranlar, yiyecek ve paket servis işletmelerinde sağlam bir risk değerlendirme prosedürü gereklidir. İşyeri tehlikelerinin listesi neredeyse sınırsızdır - fırınlar ve fritözler bariz örneklerdir, ancak daha az görünür olan başkaları da vardır.

Restoranlarda Sağlık ve Güvenlik Sorumlulukları

Güvenlik

Öğeyi yemenin güvenli olduğundan emin olun, yemeği eklemeyerek, çıkarmadan veya yemeyi güvensiz kılacak şekilde işleme koyarak, yiyeceğin iddia ettiğiniz kalitede olduğundan emin olun. Etiketleme, reklam veya pazarlama ile yanıltmayın. Yiyeceklerinizi nereden aldığınızı takip edin (ve sorgulanırsa bunları sunabilme) – buna <izlenebilirlik> denir. Güvenli olmayan yiyecekleri kaldırın ve insanlara yiyeceklerin ne zaman çekildiğini veya geri çağrıldığını, neden geri çekildiğini ve bu konuda ne yapmaları gerektiğini bildirmek için bir olay raporu oluşturun. Gıda güvenliği derecelendirmenizi görünür tutun. Katkı maddeleri, yalnızca söz konusu gıdada kullanılmasına izin verilen gıdalarda kullanılır.

Hijyen

Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları (HACCP) ilkelerine dayalı bir hijyen planı oluşturun. 'Gıda ile temas eden malzemelerin' (paketleme, gıda işleme ekipmanı, pişirme kapları ve yüzeyler gibi) temas ettikleri gıdaya herhangi bir şey aktarmadığından veya gıdayı etkilemediğinden emin olun. Denetlenirse, gıdayı mikroorganizmalardan korumak için HACCP ilkelerini izleyin. Gıda alerjilerini yönetin ve personel hijyen eğitimi için sorumluluk alın.

Dış Kaynak Güvenlik ve Sağlığı

Birçok ülkede, devlet kurumları risk değerlendirmesiyle ilgili talimatlar ve şablonlar yayınlamıştır. Gerekli bilgileri doldurabileceğiniz mutfak politikası düzenlerinde tipik risk değerlendirmesi ve sağlık ve güvenlik içerirler. Alternatif olarak, birçok restoran ve mutfak, kendi adlarına bir risk değerlendirmesi yapması için mutfak endüstrisinde deneyimli bir sağlık ve güvenlik uzmanı tutar.

Gıda Hijyeni Sertifikası

Pek çok ülkedeki gıda işleyicilerinin, yiyecek hazırlamak veya servis etmek için hijyen sertifikasına sahip olmaları gerekli değildir. Yiyeceklerle temas eden herkes ellerini sık sık sabun ve suyla en az 20 saniye yıkamalıdır. Gıda ile uğraşan işletmelere ise oldukça fazla görev düşmektedir. Halihazırda şirketler, çalışanlarına yönelik tüm hijyen eğitimlerinden sorumludur. Bu, resmi olmayan ve iş başında bir eğitim veya yapılandırılmış bir programın parçası olabilir, ancak yerinde ve iş alanınıza uygun olmalıdır. Gıda işletmelerinin operatörleri, HACCP süreçlerinin yanı sıra uygun hijyen standartları için devlet kurumlarının yönergelerine uymalıdır. Herhangi bir gıda işleyicisinde bu belirtilerden herhangi biri varsa, kendini izole etmelidir; yeni, kalıcı bir öksürük; çok sıcak bir sıcaklık; kişinin olağan koku veya tat alma duygusunda değişiklik (veya kayıp) (anosmi).

Çalışanlar, gıda güvenliği kurallarını bilmeli ve güncel gıda hijyeni kılavuzlarını ve HACCP prosedürlerini içeren bir Gıda Güvenliği Yönetim Sistemine (FSMS) uymalıdır. El yıkamanın ve diğer hijyenik faaliyetlerin öneminin daha düzenli bir şekilde vurgulanması şarttır. Nesnelere ve yüzeylere düzenli olarak temizlenmeli ve dezenfekte edilmelidir. Paketleme, temizleme ve atık imhası söz konusu olduğunda dikkatli olun.

Tüketiciler, gıdaları satın alırken ve tüketirken güvenli ve kaliteli gıdaları bekleme hakkına sahiptir. Gıda arzının bu gereklilikleri karşılama için hükümetlerin ve endüstrinin kullandığı gıda güvenliği prosedürleri, standartları ve faaliyetleri hakkında görüşlerini ifade etme hakkına sahiptirler. Tüketiciler, hükümetler ve diğerleri, gıda güvenliği ve kalitesinin sağlanmasında önemli bir rol oynarken, serbest piyasa toplumlarında, gıda endüstrisi, uygun kontrolleri uygulamak için gereken fiziksel ve yönetsel kaynakların yatırımında birincil sorumluluğu taşımaktadır - üretimi denetleyen endüstri. ve ham maddelerden bitmiş ürüne kadar gıdaların günlük olarak işlenmesi.

Gıda işletmesi, gıda kontrolünü çok çeşitli unsurları kapsayan geniş bir kelime olarak kabul eder. Gıda içeriklerindeki besin seviyeleri ve tüketicilerin sağlıklı beslenmeye olan ilgisine katkıda bulunan beslenme profillerine sahip gıdaların formüle edilmesi; güvenlik - toksikolojik ve mikrobiyolojik tehlikeler için standartlar belirlemek ve standartların karşılanmasını sağlamak için prosedürler ve uygulamalar oluşturmak; beslenme - gıda içeriklerindeki besin seviyelerinin korunması ve sağlıklı beslenmeye yönelik tüketici ilgisine katkıda bulunan beslenme profilleri ile gıdaların formüle edilmesi. Tat, koku, lezzet ve görünüm gibi duyu özellikleri sağlanır. Tüketici faydası ve ekonomik avantaj sağlayan kolaylık, paketleme ve raf ömrü gibi özellikler sunmak. Değer gibi bu özelliklerden bazıları yalnızca işletmenin ve müşterilerin sorumluluğundayken, güvenlik gibi diğerleri devlet, endüstri ve tüketiciler tarafından paylaşılır.

Gıda Standartları Belirlemek ve Uygulamak (TEHLİKE ANALİZİ VE KRİTİK KONTROL NOKTASI - HACCP)

Tüm gıda kontrol faaliyetlerinin merkezinde güvenlik, kalite ve etiketleme standartlarının oluşturulması yer alır. Hükümetler ve hükümet, belirli gıda kontrol standartlarının oluşturulmasında temel bir rol oynamaktadır. Tüm tüketicilerin eşit düzeyde koruma alması için tek tip güvenlik standartları oluşturmak ulusal hükümetlerin görevidir; yerli veya yabancı tüm gıda üreticileri, aynı güvenlik seviyelerinin uygulanması yoluyla eşit muamele görür; tüketiciler uygulanan koruma standartları hakkında bilgilendirilir.

Bugün kalite güvence programları, gıda endüstrisinin geliştirdiği ve son 20 yıldır geniş ölçekte gönüllü olarak benimsediği bir yaklaşım olan tehlike analizi ve kritik kontrol noktası (HACCP) tekniklerinin kullanımına özel önem verilerek tasarlanmaktadır. Bu yaklaşım birkaç unsurdan oluşur:

- Tehlikeleri ve gerekli kontrolleri belirlemek için bir tehlike analizi yapmak;
- Kritik kontrol noktalarının belirlenmesi;

- Her kontrol noktası için kritik limitler belirlemek;
- İzleme prosedürlerinin oluşturulması;
- Düzeltici faaliyet prosedürlerinin oluşturulması;
- Düzeltici adımların atıldığından emin olmak için doğrulama prosedürleri oluşturmak;
- Kontrol sisteminin tanımlanmasını ve kayıtların, sistemin uygun şekilde uygulandığının denetlenmesine ve doğrulanmasına izin verecek şekilde tutulmasını sağlamak için uygun dokümantasyon prosedürlerinin oluşturulması.

Eğitim, HACCP'nin ve güvenli, yüksek kaliteli gıda üretimine dahil olan tüm işletme faaliyetlerinin temel bir unsurudur. Gıda üretiminde istihdam edilen herkes, bu sonuca ulaşmak için sorumlulukları konusunda kapsamlı bir şekilde eğitilmelidir.

Benzer şekilde, tedarikçi ve distribütör kontrolleri, güvenli, yüksek kaliteli gıdaların üretimi ve pazarlanması için elzemdir. Üreticiler, içeriklerinin tedarikçilerinin katı spesifikasyonlara uyduğundan emin olmalıdır. Bu, güçlü bir test sistemiyle doğrulama ve çoğu durumda tedarikçilerin yerinde denetimleri ile sözleşmeye dayalı düzenlemelerle yapılır.

Gıda üreticileri ve işleyicileri tarafından kullanılan tüm kalite güvence sistemlerinin amacı, hükümetler tarafından belirlenen gereklilikler de dahil olmak üzere üreticinin spesifikasyonlarını karşılayan güvenli ürünler üretmektir. Sonuç, güvensiz veya düşük kaliteli ürünlerin pazara ulaşmasını önlemektir. Bir sistem arızası meydana gelmesi durumunda, tüketicilerin sağlığının ve etkilenen markaların itibarının mümkün olan en üst düzeyde korunması için ürünlerin piyasadan mümkün olan en kısa sürede kaldırılmasına yönelik prosedürler yürürlükte olmalıdır.

Örneğin, patojenik mikroorganizmalar, alerjenler, genetiği değiştirilmiş gıdalar, kirleticiler (böcek ilaçları dahil), ışınlama ve beslenme etiketlemesi gibi bir dizi gıda kontrolü konusu şu anda ulusal ve uluslararası düzeylerde tartışılmaktadır. Bunlar dikkat gerektiren önemli ve karmaşık konulardır. Kontrol sorunları çeşitli çözüm aşamalarında ve bunları bilimsel, pratik ve tekdüze bir şekilde çözmek için büyük çaba gerekecektir. Endüstri, tüketicilerin standart belirleme sürecine katılımları ve bilimsel ve teknik konulardaki tartışmalar yoluyla gıda kontrol sürecinde aktif ve önemli bir rol oynadıklarını kabul etmektedir.

Açıkçası, gıda kontrolü pek çok zor konuyu içermektedir. Bunlardan bazıları oldukça teknik, bazıları ise kısmen teknolojik ve kısmen politiktir. Tüketiciler için gıda kontrol sistemleri, gerçek ve önemli tehnelere karşı anlamlı koruma sağlamalıdır. Son olarak endüstri, müşterilerine - dünyanın tüketicilerine - hizmet edecek gıdaların üretilmesinde ve pazarlanmasında esneklik ve verimliliğe izin veren standartlara ihtiyaç duyar.

KAYNAKÇA

Beth Egan, Introduction to Food Production and Service, <https://psu.pb.unizin.org/hmd329/>

Sherwin Gardner, Consumers and food safety: A food industry perspective, <https://www.fao.org/3/V2890T/v2890t05.htm>

Fred Decker, Restaurant Safety Guidelines, <https://smallbusiness.chron.com/restaurant-safety-guidelines-41239.html>

Basic Kitchen And Food Service Management, <https://opentextbc.ca/basickitchenandfoodservicemanagement/back-matter/about-the-authors/>

Değerlendirme Soruları:

Tedarik sürecindeki birçok “oyuncuyu” ve rollerini anlamak neden önemlidir?

Restoran tedarik zinciri çok sayıda aktör ve çok sayıda adım içerir. İdeal bir dünyada, tedarikçilerle görüşerek tedarik zincirinizi oluşturduktan sonra her şey sorunsuz ilerleyecektir. Restoran tedarik kesintileri çok yaygın ve sektör üzerinde çok büyük bir etkisi var. Tarım ve gıda dağıtımında çalışan birçok çalışan, tehlikeli koşullar ve sokağa çıkma yasakları nedeniyle çalışamayabilir. İlk olarak yönetici, çiftçiler ve toptan gıda toptancıları gibi restoran gıda tedarikçilerinin yanı sıra paket servis kapları ve kağıt ürünler sunan satıcılarla sözleşmeler belirlemeli ve müzakere etmelidir. Ham maddeleri restorana getirmek için ortak bulmak, lojistik bir zorluktur.

Envanter, envanter verileri ve tedarik süreci arasındaki ilişki nedir?

Tedarik sürecinin temel amacı, işletme kriterlerini karşılayan miktar ve kalitede gıda ve malzemelerin mümkün olan en iyi fiyatla mevcudiyetini sağlamaktır. Her yemek hizmeti organizasyonunun yerinde bir satın alma süreci olması gerekir. Tüm yetenekli aşçılar, doğru malzemeleri doğru miktarlarda, doğru zamanda ve en iyi fiyata satın alabilmelidir. Bir satın alma standardı kullanmanın temel amacı, günlük ihtiyaçları karşılamak için eldeki tüm yiyeceklerden yeterli miktarda bulunmasını sağlamaktır. Bu standartları oluşturmak ve sürdürmek için gıda envanteri düzenli bir ritüel haline gelmelidir. Önceden belirlenmiş par seviyelerine (bir sonraki siparişe geçmek için elinizde olması gereken miktar) sahip olmanın yardımcı olabileceği yer burasıdır.

Dikkat edilmesi gereken üç önemli nokta vardır:

- Gerekli miktar (par seviyesi)
- Mevcut miktar
- Sipariş edilecek miktar

Eşit seviyeleri standart sipariş sayfalarına veya sipariş sistemine entegre etmek, envanter yönetimini çok daha kolay hale getirecektir.

Değerli bir tedarikçiye hangi nitelikleri ararsınız?

