تطبيقات مطبخ

الفصل الأول

الشراء

متطلبات

يجب أن تعرف، قبل دراسة موضوعات هذا الفصل، قطاعات سوق المطاعم، ومفهوم العرض الغذائي. كما يجب أن تتذكر أنواع المنتجات الرئيسية التي تقدمها الصناعة الزراعية الغذائية.

أهداف

في نهاية الفصل ستكون قد أدركت أهمية إدارة عمليات الشراء بشكل سليم، وستتعلم طرق إدارة، وتقييم المخزون، وحساب التكاليف، وأسعار البيع.

محتويات

١- هيكلة وإدارة المشتريات

٢- تحديد التكاليف والأسعار

نافذة على الإنترنت

www.albaris.it: بوابة التجارة الإلكترونية الخاصة بقطاع المطاعم. ستجد في جزء الروابط عناوين كثير من مواقع شركات الصناعة الزراعية الغذائية، والمعارض، والمجلات المختصة بهذا القطاع.

www.bargiornale.it: موقع لمجلة التي تحمل نفس الاسم، يقدم أخبار تتعلق بعالم المطاعم، وينشر في الجزء الذي يحمل عنوان Focus أبحاث ومعلومات مهمة حول السوق.

www.gdonews.it: مدونة بها روابط، ومقابلات شخصية وتحليل لقطاع التوزيع.

الوحدة الأولى

هيكلة وإدارة المشتريات

قطاع المشتريات هو القطاع الذي يتولى توفير السلع، والمنتجات، الضرورية لتشغيل الأقسام الأخرى. وتتسم مهمة الشراء بأهمية خاصة، ويجب أن تمارس بانتباه تام، مع مراعاة الجوانب التقنية (الاحتياجات المتعلقة بتنظيم العمل)، والاقتصادية (مراقبة التكاليف).

الأهداف

- التعرف على هيكل إدارة المشتريات وتنظيمها.
- إعداد خطة مشتريات واختيار الموردين.
- معرفة كيفية إدارة المخزون.

جانبا

١- تنظيم القسم
٢- تخطيط المشتريات
٣- قنوات الشراء
٤- اختيار الموردين
٥- أوامر الشراء، واستقبال، وتخزين السلع
٦- إدارة المخزون
٧- تقييم السلع الراكدة
٨- النماذج
٩- برامج الإدارة الالكترونية

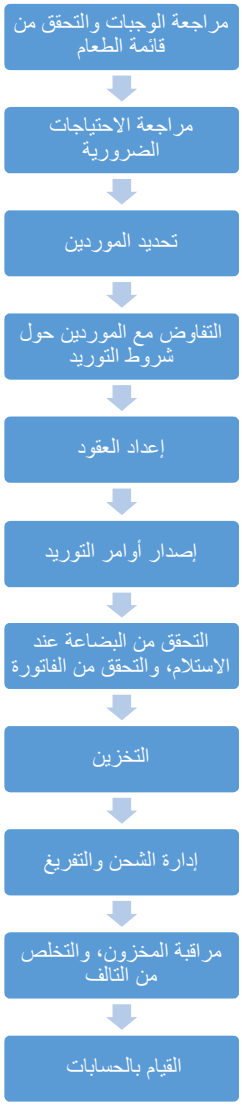
١. تنظيم القسم

يضم قطاع المشتريات سلسلة من المكاتبومناطق العمل، وفريق عمل مدرب يتولى واحدة من أكثر الأنشطة تعقيدا، حيث يقوم بالبحث، والاختيار، والشراء، ومراقبة وحفظ السلع.

لا توجد إدارة للمشتريات في المطاعم الصغيرة، حيث يقوم المالك، أو المدير بتدبير المشتريات يوميا من المحال القريبة من المطعم. وفي المطاعم متوسطة الحجم، تتوزع مسئولية المشتريات على الأقسام المختلفة، حيث يقوم كل رئيس قسم (شيف او متر) بإصدار أوامر شراء السلع التي يحتاج إليها، ويتولى أحد موظفي قاعة الطعام، أو المطبخ، حفظ وتخزين المواد الغذائية.

إذن لا توجد إدارة فعلية للمشتريات إلا في الشركات الكبيرة التي تتبنى سياسة شراء مركزية. وتُحدد أبعاد هذا القسم السليمة أثناء عملية تخطيطه مع مراعاة نظام المطعم، ونوع المطبخ، والخدمة المقدمة، وعدد العملاء والوجبات المحتملة، والوقت الضروري إتمام عملية الشراء.

رسم توضيحي لمراحل عملية الشراء



مناطق العمل

يجب أن توفر الشركات الكبيرة مكاتبا للمشتريات، والحسابات، ومناطق منفصلة لتسلم، وفحص، وتخزين البضائع. وتتوفر في مراكز الإنتاج الكبرى ساحات خارجية تسمح بدخول وسائل النقل التابعة للموردين.

- منطقة الاستلام: يجب أن تكون مضيئة، وواسعة، وأن تكون أرضيتها قوية، وسهلة التنظيف.
- منطقة الفحص: تضم موازين، وعربات نقل متحركة، ويجب أن تكون متصلة بالمخازن.

- منطقة التخزين: يجب أن تكون في موقع يسمح لها بتوزيع السلع على الأقسام المختلفة بيسر. يجب أن يتم التخزين في بيئات مختلفة وفقا لنوع وطريقة الحفظ المطلوبة لكل منتج، مع التمييز بين التخزين في درجة حرارة الغرفة، والتخزين في أماكن يتم التحكم في درجة حرارتها، ورطوبتها، وفقا لنوع المنتج. ويجب تخصيص أماكن بعينها لتخزين أدوات النظافة، وجمع المخلفات، ووضع الزجاجات الزجاجية. يجب أن تكون هذه المناطق جافة، وجيدة التهوية والإضاءة، ومزودة بجدران عازلة، وأرضيات قابلة للتنظيف، ولا تساعد على الانزلاق. كما يجب أن تكون الرفوف من الصلب غير القابل للصدأ.

تجهيزات منطقة التخزين

منطقة لها درجة حرارة البيئة الطبيعية	توجد بها عربات النقل، والموازين، والموائد، والرفوف، التي لا يزيد ارتفاعها عن مترين (في متناول اليد، إلا إذا كان هناك تدخل آلي في الشحن والتفريغ).
منطقة ذات درجة حرارة مراقبة	توجد بها وحدات تبريد، ومبردات، ومثلجات، وماكينات تفريغ الهواء من العبوات.

في الشركات الكبرى، يوجد مخزنا كبيرا، تُحفظ فيه كميات كبيرة من المنتجات الغذائية، وآخر صغير، قريب من المطبخ، تُحفظ فيه مؤقتا سلع الاستهلاك اليومي، أو الاستهلاك السريع. ويمكن حساب مساحة المخزن المثالية وفقا لهذه المعادلة:

عدد الوجبات اليوميةْ× كمية المنتجات اللزمة لكل وجبة× متوسط وقت زمن التوريد في اليوم÷ عدد الكيلوجرامات التي تُخزن في المتر المربع= مساحة المخزن المثالية

فريق العمل

يرتبط عدد القائمين على العمل في القسم بحجم الشركة. ففي الشركات الكبيرة، يوجد مسئول واحد عن المشتريات، ويعاونه فريق العمل في فحص، وتخزين السلع.

موظفو المشتريات

رئيس المكتب	يدير إجراءات الشراء؛ يجب أن يكون شخصا أمينا، خبيرا في السوق، وأنواع المنتجات، ويتمتع بقدرة عالية على عقد الصلات، وبخبرة محاسبية، وإدارية.
موظف الفحص	يتحقق من جودة، وكمية السلع التي يسلمها الموردون، ويجب أن يعرف خصائص المنتجات السلعية.
موظف المخزن	يرتب السلع في المخازن، ويوزعها على الأقسام المختلفة.
مساعد موظف المخزن	يهتم بحفظ المنتجات، ونظافة، وترتيب المخزن.

٢. تخطيط المشتريات

تهتم إدارة المشتريات بتوفير كافة السلع التي تخص أقسام الشركة المختلفة (منتجات غذائية، مشروبات، مفارش مائدة، أدوات مكتبية، وما يلزم قسم خدمة الغرف في المنشآت الكبرى)، وتكون المنتجات المطلوبة لقسم المطبخ أكثر كمية، وتنوعا مما هو الحال مع الأقسام الأخرى. ولذا يجب أن تكون العلاقة بين الشيف، ومسئول المشتريات، ومدير الأغذية، والمشروبات متصلة دائما.

مع ترسخ مفهوم الجودة الكلية، شهدت سياسات الشراء في المطاعم تطورا ملحوظا، فانتقلت من نظام يعتمد على التفاوض المباشر للوصول إلى أفضل سعر، إلى البحث عن علاقة تعاون وثقة مع الموردين، بغية إدماجهم في الشركة.

خطة المشتريات

تحدد الشركة، وفقا لخطة المشتريات، نوع المنتجات التي يجب شرائها، والكمية المطلوبة. تُعد خطة المشتريات، وفقا لحجم العمل المحتمل، والذي يتحدد في ضوء حجم العمل في السنوات الماضية (طريقة تاريخية)، واتجاهات السوق الحالية (طريقة تنبؤية). وفي حالة عدم وجود بيانات لسنوات سابقة، كما هو الحال عند افتتاح نشاط جديد، أو اجراء تغييرات في الإدارة، يكون من المناسب تخطيط المشتريات لأمد قصير.

ولمعرفة أي نوع من المنتجات يجب الحصول عليه، يجب الاسترشاد بقائمة الطعام المعدة للعملاء، وبوصفات الأطباق، وبمخزون السلع في المخازن، وقبو الخمور. وفي هذه المرحلة، يكون التعاون بين رؤساء الأقسام، ومسئول المشتريات ضروريا.