- Belirli bir kalite seviyesi için uygun maliyetli bir fiyatlandırma yapısı sağlamalıdır.
- Mükemmel teslimat hizmeti sunabilmelidirler.
- Ürünler geldiklerinde çalışır durumda olmalıdır;
- Sürücüler düşünceli olmalıdır.
- Gıda ve malzeme teslimatları zamanında yapılmalıdır.
- Tedarik eksikliklerini en aza indirmek için stoklarında belirli şeylere sahip olmalıdırlar.
- Yeni ürünler, satın alınan yiyeceklerin beslenme bilgileri ve sizi etkileyen pazar faktörleri hakkında bilgi verebilmelidirler.
- “Mükemmel hizmet”, lütuftan ziyade, tedarikçinin hoş tavrını ve bu tutumun sadece belirli bir çalışana değil, tüm yemek servisi operasyonuna fayda sağlama biçimini ifade eder. Mükemmel hizmet sunan sağlıklı, yemek servisi şirketinin ihtiyaç duyduğu sıklıkta ve uygun saatlerde (yemek servisi dönemlerinde değil) teslimat yapan kişidir.
- Paketleri alıcı yere götürmeye ve siparişin doğruluğunu bir kez daha kontrol etmeye istekli olan güler yüzlü teslimat acentelerine sahiptir.

Gıda hizmeti endüstrisinde gıda ve tedarik fiyatlarını hangi değişkenler etkiler?

Özellikle gıda fiyatları, çeşitli faktörler nedeniyle yıl boyunca değişmektedir:

- Mevsimsellik: Gıda mevsiminde olduğunda, yerel gıda tedariğinde daha fazla arz olur ve fiyatlar düşer. Ayrıca mevsiminde olan ürünler, mevsimi olmayan ürünlere göre daha kaliteli ve daha uzun raf ömrüne sahiptir ve pazara uzun mesafeler taşınması gerekir.
- Hava Durumu: Aşırı hava koşulları gıda fiyatları üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir. Kuraklık, sel ve mevsim dışı soğuk hava, dünyanın başlıca ürün üreten bölgelerini etkilemiş ve çeşitli ürünler için fiyat artışlarına neden olmuştur.
- Nakliye masrafları: Benzin veya nakliye fiyatı arttıkça, pazara taşınması gereken gıdanın fiyatı da artar.
- Emtia fiyatları: Emtia piyasasında et ve tahıl gibi çeşitli kalemler değiş tokuş edilir. Bu fiyatlar, borsaya benzer şekilde, büyük hacimli alıcılar bunları alıp sattığında değişir..

Stok seviyeleri ile atık yönetimi arasındaki ilişki nedir?

Her şeyden önce, hiçbir şeyi fazla stoklamayın, restoranın toplu olarak kullanmayacağı miktarlarda satın almak iyi bir fikir değildir. Restoranların büyük bir siparişte iyi bir fiyatı kabul etmesi yaygın bir hatadır, cazip gelebilir. Restoranın bunları düzgün bir şekilde depolayamadığı sürece, yani restoranın ürünü depolamak için kapasiteye ve doğru altyapıya sahip olması gerektiği anlamına gelir, bunlar neredeyse kesinlikle çöp kutusuna atılacaktır.

Envanteri olabildiğince doğru tutmak, yani yöneticinin herhangi bir zamanda tam olarak ne ve ne kadar mal olduğunu bilmesi gerektiği anlamına gelir, yiyeceklerin ihmal edilmemesini ve her şeyin uygun şekilde kullanılmasını sağlamaya yardımcı olur. Uygun ve doğru bir envanter, gıda atığı çözümleri için her zaman başlangıç noktası olacaktır.

Tehlike analizi ve kritik kontrol noktasının (HACCP) ana unsurları nelerdir?

- Tehlikeleri ve gerekli kontrolleri belirlemek için bir tehlike analizi yapmak;
- Kritik kontrol noktalarının belirlenmesi;
- Her kontrol noktası için kritik limitler belirlemek;
- İzleme prosedürlerinin oluşturulması;
- Düzeltici faaliyet prosedürlerinin oluşturulması;
- Düzeltici adımların atıldığından emin olmak için doğrulama prosedürleri oluşturmak;
- Kontrol sisteminin tanımlanmasını ve kayıtların, sistemin uygun şekilde uygulandığının denetlenmesine ve doğrulanmasına izin verecek şekilde tutulmasını sağlamak için uygun dokümantasyon prosedürlerinin oluşturulması.

YETERLİLİK 3. HORECA ENDÜSTRİSİNDE YÖNETİM

MODÜL 2: MÜŞTERİ İLE İLETİŞİM

Profesyonel müşteri hizmetinin unsurları

Restoranlarda iyi müşteri hizmeti neden önemlidir?

Restoran endüstrisinde iyi müşteri hizmeti önemlidir çünkü kuruluşun genel başarısını belirleyebilir. İşte bunun neden bu kadar önemli olduğunun bir listesi:

- Mutlu müşteriler, restoranınız için daha olumlu geri bildirimler ve değerlendirmeler üretir.
- Mükemmel müşteri hizmeti geliri artırabilir.
- Memnun müşterilerin düzenli müşteriler olma olasılığı daha yüksektir.
- Memnun müşteriler, tesisi daha geniş bir topluluğa tavsiye eder.
- Bir işletmenin uzun ömürlü olması genellikle iyi bir müşteri hizmetine bağlıdır.

Profesyonel müşteri hizmetinin unsurları şunlardır:

Hizmet Tanımınızı Genişletin

Hizmeti nasıl tanımladığınız, müşterilerinizle olan her etkileşiminizi şekillendirir. Mal veya hizmet karşılığında para alışverişine dayalı sınırlı hizmet tanımları, müşteri hizmetinin genel amacını kaçıır. "Hizmet", müşteriye bir üründen veya onun adına yapılan bir işlemde daha fazlasını sağlamalıdır. Memnuniyet ve unutulmaz bir deneyim sağlamalıdır. Özünde, müşteri işlemin sonucundan memnun ayrılmalı - sadece içerik değil, aslında mutlu. Mutlu bir müşteri, satın alan ve geri dönen bir müşteri olmaya devam edecektir.

Memnun müşterilere sahip olmanın iş geliştirmenin saf matematiksel denklemi vardır.

1 😊 = 1+1 sadık müşteri

1 😞 = 10 kaybedilen potansiyel müşteri

Bir memnun müşteri, bir potansiyel müşteri daha getirir.

Memnun olmayan bir müşteri, tavsiyeye göre büyük olasılıkla tesislerinizi kullanmayacak olan 10 potansiyel müşteriyle deneyimini paylaşıyor.

Müşterileriniz kim?

Müşteriler, kaliteli hizmet veya ürünler için adil bir fiyat ödemek isteyen ve yatırım getirisinden (paranın karşılığı) memnun olan kişilerdir. Ayrıca birinin kendilerine bakmasını isterler. İhtiyaçlarını anlayacak ve onlara cevap vermeye yardımcı olacak birine ihtiyaçları var. Ellerinden tutacak ve bir süreçte onlara yol gösterecek birine ihtiyaçları var. Müşteri hizmetleri, müşteriye dinleme ve kibar ve özenli bir şekilde sorular sorarak neye ihtiyacı olduğunu veya istediğini öğrenme yeteneği ile başlar. Doğru soruları kullanarak, müşterinin beğenileri, hoşlanmadıkları ve geçmişi hakkında daha fazla şey bulabilirsiniz.

Her organizasyonda "dış müşteriler" dışında "iç müşteriler" de vardır. İç müşteri, kuruluşta iş sorumluluklarını yerine getirmek için başka bir mesleğin yardımına veya etkileşimine ihtiyaç duyan kişidir. Dahili müşteriler,

tüm çalışanlar / iş arkadaşlarıdır. Unutmayın, iç müşteri zinciri tıpkı dış zincir gibidir, hepimiz organizasyonun içinde ve dışında müşterileriz. Bir Wall Street Journal makalesine göre, "Kötü Muamele Görmüş Çalışanlar Müşterilere Aynı Kadar Kötü Davranıyor".

Son zamanlarda işgücü piyasası, HoReCa sektöründe ihtiyaç duyulan işgücünden daha düşük işgücü teklifi nedeniyle işverenler için çok zor hale geldi. Bunu akılda tutarak, iç müşteri, dış müşteri kadar hatta daha da önemlidir.

MÜŞTERİ ÖZELLİKLERİ

İnsan duyguları üzerine araştırma yaptıktan sonra, Dr William Moulton Marston 1928'de Emotions of Normal People adlı bir kitap yayınladı. İnsanların duygularını dört davranış tipini kullanarak gösterdiklerini açıkladı. Bu davranış türlerinin, insanların benlik algılarından ve çevre ile etkileşimlerinden kaynaklandığını savundu. Dört türü, insanların duygusal davranışlarını etkileyen iki temel boyuta dayandırdı. Birinci boyut, bir kişinin çevresini olumlu ya da olumsuz olarak görüp görmediğidir. İkinci boyut, bir kişinin kendisini çevreleri üzerinde kontrol sahibi veya kontrolsüz olarak algılayıp algılamadığıdır.

Bu bilimsel araştırmalara göre, müşteriler davranış özelliklerine göre 4 ana stil grubuna ayrılabilir:

Hakimiyet - doğrudan, meydan okuyan, kararlı ve hızlı ve yerinde iletişimi tercih eden insanlar

Etki - hevesli, işbirlikçi, etkileşimli, iyimser ve iki yönlü iletişimi tercih eden insanlar.

İstikrarlılık - soğukkanlı, uyumlu, sabırlı, hoşgörülü ve duygu ve anlayışla iletişim kurmak isteyen insanlar.

Uyumluluk - gerçeğe dayalı iletişimi tercih eden, analitik, mükemmeliyetçi, doğru ve eksiksiz olarak nitelendirilen insanlar.

Modern davranış araştırması, en etkili insanların kendilerini ve başkalarını anlayan kişiler olduğunu öne sürüyor. Kişi, kendi kişisel güçlü yanlarını ve sınırlarını ne kadar iyi anlarsa, başkalarının güçlü yanlarını ve sınırlarını belirleme ve anlama becerisiyle birleştiğinde, müşterilerin taleplerini karşılamak için stratejiler geliştirmesi o kadar iyi olacaktır. Sonuç işte ve toplum içinde başarı olacaktır.

Tarzları bilmek, müşterilerle (hem harici hem de dahili) etkili iletişimi, etkili ekipler oluşturmayı, çatışmaları çözmeyi ve önlemeyi olumlu yönde etkileyecektir.

Etkili İletişim - Sosyal etkileşim her zaman başarının ve hatta bazı durumlarda hayatta kalmanın anahtarı olmuştur, ancak artan teknolojiyle birlikte daha iyi iletişim kurma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Başkalarının taahhüdünü ve işbirliğini kazanmanın en etkili yolu, "onların dünyasına girmek" ve davranış tarzlarıyla "uyum sağlamaktır": bir kişinin vücut dilini, "nasıl" davrandığını ve başkalarıyla etkileşim kurduğunu gözlemleyin. Tarzına uyum sağlamak, sunulan hizmetten özel bir deneyim ve memnuniyet yaratır.

Etkili ekipler oluşturmak - İnsanlar sürekli davranışları yargılayarak birbirlerine karşı çok katı olma eğilimindedir; bu nedenle ekip gelişimi, insan sorunları nedeniyle yavaşlama veya durma eğilimindedir. Davranışsal farklılıkların farkındalığı, ekip için iletişim, çatışma çözümü ve motivasyon üzerinde anında bir etkiye sahiptir. Ekip geliştirme uzmanlarına göre, çoğu ekip davranışsal bir model eğitimi almadan ve onu tepeden yönetime kadar kullanmaya kararlı olmadan asla yüksek performansa ulaşamaz.

Çatışmaları çözme ve önleme - Stil benzerliklerini ve farklılıklarını anlamak, çatışmayı çözmeye ve önlemeye ilk adım olacaktır. Kişinin davranışsal ihtiyaçlarını karşılayarak, birçok sorunu daha ortaya çıkmadan dağıtabileceksiniz. İnsanlar belirli bir şekilde yönetilmeyi tercih ederler. Bazıları yapıyı sever, bazıları sevmez. Bazıları insanlarla çalışmayı sever, bazıları ise yalnız çalışmayı tercih eder. 21. yüzyılda "karanlıkta vuruldu" yönetimi çalışmıyor.

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ OLUŞTURMAK

Müşteri memnuniyetini oluşturmak, aşağıdakilerden oluşan karmaşık bir süreçtir:

1. Müşteri dostu yaklaşım geliştirmek
2. Müşteri hizmetlerinde profesyonel nitelikler sağlamak

1. Müşteri dostu yaklaşım geliştirmek

Müşteri dostu hizmeti teşvik eden bir sistem ve tutum geliştirmek çok önemlidir. "Müşteri dostu" derken, müşteriye ilişkin en önemli parçası olarak görmekten bahsediyoruz. "Müşteri her zaman haklıdır" klişesi bu müşteri dostu ortamdaki türemiştir.

"Müşteri Dostu Yaklaşım"ın iki kritik özelliği:

- İletişim
- İlişki kurma

Başarılı müşteri ilişkilerinin iki ana görevi iletişim kurmak ve ilişkileri geliştirmektir. Çok büyük bir çaba sarf etmezler ama bir anda da olmazlar. Müşterilerinizle olumlu diyalog/iletişim ve müşterilerinizle devam eden ilişkiler geliştirmek, belki de müşteri hizmetlerinde çaba göstermeniz gereken en önemli iki niteliklerdir. Müşteri Hizmetlerinin Anlamı Daha önce de belirtildiği gibi, müşteri hizmeti, bir müşterinin ihtiyaçlarını/isteklerini karşılayan ve geri gelmelerini sağlayan kaliteli bir ürün veya hizmet sunmak anlamına gelir.

İyi müşteri hizmeti çok daha fazlasını ifade eder - sürekli başarı, artan kar, daha yüksek iş tatmini, gelişmiş şirket veya kuruluş morali, daha iyi ekip çalışması ve hizmetlerin/ürünlerin pazar genişlemesi anlamına gelir.

2. Müşteri hizmetlerinde profesyonel nitelikler sağlamak

Sürekli olarak müşterilerle (şirket içinde ve dışında) ilgilenen profesyonellerin, müşteri ihtiyaçlarına cevap vermelerine yardımcı olacak belirli nitelikler için çaba göstermeleri gerekir. Müşterilerin birçok ihtiyacı vardır ancak öne çıkan altı temel ihtiyaç şunlardır:

- Samimiyet – en temel ve nezaket ve kibarlıkla ilişkilendirilen.
- Empati – müşterinin, hizmet sağlayıcının onların arzularını ve koşullarını takdir ettiğini bilmesi gerekir.
- Adalet – müşteri yeterli ilgi ve makul yanıtlar aldığını hissetmek ister.
- Kontrol – müşteri isteklerini hissetmek ister ve girdilerin sonuç üzerinde etkisi vardır.
- Bilgi – müşteri, ürünler ve hizmetler hakkında bilgi edinmek istiyor. Çalışanlar, sağladıkları ürünle ilgili tüm bilgileri bilmelidir. "Bilmiyorum" veya "Bu benim departmanım değil" demek, müşterinin zihninde otomatik olarak küçük düşürülür ve indirgenir. Müşteriler bilgi ister ve bilgiye sahip olması gereken ama olmayan kişiye saygısızlık eder ve güvenmezler.
- Saygı – şirket içi kurallara ve düzenlemelere dikkat ederken saygı göstermek, müşterilerle yaklaşımda en yüksek denge yönetim becerilerini gerektirir.

Bu nedenle, HoReCa'daki bir Yönetici, müşteri memnuniyetini yaratmak ve sürdürmek için yukarıdaki tüm niteliklere sahip olmalıdır: dostluk, empati, neyin adil olduğu duygusu ve bilgi..

Bu niteliklerin yanı sıra, istenen düzeyde müşteri memnuniyeti üretebilmek için çalışanların aşağıdakileri göstermesi gerekir:

- **Gülümseme** – bir müşteriyi selamlamak için gülümseme ve hoş bir yüz gibisi yoktur, özellikle şikayeti varsa. Bir gülümseme ve kibar bir konuşma, hoşnutsuz bir müşteriyi anında etkisiz hale getirebilir. Daha konuşmaya başlamadan yüz ifadesi olumlu bir ton oluşturur. Rahat veya hoş bir yüz ifadesi çoğu zaman idealdir.
- **Göz teması** – her zaman müşterinizin gözlerinin içine bakın. Müşterilere doğrudan hitap edin.
- **Nasıl görünüyorsunuz** – kişisel bakımınız müşterileriniz üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Kirli eller, dağınık saçlar ve kötü giyim, başka türlü mutlu olan bir müşteriyi kaybetmek anlamına gelebilir. Müşterilerle etkileşim kurarken, saygı uyandırmak ve müşterilerin pozisyonunuzu ciddiye aldığınızı bilmelerini sağlamak için düzgün ve profesyonel bir şekilde giyin.
- **Tokalaşmak** – bir müşteriyle tokalaşırken sağlam ve profesyonel bir tokalaşma beklenir. Selamlaşmanın bu kısmı artık profesyonel bir ortamda hem erkekler hem de kadınlar arasında yaygın.
- **Dikkatli olun** – bir müşteriyi dinlerken, hafifçe müşterinize doğru eğilin ve dinlediğinizi belirtmek için başınızı hafifçe sallayın.
- **Ses tonu** – her zaman samimiyet ve dostluğu ifade edin. Bir müşteri ne kadar zor veya yorucu davranırsa davranırsa, hayal kırıklığı veya öfkeyle sesinizi yükseltmeyin.
- **El hareketleri** – söylediklerinizi (telefonda bile) vurgulamak ve duygularınızı vurgulamak için el hareketlerini kullanın. Özellikle müşteriyi oturması için boş bir yere götürürken, yönün farkında olması için jest kullanın.
- **Kişisel alan** – bu, sizinle başka bir kişi arasında rahat hissettiren mesafedir. Başka bir kişi size yaklaşıp kişisel alanınızı işgal ederse, düşünmeden otomatik olarak geri çekilirsiniz. Rahatsızsın. Siz ve müşteriniz arasında yeterli mesafe bırakın. Müşterilerin kendilerini güvende ve tehdit altında hissetmemeleri için yeterli alan önemlidir.
- **Duruş** – bir müşteriyle etkileşim kurarken bir sandalyeye yığılmak veya duvara yaslanmak, müşteriyle ilgilenmediğinizin kesin işaretleridir. Pozunuz veya duruşunuz dikkat, samimiyet ve açıklık ifade etmelidir. Öne eğilin, müşteriyle yüzleşin ve ilgilendiğinizi belirtmek için başınızı sallayın. Müşteri ile doğrudan temas halinde olmadığınızda bile dik durun. İş konumunuza ve iş yerinizde olup bitenlere saygı gösterin.
- **Gözlem** – siz hizmet sunarken müşterinizin nasıl davrandığına ve neye olumlu tepki verdiğiğine dikkat edin
- **Mutluluk** – Çalışanlar iş yerlerinde mutluysa, müşteriler de mutlu olacaktır. Restoranınızda olan her güzel şeyin, çalışanlarınızın sayesinde olacağını unutmayın. Bir yönetici, onlarla düzenli olarak etkileşim kurarak ve memnun olmalarını sağlayarak onları mutlu ettiğinden emin olmalıdır. Müşteri memnuniyetini artırmak veya mutfak/bar ile etkileşim içinde işlerin daha sorunsuz yürümesini sağlamak için restoran içinde veya çevresinde değiştirilebilecek her şey hakkında çalışanların görüş ve önerilerini almalıdır. Bir Yönetici onlara ekibin önemli üyeleri olduklarını hissettirmelidir.

Çalışanlarınızla kişisel bir ilişki kurarak mutlu bir atmosfer yaratacak ve müşteri memnuniyetini artıracaksınız. Çalışanlarınızın sizi temsil ettiğini unutmayın, bu yüzden en iyi yönünüzü gösterin!

HoReCa'daki her şirketin kendi kültürü vardır. Kültür, vizyonu, değerleri, normları, sistemleri, sembolleri, dili, varsayımları, inançları, misyonu ve alışkanlıkları içerir. Lider, hem temel değerleri yaşayarak hem de ekipte onları teşvik ederek bir Restoran veya Otel Kültürü üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Lider, müşterileri tarafından çok değer verilen değerleri beslemelidir, örneğin dostluk, kibarlık, empati, adalet. Bu şekilde çalışanlar ve müşteri aynı değerleri paylaşacaktır.

HORECA ENDÜSTRİSİNDEKİ STANDARTLARIN YAPISI

HoReCa'daki Yöneticilerin, müşteriler/müşteriler ile benzersiz bir deneyim yaratan en önemli standartların bir listesini oluşturması ve sürdürmesi gerekir:

- Her yönüyle müşteri hizmetleri.
- Personelin profesyonelliği ve bilgisi.
- Hizmet verimliliği, konukların refahı.
- Misafirperverlik ve kişisel yaklaşım.
- Personel görünümü, dil kullanımı, iletişim.
- Personel davranışları ve nezaketi.
- Satış fırsatları ve becerileri.

“Şeylerin (özellikle hizmetlerin) giderek meta haline geldiği bir dünyada, gerçek farklılaştırıcı, müşterilerinizin yaşamlarında yaratabileceğiniz kişisel deneyim haline geliyor.” – John Bessant.

Hepimizin hayran kaldığımız “ekstra mesafeyi” kesinlikle duymuşsunuzdur. Müşteri hizmetleri ve müşteri hizmetleri dünyasında, bu ilkeyi aşmanın bir yolu yok - en azından bizim bildiğimiz bir şey yok. Ekstra mil yürümek zorundasın. Şiddetli rekabetin norm olduğu ve müşteri konforunun, zevkinin ve memnuniyetinin anahtar olduğu bir sektörde, başarının nihai hedefiniz olduğunu varsayarak, müşteri hizmetlerine en üst düzeyde yatırım yapmak zorunludur.

Müşteri memnuniyeti oluşturmak ve karşılaştırmalı avantaj elde etmek için en önemli on standarttır:

1. Sadakat için çabalayın
2. Tutarlılık
3. Net beklentiler belirleyin
4. Bir ekip ortamı oluşturun
5. Örnek olun
6. Bir niş oluşturun
7. Etkili PR stratejisi üzerinde çalışın
8. Sadakati ödüllendirin
9. Sosyal medya oyununda ustalaşın
10. Beceri anahtardır

Her standardı detaylandıralım.

1. Sadakat için çabalayın. Esnek olmayı ve müşterinin her ihtiyacına uyum sağlamayı öğrenin, bunlar ne kadar alakasız görünürse görünsün. Misafirinize geri gelmesi için tüm doğru nedenleri söyleyin. Bunu yaparak, müşteri ile ürününüz arasında güven oluşturacak ve hüküm süren şiddetli rekabetin, çok sayıda köklü markanın, piyasadan taşan çeşitli konseptlerin ve misafirlerin daha fazlası arasında gerekli olan sadık bir müşteri ağı oluşturacaksınız. -fazla yüksek beklentiler. Otelin/restoranın genel deneyiminden memnun

olan müşteriler, aldıkları fiyat, paket veya anlaşma ne olursa olsun, kesinlikle tekrar ziyaret edeceklerdir, çünkü konfor ve güven her şeydir ve fiyat, seçim sürecindeki bir faktörden başka bir şey değildir.

2. Tutarlılık. otel ve hizmet sektöründe tutarlılık soluduğumuz hava kadar önemlidir. Onsuz, iş sonunda temellerini kaybedecek ve çökecektir. Tutarlılık, işin her yönünü kapsar; her zaman her şeyde yüksek standartları ve kaliteyi korumanın en garantili şeklidir. Tüm yıl boyunca mükemmel hizmet sunmak, tek bir yanlış adım veya küçük bir hatayla mahvolursa, aniden önemsiz hale gelebilir. Müşteri, bu tek hata yüzünden markadan gerçekten vazgeçebilir - ve bu büyük bir hayır-hayır!
3. Net beklentiler belirleyin. Müşteri ile işletme arasındaki sadakat ve güvenin önemini kabul ettikten sonra, müşteriye sunulan hizmetin kalite, üstünlük ve standartlar açısından otel/restoran tarafından belirlenen beklentilere eşdeğer (daha yüksek değilse) olması gerektiğini söylemeye gerek yoktur. sunulan ve tanıtılan ürünler hakkında. "Beklenen" ile "gerçekte sunulan" arasındaki en ufak bir farklılık, müşterinin bir bütün olarak otel/restoran tarafından sağlanan hizmetlere olan güvenini olumsuz etkileyebilir.
4. Bir ekip ortamı oluşturun. Tüm ekip üyeleri, markanın hedeflerine ulaşmak ve günlük zorlukların ve olasılıkların üstesinden gelmek için kolektif bir birim olarak çalışmalıdır.
5. Örnek olun. Pozitif takım liderleri, astlarına bir hedef duygusu, başarı için bir kararlılık ve belirlenen hedeflere ulaşma yeteneklerine dair güçlü bir inanç aşılar. Liderler örnek teşkil etmeli, personelin tavrını belirlemeli ve onlara misafirlerle etkileşim kurmanın en iyi yöntemlerini ve ortaya çıkan sorunları çözenin ve potansiyel sorunları önceden ele almanın en güvenli, en verimli yollarını öğretmelidir.
6. Bir niş oluşturun. Zaten kalabalık olan hizmet sektöründe, neyi, hangi hedef kitleye, ne şekilde sunduğunuz çok önemlidir. Müşterilerin tüm rakipler arasında ziyaret edilecek tesis olduğunuzu anlaması için kendi nişinizi oluşturun.
7. Etkili PR stratejisi üzerinde çalışın. Halkla ilişkiler (PR) uzmanları, herhangi bir marka için olumlu bir itibar oluşturmaya ve ürününü farklı düzenlemeler altında hedef kitleye satmaya yardımcı olmak için ağızdan ağıza iletişime güvendiğinden, her iş girişimi için gereklidir. Etkili bir halkla ilişkiler stratejisi benimsemek, yalnızca halkla ilişkiler faaliyetlerinizi düzenlemenize yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda ürünlerinizi sorunsuz ve zahmetsizce pazarlamanın ve satmanın en iyi yolları hakkında stratejik kararlar almanıza yardımcı olur.
8. Sadakati ödüllendirin. Misafirleriniz için rakipsiz bir ödül ve sadakat planı tanımlayın. Bu tür programlar genellikle oteller tarafından müşterileri çekmek ve elde tutmak ve iş amaçlı seyahat edenleri veya diğer sık otel misafirlerini, çok sayıda seçenek arasından geçerken belirli bir markayı veya otel grubunu diğerlerine göre tercih etmeye ikna etmek için kullanılır. Müşterilerin, özellikle sık gelenlerin, bu tür ödül ve sadakat programları sunan otelleri tercih ettikleri bir sır değil.
9. Sosyal medya oyununda ustalaşın. Sosyal medya dünyayı kasıp kavurdu. Günümüzde, sosyal medya akıllı olmadığı sürece hiçbir iş, endüstri veya fikir halka ulaşamaz. En geniş müşteri yelpazesine ulaşmak için yalnızca içerik pazarlama yoluyla değil, aynı zamanda sosyal medya aracılığıyla da güzel hazırlanmış mesajların ve uygun şekilde iletilmiş fikirlerin gücüne inanın. Instagram, Facebook, Twitter gibi platformlar, sosyal medya diliyle takipçilerin otel/restoranın ürün ve hizmetlerine olan iştahını artırmak açısından büyük değer kazandı.
10. Beceri anahtardır. Deneyimli profesyonellerden oluşan bir ekibe yatırım yapın. Doğru yerde doğru yeteneklere sahip olmak işi organize etmek ve her biri kendi uzmanlık alanında ekibin yeteneklerini geliştirmek için çok önemlidir. Liderlik, yaratıcılık, zaman yönetimi, organizasyon becerileri, güçlü iş ahlakı, olumlu tutum ve eleştiriyi kabul etme ve ondan öğrenme yeteneği, potansiyel personel üyelerinde aramanız

gereken nitelikler ve becerilerdir. Son olarak, ekip üyelerinizin yaptıkları her şeye müşteri merkezli bir yaklaşımla nüfuz etmesini sağlayın ve misafirperverlik, boş zaman, sağlık ve zindelik konusundaki bilgilerini geliştirmeye yatırım yapın.