مستويات السلع القياسية

بعد أن يتم تحديد المنتجات التي يجب الحصول عليها، يجب تعريف مستوى قياسي لكل منها، تبعا للغرض الذي سيستخدم فيه. وعبر تحديد مستويات السلع القياسية، توضع المعايير المتعلقة بالجودة، والخواص، وأوزان، وأسعار السلع. تُسجل المستويات القياسية في بطاقات خاصة، ويتم تحديثها دوريا، لتشكل، بهذه الطريقة، جزءا لا يتجزأ من عقود التوريد. يجب أن يتطابق كل منتج يتم شرائه مع مواصفات النوع القياسية.

نموذج مستوى شراء قياسي خاص بقسم الطعام

النوع الغذائي: لحم بتلو
المنتج: فخذ خلفي مع العظم
الخواص: حيوان تمت تربيته وذبحه في إيطاليا، لون اللحم وردي كثيف، متماسك القوام، لون الدهن أبيض وردي، لا يزيد الوزن عن ٣٠ كيلوجرام.
السعر: بالتعاقد

تقنيات الشراء

بعد أن يتم تحديد خواص المنتج، يبقى تحديد تاريخ أمر الشراء، وكمية السلعة المطلوبة. تتنوع كمية المنتجات المشتراة وفقا لأوقات حفظها.

تتطلب السلع القابلة للتلف أمر شراء (Purchase order) يومي، أو أسبوعي على الأكثر، لأنها مواد أولية طازجة، تستخدم في المطبخ، تبعا لقائمة الطعام التي يعدها الشيف. والسلع القابلة للتلف مثل الخبز، واللبن طازج، والسمك، تُشترى يوميا، بينما يُشترى الجبن الطازج، واللحم، والفاكهة كل يومين أو ثلاثة، أو مرة واحدة في الأسبوع. يتبع شراء المنتجات الطازجة إذن مفهوم "في الوقت السليم" just in time، وتوزع المنتجات المشتراة بكميات مختلفة على الأقسام فورا، وخاصة قسم المطبخ، الذي يبدأ في استخدامها. تسمح تقنية "في الوقت السليم" بتقليل المخزون، وأوقات تخزين المنتجات، مما يقلل من خطر تلفها. ويتطلب تنفيذ هذه التقنية تنسيق العمل بشكل جيد مع الموردين موضع الثقة. ويمكن تحليل متوسط الاستهلاك الأسبوعي للمنتجات الطازجة، للحصول على معلومات تُبنى عليها توقعات الشراء.

أما بالنسبة السلع غير قابلة للتلف، فقد تكون كميتها كبيرة أيضا، وفقا لتوفر مساحة التخزين. وفي هذه الحالة تتحدد الكمية وفق ما يسمى بـ"حجم الشراء الاقتصادي"، ويعني تلك الكمية التي تسمح بتوفير أفضل علاقة بين:

- تكاليف الشراء: تتعلق بالوقت والأيدي العاملة اللزمة لإعطاء أمر الشراء، والتسجيل. تقل هذه التكاليف كلما زادت كمية السلع، وقلت أوامر الشراء.
- تكاليف الحفظ: ترتبط بإدارة المنشأة ككل (إيجار مناطق العمل، والمعدات، والمصروفات العامة، والصيانة، والتأمين ضد الحرائق، والضرر، والسرقة)، وبتلف بعض المنتجات المحتمل. تقل هذه التكاليف إذا تكررت أوامر الشراء، وقلت الكميات.

وبالنسبة للمنتجات المساعدة كالأوراق، ومواد التنظيف، تُحدد فترة ثابتة لطلبات شرائها.

وإذا كان من الضروري، كما أشرنا، الحفاظ على علاقة تعاون وثيق مع الموردين، فلابد من التحلي بالمرونة التي تؤهل للاستفادة من الفرص التي يقدمها السوق، فعلى سبيل المثال، إذا أتيحت فرصة الحصول على منتجات ذات جودة عالية، وأسعار منافسة، فيجب التفكير في شراء كميات إضافية منها.

جانباعام ١٩٢٠طُبقت لأول مرة تقنية "في الوقت السليم" just in time، في قطاع صناعة السيارات، وبشكل خاص في ورش شركو فورد.

٣. قنوات الشراء

بعد تحديد اسم السلعة، وكميتها، ووقت الحاجة إليها، يجب التفكير في شخص المورد. تسعى الشركات اليوم لتقليل عدد الموردين، تجنبا لتفرق المشتريات (بما يزيد من المخزون)، وتبسيطا لإجراءات الأوامر المحاسبية (فواتير أقل)، والفنية (تعاقدات أقل). ومن جانب خر، يعني الاتصال بعدد أقل من الموردين، وجود بدائل أقل في عملية الشراء.

تتعدد قنوات الشراء، ويوضح الجدول التالي القنوات الرئيسية:

شراء بالقطاعي	يتم في الأسواق، والمركز العامة، ومحال المنتجات الغذائية الطازجة، بكميات قليلة، وللضرورة. فيما يخص المنتجات الطازجة، يمكن التوجه إلى موردين محليين، يضمنون التسليم في المواعيد المقررة، والتي تكون غالبا يومية.
شراء مباشر من المنتج	يكون المورد والمنتج شخصا واحدا، بما يضمن جودة وجدية. يضمن الشراء من المنتج الحصول على منتجات حصرية، تُقدم بأسعار منافسة، ولكنه لا يوفر في الأغلب خدمة التوصيل والسليم في المنشأة.
شراء عبر وكيل	يزور الوكيل العملاء بشكل دائم، ويضمن التسليم لصالح المنتج. يعتبر هذا النظام ملائما من الناحية الإدارية.
شراء عبر تجار الجملة	يقدم تجار الجملة، ومراكز التوزيع الكبرى تنوعا كبيرا في السلع، وضمانا أقل للمنتج. ويتاح الشراء بالجملة، والحصول على خدمة التوصيل delivery في الكميات الصغيرة أيضا.
شراء عبر ادفع و حمل cash and carry	هو نظام بيع بالجملة، يُنظم بطريقة الخدمة الذاتية، ويوجد في المراكز الكبرى التي تخدم قطاع المطاعم. تكون أسعار السلع منافسة، والفع في الخزانة مباشرة، ويتكفل العميل بنقل السلع.
شراء مركزي	يتاح فقط الفروع التي ترتبط بشركة مالكة واحدة، حيث تقوم هذه الشركة بشراء كميات كبيرة من السلع عبر مركز شراء واحد. تتيح هذه الطريقة الحصول على فوائد اقتصادية كبيرة، وتيسر إجراءات الشراء.
شراء بالتعاقد	يُقصد به عقد التوريد، والذي يوقع بين المنتج أو تاجر الجملة، والشركة مباشرة، وينص على طلب السلع بكميات كبيرة، ومقررة سلفا، مقابل سعر ثابت لفترة يُتفق عليها.
شراء أون لاين	يتم عبر مواقع انترنت متخصصة، تعرض كتالوجات لشركات عدة، وأسعار السلع المختلفة. يُلجأ إلى هذه الطريقة في حالة المنتجات شائعة الاستخدام، ذات فترة الحفظ الطويلة (الباستا، المياه المعدنية، وخلافه).

٤. اختيار الموردين

بعد تحديد قنوات الشراء، يتم اختيار الموردين. يمتلك خبير المشتريات قائمة بالشركات المعروفة، وهو على يقين بأن كل منها قادر على:

- إرضاء احتياجات الشركة
- إثبات الكفاءة من وجهة النظر التجارية
- ضمان استمرارية التوريد
- توفير شروط جيدة للدفع
- تسليم البضائع عند المقر

ويُطلب من الشركات المختارة إرسال كتالوج كامل بالأسعار، وطرق التوريد. ويتم إعداد بطاقة لكل منتج، لمقارنة الأسعار المختلفة. بعد تحليل، ومقارنة كل العروض المطروحة، يتم اختيار العرض الذي يجمع بين أفضل الأوجه التقنية، والاقتصادية، ثم تبدأ مرحلة التفاوض حول عقد التوريد مع الشركة التي تقدمت به. وفي هذه المرحلة من التفاوض، تبرز كفاءة خبير المشتريات، عندما ينجح في الحصول على أفضل ضمانات الجودة، مع أسعار مناسبة، وشروط دفع ميسرة.

بعد التوقيع على العقد من الطرفين، يصبح دور خبير المشتريات مراقبة دقة مواعيد تسليم السلع، ومدى تطابقها مع معايير الجودة المتفق عليها.

معايير اختيار الموردين

- الكفاءة التجارية
- ثبات وفاعلية الشركة التنظيمية
- تنوع العرض، وتطابق السلع مع المواصفات المطلوبة
- العلاقة الجيدة بين الجودة والسعر، وإمكانية وجود خصومات
- احترام القواعد التنظيمية (خطة المراقبة الذاتية)، والحصول على شهادات جودة تطوعية
- توفر شروط السلامة الصحية في عملية الإنتاج، والتغليف، والنقل
- طرق ووقت التسليم، واحترام مواعيد التوريد، وإمكانية تسليم السلع مبكرا في وقت الضرورة
- طرق الدفع (عند التسليم، او في خلال ٣٠، ٦٠، ٩٠ يوما من تاريخ صدور الفاتورة)

- شروط إعادة السلع غير المطابقة لأمر التوريد
- خدمات أخرى تكميلية

في الهيئات العامة، يرتبط اختيار الموردين بعدة قواعد تنظيمية، تتيح التفاوض الخاص في حالات استثنائية فقط، أو عند توريد كميات صغيرة. ولا يُسند التوريد إلى الشركات إلا عبر المناقصات العامة؛ وتفوز بالعقد الشركة التي تُقدم العرض الأكثر ملائمة من الناحية الاقتصادية.