Zor durumlara başa çıkma teknikleri

Bir otel veya restoranda müşteri yönetimi bir sanattır. Ne olursa olsun asla tatmin olmayan zorlu müşterilerle ilgilenmekten, hizmetin mükemmellik düzeyine ulaşmasını sağlamaya kadar. Otel/restoran hizmetleri ile ilgili sorunları kendi dokunuşunuz ve özeninizle ele almanız, mutsuz müşterileri sadık müşterilere dönüştürebilir. Uygun otel/restoran müşteri yönetimi memnun müşterilere yol açar ve daha önce açıklandığı gibi müşteri memnuniyeti restoran endüstrisindeki en önemli şeylerden biridir.

Otelcilik sektöründeki yöneticiler ve çalışanlar genellikle zor müşterilerle karşılaşır.

Otel/restoran çalışanlarını etkileyebilecek üç tür zor müşteri vardır.

- Huysuz müşteri, peçeteleri katlama şeklinizden, odanın sıcaklığına, servis ettiğiniz yemeğe kadar her detayı değerlendirecek ve şikayet edecek. Huysuz müşteriler genellikle siz ve oteliniz/restoranınız yüzünden mutsuz değildir. Büyük olasılıkla, bir yemeğe, tatile veya iş gezisine çıkarken günlük hayal kırıklıklarını yanlarında getiriyorlar. Bu nedenle, unutmayın, eleştiri sizi incitmek için yapılmaz - bu sadece onların stresini atma yollarıdır. Asla kişisel algılama.
- Aceleci müşteri, her zaman acelesi olan ve her şeyin çok çabuk yapılmasını isteyen müşteridir. Unutma, bu onların tarzı, kişisel değil. Tesis değerlerinden oldukça farklı olabilir ve bu nedenle zor görünebilir.
- Kızgın müşteri genellikle çok yüksek sesle konuşur, küfür eder veya tehditkar bir şekilde hareket ediyormuş gibi algılanır. Bazen hizmetin vaat edilen seviyede olmadığı ve müşterinin haklı olduğu oluyor. Bazı durumlarda, her şey mükemmel bir şekilde yapılır, ancak müşterinin farklı beklentileri vardır. «Müşteri her zaman haklıdır» sözünü unutmayın. Müşteriyle aynı fikirde olmasanız bile sakin olun ve kibarca şikayetlerini çözmeye çalışın. Her müşteri talebini karşılamak mümkün olmayabilir, ancak onlara her zaman değerli olduklarını hissettirmeye çalışabilirsiniz.

Her durumda, ne olursa olsun her zaman nazik olmayı unutmayın.

Bu zor müşterilerin, sorunları olması durumunda sorunlarını hızlı bir şekilde çözmezsek kolayca Mutsuz Müşteriler haline gelebileceğini unutmamak önemlidir. İşletme, mutsuz müşterilere sahip olmak istemez çünkü mutsuz müşteriler şikayetlerini akranlarıyla sıklıkla paylaşır ve farklı forumlarda ve sosyal medyada kötü yorumlar yazar. Bu nedenle, ne kadar dalmış olursanız olun, sorunlarını ele alırken ve çözerken çok dikkatli olmanız gerekir. Şikayetlerini çözmek, daha fazlası için geri gelmelerini ve sizi arkadaşlarına, akrabalarına veya sosyal medya bağlantılarına tavsiye etmelerini sağlamak için fırsatlar yaratabilir.

Zor müşterilerle başa çıkamıyorsanız ve şikayetlerine cevabınız "özür dilerim, benim hatam değil", "yapabileceğim bir şey yok" veya "mutfaktaki arkadaşlar hata yaptı" ise, müşteri hizmetleriniz zayıf demektir. İyi müşteri hizmeti, hesap verebilirlik, sorumluluk ve müşteriyi memnun etmek için harekete geçmek anlamına gelir. Memnun olmayan bir müşteri ile iletişim kurabilmek çok önemlidir. Bu nedenle, bunu yapmak için, müşterinin desteğini kazanmak ve müşteri olarak sahip olmaya devam etmek için profesyonel müşteri hizmetlerinin bazı tekniklerini kullanmalısınız.

Müşterilerle zor durumlara başa çıkma yöntemleri

Yukarıda belirtilen her bir zor müşteri, otel/restoran yönetimi ve çalışanları için farklı koşullar yaratmaktadır.

Huysuz Müşteri: Bir restoranda müşteriyi güler yüzle karşılayın ve garsonun ona iyi davrandığını görün. Onunla tartışmayın. Şikayetlerini nazikçe dinleyin, ancak onu cesaretlendirmeyin. Aktif dinleme becerilerini kullanın (açık uçlu sorular kullanma, başka kelimelerle ifade etme ve özetleme). Mantıksız şikayetlerle üzülmeyin. Çalışan olarak yavaş yapıştırmayı kullanın ve gerçekçi olan ve rahatsız edici olmayan gerçeklere ve argümanlara odaklanın. Mesafeyi koruyun ve son derece profesyonel olun.

Bir otelde, bir restorana benzer şekilde yalnızca anlık etkileşimi değil, aynı zamanda müşterinin kaldığı süre boyunca bildiği veya kullanmayı sevdiği diğer hizmetlere de önceden telefon edin. Huysuzluklarının nedeni otel tarafından yapılan bir şeyse, bu eylem zorunlu olmalıdır. Uyarıyı alan diğer otel satış noktaları, güler yüzlü ve yardımcı olmak için her türlü çabayı göstermelidir. Ruh halleri genellikle geçicidir, ancak kötü hizmet algılarının habercisidir. Müşterinin moralini yükseltmek için yapılabilecek her şey yapılmalıdır.

Aceleci Müşteri. Bir restoranda müşteriye hizmetin yaklaşık olarak ne kadar süreceğini önceden söyleyin. Restoranda ne kadar vakit geçirmeleri gerektiğini sorun. Bu şartlar altında mümkün olan en iyi hizmeti verin. Hizmeti kısa tutmak için alternatifler sunun. Çalışan hızlı yapıştırmayı kullandığından, daha hızlı konuşun ve siparişi olabildiğince kısa ve hızlı bir şekilde tekrarlayın.

Bir otelde, teslim tarihlerinin ne olduğunu ve telaşa neyin sebep olduğunu sorun. Aceleyi hafifletmek için önerilerde bulunabilirsiniz. Örneğin, müşterinin geç kalacağını bildirmek veya daha hızlı olacak alternatif seyahat düzenlemeleri önermek için önceden aramak.

Kızgın Müşteri. Her durumda müşteriyi dinleyin, şikayetine neden olan olaydan dolayı üzüntünüzü dile getirin, müşteriye dikkatinizi çektiği için teşekkür edin ve hatayı düzeltmeye çalışın.

Müşteri çok gürültülüyseniz, küfür ediyorsa veya tehditkar bir şekilde hareket ediyormuş gibi algılanıyorsa ve diğer müşterilerle veya iş arkadaşlarıyla aynı bölgedeyse, onlardan sizinle olay yerinden uzaktaki özel bir alana gelmelerini isteyin. Müşteriye ayrıntıları duymak istediğinizi söyleyin, böylece sorunu anlayabilir ve sorunu çözebilirsiniz. Müşteriden oturmasını isteyin. Otururken ilişkili el ve vücut hareketleriyle kızgın kalmak çok daha zordur. Ayrıca, herhangi bir yükseklik farkını ve buna bağlı güç algılarını büyük ölçüde ortadan kaldırır. Müşteri hala kızgınsa, onlara bir içki ısmarlamayı teklif edin, hafızanıza güvenmek veya onlara gideceğinizi söylemek zorunda kalmamak için gidip söylediklerini yazmak için biraz kağıt ve kalem getirmenizin sakıncası olup olmadığını sorun. ve sorunlarının daha çabuk çözülebilmesi için daha kıdemli birini bulun. Onları haklı olarak altmış saniye kadar yalnız bırakmak için elinizden gelen her şeyi yapın. Kendi kendine kızmak zordur. Yine de on dakikanızı ayırmayın, çünkü onlara size kızmaları için farklı bir neden daha vermiş olursunuz.

Bir süre sonra ve duygularını yatıştırmak için elinizden gelen tüm teknikleri kullanarak, tehditkâr bir şekilde davranmaya devam ederse veya bağırıp küfretmeye devam ederse, onlara "Size gerçekten yardım etmek istiyorum Bay/Bayan ama yapamam" deyin. Durmadıkça bu konuşmaya devam et".

Aktif Dinleme

Daha önce de belirtildiği gibi, bir müşteriye hizmet verirken onunla iyi bir iletişim kurmanız gerekir. Müşteri ile iyi iletişim kurabilmek için sadece söylediklerini duyabilmeniz değil, onu aktif olarak dinleyebilmeniz gerekir.

Aktif dinleme, dinleyicinin tamamen konsantre olmasını, anlamasını, yanıt vermesini ve ardından söylenenleri hatırlamasını gerektirir. Konuşmacının mesajını pasif bir şekilde duymak yerine, söylenen mesajın tamamını duymak ve anlamak için bilinçli bir çaba harcarsınız.

Dinleme, iletişim becerilerinin en temel bileşenidir. Dinleme birdenbire olan bir şey değildir, dinlemek, konuşmacının mesajlarını dinlemek ve anlamak için bilinçli bir kararın verildiği aktif bir süreçtir.

Çeşitli araştırmalar, bir iletişim becerisi olarak dinlemenin önemini vurgulamaktadır. Araştırmalar ortalama olarak uyanık olduğumuz saatlerin %70-80'ini bir tür iletişimle geçirdiğimizi söylüyor. Bu sürenin yaklaşık yüzde 9'unu yazarak, yüzde 16'sını okuyarak, yüzde 30'unu konuşarak ve yüzde 45'ini dinleyerek geçiriyoruz.

Araştırmalar ayrıca çoğumuzun zayıf ve verimsiz dinleyiciler olduğumuzu doğruluyor. Çoğumuz dinleme konusunda pek iyi değiliz, araştırmalar bir sohbetle duyduklarımızın %50'sinden daha azını hatırladığımızı gösteriyor.

Konaklama sektöründe aktif dinlemenin birçok faydası vardır, bunlar arasında:

1. Derin güven oluşturur - Aktif dinleme, diğer insanların açılmasına yardımcı olur. Yüzeysel bilgilere dayanarak hemen sonuçlara varmayacağınızı hissedebilirler. Ayrıca, onları dikkatle dinleyecek kadar önemseyeceğinizi de fark ederler. Güven inşa etmek zaman alırken, ömür boyu sürecek dostluklar ve uzun süreli sadık müşteriler gibi büyük faydalar sağlar.
2. Sabrınızı güçlendirir - İyi bir dinleyici olmak zaman alır ve zaman içinde düzenli çabalarla bunu geliştirmeniz gerekir. Ancak dinlemede giderek daha iyi hale geldikçe, sabrınızı geliştirmeniz otomatik bir fayda sağlar. Siz yargılamadan diğer kişinin duygu ve düşüncelerini dürüstçe ifade etmesine izin verme sabrı.
3. Sizi yaklaşılabilir kılar - Kendinizi sabırlı bir dinleyici olarak sunarken, insanlar doğal olarak sizinle iletişim kurma eğiliminde olurlar. Onların yanında olarak, onlara duygularını ifade etme özgürlüğü vermiş olursunuz.
4. Yetkinliği ve bilgiyi artırır - Harika dinleme becerileri, bir çalışanı pozisyonu ne olursa olsun daha yetkin ve yetenekli kılar. Bir kişi kendisine verilen toplantılardan, talimatlardan ve raporlardan ne kadar çok bilgi alabilirse, görevi tamamlamada o kadar verimli ve başarılı olacaktır. Dinlemek aynı zamanda bilgiyi geliştirir ve aşamalı öğrenme yoluyla iş gereksinimlerinin yerine getirilmesine yardımcı olur.
5. Zamandan ve paradan tasarruf sağlar - Etkili dinleme, yalnızca işe çok zarar verebilecek yanlış anlama ve hata risklerini azaltmakla kalmaz, aynı zamanda zamandan ve paradan da tasarruf sağlar.

İyi bir dinleyici ne yapar?

İyi dinleyiciler, mesajların ne kadar belirsiz olabileceğine bakılmaksızın, başkalarının gerçekte ne söylemeye çalıştığını aktif olarak anlamaya çalışırlar. Dinleme, yalnızca sözlü mesajları çözme çabasını değil, aynı zamanda yüz ifadeleri ve fiziksel duruş gibi sözel olmayan ipuçlarını da yorumlamayı içerir.

Ayrıca, göz temasını sürdürmek, başınızı sallamak ve gülümsemek, 'Evet' diyerek aynı fikirde olmak gibi sözlü olmayan ipuçlarıyla dinlediğinizi konuşan kişiye göstermeniz gerekir. Dinleyici bu ipuçlarını verdiğinde, müşteri genellikle daha rahat hissedecek ve daha kolay, açık ve dürüst bir şekilde iletişim kuracaktır.

Aktif dinlemenin üç aşaması şunlardır:

Dinle: Konuşmacıya odaklanırsınız. Ne hakkında konuşuyor? Kelimeleri dinleyin ama aynı zamanda kelimelerin ardındaki duyguları da dinleyin.

Sor: Bu adımın amacı öncelikle müşteriyle ilgilendiğinizi göstermek; ikincisi bilgi toplamak ve üçüncüsü konu hakkında açıklamalar yapmak. Bu adımda açık uçlu sorular sorarsınız.

Yanıt Ver: Yanıt verdiğinizde şunları yapabilirsiniz:

- Söylenenleri yansıtın, konuşmacının duygularını yansıtın.
- Açıklama- Söylenen ana fikirleri ve duyguları yeniden ifade edin
- Açıklığa kavuşturma - Konuşmacıyı daha fazla açıklamaya zorlamak için sorular sorarak veya yanlış yorumu yeniden ifade ederek.