٥. أوامر الشراء، واستقبال، وتخزين السلع

يُفضل تقديم أوامر الشراء إلى الموردين مكتوبة (عبر الفاكس أو البريد الإلكتروني). عند طلب كميات قليلة من السلع، من الموردين المعتادين، يقتصر أمر الشراء عادة على قائمة المنتجات، والكميات المطلوبة، أما في حالة التوريدات كبيرة الكمية، فيكون من الأفضل أن ينص كل أمر من أوامر التوريد على شروط التسليم والدفع، ومصروفات النقل، والجزاءات التي ستفرض في حالة عدم احترام شروط، ومواعيد التسليم.

يجب فحص السلع لحظة تسلمها، والتأكد من مطابقتها لأوامر التوريد من حيث الجودة، والكمية، وحالة الحفظ الجيدة. وإذا تعذر فحص كافة السلع لحظة تسلمها، يوقع على الاستلام، ويكتب على الاستمارة "بدون فحص". يُزال التغليف الخارجي للبضائع التي تمت الموافقة عليها، وتُنقل إلى المخزن؛ تُملأ استمارة النقل، واستمارة التسليم، التي تُستخدم داخليا.

في المنشآت الكبرى، يكون من الأفضل تقسيم مساحات التخزين إلى أقسام، مع تحديد عدد الرفوف الموجودة داخل كل قسم، والأجزاء التي يتكون منها. يسمح هذا النظام بإعطاء كود للمنتجات المتنوعة، مما يجعل الوصول إليها أمرا يسيرا.

صورة مخزن بضائع

تتنوع طرق التخزين كما يلي:

- تخزين في مساحة ثابتة: يوضع كل نوع من المنتجات في مكان بعينه، مما ييسر من عملية العثور عليه، ولكن، في بعض الأحيان، تظل الأماكن المخصصة لبعض السلع غير مستغلة.
- تخزين في مساحات متغيرة: تنظم السلع بشكل جيد وفقا للمساحات المتاحة، ويتم الوصول إليها عبر نظام معلوماتي يحفظ موقع البضائع.

- تخزين بطريقة مختلطة: يستخدم التخزين في مساحات ثابتة للمنتجات يومية الاستخدام، بينما يتم اللجوء إلى التخزين في مساحات متغيرة في حالة السلع التكميلية.

وعلى أية حال، يجب أن يتم التخزين وفق معيار التوظيف، الذي يسمح بدورية استخدام المخزون، واستهلاكه تبعا لتاريخ انتهاء الصلاحية. يتم توزيع أقسام المخزن وفقا لنظام FIFO (الأول في الدخول، الأول في الخروج)؛ ففي كل قطاع من المنتجات، تخرج السلع التي دخلت المخزن أولا، تفاديا لاستخدام سلع نفدت مدة صلاحيتها، وللتخلص من السلع التالفة.

٦. إدارة المخزون

لا يهدف عمل خبير المشتريات إلى تكديس السلع في المخزن، بل إلى التوصل إلى التوازن المطلوب بين جاهزية المنتجات، والفائدة الاقتصادية التي تُجنى من عمليات الشراء بكميات كبيرة، واستغلال مساحات المخزن على أفضل وجه، وتسهيل إجراءات الشحن، والتفريغ. ويسمح مستوى الاحتياطي بتقييم كفاءة القسم؛ كلما زاد مخزون سلع قسم معين، كلما زادت مخاطرة تلف المنتجات، أو ضعف كفاءة الآلة التنظيمية، وكلما قل المخزون، زادت مخاطرة عدم القدرة على الوفاء باحتياجات أقسام الشركة.

تكاليف المخزون

- أعباء مالية
- تكاليف توقف حركة رأس المال
- أعباء المخاطرة (تلف- سرقة- ضرر)
- تكاليف التامين
- تكاليف التخزين (مساحات- تحريك)
- تكاليف إدارية (منشآت- أمن- أفراد- إدارة)

إن وظيفة مسئول المشتريات هي الحفاظ على مستوي المخزون كما يلي:

- أعلى من الدرجة الدنيا، أو درجة الأمان out stock، التي تعني الاحتياطي الضروري القادر على الوفاء بالمتطلبات غير المتوقعة، وتعويض أخطاء الإنتاج، والتأخير في مواعيد التسليم من قبل الموردين.

- أقل من الدرجة القصوىover stock، التي تعني أقصى كمية مخزنة.

إن المخزون المثالي هو الذي يسمح بوجود كمية المنتجات اللازمة للأنشطة الإنتاجية.

تظهر الصعوبة الكبرى في إدارة المخزون في حال وجود نمط استهلاك غير عادي، يزيد من احتمال تراكم بعض المنتجات بدرجة مبالغ فيها، أو، يؤدي، على النقيض، إلى نفاذ منتجات أخرى، مما يجعل الشركة تلجأ إلى الشراء بشكل عاجل، وأسعار مرتفعة.

إذا كان نمط الاستهلاك الذي تسجله الشركة عاديا، يصبح من اليسير إعداد برنامج لعمليات الشراء. وفي هذه الحالة يمكن تبني نموذج "مستوى إعادة الطلب"، والذي يعني إصدار أمر توريد جديد، عندما يصل مستوى المخزون إلى حد مقرر سلفا.

يُحسب مستوى إعادة الطلب وفقا لما يلي:

- الوقت الذي يلزم المورد لتسليم السلع
- الاستهلاك اليومي المسجل في فترة سريان الإنتاج
- كمية أقل مخزون، ويمكن تقديرها بطريقة ثابتة، أو متغيرة وفقا لأعلى أو أقل استخدام للمنتج في فصول العام المختلفة.

حساب مستوى إعادة الطلب للطماطم

المنتج: طماطم منزوعة القشر

الوقت اللازم للتوريد: ١٢ يوم

الاستهلاك اليومي: ١٠ برطمانات

مستوى إعادة الطلب: ١٢× ٥+ ١٠= ٧٠

عندما يصل مستوى المخزون إلى ٧٠ برطمانا، يتم إصدار أمر توريد جديد، وفقا للفائدة الاقتصادية للمشتريات، والتي تعادل هنا ١٤٠ برطمان.

٧. تقييم السلع الراكدة

تقوم الشركات، في نهاية كل عام مالي، بتقييم مخزونها من السلع ماديا. في الحالات الاستثنائية التي يتم فيها شراء أحد المنتجات (دائما ما تكون فترة صلاحيته طويلة) بسعر ثابت طوال العام، يكون حساب القيمة المادية بسيطا للغاية: يُضاف إلى قيمة كل وحدة تم شراؤها نسبة ثابتة، تتراوح بين ١٥ و٢٠%، لتغطي تكاليف التخزين. وفي الأغلب، تكون تكلفة السلعة متغيرة، وقد تبقى، في نهاية العام، كميات من نفس السلعة، تم شراؤها في شحنات مختلفة، وبأسعار مختلفة؛ وهنا لا يكون من اليسير تحديد الشحنة التي تنتمي إليها كل وحدة، مما يسمح بتقييم المخزون وفقا للتكلفة الواقعية، أو التاريخية (المعيار الخاص بالتكاليف الخاصة).

تسمح القوانين الإيطالية بتحديد قيمة المخزون الراكد عن طريق تطبيق أكثر الطرق بساطة، وهي:

- طريقة حساب متوسط التكلفة: ووفقا لها تُقيم تكلفة السلعة بحساب متوسط تكاليف الشراء المختلفة (حاصل ضرب عدد الوحدات داخل كل شحنة في تكلفة الوحدة، ثم تجمع الوحدات كلها، ويقسم الحاصل على عدد الوحدات المشتراة طوال العام).
- طريقة FIFO: (الأول في الدخول- الأول في الخروج): يُفترض أن الوحدات التي تنتمي إلى الشحنات القديمة قد تم استخدامها، ولم يتبق في المخازن إلا الوحدات الحديثة، ولذا يتم تقييم المقابل المادي وفقا لتكاليف الشحنات الأخيرة.
- طريقة LIFO: (الأخير في الدخول- الأول في الخروج): يُفترض أن الوحدات التي تنتمي إلى الشحنات الحديثة قد تم استخدامها، ولم يتبق في المخازن إلا الوحدات القديمة، ولذا يتم تقييم المقابل المادي وفقا لتكاليف الشحنات الأولى.
- طريقة HIFO: (الأغلى عند الدخول- الأول في الخروج): يُفترض أن الوحدات التي تنتمي إلى الشحنات الأغلى قد تم استخدامها، ولم يتبق في المخازن إلا الوحدات ذات الأسعار المنخفضة، ولذا يتم تقييم المقابل المادي وفقا لتكاليف الشحنات ذات الأسعار المنخفضة.

وتستخدم نفس تلك الطرق في تحديد قيمة عينات المخازن المادية؛ وفقا لطريقة FIFO، وبغض النظر عن المنتج الذي تم استلامه، تُحسب قيمة العينة تبعا لتكلفة الشحنات الأولى، بينما يتم التقييم، وفقا للطريقة LIFO، تبعا لتكلفة الشحنات الأحدث، وفي الطريقة HIFO، تبعا للشحنات الأغلى. وبشكل عام، يُفضل

الحساب وفقا لتكلفة الشحنات الأحدث، في حال ارتفعت الأسعار، أما إذا انخفضت، فيتم التقييم وفقا لتكلفة الشحنات الأقدم.

٨. النماذج

تتنوع النماذج التي ترتبط بعمليات الشراء، فبعضها إجباري، وبعضها يحرر للاستخدام الداخلي. يمتلك مسئول المشتريات سلسلة من البطاقات لتسجيل تفاصيل كل عملية شراء (تُرسل واحدة منها إلى المورد)، وأوامر التوريد، وحركة السلع.

تُسجل البضائع الواردة، والخارجة في سجل الشحن، والتفريغ، وفي أرشيف البطاقات التعريفية، وتختص كل بطاقة بنوع من المنتجات، ويتم تحديثها باستمرار.

يتحكم في انتقال السلع من المخازن إلى الأقسام المختلفة طلبات تُسجل على أوامر صرف. ويجب أن يحمل كل أمر صرف يرسله أي من الأقسام اسم السلعة، والكمية المطلوبة. ولتيسير الخدمة، تُختار عينة دورية من السلع ذات مدة الصلاحية الطويلة، أو سريعة الاستهلاك، وتوضع في المطبخ، أو في قاعة الطعام.

يحرر مسئول المشتريات، لكل قسم، قسيمة استهلاكات يومية، ويوقعها مسئولو كل قطاع، وملخصات أسبوعية وشهرية لأوامر الشراء، والعينات. تتيح هذه الطريقة إمكانية التحقق من الاستهلاك في أمد قصير، ومتوسط، وتعطي فرصة للإدارة للتدخل في حال وجوب تصحيح خطأ، او حدوث تلف.

ويمكننا أن نضيف إلى النماذج السابقة، نموذج ملاحظات الحركة، والذي تُسجل فيه مراحل انتقال السلعة من قسم لآخر؛ وسجل السلع التالفة، الذي تُكتب فيه أسماء السلع التالفة، أو التي تحطمت أثناء تقديم الخدمة.

تُسلم كل الوثائق التي يحررها مسئول المشتريات إلى الإدارة، التي تستخدمها في أغراض محاسبية، وإحصائية.

٩. برامج الإدارة الالكترونية

يندر اليوم وجود شركات لا تستخدم البرامج الالكترونية، لتسهيل عمليات التسجيل، والشحن، والتفريغ، وإعادة الطلب، وأرشيف بطاقات السلع.

تسمح برامج المخازن الالكترونية بتسجيل أرشيف الموردين، والمنتجات، كاملا، بما في ذلك المعلومات الخاصة بتفاصيل، وخواص عمليات الشراء، وبيانات أوامر الشراء، وطلب العينات، والمخزون من كل سلعة. ويتولى البرنامج أوامر الشراء عند بلوغ "مستوى إعادة الطلب" أوتوماتيكيا. كما يسمح باستخراج البيانات التي توضح نوع السلعة الأكثر استهلاكا، والموردين الأكثر توريدا للشركة، والأطباق الأكثر استهلاكا في فترة معينة. ويمكن لبعض البرامج حساب متوسط تكلفة أحد المنتجات.

هيئة مسحوق كريستالي، وتدخل في الصناعاتالغذائية مثل الشيكولاتة.

أسئلة

ضع علامة صواب أو خطأ:

في المخزن القريب من المطبخ، تحفظ بعض المنتجات بكميات كبيرة.

اختيار من متعدد:

إحدى مهام القائم على الفحص هي:

- ترتيب السلع داخل المخزن
- التحقق من تطابق أمر الشراء مع نموذج التسليم
- توزيع المنتجات على الأقسام
- تنظيف المخازن

يعني مصطلح over stock:

- عدم وجود مخزون
- القيمة الاقتصادية للشراء
- حد الأمان
- مخزون أكبر من أقصى كمية مطلوبة

أجب عما يلي:

- ما هي مناطق عمل إدارة المشتريات في الشركات الكبرى؟
- ما هي المستويات القياسية لعملية الشراء، وما الغرض منها؟

الوحدة الثانية

تحديد التكاليف والأسعار

تعتبر مراقبة التكاليف، وتحديد أسعار البيع عاملا أساسيا في نجاح المطعم. ويشترك في هذه العملية الإدارة، ومدير الأغذية والمشروبات، ورؤساء الأقسام، ومن بينهم مدير المشتريات.

الأهداف

- معرفة كيفية تقدير التكاليف التي تتحملها الشركة
- معرفة كيفية حساب تكاليف الأغذية والمشروبات
- معرفة كيفية حساب أسعار بيع الأطباق، والمشروبات، والخمور الصحيحة

جانبا

١. تحليل التكاليف
٢. تكاليف الأغذية والمشروبات
٣. التكاليف الاجمالية المرجحة، والأرباح، والهامش التجاري
٤. حساب أسعار البيع

١. تحليل التكاليف

لكي يحتفظ المطعم بوضع تنافسي في السوق، يجب عليه أن يُخضع الجوانب المالية، والاقتصادية لمراقبة مستمرة، بهدف تقليل النفقات. وفي هذا الإطار، يُصبح حساب التكاليف أمرا أساسيا.

تتنوع التكاليف التي تتحملها شركة تقديم الطعام: تبدأ من الاستثمار في شراء التجهيزات، والمعدات، ونفقات المواد الأولية، وتكاليف الأيدي العاملة، والنفقات العامة، والتكميلية (مياه، كهرباء، غاز، وخلافه). تعتبر النفقات العامة، وتكاليف العمل، ثابتة، على المدى القصير، بينما تتغير النفقات الخاصة بالمنتجات الغذائية، وتكاليف الأيدي العاملة الإضافية، وتتواءم مع حجم العمل الممارس.

تمتلك كل شركة خطة مسبقة للتكاليف التي تنوي انفاقها، ونظام مراقبة لتلك التكاليف التي تتحملها بالفعل. وبتحليل كل مكون من مكونات هذه الخطة، يمكن تقييم بنود التكلفة التي فاقت توقعات الإنفاق، وتعديلها.

تكاليف شركة تقديم الطعام

التكلفة الأولى	مبلغ تكلفة المواد الأولية، وتكلفة الأيدي العاملة المعينة
تكلفة الإنتاج	مبلغ التكلفة الأولى، وتكاليف الأيدي العاملة الإضافية، والمعدات، والأجهزة
التكلفة الاجمالية	مبلغ تكلفة الإنتاج والنفقات العامة

٢. تكاليف الأغذية والمشروبات

إن تكاليف المطعم التقليدية هي تكاليف المنتجات الغذائية المستخدمة في إنتاجومصاحبة الأطباق. ويمكننا أن نميز بين:

- تكاليف الطعام: أي تكاليف المنتجات الغذائية
- تكاليف المشروبات: أي تكاليف المشروبات والخمور

وبحاصل جمع هذين العنصرين، نحصل على تكاليف الأغذية والمشروبات، أو التكاليف الإجمالية للمواد الأولية المستخدمة.

تكاليف الأغذية الفعلية

بينما لا يشكل حساب تكاليف المشروبات أي صعوبة، يجب أن يؤخذ في الحسبان، عند حساب تكاليف الأغذية، أن نسبة معينة منها تُفقد أثناء مراحل العمل. ولهذا تدفع الشركة، عند شراء كمية كبيرة من المنتجات الغذائية، مقابل جزء لن يتم استخدامه، مما يزيد من التكلفة الفعلية للسلع (انظر المثال). ويصبح من المهم، إضافة إلى عاملي الجودة، والسعر المناسب، اختيار المنتجات التي تضمن ناتجا نهائيا مرتفعا، أو تلك التي تحقق نسبة تلفيات ثابتة، وقليلة نسبيا.

مثال:

المنتج: سلامي

سعر الكيلو: ٣٢ €

نسبة الهالك: ١٠%

تكلفة الكيلو الفعلية: ٣٢: ٩٠× ١٠٠= ٣٢.٥€

حساب تكاليف الأغذية والمشروبات الفعلية

لحساب تكلفة الأغذية، والمشروبات الفعلية الخاصة بفترة محددة، يمكننا أن ننفذ خطوات الجدول التالي:

احتياطي في أول الشهر	١٨.٢٠٠€
مشتريات الشهر	٣٤.٠٠٠€
قيمة السلع المتاحة خلال هذه الفترة	٥٢.٢٠٠€
احتياطي في نهاية الشهر	١١.٦٠٠€
تكاليف السلع المستخدمة	٤٠.٦٠٠€
عدد الوجبات التي قدمتها الإدارة (مصروفات دعائية، ويمكن اعتبارها مصروفات عامة)	٣.٤٧٠€
وجبات العاملين (نفقات تُضاف إلى تكاليف الأيدي العاملة)	٢.٣٠٠€
تكاليف الأغذية والمشروبات الفعلية	٣٤.٨٣٠€

وبقسمة تكاليف الأغذية والمشروبات الفعلية على عدد الوجبات المباعة، نحصل على متوسط تكاليف المواد الأولية المستخدمة في الوجبة الواحدة.