- Sözcüklerini yüksek sesle veya kafanızdan özetleyin. Söylediklerini tekrarlamak, doğru bir anlayışa sahip olduğunuzdan emin olmanıza yardımcı olur. Söylediklerini daha iyi anlamak için bunu kendi sözcüklerinizle yapmaya çalışın..

Aktif Dinlemenin Sözlü İşaretleri

- Olumlu Pekiştirici - bu güçlü bir dikkat sinyali olabilir, ancak çok fazla kullanım konuşmacı için can sıkıcı olabilir. "Çok iyi", "evet" veya "gerçekten" gibi ara sıra kullanılan kelimeler ve ifadeler, dikkat ettiğinizi gösterecektir.
- Hatırlama - konuşmacının adı gibi birkaç önemli noktayı hatırlamaya çalışın. Söylenenlerin anlaşıldığını pekiştirmeye yardımcı olabilir. Önceki konuşmalardan ayrıntıları, fikirleri ve kavramları hatırlamak, dikkatin korunduğunu kanıtlar ve muhtemelen konuşmacıyı devam etmeye teşvik eder.
- Sorgulama - dinleyici, ilgili sorular sorarak ve/veya konuşmacının söylediklerini açıklığa kavuşturan veya netleştirmeye yardımcı olan açıklamalar yaparak dikkatini verdiğini gösterebilir. Dinleyici, konuyla ilgili sorular sorarak, konuşmacının söyledikleriyle ilgilendiklerini pekiştirmeye de yardımcı olur.
- Netleştirme - bu, doğru mesajın alındığından emin olmak için konuşmacıya sorular sormayı içerir. Açıklama genellikle, konuşmacının gerektiğinde belirli noktaları genişletmesini sağlayan açık soruların kullanılmasını içerir.

Aktif Dinleme Becerilerinin Sözlü Olmayan İşaretleri

Sizi dinlemeyen biriyle konuştuğunuzu bilmek hoş değil. Aktif olarak dinlediğinizi konuşmacıya bildirmek için atabileceğiniz bazı basit adımlar vardır.

Dinleyen insanların bu işaretlerden en azından bazılarını göstermesi muhtemeldir. Ancak, bu işaretler her durumda ve tüm kültürlerde uygun olmayabilir.

Gülümseme - Gülümsemeler, dinleyicinin söylenenlere dikkat ettiğini veya alınan mesajlara katılmanın veya mutlu olmanın bir yolu olarak gösterir. Baş sallamalarla birleştiğinde gülümsemeler, mesajların dinlendiğini ve anlaşıldığını onaylamada çok güçlü olabilir.

Göz Teması - dinleyicinin konuşmacıya bakması normaldir ve genellikle cesaret vericidir. Ancak göz teması korkutucu olabilir. Konuşmacıyı cesaretlendirmek için göz temasını gülümsemeler ve diğer sözlü olmayan mesajlarla birleştirin.

Duruş - kişilerarası etkileşimlerde gönderici ve alıcı hakkında çok şey söyleyebilir. Dikkatli dinleyici otururken hafifçe öne veya yana doğru eğilme eğilimindedir..

Dikkat Dağınıklığı - aktif dinleyicinin dikkati dağılmayacak ve saatine bakmayacak, saçıyla vb. Diğer müşteriye hizmet etmek için tartışmayı asla yarıda kesmez (örneğin, ısrar eden ve söze giren aceleci müşteri gibi).

Zor duygularla başa çıkmak ve çatışma durumlarında kendini kontrol etmek

Duygu bilimi, bir insanın dış olaylara nasıl tepki verdiğini açıklar.

Beynin biyolojik mekanizmalarının incelenmesi olan nörobilim, etrafımızda bir olay meydana geldiğinde (örneğin bir restoranda/otelde birinin bizimle konuşma şekli gibi) meydana gelen ilk şeyin sözcükte Duygusal Beynimiz olduğunu göstermiştir. Bu olayı bir ödül veya tehdit olarak etiketler; ya da arkadaş ya da düşman. Duygusal Beynin işi, bir şeyin veya birinin güvenli olup olmadığına dair çok hızlı, bilinçsiz kararlar vermektir. Aslında bir duygu olan etiket, iyiyi kötüden ve daha iyiyi en iyiden ayırmamıza yardımcı olan Düşünen Beyne iletilir. Davranışı tahmin etmemize ve olaylara verilecek en iyi davranışsal yanıtı belirlememize yardımcı olur.

Bunu göz önünde bulunduran insanoğlu, zor müşterilerin tepkilerini tehdit olarak algılar ve bizde verimsiz durumu devreye sokar. Verimsiz durumdayken endişeli, endişeli, hüsrana uğramış, stresliyiz, muhtemelen çatışmadan tepki veren danışanla aynıyız. Verimsiz durumdayken, dar, sınırlı düşünmeye ve koruyucu olmaya eğilimliyiz, aklımızda tek bir çözüm var - savunma.

Savunmadan hareket etmek, özellikle otelimizin veya restoranımızın hizmetlerinden memnun etmek istediğimiz müşterilerle herhangi bir ilişki için iyi değildir.

Öz-farkındalık yetkinliği sergileyen kişiler, mevcutmuş gibi görünür, duyguların farkındadır, bunları söze dökebilir, müşteriye aktif olarak dinleyebilir ve tartışmalarda üretkendir. Kendini tanımayan çalışanlar, kopuk görünürler ve müşteriye daha da kötü tepkilere neden olurlar.

Son derece önemli bir başka duygusal zekâ yeterliliği de başkalarının farkındalığıdır. Bu yetkinliği sergileyen kişiler empatik, müşterinin ihtiyacını derinlemesine anlayan, müşteriye desteklemeye ve rahatlatmaya hazır, bu yetkinliğe sahip olmayan çalışanlar ise duyarsız görünerek müşteriye daha da saldırgan ve kibirli hale getirebilir.

Duygusal zeka yeterlilikleri, zor danışanla başa çıkmak için yukarıda belirtilen diğer yumuşak ve teknik becerilerden daha da önemlidir.

Kendi ve müşterinin sınırlarına saygı duyan atılganlık tutumu

Müşterilerle zor durumlarda bir numaralı kural, kişisel algılamayın ve HAYIR veya DEĞİL veya ASLA demeden müşteri ihtiyaçlarını / şikayetlerini nasıl ele alacağınızı bulmak için elinizden gelenin en iyisini yapın ve yine de fikrinizi ve otelin değerlerini ifade edin/ restoran. Atılganlık yararlı davranışlardan biridir.

Bir işte ve hatta özel ilişkilerde insanlar genellikle atılganlık ve saldırganlığı birbirine karıştırıyor gibi görünüyor. Atılganlık, deli, kaba, cimri, kaba olmakla karıştırılır. Girişkenlik aşırıya kaçıldığında, belirtilen tüm davranışlar olumsuz olarak algılanabilir. Bu nedenle, hangi davranışın atılganlık olarak güç olarak algılandığını anlamak gerekir.

Atılgan olmak, her iki kişinin de insan olarak haklarından ödün vermeden hem kendinize hem de karşınızdaki kişiye saygı duymakla ilgilidir. Atılgan davranış, başkalarıyla güçlü ilişkiler kurar ve onlarla aynı fikirde olmasanız bile başkalarının duyulduğunu ve anlaşıldığını hissetmelerini sağlar. Aşağıdakiler, atılgan insanların sahip olması gereken bazı özelliklerdir:

1. Kendilerine güvenleri vardır. İddialı olmak için sınırlarınızın ne olduğunu bilmeniz gerekir; neyi seversin ve neyi sevmezsin. Atılganlıkla mücadele eden birçok insan, başkalarının onlar adına karar vermesine izin verir, bu yüzden "En sevdiğin yemek nedir?" dürüstçe bilmiyorlar. Bu size tanıdık geliyorsa, bu kendinizi keşfetmeniz için harika bir fırsat. Etrafınızdaki şeylere bakın ve bir fikir oluşturmaya başlayın; Bir faaliyete kendi başınıza katılmakla gerçekten ilgilendiğiniz için mi ilgileniyorsunuz yoksa diğer herkes katıldığı için mi ilgilisiniz?
2. Başkalarının fikirlerine saygı duyarlar. Atılgan insanlar, fikirleri ve inançları konusunda kendilerine güvenirler, ancak başka bir kişinin fikirlerine hakaret etmeyi veya bunları aşağılamayı gerekli görmezler. Birisi şarabı köpüklü suyla karıştırmak konusunda çok güçlü hissedebilir; iddialı bir kişi, o kişinin duruşunu aşağılamadan aynı fikirde olmayabilir ve konuyla ilgili fikirlerini paylaşabilir.
3. Atılgan insanlar, başkalarının duygularını doğrulama yeteneğine sahiptir. Bir kişi "Buna kızdığın için aptalsın" diyebilir. İddialı bir kişi, kişinin deneyimini en aza indirmek yerine, "Geç hizmetten bıkmış olmanızı anlıyorum, ancak restoranımızın yemek kalitesi birinci sırada. Hazırlık süresine uyuyoruz" İnsanlar genellikle anlaşıldıklarını hissetmek isterler.

4. Atılgan bireyler iyi dinleyicilerdir. Çoğu zaman insanlar diğer kişiye nasıl tepki vereceklerine o kadar odaklanırlar ki söylenenleri dinlemeyi bırakırlar. Sonuç olarak, taraflardan hiçbiri duyulduğunu hissetmez. Girişken davranış, aktif bir dinleyici olmayı içerir; İyi göz teması, diğer kişi konuşurken sözünü kesmeme ve bilginin doğru duyulduğunu doğrulamak için az önce söylenenleri geri yansıtmayı içeren davranış.
5. Sorun çözme ve uzlaşma. Atılganlığın bir diğer önemli özelliği, bir durumda uzlaşma girişimidir. Bir uzlaşmaya varıldığında herkes her istediğini elde edemez, ancak ilgili tüm taraflar için bazı ihtiyaçlar karşılanır. Uzlaşma, diğer kişinin ihtiyaçlarının duyulduğunu gösterir ve bu, herkesin memnun olabileceği bir çözüm sunma girişimidir.

Atılganlık, geçmişte kendiniz için ayakta durmakta zorluk çektiyse, ustallaşması zor bir özellik olabilir. Ancak, diğer yeni alışkanlıklar gibi, pratik yaparak yapmak daha kolay hale gelir. Unutmayın ki ihtiyaçlarınız, etrafınızdakilerin ihtiyaçları kadar değerlidir. Yeni, iddialı Sizi tanıttığınızda bazı insanların uzaklaştığını fark edebilirsiniz. Hayatınıza nasıl değer kattıklarını bir düşünün; onların muhtemelen onsuz daha iyi durumda olduğunuz zehirli insanlar olduğunu keşfedebilirsiniz. Ayrıca, ne kadar iddialı olursanız, dönüştüğünüz kendine güvenen kişiye değer veren ve saygı duyan yeni kişiler tarafından çevrelenmeye başlayacağınızı da fark edebilirsiniz!

YETERLİLİK 3. HORECA ENDÜSTRİSİNDE YÖNETİM

MODÜL 3: TESIS PAZARLAMASI (MUTFAK-OTEL)

İÇİNDEKILER

Planning Promotional and Advertising Activities.....	2
Organization of promotional and marketing activities.....	4
DEVELOPING RESTAURANT MENU.....	4
PROMOTION TOOLS.....	5
ORGANIZATION OF SPECIAL EVENTS.....	6
COOPERATION WITH THE LOCAL MEDIA IN PROMOTING THE SPECIALTIES AND THE HOTEL'S ACCOMMODATION OFFER.....	8
Conducting financial operations.....	9
PRICING POLICY AND STRATEGY.....	9
BUDGET PREPARATION.....	13

Tanıtım ve Reklam Faaliyetlerinin Planlanması

Pazarlama, her iki taraf için de memnuniyet (fayda) sağlayacak ürün/hizmet alışverişi veya transferi amacıyla alıcıları ve satıcıları ortaklaşa birleştirmek için ticari faaliyetlerin bir karışımının sistematik olarak planlanması, uygulanması ve kontrolüdür. Pazarlama sadece bir faaliyet değildir, pazarlama, müşterinizin ürününüzü satın alıp almama kararını vermesini etkileyen HER ŞEYDİR (...ama kesinlikle her şeydir!!!). Uygulamada pazarlama genellikle reklam ve satışla eş tutulmakta ve bu da yanlış kararlar alınmasına yol açmaktadır, bu nedenle Pazarlama ve Reklamcılık arasındaki farkları bu vesileyle vurgulamak gerektiğini düşünüyoruz.

Reklam, pazarlamanın eşanlamlısı değildir, ancak son derece sıklıkla eşanlamlı olarak kullanılır. Bu, özel bir ticari faaliyettir ve temel olarak pazarlamanın "megafonu"dur ve kişisel ve gelişmiş satış ve tanıtımla birlikte, şirketinizin pazar ve müşterilerinizle iletişim kurduğu sözde "iletişim karmasını" oluşturur.

Tanıtım ve Reklam faaliyetlerinin planlanması 5 adımda yapılır:

1. Müşteri ihtiyaçlarını belirlemek için bir yöneticinin yapması gerekenler:

- Müşteri Personasını tanımlamak (mekanımıza çekmek istediğimiz kişi: yaş, cinsiyet, yaşanılan yer, gelir aralığı, aile biçimi (çocuklu/çocuksuz), yaşam tarzı özellikleri vb.)
- Müşteri ihtiyaçları ve alışkanlıkları (medya kullanım alışkanlıkları dahil) ile ilgili araştırmalar yapmak ve yürütmek
- Anahtar mesajların ve medya stratejisinin geliştirilmesinde kullanılacak bir Müşteri Personası kılavuzu geliştirmek

2. İkinci adım, iletişim stratejisi geliştirmektir:

- Araştırmaya ve Müşteri Personasına dayalı olarak, neyin iletileceği, nerede, ne sıklıkta, hangi ton ve stilin kullanılacağı, tasarım (logo ve reklam tasarımları) açısından genel stratejiyi geliştirin.
- ANAHTAR MESAJLAR belgesini geliştirin: Benzersiz Satış Noktaları-USP, anahtar kelimeler, USP iletişimi – konumlandırma beyanı, özel (hizmet/segment başına) teklifler

3. Bir sonraki adım, promosyon faaliyetleri planı için belirli bir plan (yıllık, üç aylık ve aylık) geliştirmektir.

Plan aşağıdakilerden oluşmalıdır:

- Tanıtım aktivitesi türü,
- Dönem / tarih,
- yer,
- sorumlu takım lideri / müdürü

Tüm detayları kapsamak ve yüksek kalitede uygulama sağlamak için her faaliyet için özel uygulama planları geliştirilmelidir.

4. Mutfak ve otel teklifine uygun promosyon faaliyetlerini seçer.

Promosyon faaliyetleri şunları içerebilir: satış promosyonları, özel menü promosyonu, sezonluk promosyonlar, özel etkinlik onayları (Anneler Günü, Meksika haftası, Yeşil Organik Günler, Yaza Hoş Geldiniz ve diğer temalı etkinlikler)

5. Mutfak ve otel imajını oluşturma alanında faaliyetler planlar.

İstediğimiz imajı oluşturmak bir gecede ve kendi kendine olmaz. Otelimiz ve restoranımız için önemli mesajları ileten, iyi planlanmış ve uygulanmış bir dizi faaliyettir:

- Popüler dergilerde/web medyasında röportajlar
- Yerel toplulukta varlık (hayır etkinliklerine ev sahipliği yapmak, topluluktaki imajı yükselten diğer ilgi çekici etkinlikler)
- Özel etkinlikler düzenlemek – temalı partiler, Şehirdeki Ünlü Şef vb..

Bu faaliyetler, genel İletişim planının bir parçası olmalıdır.

Web reklamcılığının ve sosyal medyanın mevcudiyeti, HoReCa tekliflerini müşterilere daha yakın hale getirmek için devrim niteliğinde bir adım attı..

Web reklamcılığı:

- Google reklamları – işimizle ilişkili belirli içerikler, teklifimizin ücretli reklamlarını içerir
- Belirli web portallarındaki afişler / reklam düğmeleri

Sosyal medya:

- Facebook – metin, fotoğraf, video ile geniş kapsama alanı
- Instagram – içerik (hikaye tabanlı) ise çoğunlukla görsel yerleştirme
- LinkedIn – profesyonelleri çekmek için iş çekiciliği

Promosyon faaliyetlerinin etkinliği aşağıdakilerle ölçülebilir:

- Anahtar mesajları ve tasarımları test etmek için odak grupları
- Müşteri anketleri (bizi nereden duydunuz?)
- Satış artışı ve müşteri artışı (akşam başına masa başına müşteri, bir ayda dolu odalar)

Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin organizasyonu

RESTORAN MENÜSÜ OLUŞTURMA

Restoran Menüsü Tasarımı

Temalar, renk ve düzen hakkında konuşuyoruz. İnsanların menülere nasıl baktığına dair psikolojiyle ilgili pek çok araştırma var.

Bazı araştırmalar sağ üst köşenin müşterinin gözlerinin çekildiği yer olduğunu söylerken, bazıları da menüleri bir kitap gibi okuduğumuzu öne sürüyor.

Arka sayfa genellikle tamamen göz ardı edilir; bunu çocuk menüsü veya garnitürler gibi daha az karlı yemekler için ayırdığınızdan emin olun. Düzeninizin, müşterilerin istediklerini bulması için mantıklı ve kolay olması gerekir.

Renk kullanımının müşteriler üzerinde psikolojik bir etkisi olduğu da söylenir ve Meksika teması için sıcak renkler kullanmak gibi restoranınızın havasını yükseltmek için kullanılabilir.

Yemeklerinizin Maliyetini Bilin ve Uygun Maliyetli Menü Ögelerini Planlayın

Her yemeğin ne kadara mal olacağını hesaplamak iyi bir fikirdir. Bu şekilde, kar marjlarınızın tam olarak ne olduğunu bilirsiniz.

Fiyatları ve kaliteyi karşılaştırabilmeniz için tüm malzemeleriniz için tedarikçi seçeneklerinizi araştırın.

Restoran Menüünüzün Takibini Kolaylaştırın

Basit ama akılda kalıcı düşünün. Araştırmalar, müşterilerin ne yiyeceklerini seçerken iki dakika içinde karar vermeyi tercih ettiklerini ortaya çıkardı. Menüünüzü aşırı karmaşık hale getirmemek ve 32 öğenin altında tutmaya çalışmak en iyisidir. Menüü müşterilerin ihtiyaçlarına ve koşullara göre uyarlayın

Unutmayın, mutfak ekibiniz her bir menü maddesini hazırlayabilmelidir ve sizin de her yemeği hazırlamak için malzemeleri stoklamanız ve mutfak ekipmanlarının bakımını yapmanız gerekecektir. Menüünüzü uygun maliyetli hale getirmek için malzemelerdeki ve hazırlık gereksinimlerindeki benzerliklerden nasıl yararlanabileceğinizi düşünün.

Menünüz, müşterilerin okuması kolay olmalı ve çok fazla mutfak jargonu içermemelidir. Menü seçeneklerini hedef müşterinizin anlayacağı şekilde sunun.

Müşterilerinizin dikkatini menüye çektikten sonra, o yemeği onlara satmak için elinizden geleni yapmalısınız. Renk, doku, tat ve koku hakkında düşünerek, akla gelebilecek en lezzetli açıklamayı bulun.

Fotoğraflar söz konusu olduğunda, bunları idareli kullanın veya bunun yerine çizimleri kullanın. Çoğu restoran için resim kullanmamanızı öneririz.

Rakibinizin Menüsünü Karşılaştırın ve Öne Çıkın

Yarışmaya göz atmak için biraz zaman ayırın. Ne sunduklarını öğrenin - temalarına, yemeklerine ve fiyatlarına bakın ve onların sunmadığı bir şeyi sağlamak için fırsatları belirleyin. Menüünüzü taze, alakalı ve karlı tutmanız önemlidir.

Neyin işe yarayıp neyin yaramadığını incelemek için en az 6 - 12 ayda bir kendi menünüzü ve rakiplerinizin neler yaptığını analiz edin.

TANITIM ARAÇLARI

Promosyondan bahsettiğimizde, bunu genellikle her pazarlama çabasının sözde "4P" sütunları kapsamında yaparız: Ürün, Fiyat, Dağıtım ve PROMOSYON. İşletmeyi büyütme çabalarında başarılı olabilmek için pazarlama karmasının tüm unsurlarına bakmak gerekir.

HoReCa işi için tanıtım faaliyetleri açısından çoğunlukla aşağıdaki unsurlardan bahsediyoruz:

- Reklamcılık - geleneksel (TV, Radyo, Basılı ve açık hava) ve yeni medya (sosyal medya ve internet)
- Halkla İlişkiler (PR)- röportajlar, konu başyazıları, sponsorluklar vb.
- BTL (Çizgi Altı) faaliyetleri: etkinlikler, "sahada" tanıtım faaliyetleri (örneğin konserler sırasında, parklarda vb.)

Otelin itibarını artırmaya yönelik pazarlama faaliyetleri yürütür.

ÖZEL ETKİNLİK ORGANİZASYONU

Özel etkinlikler, restoranın imajının oluşmasına katkıda bulunur ve katma değerli ürünleri hayata geçirir. Özel etkinliklerle yalnızca yiyecek ve içecekleri değil, aynı zamanda ambiyansı, belirli bir aile veya iş etkinliğiyle ilgili unutulmaz deneyimi de satarsınız.

Etkinlik planlama, belirli bir zamanda belirli insan grupları için belirli işlevlerin hizmetini ifade eder. Etkinliğin boyutu ve önemi, işlevin türüne ve bunun için beklenen kişi sayısına bağlı olarak değişebilir. Basit bir etkinlik hizmetinden bir devlet ziyafeti etkinliğine veya küçük doğum günü partilerinden dereceli bir ticari sergiye kadar her şeyi içerir.

Otel endüstrisinde etkinlik yönetimi, Düğün Etkinlikleri, Resmi Partiler, Kurumsal Etkinlikler, İş konferansları vb. gibi küçük veya büyük ölçekli bir etkinliği düzenleme veya planlama sürecidir. Tüm süreç bir ekip tarafından yönetilir ve bir ev sahibi tarafından yürütülür. Ve başarılı bir etkinlik düzenlemek büyük bir sorumluluktur.

Etkinlik yöneticisi etkinliği planlar ve yürütür ve ardından ekip üyelerine sorumluluklar verir. Bu sorumluluk, tüm etkinlik tasarımını, markalaşmayı, dekorasyonu, pazarlamayı, bütçelemeyi ve daha fazlasını içerir.

Etkinlik Yönetimi, Konaklama endüstrisinin bütün bir departmanıdır. Ve bir otelin bu bölümü de en çok talep gören bölümdür. Otel Etkinlik Yönetimi, herhangi bir organizasyonun sorunsuz çalışmasını sağlar. Bu işlevler, çeşitli faktörlere bağlı olarak birbirinden farklı olabilir.

Bu departmanın ana odak noktası Partiler, İş Toplantıları, Konferanslar, Forumlar, Lüks vb. düzenlemektir. Ve bu otel etkinlik yönetimi departmanı, Konaklama endüstrisinin gelir getiren büyük bir parçasıdır.

Etkinlik yöneticileri, astlarına gerekli materyalleri, araçları, becerileri, bilgileri ve iyi bir ortamı sağlayarak istenen hedeflere ulaşmalarına rehberlik eder.

Etkinlik planlama işlemleri sürekli olarak farklı mizaçlara, iletişim tarzlarına ve ihtiyaçlara sahip konuklarla ilgilenen personel, özellikle yoğun saatlerde büyük bir baskı altındadır.

Operasyonlar boyunca her şeyin doğru yerde ve yeterli olması, doğru kişilerin doğru işte olması ve yeterince eğitilmiş olması etkinlik yöneticisinin sorumluluğundadır.

Etkinlik Planlama Kontrol Listesi

1. Beyin Fırtınası

- Etkinliğin amacı nedir?
- Kaç kişinin katılması planlanıyor?
- Müşteriye hangi özel efektler sunulacak?
- Restoran/otel personelinin rolü ve sorumluluğu hatırlatıldı ve tanımlandı.

2. Bütçeleme

- Yaklaşan etkinlik için ayrıntılı bir bütçe hazırlayın

3. Tarih Belirleme

- İstenen tarih ve saat için konferans odasının/balo salonunun müsaitliğini kontrol edin
- Uygun oda rezervasyon ofisi ile konuşun
- Hangi büyüklükte ve sayıda odaya ihtiyaç var?
- Ne tür teknoloji ihtiyaçlarınız var?
- Oda kurulumu, özel yemek talepleri, eğlence, özel efektler için müşterinin ihtiyaçlarını gözden geçirmek için bir toplantı planlayın

4. Satın Alma

- Etkinlik için gerekli malzemeler
- Gümüş eşyalar
- Tabaklar

- Peçeteler
- Bardaklar
- Süslemeler
- Sanatçıya özel öğeler/istekler
- Diğer

5. Etkinlik Sonrası

- Müşteriye teşekkür notu gönderin ve sosyal medyada tavsiye isteyin
- Etkinlik sonrası değerlendirme yapın
- Geri bildirimde bulunmak ve müşteriye en iyi hizmeti ve en iyi değeri verme kültürünü beslemek için ilgili tüm personelle kısa toplantılar düzenleyin.

Not: Müşterileri etkinlik hakkında sosyal medyadan bilgilendirmeyi unutmayın.

ÖZEL ÖZELLİKLERİN VE OTELİN KONAKLAMA TEKLİFİNİN TANITILMASI İÇİN YEREL MEDYA İLE İŞBİRLİĞİ

Temel mesajları izleyicilere en verimli ve etkili şekilde iletmek için, hizmetlerin tanıtımı için medya kullanımının iyi planlanması ve hedeflenmesi gerekir. Kullanılan ortamın seçimi aşağıdaki kriterlere göre yapılır:

- Hedef gruplarımızın medya kullanım profili
- Medyanın özellikleri – geleneksel (TV, Radyo, outdoor/reklam panoları) ve sosyal medya (Facebook, Instagram) ve web reklamcılığı (afişler, düğmeler vb.), Google reklamları
- Ücretli ve/veya ücretsiz reklam
- Halkla ilişkiler (PR) kullanımı: röportajlar, mekan ve menü incelemeleri, ünlülerin onaylanması (ünlülerin mekana gelmeleri, fotoğraf çekmeleri ve sosyal medyada yayınlamaları, yorum yapmaları ve bahsetmeleri)

Finansal yatırımları optimize etmek için medyanın kullanımı yerelleştirilebilir ve yerleştirilmelidir (ülke başına, şehir başına, izleyici demografisine göre). Reklam için ayrılan aylık bütçeye dayalı olarak, medya seçimi ve belirli demografik veriler (belirli müşteri gruplarını hedeflemek için) aşağıdaki parametreler göz önünde bulundurularak yapılmalıdır:

- Promosyon süresi (teklifin geçerli olduğu süre)
- Mesajı iletmek ve müşteri/ziyaretçi çekmek istediğimiz coğrafi bölge
- Hedef kitle özellikleri-yaş, cinsiyet, ulaşmak istediğimiz tahmini potansiyel müşteri sayısı

Finansal işlemlerin yürütülmesi

FİYATLANDIRMA POLİTİKASI VE STRATEJİSİ

Yöneticiler, pazarda karlı fiyatları sürdürmeyecek ürün veya hizmetleri piyasaya sürmekten kaçınmak için stratejik fiyatlandırmanın bir parçası olarak geliştirme aşamasında fiyatları belirlemeye başlamalıdır. Fiyatlandırmaya yönelik bu yaklaşım, konaklama sektöründeki şirketlerin maliyetleri fiyatlara uydurmasını veya maliyet etkin bir şekilde üretilemeyen ürün veya hizmetleri hurdaya çıkarmasını sağlar. Oteller ve restoranlar, sistematik fiyatlandırma politikaları ve stratejileri sayesinde daha fazla kar elde edebilir ve pazar paylarını artırabilir veya

savunabilir. Fiyat belirlemek, pazarlama ve finans yöneticilerinin temel görevlerinden biridir, çünkü bir ürün veya hizmetin fiyatı, bir şirketin karlılığından bahsetmeye bile gerek yok, bu ürün veya hizmetin başarısında genellikle önemli bir rol oynar.