التكلفة الاجمالية المرجحة، والأرباح، والهامش التجاري

تطلعنا الدراسات الإحصائية المتعلقة بقطاع المطاعم على التكاليف الأساسية التي تتحملها شركات القطاع، وهي كالتالي:

المطاعم التقليدية	المطاعم الجماعية/ الولائم
مواد أولية = ٣٥%	مواد أولية= ٢٥%
أيدي عاملة = ٥٠%	أيدي عاملة = ٥٠%
نفقات عامة = ١٥%	نفقات عامة = ٢٥%

ويمكننا، بالنظر إلى هذه النسب، والتعرف على تكاليف الأغذية والمشروبات في فترة محددة، أن نحسب التكاليف الإجمالية المرجحة، والتي يمكن تقسيمها على أوجه إنفاق ثلاث، كما يلي:

التكلفة الاجمالية المرجحة = ٣٤.٨٣٠: ٣٥× ١٠٠= ٩٩.٥١٤ €

التوزيع على ثلاث أوجه:

مواد أولية (٣٥%) = ٣٤.٨٣٠€

أيدي عاملة (٥٠%) = ٤٩.٧٥٧€

نفقات عامة (١٥%) = ١٤.٩٢٧€

بعد تحديد التكاليف الإجمالية المرجحة، ومعرفة نسبة الأرباح المخطط لها، والدخل الفعلي الذي تحقق في الفترة موضوع الدراسة، يمكننا التحقق مما إذا كان الربح المتوقع قد تحقق أم لا. وفي حالتنا هذه، وبافتراض أن الربح المتوقع كان ٢٠%، بينما الدخل الشهري هو ١٢١.٦٠٠€، نحصل على:

الربح = ١٢١.٦٠٠- ٩٩.٥١٤ = ٢٢.٠٨٦ €

نسبة الربح = ٢٢.٠٨٦: ١٢١.٦٠٠× ١٠٠ = ١٨.١٦%

وهكذا يقترب الناتج من النسبة المتوقعة. وبطريقة تماثل تلك المستخدمة في تحديد الربح، يمكننا أن نحدد تأثير أنواع التكاليف المختلفة على الأرباح، ونحصل بهذه الطريقة على التوزيع النسبي الكامل لدخل الخزانة.

يعتبر الهامش التجاري مؤشرا آخرا على دخل الشركة، ونحصل عليه بطرح تكاليف المواد الأولية من دخل الخزانة، كما هو المثال:

الهامش التجاري = ١٢١.٦٠٠- ٣٤.٨٣٠ = ٨٦.٧٧٠€

وتعتبر قيمة الهامش التجاري أقل أهمية من تأثيره على الأرباح (نسبة الهامش التجاري)، التي تدور حول ٧٠% في المطاعم، و٧٥% في البارات، و٨٠% في محال الحلوى، و٨٥% في محال الجيلاتي. وهكذا يكون المطعم الذي نتحدث عنه، متوائما مع النسب التي نتحدث عنها:

نسبة الهامش التجاري = ٨٦.٧٧٠: ١٢١.٦٠٠× ١٠٠= ٧١.٣٦%

ويلخص الجدول التالي النتائج التي توصلنا إليها في الفترة موضوع الدراسة:

		التأثير على الأرباح
دخل الخزانة	١٢١.٦٠٠€	١٠٠%
التكلفة الإجمالية	٩٩.٥١٤€	٨١.٨٤%
المواد الأولية	٣٤.٨٣٠€	٢٨.٦٤%
الأيدي العاملة	٤٩.٧٥٧€	٤٠.٩٢%
النفقات العامة	١٤.٩٢٧€	١٢.٢٨%
الربح	٢٢.٠٨٦€	١٨.١٦%

٤. حساب أسعار البيع

على أساس تحليل التكاليف، يتم تحديد سعر بيع الأطباق، والخمور، والقوائم الكاملة. وبشكل عام، وقبل تحديد الأسعار، يجب أخذ نظام المطعم، وموقعه، ونوع العملاء، والأسعار التي تعتمدها المطاعم المنافسة، في الاعتبار.

أسعار الأطباق

تتعدد طرق تحديد أسعار الأطباق، والقوائم. والطريقتان الرئيسيتان هما:

- طريقة هامش الربح الثابت
- الطريقة المختلطة

أسس تحديد أسعار البيع

- تقديم أطباق بسعر متوسط يتناسب مع قدرة العملاء على الإنفاق
- تقسيم الأطباق على ثلاثة شرائح للأسعار (مرتفعة- متوسطة- منخفضة): ويجب أن تكون أطباق الشريحة الوسطى مساوية لمجموع أطباق الشريحتين المتبقيتين
- داخل كل مرحلة من مراحل القائمة، لا يجب أن يزيد الفارق بين أغلى الأطباق وأقلها سعرا، على ٢.٥ (على سبيل المثال، في الأطباق الأولى، تتراوح الأسعار بين ٤ € لشوربة الخضروات، و١٠€ لطبق من الباستا الطازجة مع صلصة السمك، أو الصدفيات)
- إقامة علاقة جيدة بين الجودة والسعر

هامش الربح الثابت

يمكن تحديد هامش الربح الثابت، بحساب تأثير تكلفة المواد الأولية على الدخل. ويمكننا الحصول على المعامل الذي تُضرب فيه تكاليف الأطباق المختلفة، لتحديد أسعار بيعها، من المعادلة التالية:

معامل هامش الربح = ١٠٠: نسبة تكاليف المواد الأولية على الدخل

فعلى سبيل المثال، ووفقا للمعلومات المذكورة في الجدول السابق، يكون معامل هامش الربح مساويا لـ ١٠٠: ٢٨.٦٤= ٣.٥. وهكذا، وبفرض أن تكلفة غذاء طبق ما تساوي ٢.٧ €، فيتحدد سعره بـ ٢.٧× ٣.٥= ٩.٥ € (مع التقريب إلى الرقم الأعلى).

وفي بعض الأحيان، يتم الحساب بنفس الطريقة، ولكن في عمليات تقريبية بسيطة، وذلك عن طريق ضرب تكلفة المواد الأولية في معامل ثابت يتم استنتاجه من أسعار السوق، والمنافسين.

وفي الإجمالي، يبدو هذا النظام صارما للغاية بالنسبة لتقييم أسعار الأطباقالمفردة، فقد يسيء تقدير الأطباق ذات تكلفة الغذاء المنخفضة، وقد يجعل الأطباق ذات تكلفة الغذاء المرتفعة بعيدة عن منال العملاء. لهذا تعتبر هذه الطريقة أكثر ملائمة في تحديد القوائم الكاملة ذات الأسعار الثابتة. فعلى سبيل المثال، يُحدد سعر قائمة طعام، تكلفت موادها الأولية ٧.٢٥ € (مع التقريب إلى الرقم الأعلى)، بـ ٢٦€ (حاصل ٧.٢٥ × ٣.٥).

جانبا

عام ١٨٠٤دفع الكاتب الفرنسي ستاندال في غداء ضم ١٢ فردا، في المطعم الفرنسي روبير، ١٦٣ فرنكا، إضافة إلى ١٢ فرنكا للندلاء. وقد ذكر فيما بعد أن ٥٠ فرنكا كانت تكفي للعيش لمدة عام.

الطريقة المختلطة

وفي هذه الطريقة أيضا، يعتبر الحصول على تكلفة المواد الأولية أساسيا، ويضاف إليه هامش ربح متغير يرتبط بتكاليف الأيدي العاملة في الدقيقة، والنفقات العامة، والربح المتوقع. وفيما يخص الأيدي العاملة، يتم الاستعانة بمتوسط التكلفة للفرد، يمكن الحصول عليه من اتحادات القطاع، ومن بينها، اتحاد الطهاة الإيطاليين.

وبالنظر إلى أوقات إعداد الأطباق المختلفة، يُحدد متوسط تكلفة العمل الضروري لكل كمية من الطعام، ويُضاف إليها مبلغا ثابتا لتغطية النفقات العامة، ونسبة الربح المقررة. ونختصر هذه الطريقة كما يلي:

تكلفة الطبق المرجحة=
تكلفة الأغذية + تكلفة الأيدي العاملة في الدقيقة × عدد دقائق العمل+ المبلغ الثابت
سعر البيع= تكلفة الطبق المرجحة+ نسبة الربح

مثال حساب سعر بيع طبق بالطريقة المختلطة

طبق: مقبل نباتي

تكلفة الغذاء: ١.٥٨€

تكلفة الأيدي العاملة في الدقيقة: ٠.٤ €

عدد دقائق العمل لكل طبق: ٦

مبلغ تغطية النفقات العامة الثابت: ١€

نسبة الربح المتوقعة: ٤٠%

تكلفة الطبق المرجحة: ١.٥٨+ (٠.٤ × ٦)= ٤.٩٨ €

سعر البيع: ٤.٩٨+ (٤.٩٨ × ٤٠: ١٠٠)= ٧ €

ويوجد نظام آخر، تُضرب فيه تكلفه المواد الأولية في عوامل متغيرة تتبع الوقت المطلوب لإعداد كل طبق، ويُضاف إلى ذلك قيمة مبلغ النفقات العامة، ونسبة هامش الربح. وقد يكون العامل المعبر عن الوقت اللازم للإعداد ١.٨ في الأطباق السريعة، و٢.٥ للتجهيزات متوسطة المدة، و٣ لتلك طويلة المدة، و٤ للتجهيزات المعقدة. ويختلف المبلغ المعبر عن النفقات العامة، فيُضاف ١.٨€ للمقبلات، و٢€ للأطباق الأولى، و٢.٥€ للأطباق الرئيسية، و١.٥ € للأطباق الجانبية، و١.٨€ للحلوى.

ويُحسب سعر المقبلات وفق لهذه الطريقة كما يلي:

(١.٥٨× ١.٨)+ ١.٨= ٤.٦٤ (تكلفة مرجحة)

٤.٦٤+ (٤.٦٤× ٤٠: ١٠٠)= ٦.٥ € (مع التقريب للرقم الأعلى)

قدرة العميل على الإنفاق

بتحليل منحنى مبيعات الخمور المختلفة، يمكن استنتاج قدرة العميل على الإنفاق. فعلى سبيل المثال، إذا كانت الزجاجات الأكثر رواجا هي تلك التي تُباع بأسعار تتراوح حول ١٢€، يصبح من الضروري تقريب سعر المنتجات الأخرى إلى هذا الرقم، لتحقيق زيادة في المبيعات، وربح أكبر.

المنافسة

لا يجب أن تكون أسعار بيع الخمور مختلفة كثيرا عن لائحة الأسعار التي يطبقها المنافسون. وقد يؤدي اتباع هذا المعيار إلى مراعاة اختيارات الآخرين، دون اعتبار التكاليف التي تتحملها الشركة.