Genel olarak, fiyatlandırma politikası, bir şirketin ürün ve hizmetlerinin fiyatlarını maliyetlere, değere, talebe ve rekabete dayalı olarak nasıl belirlediğini ifade eder. Fiyatlandırma stratejisi ise, bir şirketin satış hacmini artırmak için daha düşük fiyatlar veya birikmiş işleri azaltmak için daha yüksek fiyatlar sunmak gibi stratejik hedeflerine ulaşmak için fiyatlandırmayı nasıl kullandığını ifade eder. Bir dereceye kadar farklılığa rağmen, fiyatlandırma politikası ve stratejisi örtüşme eğilimindedir ve farklı politika ve stratejiler mutlaka birbirini dışlamaz.

Yöneticiler, fiyatları için temel oluşturduktan sonra, kısa ve uzun vadeli kârları artırma, fiyatları sabitleme, nakit akışını artırma ve rekabeti savuşturma gibi şirket fiyatlandırma hedeflerini belirleyerek fiyatlandırma stratejileri geliştirmeye başlayabilirler. Yöneticiler, seçtikleri fiyatların piyasa koşullarına uygun olmasını sağlamak için fiyatlandırma stratejileri geliştirirken mevcut piyasa koşullarını da dikkate almalıdır.

Etkili fiyatlandırma stratejisi, müşterileri, maliyetleri, rekabeti ve farklı pazar segmentlerini dikkate almayı içerir.

Fiyatlandırma stratejileri, şirketin rekabet avantajı ve ürünlerimizi satmaya karar verdiğimiz hedef kitle olmak üzere iki ana faktöre dayanan şirketin küresel stratejisine bağlı olarak değişiklik gösterme eğilimindedir. Bu iki parametreye dayalı olarak şirketler, fiyatlandırma politikasını daha geniş veya dar hedef grup için daha düşük fiyatlar veya belirli üst düzey müşteri hizmetleri için daha yüksek konumlandırılmış fiyatlar olarak seçerler (tablo 1'e bakınız).

Düşük Fiyat		Rekabet Avantajı	
		Ürün Eşsizliği	
Hedef Pazar	Geniş	Fiyat Liderliği	Farklılaştırma
	Dar	Odak (Düşük Fiyat)	Odak (Farklılaştırma)

Tablo No: 1

Aşağıdaki bölümler, şirketlerin fiyatlandırma politikası ve stratejisi geliştirmesinin çeşitli yollarını açıklamaktadır. İlk olarak, maliyete dayalı fiyatlandırma dikkate alınır. Bunu ikinci konu olan değere dayalı fiyatlandırma takip etmektedir. Üçüncüsü, talebe dayalı fiyatlandırma ele alınır, ardından rekabete dayalı fiyatlandırma gelir. Bundan sonra, yeni ve yerleşik fiyatlandırma stratejileri için çeşitli stratejiler açıklanmaktadır.

Maliyet esaslı fiyatlama

Geleneksel fiyatlandırma politikası şu formülle özetlenebilir:

$$\text{Maliyet} + \text{Sabit Kâr Oranı} = \text{Satış Fiyatı}$$

Maliyet esaslı fiyatlandırma, bir ürün veya hizmetle ilgili tüm sabit ve değişken maliyetlerin belirlenmesini içerir. Ürün veya hizmete atfedilebilen toplam maliyetler belirlendikten sonra, yöneticiler her bir birime yüzde 5 veya 10'luk bir kâr marjı gibi arzu edilen bir kar marjı ekler. Maliyet odaklı yaklaşımın amacı, ürün veya hizmetlerin üretilmesi veya teslim edilmesi sırasında ortaya çıkan tüm maliyetleri karşılamak ve hedeflenen bir kâr düzeyine ulaşmaktır.

Kendi başına, bu yöntem basit ve anlaşılırdır, yalnızca yöneticilerin fiyatları belirlemek için finans ve muhasebe kayıtlarını incelemesini gerektirir. Bu fiyatlandırma yaklaşımı, piyasanın incelenmesini veya rekabetin ve fiyatlandırma üzerinde etkisi olabilecek diğer faktörlerin dikkate alınmasını içermez. Maliyet odaklı fiyatlandırma, yöneticilerin kolayca elde edebileceği dahili bilgileri kullanan asırlık bir uygulama olduğu için de popülerdir. Buna

ek olarak, bir şirket fiyatlarını maliyetlere göre savunabilir ve fiyatlarının maliyetleri ve kar marjını karşıladığını gösterebilir.

Ancak eleştirmenler, maliyet odaklı stratejinin bir şirkete etkili bir fiyatlandırma politikası sağlamadığını iddia ediyor. Maliyet artışı stratejisiyle ilgili bir sorun, birim maliyetlerin hacme bağlı olarak değişebilmesi nedeniyle, bir birimin maliyetinin fiyatından önce belirlenmesinin birçok endüstride zor olmasıdır. Sonuç olarak, birçok iş analisti, modern piyasa koşullarına artık uygun olmadığını savunarak bu yöntemi eleştirdi. Maliyete dayalı fiyatlandırma, genellikle zayıf piyasalarda yüksek fiyatlara ve güçlü piyasalarda düşük fiyatlara yol açarak karlılığı engeller çünkü bu fiyatlar, piyasa koşulları dikkate alındığında stratejik fiyatların ne olacağını tam tersidir.

Yöneticiler bir fiyatlandırma politikası ve stratejisi geliştirirken maliyetleri göz önünde bulundurmak zorundayken, maliyetlerin tek başına fiyatları belirlememesi gerekir. Konaklama şirketlerinin birçok yöneticisi, hizmetlerini artımlı maliyetle satar ve önemli karlarını en iyi müşterilerinden ve kısa süreli teslimatlardan elde eder. Maliyetleri göz önünde bulundururken yöneticiler, piyasanın izin verdiği fiyatları göz önünde bulundurarak hangi maliyetleri karşılayabileceklerini sormalı ve yine de satıştan kar elde etmeye izin vermelidir. Buna ek olarak, yöneticiler hangi malların ne miktarda üretileceğini belirlemek için üretim maliyetlerini de göz önünde bulundurmalıdır.

Bununla birlikte, fiyatlandırma genellikle, hangi hizmetlerin kapsamının sağlanacağını belirlemeden önce müşterilerin hangi fiyatları karşılayabileceğinin belirlenmesini içerir. Yöneticiler, talep edebilecekleri fiyatları ve ödeyebilecekleri maliyetleri göz önünde bulundurarak, maliyetlerinin, müşterilerin öncelikli olarak fiyatla ilgilendiği düşük maliyetli piyasada rekabet etmelerine olanak sağlayıp sağlamadığını müşterilerin öncelikli olarak kalite ve özelliklerle ilgilendikleri premium fiyat pazarda olup olmadığına bakarak karşılaştırabilirler.

Değer Esaslı Fiyatlandırma

Değer fiyatları, optimal satış fiyatının, yalnızca şirketin bir ürün veya hizmeti üretme veya sağlama maliyetlerinin değil, bir ürün veya hizmetin müşteriler tarafından algılanan değerinin bir yansıması olduğu düşüncesine bağlıdır. Bir ürün veya hizmetin değeri, müşterilerin ihtiyaçlarından, tercihlerinden, beklentilerinden ve mali kaynaklarından olduğu kadar rakiplerin tekliflerinden de elde edilir. Sonuç olarak, bu yaklaşım yöneticileri müşterileri sorgulamaya ve bir ürün veya hizmete ne kadar değer verdiklerini belirlemek için pazarı araştırmaya çağırır. Ek olarak, yöneticiler değer avantajlarını ve dezavantajlarını belirlemek için ürün veya hizmetlerini rakiplerinkilerle karşılaştırmalıdır.

Ancak değer esaslı fiyatlandırma sadece müşteri memnuniyeti yaratmak veya satış yapmak değildir. Müşteri memnuniyeti, daha fazla satışa da yol açabilecek bir fiyatlandırma stratejisi olan tek başına indirim yoluyla sağlanabilir. Bununla birlikte, indirim yapmak mutlaka karlılığa yol açmayabilir. Değer fiyatlandırması, bir ürün veya hizmetin değer özelliklerinden daha fazla yararlanarak karlılığı artırmak için fiyatların belirlenmesini içerir. Müşterileri unutulmaz bir deneyimden memnun eden üstün hizmetin yeri burasıdır.

Fiyatlandırmaya yönelik bu yaklaşım ayrıca, ürün veya hizmetlerin değerini müşterilere iletme ve gerekirse bu ürün veya hizmetlerin sağladığı değer için müşterileri daha fazla ödemeye motive etmek için, özellikle yeni ürünler veya hizmetler için güçlü reklamlara da bağlıdır.

Talep Esaslı Fiyatlandırma

Talep esaslı fiyatlandırma politikalarını benimseyen yöneticiler, tıpkı değer fiyatları gibi, tamamen maliyetlerle ilgilenmezler. Bunun yerine, müşterilerin davranış ve özelliklerine ve ürün veya hizmetlerinin kalitesine ve özelliklerine odaklanırlar. Talep esaslı fiyatlandırma, malzeme, işçilik vb. maliyetlerine değil, bir ürün veya hizmete olan talep düzeyine odaklanır.

Bu fiyat politikasına göre yöneticiler, farklı fiyatlardan satılabilecekleri ürün veya hizmetlerin kapsamını belirlemeye çalışırlar. Yöneticiler, talebe dayalı fiyatları belirlemek için talep çizelgelerine ihtiyaç duyarlar. Yöneticiler, talep çizelgelerini kullanarak hangi ürünlerin (yemeklerin) ve hangi hizmetlerin (bir otelde) en karlı olacağını anlayabilirler. En kârlı üretim ve satış seviyelerini belirlemek için yöneticiler, farklı satış seviyelerinde üretim ve pazarlama maliyeti tahminlerini inceler. Fiyatlar, farklı satış seviyelerindeki maliyet tahminleri ve öngörülen fiyatlarla ilişkili satış hacimlerinden beklenen gelirler dikkate alınarak belirlenir.

Bu stratejinin başarısı, talep tahminlerinin güvenilirliğine bağlıdır. Bu nedenle, yöneticinin bu yaklaşımla karşılaştığı en önemli engel, satılan ürün sayısını etkileyebilecek çeşitli pazar faktörleri hakkında kapsamlı bilgi gerektiren talebi doğru bir şekilde ölçmektir. Talepteki artışlar veya düşüşler hakkında piyasadaki en doğru verileri elde etmek için Yöneticiler, sosyal medya bilgilerini, ziyaretten önce yapılan dahili rezervasyon verilerini kullanabilir veya çeşitli seviyelerdeki birim fiyatlar üzerinden satış seviyeleri tahminleri sağlamak için pazar araştırmacısı veya danışman olarak dış yardım alabilir.

Rekabet Esaslı Fiyatlandırma

Rekabet esaslı bir fiyatlandırma politikası ile bir şirket, piyasada rekabet eden diğer şirketlerin ücretlerini belirleyerek fiyatlarını belirler. İlk adım, mevcut rakiplerin fiyatlarını belirlemektir. Ardından, kendi ürün veya hizmetini değerlendirmek. Bu adımdan sonra, bir şirket, bir şirketin ürün veya hizmetinin avantaj ve dezavantajlarına ve ayrıca rakiplerin belirlenen fiyata beklenen tepkisine bağlı olarak fiyatlarını rakiplerinin fiyatlarından daha yüksek, daha düşük veya aynı seviyede belirler. Bu son husus, yani rakiplerin tepkisi, özellikle yalnızca birkaç rakibin bulunduğu pazarlarda, rekabete dayalı fiyatlandırmanın önemli bir parçasıdır. Böyle bir pazarda, bir rakip fiyatını düşürürse, diğerleri de büyük olasılıkla kendi fiyatlarını indirecektir. Her iki şirket için de kayıp.

Bu fiyatlandırma politikası, talep fiyatlandırması kadar doğru pazar verileri gerektirmediğinden, şirketlerin fiyatları nispeten az çabayla hızlı bir şekilde belirlemesine olanak tanır. Ayrıca, bu fiyatlandırma politikası, şirketlerin stratejik hedeflerine ulaşmak için çeşitli farklı fiyatlandırma stratejileri arasından seçim yapmalarını sağlar. Başka bir deyişle, şirketler fiyatlarını rakiplerinin fiyatlarının üstünde, altında veya aynı doğrultuda işaretlemeyi seçebilir ve böylece müşterilerin ürünlerine ilişkin algılarını etkileyebilir.

BÜTÇE HAZIRLAMA

Finansal planlama, şirkette kararlar almak için kullanılır (planlama, organize etme, kontrol etme). Finansal planlama standartlaştırılmaz çünkü her şirketin herhangi bir karar vermeden önce farklı planlara ve göstergelere ihtiyacı vardır. Muhasebeden farklı olarak, finansal planlama geleceğe yöneliktir ve varsayımlara dayalıdır. Varsayımlar ne kadar gerçekçi ve doğru olursa, planlar da o kadar gerçekçi olur.