حوافز

قد يكون تبني سياسة الأسعار تنشيطية مفيدا في تحفيز بيع بعض الخمور الراكدة منذ وقت طويل، وفي جذب انتباه العملاء إلى بعض العروض الخاصة، كعرض قائمة اليوم ذات السعر الثابت، أو قائمة التذوق التي يصاحبها أنواع من النبيذ.

ضع علامة صواب أو خطأ:

- تعتبر وجبات الغداء التي تقدمها الإدارة عنصرا من عناصر النفقات العامة
- الهامش التجاري للبارات هو ٧٥%
- تسمح طريقة تحديد أسعار الخمور وفق تقدير العملاء ببيع الخمور الأقل شهرة

اختيار من متعدد:

في المطاعم التقليدية، يعادل تأثير تكلفة المواد الأولية على التكاليف الكلية نسبة:

- ٥٠%
- ٣٥%
- ٢٥%
- ١٥%

أجب عما يلي:

- لماذا تعتبر مراقبة الأسعار ضرورية في النمو الاقتصادي للشركة؟
- احسب سعر بيع طبق بالطريقة المختلطة وفقا للبيانات التالية:

تكلفة الأغذية: ١.٤٤€، متوسط تكلفة الأيدي العاملة في الدقيقة: ٠.٤€،عدد الدقائق ٧، مبلغ ثابت للنفقات العامة ١.٢€، ٤٥%

الفصل الخامس

منطقة البيع

متطلبات

يجب أن تتذكر، قبل دراسة موضوعات هذا الفصل، المعلومات الأساسية المتعلقة بالخدمة في قاعة المطعم، وخصائص المطاعم المختلفة، وأنواع المطابخ، والمنتجات التي تشكل العرض الغذائي، ومعايير كتابة قائمة الطعام.

أهداف

في نهاية الفصل ستكون قد تعلمت تنظيم قاعة الطعام، والبار، وفنيات الخدمة الأكثر ملائمة لكل مناسبة. كما ستعرف القواعد الأساسية لاختيار الشراب المناسب لكل طبق من الأطباق، وستدرك فنيات إعداد الكوكتيلات، والمشروبات.

محتويات :

١- قاعة الطعام
٢- تنظيم وإدارة خدمة القاعة
٣- المزاوجة بين الطعام والمشروبات

نافذة على الإنترنت

www.degustatoriacque.com: موقع اتحاد متذوقي المياه المعدنية ADAM، تساعد ارشاداته على تعلم كيفية تقدير أنواع المياه المعدنية المختلفة، وملائمة كل نوع منها لأطباق الطعام.

www.aibes.it: موقع الاتحاد الإيطالي لعاملي البارات. يحوي معلومات هامة حول طرق إعداد الكوكتيلات.

www.oifb.it: بوابة الكترونية تختص بفحص اتجاهات الاستهلاك خارج المنزل. وتوجد أقسام خاصة بالمواد الزراعية الغذائية، والخمور، والبيرة، ومقالات هامة حول عالم الأغذية والمشروبات.

www.beviresponsabile.it: موقع خاص باتحاد مصنعي البيرة والملت. يحفز استهلاك المشروبات الكحولية بشكل رشيد، ويحذر من مخاطر المبالغة في تناول الكحوليات.

الوحدة الأولى

قاعة الطعام

يتمثل نشاط البيع والتقديم في تقديم الأطباق للعملاء، ويحدث هذا في أماكن تختلف وفقا لنوع المطعم نفسه؛ فقد تُقدم الخدمة في صالات طعام أو بارات الفنادق، والمطاعم العامة، أو صالات طعام الشركات، أو المدارس، أو على متن الطائرات. ويعتبر توفير قاعة طعام مضيئة، ومرحبة، تتوفر فيها شروط السلامة الصحية عاملا رئيسيا في الترويج للمطعم.

الأهداف

- معرفة معايير تخطيط قاعة الطعام الرئيسية
- معرفة تجهيزات قاعة الطعام

جانبا

١. التخطيط
٢. تجهيزات القاعة
٣. قبو الخمور

١. التخطيط

إن قاعة الطعام هي مكان الاتصال بين العميل، والشركة، حيث تتشابك عدة أوجه مادية، ورمزية، مع القيم الاجتماعية. تتكون الخدمة من عناصر مادية ملموسة (أثاث القاعة، ثياب العاملين، تقديم الأطباق، ومذاق الطعام ورائحته)، وعناصر غير مادية (التهذيب، استعداد، وكفاءة العاملين).

يتسم تكوين المطعم، وأثاثه، بأهمية خاصة، حيث يساهم اختيار الألوان، والأشكال، والأثاث، والمفارش، في خلق أجواء مناسبة لاستقبال العملاء، وإشعارهم بالراحة في مختلف المواقف. يتم تحديد سعة القاعة، وقدرتها على الاستيعاب، وتنظيمها في مرحلة التخطيط، مع أخذ نوع وحجم الشركة في الاعتبار. وتشغل قاعة الطعام، على سبيل المثال، حوالي ٥٠% من مساحة البناء الكلية. أما في الفنادق، فيجب أن تسع قاعة الطعام ما يوازي ٧٠% من عدد أماكن المبيت، وترتفع هذه النسبة في الفنادق الموسمية إلى ٩٠%. وتميل الفنادق اليوم إلى تقديم الطعام إلى العملاء غير المقيمين أيضا، لأنه من المهم أن يكون للمطعم دخل منفصل عن دخل الفندق.

إلغاء الحواجز المعمارية

يجب أن تكون قاعة الطعام خالية من الحواجز المعمارية، بهدف ضمان سهولة الحركة للجميع، خاصة العجائز، كما يجب تجنب المسارات الطويلة للغاية بين مدخل المطعم، وقاعة الطعام، والانتظار وقوفا، وصعود وهبوط كثير من الدرجات. ومن الضروري توفير موائد بالقرب من المدخل للعملاء ذوي القدرات الحركية المحدودة، ومساحات واسعة للعملاء الذين يستخدمون مقاعدا متحركة، وإزالة قطع الأثاث التي تعوق السير. ولتيسير صعود أو هبوط درجات السلم، يجب تزويد جانبيها بسياج متين، وبمسطح جانبي منحدر. وفي حالة وجود تجهيزات آلية تسمح لغير القادرين بصعود درجات السلم، يجب أن يمتلك العاملون القدرة على تشغيلها. كما يجب أن يُشار بوضوح إلى المداخل، ودورات المياه المعدة خصيصا للمعاقين.

جانبا

يُقصد بالحواجز المعمارية العوائق المادية التي تتسبب في صعوبة الحركة، وتلك التي تمنع أو تحد من الاستخدام المريح والآمن لأجزاء، أو مكونات إحدى الأدوات، أو الآلات، وغياب الإشارات التي تتيح معرفة الاتجاهات، والأماكن، ومواضع الخطر.

مناطق العمل

يجب أن يكون الوصول إلى قاعة الطعام يسيرا، وأن تضم منطقة استقبال، وبار، ومنطقة للخدمات الصحية. كما يجب أن تضم أوفيس، وقد يوجد بها، كما هو الحال في الفنادق، كافتيريا. يجب أن تتواجد كل مناطق العمل قريبا من المطبخ، لتقليل المسافات التي يقطعها العاملون.

المدخل

يجب أن يكون المدخل واسعا، ويجب أن تكون منطقة استقبال العملاء مريحة.في المطاعم التقليدية، وتلك المخصصة لإعداد الولائم، توجد غرفة للمتعلقات، تُحفظ فيها قبعات، وسترات، ومظلات العملاء. وقد تزود منطقة الاستقبال بأرائك تُخصص للعملاء الذين ينتظرون تجهيز موائدهم. يقوم موظف الاستقبال بالترحيب بالعملاء لحظة وصولهم، وتقتصر مهمته على إجابة الهاتف، وتحديد المواعيد، واصطحاب العملاء إلى أماكنهم، وتحيتهم وهم ينصرفون. غالبا ما تُسند هذه الوظيفة إلى امرأة (مضيفة القاعة)، وتتمتع بأهمية خاصة في مطاعم الولائم، وحفلات الاستقبال، والعشاء.

يجب أن تُزود القاعة بإشارات داخلية، واضحة، كي تساعد العملاء على تحديد اتجاههم، وتعريفهم بمخارج الطوارئ. تُصمم الإشارات، في مطاعم الخدمة الذاتية، بشكل يجعل مسار العملاء إجباريا؛ فيبدأ من طاولة التقديم، ويمر بالخزانة، وينتهي في قاعة الطعام.

القاعة

تعتبر القاعة مكانا لعمل الموظفين، واستقبال العملاء في الآن نفسه. توزع المساحات داخل القاعة، بعد دراسة أبعاد المكان، ومسارات العاملين، ونقاط الاتصال بين مناطق العمل المختلفة (القاعة والمطبخ)، بشكل يحقق أعلى درجات سهولة الحركة، وتقديم الخدمة.

تُخطط مناطق البيع بطريقة توحي للعميل بجودة الخدمة؛ يجب أن تكون القاعة مريحة، تتناسب فيها أبعاد الموائد، والمساحات الخاوية، وتتحقق فيها أفضل شروط التهوية، والسلامة الصحية، كما يجب أن تكون مناطق العمل عازلة للصوت قدر الإمكان، للحد من سريان الضوضاء داخل قاعة الطعام. ويعتبر اختيار الإضاءة، وتوزيع عناصرها، بشكل يبرز قيمة المكان، عاملا أساسيا. وبينما كان يُفضل في الماضي استخدام تقنية الجلاء/القتمة، تُضاء اليوم مناطق العمل داخل القاعة بشكل متساوي. ويساعد استخدام أجهزة تحكم في كثافة الضوء على خلق أجواء مختلفة تبعا لوقت تقديم الخدمة. وتعتبر دراسة توزيع الإضاءة ذات أهمية خاصة في تلك الأماكن التي يختار فيها العميل "بعينيه"، كما هو الحال، على سبيل المثال، في مطاعم الخدمة الذاتية العامة، والجماعية. وتُباع اليوم فلترات، ومصابيح إضاءة، تكثف ألوان الأطعمة، وتُحسن من طريقة تقديمها، وتقضي على الانعكاسات المزعجة التي تبدو على واجهات العرض الزجاجية، أو على الرقائق الشفافة التي تُغطي الأطباق.

تم منع التدخين داخل الأماكن المغلقة غير المخصصة للمدخنين، منذ عام ٢٠٠٤. أما في المساحات المخصصة للمدخنين، والتي يجب أن تشغل حيزا أقل داخل قاعة الطعام، ويُشار إليها بعلامات واضحة، فيجب أن تُركب ٠أجهزة خاصة بتهوية، وتجديد الهواء..

متطلبات القاعة الانشائية

- مكان به إضاءة طبيعية جيدة، تدخل من نوافذ كبيرة، أو به إضاءة صناعية بيضاء لا تغير من ألوان الأغذية أو المشروبات.
- عازلة للصوت، تمنع دخول الضوضاء القادمة من الخارج، وتقلل من سريان الضوضاء الداخلية.
- أرضيات من الرخام أو الجرانيت، ولا يُفضل استخدام الباركيه (غير عملي في التنظيف)، أو الموكيت (لا تتوفر به شروط السلامة الصحية بشكل جيد).
- جدران مطلية أو مغطاة بورق الحائط، أو النسيج.
- تكييف مناسب مع درجة حرارة ورطوبة ثابتة.

جانبا

عام ١٧٢ افتتح في مدريد سوبر دي بوتين، أقدم مطعم في العالم، ولا يزال يعمل حتى الآن.

الأوفيس

يجاور الأوفيس القاعة، ويُخصص لاستخدام العاملين، ووضع الأطباق، والأكواب، والمفارش، وغيرها. وبشكل عام، يستضيف الأوفيس عمليات تجهيز تتصل اتصالا وثيقا بخدمة تقديم الطعام، مثل إعداد سلال الخبز، والأطباق الباردة، والسلطات، وغسيل الفاكهة، والخضروات، وهكذا. يزود الأوفيس بأحواض، وموائد، ورفوف، وماكينات تنظيف، وثلاجات لحفظ المشروبات، وماكينات لصناعة الثلج. يوجد الأوفيس بين قاعة الطعام، والمطبخ، ويعمل كحاجز يمنع دخول ضوضاء، وروائح المطبخ إلى القاعة.

الكافيتريا

في الفنادق، تنفصل القاعة التي يُقدم فيها الإفطار عن قاعة المطعم. وقد يكون حجم هذه القاعة صغيرا، نظرا لأن العملاء غالبا ما يتناولون الإفطار بشكل سريع، مما يجعل زمن استخدام المائدة وجيزا نسبة إلى زمن الوجبات الأخرى. يجب أن تكون الكافيتريا، الملاصقة لقاعة الإفطار، مجهزة بأوفيس به حوض، وثلاجة، وماكينة اسبريسو، وغلايات مياه، وموقد صغير (٢- ٤ شعلات)، وفرن ميكروويف، وجهاز تحميص التوست، وغسالة أطباق، وأطباق، وفناجين، وأكواب، ومفارش، ومخزن صغير للمنتجات غير القابلة للتلف. وتضم الكافيتريا تجهيزات خاصة أخرى توضع على بوفيه الإفطار مباشرة مثل الواجهات الصغيرة التي تحفظ البريوش، والمعجنات ساخنة، وجهاز طهو البيض الأوتوماتيكي، وحاملي المشروبات الساخنة (ماء ساخن للشاي، شيكولاته، لبن، قهوة)، والعصائر.

دورات المياه

يجب أن يكون عدد دورات المياه متناسبا مع قدرة المكان الاستيعابية، ولا يجب أن تطل مباشرة على القاعة. يجب أن تكون دورات المياه واسعة، يغطي جدرانها القيشاني، وتزينها الرسومات، وتنبعث فيها موسيقى خافتة. يجب أن يكون الصابون سائلا، ومتوفرا في موزعات خاصة، وقد تكون المناشف ورقية، أو آلية تُطلق الهواء الساخن. يجب أن تتم مراعاة نظافة المكان، وتوفر الشروط الصحية بدقة، وذلك عن طريق الفحص المتكرر طوال اليوم للتأكد من النظام، وتوفر الصابون والمناشف بشكل كاف.

عناصر وطراز الأثاث

ظهرت صالات الطعام المؤثثة بفخامة في حفلات،وولائم العصور الوسطى، وكانت تشمل مساحات واسعة يتحرك فيها العاملون، ويعرض فيها اللاعبون، والفنانون عروضهم. وكانت المطاعم الكلاسيكية تتسم بأناقة الأثاث، وصارت نموذجا لكثير من الفنادق، والمطاعم عالية الفئة. أما في المطاعم الصغيرة، فقد كانت منطقة البيع، حتى سبعينيات القرن الماضي، تتركز في مكان واحد، وتؤثث بموائد كبيرة، ومقاعد خشبية طويلة، لا تزال تستخدم حتى الآن في المطاعم التي تُقدم أجواء تقليدية. وبخلاف الماضي، تسعى المطاعم اليوم إلى تأمين خصوصية العملاء عن طريق توفير موائد أصغر حجما، منفصلة، أما في الفنادق، والمطاعم كبيرة الحجم، فتوجد أكثر من قاعة طعام، أو، بشكا عام، مساحات مجهزة لمناسبات مختلفة (صالات الإفطار- مطاعم ألاكارت- مطاعم بوفيه سريع- مطاعم غداء عمل- قاعات للولائم- روف جاردن، وغيرها). ويراعى تغيير طراز الأثاث، وأجواء الخدمة، والعرض في كل واحد من هذه المطاعم.

يجب أن يستوحى طراز القاعة من طراز الشركة العام، فقد يكون فاخرا (في الفنادق، والمطاعم، التي تقع في منشآت تاريخية، توجد قطع أثاث أثرية)، أو غير رسمي، أو تقليديا، أو حديثا، وهكذا. ولا يجب اختيار الأثاث وفق المعايير الجمالية فقط، بل يجب أن يكون عمليا، وقابلا للتلاؤممع مناسبات الاستقبال، والمؤتمرات. تسمح الجدران المتحركة، والفواصل، بمرونة معينة في تقسيم المساحات، وخلق مساحات تواءم احتياجات العملاء، وتعطي إحساسا بالدفء.

يجب أن يتماشى أثاث المطاعم التجارية مع الموضة، واتجاهات الذوق الحديث، لأنه يعتبر أحد العوامل المؤثرة في جذب العملاء.

الألوان في قاعة المطعم

يمكن لاستخدام الألوان بشكل مناسب في قاعة الطعام أن يُشعر العملاء بالرفاهية، والراحة. فقد أثبتت الدراسات العلمية أن الألوان تؤثر على حالة الإنسان النفسية، وبعض وظائفه الحيوية، فاللون البرتقالي، على سبيل المثال، يحفز الشهية، بينما يزيد اللون الأحمر من إفراز عصارات الهضم، ويعطي اللون الأخضر إحساسا بالشبع.

تنقسم الألوان إلى ألوان ساخنة (أحمر- أصفر- برتقالي)، وباردة (السماوي- الأخضر- الأزرق- البنفسجي). تثير الألوان الساخنة، بشكل عام، الرغبة في التواصل الاجتماعي، والشعور بالبهجة، ولكن يجب استخدامها باعتدال، كي لا يؤثر الشعور الزائد بالإثارة سلبا على تذوق الأطباق المقدمة. تعطي الألوان الباردة إحساسا بالهدوء، والاسترخاء، وتدعو إلى التأمل، لذا لا يفضلاستخدامها في صالات المطاعم.

يجب أن يكون مدخل المطعم ملونا، وجيد الإضاءة، لأن الأماكن المظلمة تعطي شعورا بعدم الترحاب. غالبا ما تهيمن على القاعة الألوان الساخنة؛ يعطي الأحمر، إذا اقترن بالذهبي، والأبيض، إحساسا بالرقي، والفخامة، بينما يوحي الأصفر بالترحاب.

لا يجب أن يكون طلاء الجدران زاعقا، لأنه يرهق العين، بينما تُكثف الألوان في المساحات الواسعة، ويُفضل أن يكون الطلاء واضحا. يساعد توزيع الألوان والإضاءة بشكل جيد على تحقيق التناغم، وعلاج العيوب؛ فعلى سبيل المثال، يبدو المطعم الصغير أكثر اتساعا إذا كانت الأرضيات، والأسقف فاتحة اللون، بينما تقلل الأرضيات والأسقف داكنة اللون من الإحساس باتساع المكان (لا يستخدم اللون الأسود أبدا).

ويعتمد اختيار ألوان الأرضيات، والأسقف أيضا، على اتجاه الغرف؛ فإذا كانت، على سبيل المثال، تتجه شمالا، ويشملها ضوء طبيعي بارد، فيجب استخدام ألوان ساخنة، ومكثفة، وعلى النقيض، إذا كانت تتجه جنوبا، لا يجب استخدام ألوان زاعقة وملتهبة بشدة. وفي المطاعم، التي تتجه صالتها نحو الغرب، يُفضل استخدام الألوان الباردة، حيث يضفي عليها لون الشفق الملتهب إحساسا بالدفء، بينما يُفضل في القاعات التي تتجه صوب الشرق، ويغمرها ضوء الشمس الدافئ، استخدام ألوان الباستيل الرقيقة.