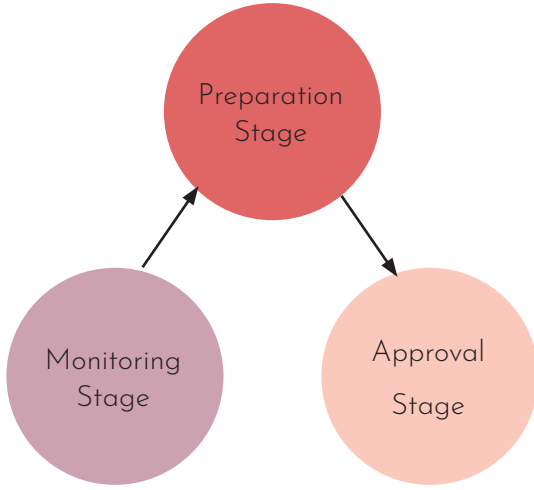
Bütçe nedir?

Bütçe, işletmelerin operasyonel kararlar almak için yeterince ayrıntılı bir şekilde gelir ve giderleri takip etmek için kullandıkları bir belgedir.

Bütçeler tipik olarak doğası gereği ileriye dönüktür. Gelirler, giderler gibi kapsadıkları dönemlere ilişkin projeksiyonlara ve tahminlere dayalıdır. Bu nedenle, kuruluşlar genellikle hem kısa (aylık veya üç aylık) hem de uzun vadeli (yıllık) bütçeler oluşturur; burada kısa vadeli bütçe, uzun vadeli bütçenin yolunda gitmesini sağlamak için düzenli olarak ayarlanır.

Çoğu kuruluş, bütçenin kapsadığı dönemi takip eden tahminleri gerçeklikle karşılaştırmak için «fiili bütçe» veya «fiili rapor» olarak bilinenleri de hazırlar. Bu, bir kuruluşun bütçeleme sürecinde nerede yanlış gittiğini anlamasına ve ileriye dönük tahminleri ayarlamasına olanak tanır.

Bütçeleme ile ilgili aşağıdaki gibi üç aşama vardır [Mavi: Hazırlık Aşaması; Yeşil: Onay Aşaması; Kırmızı: Gözlem Aşaması]:



Bir kuruluş için bütçe hazırlama adımları

Bir etkinlik, departman veya tüm organizasyon için bütçe oluştururken aşağıdaki adımlar izlenebilir.

1. Kuruluşunuzun Hedeflerini Anlayın

Bütçenizi derlemeden önce, kuruluşunuzun kapsadığı dönemde ulaşmaya çalıştığı hedeflere ilişkin sağlam bir anlayışa sahip olmanız önemlidir. Bu hedefleri anlayarak, onlarla uyumlu ve onları kolaylaştıran bir bütçe hazırlayabilirsiniz.

Örneğin, düzenli olarak yıldan yıla gelir artışı yaşayan ve artan giderlerle dengelenen bir işletmeyi düşünün. Bu kuruluş, bütçeleme sürecinde harcamaları daha iyi kontrol etmeye yönelik çabalara odaklanmaktan fayda sağlayabilir.

Alternatif olarak, yeni bir ürün veya hizmet sunan bir şirketi düşünün. Şirket, büyümek için yeni iş koluna daha fazla yatırım yapabilir. Bu amaçla, şirketin harcamaları veya büyüme girişimlerini bütçesinin başka bir yerine sığdırması gerekebilir.

2. Bütçenin Kapsadığı Dönem İçin Gelirinizi Tahmin Edin

İşletme giderlerine fon tahsis etmek için, öncelikle dönem için gelirinizi ve nakit akışınızı elinizden gelen en iyi şekilde belirlemeniz gerekir.

Kuruluşunuzun yapısına bağlı olarak, bu basit veya karmaşık bir süreç olabilir. Örneğin, sözleşmelerle kilitlenmiş bilinen müşterilere ürün veya hizmet satan bir işletme, aktif satış faaliyetine bağlı bir işletmeye göre gelir tahmini muhtemelen daha kolay olacaktır. Tüm konaklama hizmetlerinin ait olduğu ikinci durumda, pazarın geçmiş trendleri kaçırmanıza veya aşmanıza neden olabilecek bir şekilde değişip değişmediğini anlamak için geçmiş satış ve pazarlama verilerine başvurmak önemli olacaktır.

3. Harcamalarınızı Belirleyin

Dönem için öngörülen gelirinizi anladıktan sonra, harcamalarınızı tahmin etmeniz gerekir. Bu süreç üç ana kategoriye içerir: sabit maliyetler, değişken giderler ve bir kerelik giderler.

Sabit maliyetler, zaman içinde sabit kalan ve haftadan haftaya veya aydan aya önemli ölçüde değişmeyen giderlerdir. Çoğu durumda, bu harcamalar bir tür sözleşmeyle kilitlenir, bu da onları tahmin etmeyi ve hesaba katmayı kolaylaştırır. Bu kategori genellikle kira ödemeleri ve kamu hizmetleri gibi genel giderlerle ilgili giderleri

içerir. Borç ödemelerinin yanı sıra telefon, veri ve yazılım abonelikleri de bu kategoriye girebilir. Düzenli ve beklenen tüm harcamalar dahil edilmelidir.

Değişken giderler, işletmenizin maruz kaldığı ve satış faaliyetleri de dahil olmak üzere çeşitli faktörlere bağlı olarak zaman içinde değişen giderlerdir. Örneğin, sezonluk personel maliyetleriniz, oteliniz için yoğun bir sezonun olduğu bir dönemde muhtemelen daha yüksek olacaktır. Aynı şekilde, daha fazla ziyaretçiniz olduğunda su, gaz ve elektrik gibi hizmetler daha yüksek olacaktır. Satış komisyonları ve malzeme maliyetleri, değişken giderlerin diğer örnekleridir.

Dolayısıyla, sabit ve değişken maliyetler arasındaki temel fark, değişken maliyetlerin hizmetlerin kapsamı ile değişmesi, sabit maliyetlerin ise değişmemesidir.

Hem sabit giderler hem de değişken giderler doğada yeneleniyor ve bu da bunların muhasebeleştirilmesini kolaylaştırıyor (değişken giderlerin tahmin edilmesi gerekse bile). "Tek seferlik harcamalar" olarak da adlandırılan tek seferlik harcamalar tekrarlanmaz ve daha nadiren gerçekleşir. Ekipman veya tesisler satın almak, yeni bir ürün veya hizmet geliştirmek, bir danışman tutmak ve bir güvenlik ihlalinin üstesinden gelmek bir kerelik harcamalara örnektir. Büyük girişimleri ve bunları gerçekleştirmek için nelerin gerekli olduğunu ve önceki yıllarda benzer harcamalar için neleri harcadığınızı anlamak, tam değerlerinden emin olmasanız bile, bunları bütçenize dahil etmenize yardımcı olabilir.

4. Bütçe Fazlalığınızı veya Açıklarınızı Belirleyin

Tüm gelir ve giderlerinizi hesapladıktan sonra bunları bütçenize uygulayabilirsiniz. Burası, tüm harcamalarınızı karşılamaya yetecek tahmini gelirinizin olup olmadığını belirlediğiniz yerdir.

Giderlerinizi karşılamak için yeterli gelirin varsa, bütçe fazlanız var demektir. Bunu bilerek, ek fonları en iyi nasıl kullanacağınızı belirlemelisiniz. Örneğin, parayı, gerçek gelirin tahminlerin altında kalması durumunda erişebileceğiniz bir "yağmurlu gün" fonuna taşıyabilirsiniz. Alternatif olarak, işinizi büyütme için fonları kullanabilirsiniz. Tesislerin yenilenmesini veya yeniden tasarlanmasını planlayabilirsiniz.

Öte yandan, giderleriniz gelirinize fazlaysa bütçe açığınız var demektir. Bu noktada, boşluğu kapatmak için ileriye dönük en iyi yolu belirlemelisiniz. Daha agresif bir şekilde satış yaparak ek fonlar getirebilir misiniz? Sabit veya değişken giderlerinizi azaltabilir misiniz?

Onay Aşaması

Bütçe oluşturmaktan sorumlu kişi, bir kuruluşun doğasına ve bütçe hedeflerine bağlı olarak değişir. Örneğin, bir girişimci veya küçük işletme sahibi muhtemelen kendi başına bir organizasyon bütçesi hazırlayacaktır. Bu arada, daha büyük bir kuruluş, tüm işletme için bir bütçe oluşturmak için muhasebe departmanının bir üyesine güvenebilir. Bireysel departman başkanları veya fonksiyonel liderler de kendi ekipleri/bölmeleri için bütçe teklifleri sunmakla yükümlüdür. Bütçe hazırlanır hazırlanmaz mal sahibi/sahipleri veya yönetim kurulu bütçenin onaylanması konusunda nihai kararı verir.

Gözlem Aşaması

1. Günlük cironun gözlemlenmesi

Otel veya restoran Müdürü olarak izlenmesi gereken en önemli finansal göstergeler şunlardır:

1. Başbaşa Noktası
2. Nakit akışı
3. Bilanço

Bir ürünü üretmenin bize ne kadara mal olduğunu zaten bildiğimizde ve ürünü hangi fiyattan satacağımızı bildiğimizde, o zaman şu soru ortaya çıkar: Tüm maliyetleri (üretim ve genel maliyetler) karşılamak için yılda kaç ürün satmamız gerekir? şirket) ve pozitif bir sıfır elde edin. Başa çıkmak için ne kadar ürün (yemek/oda/içecek vb.) satmanız gerektiği anlamına gelir.

Başabaş noktasını kolayca hesaplamak için bir formül var. Bir ürünün fiyatını (gelir) biliyorsanız, ürün veya hizmetin birim başına maliyetinizi (direkt malzeme maliyetleri, doğrudan işçilik maliyetleri, genel üretim ve satış maliyetleri) ve duran varlıkları (tüm yatırımlar) biliyorsanız, formül iki adımda:

İlk adım: Gelir - Üretim maliyeti/ Hizmet maliyeti = Marj

İkinci adım: Sabit Varlıklar / Marj = Başabaş Noktası

Böylece ürünün gelirinin ilk bölümünde maliyet düşülür ve marj elde edilir. Tüm yatırımlar düşülürse bu bir tür kârdır.

Örnek: Bir ürünü 40 Euro'ya alıp 100 Euro'ya satıyorsunuz. Böylece 60 Euro kar elde ediyorsunuz. Formülün ikinci bölümünde, sabit maliyetleri karşılamak için ne kadar marja (ürün) ihtiyaç duyulduğunu görmek için sabit varlıklar marja bölünür. Sonuç, şirketin başa baş noktasına ulaşması için satılması gereken ürün sayısıdır. Aşağıda bir örnek var.

Örnek. Gelir = 30 Euro

Üretim maliyeti = 10 Euro

Sabit varlıklar = 150.000

İlk adım: Gelir (30) - Maliyet (10) = Marj (20)

İkinci adım: Sabit varlıklar (150,000)/ marj (20) = miktar (7500 geceleme)

Prosedürün sağlamasını yapma (satılan 7500 geceleme için):

Gelir = 7500*30 = 225,000

Eksi Hizmet Maliyeti = 7500*10 = 75,000

Eksi Sabit Varlıklar = 150,000

Böylece, 225,000 - 75,000 - 150,000 = 0

Denklem doğrudur.

Nakit akışı şirketin topladığı tüm gelirleri ve şirket dışına çıkan tüm harcamaları gösterir. Nakit akışı, yıl boyunca paranın (işletme sermayesi) fazlalığını veya eksikliğini gösterir. Para eksikliği, mevcut yükümlülüklerimizi (malzeme tedariki, maaş ödemeleri vb.) yerine getiremeyeceğimiz (ödeyemeyeceğimiz) anlamına gelir.

Nakit akışına sahip olmak neden iyidir??

- Bilanço ve gelir tablosunda görülemeyen bilgileri ortaya koyar;
- Şu anda ne kadar nakit paranız olduğunu gösterir;
- Paranın nereden geldiğini ve neye harcandığını gösterir:
 - Operasyonel faaliyetler
 - Yatırım faaliyetleri
 - Mali faaliyetler

Nakit Akışı Örneği:

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan
İlk nakit	400	350	50	550
Satış	2500	2000	1500	2700
Maaşlar	1700	1500	1500	1500
Sigorta	100	100	100	100
Satın Almalar	600	600	400	600
Muhasebe	100	100	100	100
Faiz oranı	50	30	25	20
Nakit Dengesi	350	50	-550	-50

Gelir Tablosu veya Bilanço

Bilançonun amacı, şirketinizin ne kadar karlı olduğunu belirlemektir. Bu gösterge, önceki tüm planlama ve hesaplamaların toplamıdır. Gelir tablosunda yer alan kalemlere kısaca açıklık getirelim.

Üretim maliyetlerini (doğrudan maliyetler ve doğrudan ücretler planı) satış gelirinden (satış planı) çıkardığınızda brüt kar elde edersiniz. Satış ve yönetim giderlerini (S&A maliyet planı) brüt kardan çıkardığınızda net işletme geliri elde edersiniz. Net faaliyet gelirinden faiz giderini düşerek vergi öncesi kar elde edersiniz. Vergi öncesi kardan gelir vergisini (ülkeden ülkeye farklılık gösterir) çıkardığınızda Net kar elde edersiniz. Şirkette kalan gerçek kârdır.

HoReCa'daki Yöneticinin, işletmenin bir hafta, ay ve bir yıl içinde ne kadar karlı olduğunu görebilmesi için gelir ve giderleri izleyebilmesi ve hatta takip edebilmesi gerekir.

2. Masrafları Gözlemlene

Harcamaların günlük bazda kaydedilmesi, yalnızca vergi sezonunda değil, tüm yıl boyunca finansal olarak farkında olmanızı sağlar. Şirketin parasının nereye gittiğini ve belirli hizmetlere ne kadar harcadığınızı bilmek, harcama alışkanlıklarınızı iyileştirebilir. Ayrıca, nakit akışınızı olumlu yönde etkilemek için parayı nereye ayırabileceğiniz konusunda daha iyi bir fikriniz olur.

Bir yönetici olarak, ürüne/hizmete göre harcamaların net bir resmini elde etmek ve aynı ürün/hizmetten elde edilen gelirle karşılaştırabilmek için günlük olarak giderleri izlemeniz gerekir.