٢. تجهيزات القاعة

يجب أن تتسم تجهيزات القاعة بالمتانة، والخفة، وسهولة تحريكها.

تجهيزات القاعة الأساسية

أثاث الخدمة أو الكونسول أو الباندورا	يجب تخصيص واحد لكل منطقة، وتُصف فيه الأدوات الصغيرة التي يحتاجها الجرسون أثناء عمله (أطباق، مفارش، أكواب)، زجاجات الزيت، مفارش، قوائم الأطعمة والمشروبات، دفاتر صغيرة لتدوين الأوامر.
المقاعد	تتسم المقاعد التي يمكن وضعها الواحد فوق الآخر بالعملية، بينما يقل استخدام الأرائك، والمقاعد ذات الأذرع لأسباب تتعلق بالمساحة، والشروط الصحية.
الموائد	يمكنأنتكونموائدالعملاءعلىأشكالمتعددة: مربعة،مستديرة، مستطيلةأوبيضاوية. وتعتبرالموائدالمربعةهيالأكثرعملية،وفاعليةمنحيثتنظيمالموائد،لإمكانيةضمها لموائدأخرى،وتطويلهاعنطريقالوصلات،الخ. أماالموائدالمستديرةفهيأكثر أناقة، وتستخدم بشكل عام، في الولائم.ويندر استخدام الموائدالمستطيلة.
عربات التقديم	تتعدد استخداماتها: فهي تحمل الأطباق، والمشروبات، وتستخدم في خدمة التقديم بالجريدون، وفيمواقفأخربمتعددةأثناءالخدمة، كنقل الأطباق الحرارية من المشويات أو المسلوق، أو تقديم المقبلات،والجبن،والحلوى.
الواجهات الزجاجية	تستخدم لعرض المقبلات، أو الحلوى، ويُفضل استخدامها على عربات التقديم، لأنها تحفظ المنتجات الغذائية.

المفارش

قد تكون من الكتان (الأغلى سعرا)، أو من القطن (الأكثر استخداما). في المطاعم المتوسطة، والجديدة، تُستخدم المناشف الورقية، أو المصنوعة من قماش خفيف، وتستعمل مرة واحدة فقط. يجب أن تتناغم ألوان المفارش مع ألوان القاعة، والأطباق. يعتبر استخدام المفارش ذات ألوان الباستيل (الكريم- الخوخ- وخلافه)، أو تلك التي تميل إلى الرمادي حلا ملائما لأنها رقيقة، وتبعث على الاسترخاء، بينما تبدو توليفة الألوان الداكنة (أزرق- أحمر- كثيف- ذهبي) أكثر أناقة. وقد يتنوع لون المفارش والمناشف وفقا لمناسبة الخدمة؛ فعلى سبيل المثال، يمكن اختيار الألوان الحيوية للإفطار، والألوان الرقيقة للعشاء. في الماضي، كانت المفارش جميعها ملكا للشركة، وكان يتم تنظيفها في غسالات داخلية (كما هو الحال في الفنادق)، أو خارجية (كما في المطاعم)، أما اليوم فتلجأ الشركات إلى تأجيرها من مختصين.

أنواع المفارش

المفارش القياسية	تكونمستديرةأومربعةحسبشكلالمائدة، وهيذاتحجممناسب،بحيثتتدلىعلىالجوانبحتىمستوىالمقاعد. تعتبرالمفارشالكبيرةأيضا مفارشا قياسية، فهيتغطيالمائدةحتىتتصلإلىالأرض.تصبحالموائدالمغطاةبتلكالمفارش أكثرجمالاوأناقة،لكنهاتكونأقلراحةبالنسبةللعملاءوليستعمليةبالنسبةللعاملين.
المفارش الصغيرة (غطاء البقع)	هو مفرش أصغر حجمادعتإليهالحاجةللتوفيرفيالمفارشالأساسية،لأنها، لكبر حجمهاأقل فيتكلفةالغسيل،والكي،والاستبدال،كماأنلهأيضا وظيفة هامة في إحداث تباين بين الألوان.
مناشف المائدة	هناكنوعانمنها،أحدهماللعملاء،والآخرللخدمة، يستخدم النوعالأخيرمنقبل الجرسون أثناء العمل في القاعة، ويكونمننسيجأكثرسمكا ومتانة فيأغلبالأحيان، ولونهأبيض.
مناشف صغيرة	هي مناشفصغيرةتستخدمفيالأغراضالمختلفةللخدمة.
بطانة المفرش	عبارةعنقماشيوضعبينالمائدةوالمفرشولهعدةوظائف: • يخففمنحدةالأصواتعندوضعالأشياءفوقالمائدة(الأطباق -

	الزجاجات،الخ). • يجعل المفرش مستقرا فوقالمائدةويحولدونانزلاقه. • يمتصالسوائلالتيقدتنسكبخطأ. • يحميالمائدةمنالحرارة،والصدمات،والخدش . • يطيلمنعمرالمفرشبفضلالتقليلمناستخدامهعندالأطراف

الأوانيالخزفية (أطقم الصيني)

تؤدي الأوانيالخزفية وظيفة عملية، وأخربجمالية. غالباما تلجأ الفنادق والمطاعم إلى إكساب معداتها طابعاشخصياعنطريقوضعالعلامةالخاصةبهاعلىتلكالأواني.إنالمادةالأكثراستخدامافي صناعة الأواني هيالبورسولين،ولكن قد تستخدم مواد أخربمثلاالزجاجوالسيراميك. ويجبأنتجمعهذهالأوانيبينخاصيةالمقاومةالجيدةللصدمات،والكسر،والخدش،والتلفوميزةالوزنغيرالثقيل.

تعتبر الأواني ذات اللون الأبيض هي الأكثر استخداما، لأنها تبرز ألوان الأطعمة، ولها تأثير مريح للبصر. وتستخدم أيضا ألوان الأحمر، والأزرق، والأصفر (الألوان الثلاثة الرئيسية)، والأسود، والبرتقالي، والبنفسجي (الألوان الثانوية)، ويندر استخدام اللون الأخضر. وقد يحفز تقديم الأطعمة ذات الألوان الرقيقة في أطباق ملونة من شهية العملاء. وفي الأطباق الحمراء، أو الزرقاء، يمكن تقديم الأطعمة المائلة للون الأصفر، حيث تتضاد هذه الألوان، ويبرز بعضها بعضا. ويناسب الطبق أزرق اللون كافة الأطعمة فاتحة اللون، أو المائلة للبياض، بينما لا يُفضل استخدامه مع الأطعمة البنية أو الخضراء، لأنها تختلط بلون الطبق، وتعطي إحساسا بالفراغ. يبرز الطبق ذو اللون الأصفر كافة الأطعمة الحمراء، والبنية. وفي بعض الأحيان، تُستخدم الأطباق الشفافة، لكن يجب أن تتلاءم مع مفارش المائدة، التي يبرز لونها الطعام المقدم، وقد يخفيه.

قد تكون الأكواب من الزجاج، أو الكريستال (راقي، لكنه هش ومكلف)، ويجب أن تكون شفافة تماما، كي لا تغير من لون المشروبات، وخاصة الخمور. وقد تكون أدوات المائدة من الصلب إينوكس أو الفضة.

أنواع الأواني والأدوات الرئيسية

أطباق	من البورسلين أو الفخار، ذات أبعاد قياسية: - ٢٠ سم طبق المقبلات، أو الحلوى - ٢٢ سم طبق عميق - ٢٤- ٢٨ سم طبق مسطح

	- ١٦ سم طبق صغير للخبز - ٣٠ سم طبق الإشارة للمكان، وله وظيفة جمالية فقط.
أدوات مائدة	ملاعق صغيرة وكبيرة: ملاعق الجيلاتي، والقهوة، والشاي. شوك صغيرة وكبيرة، للسمك، والمحار، والصدفيات. سكاكين كبيرة وصغيرة، لفرد الزبد، والسمك، والبفتيك. كلابة القشريات.
أكواب	كؤوس مياه، وخمر، وفلوت للمشروبات الفوارة، والشمبانيا، وكؤوس المشروبات الفوارة الحلوة، وأكواب، وكؤوس مختلفة للمشروبات الكحولية.
مكملات	سلال الخبز، والفاكهة. معدات الميناج menage، ودلو الثلج.
أدوات أخرى	فناجين الكونسوميه، جاروف التورتة، قطاعة التارتوفي، وغيرهم.

يتكون الميناج من حاملة الملح، والفلفل، وزجاجة الزيت، والخل، ومطحنة الفلفل، وحامل الجبن المبشور، والسكرية.

نهاية الوحدة الأولى

ضع علامة صواب أو خطأ:

- في مطاعم الفنادق الموسمية يجب أن تعادل المقاعد ٩٠% من أماكن المبيت.
- يوصى بأن تكون أرضيات صالات الطعام من الباركيه العملي والصحي.

اختيار من متعدد:

من معدات الميناج:

- الأطباق
- زجاجة الزيت، وحامل الجبن المبشور
- أدوات المائدة
- أطباق الإشارة للمكان

أجب عما يلي:

- مما تكون أدوات المائدة في القاعة؟
- في أي شيء يُستخدم مبطن المفارش؟

الوحدة الثانية

تنظيم وإدارة خدمة القاعة

يتطلب العمل داخل القاعة إدارة ممنهجة تساعد على أداء العمليات الضرورية على أتم وجه، وإقامة علاقة سليمة مع العملاء، وتقديم خدمة فعالة، وعالية الجودة. يجب أن تنظم خطة العمل بدقة مع مراعاة تحديد أدوار العاملين، وطرق الخدمة.

الأهداف

- التعرف على مهام موظفي قاعة الطعام
- معرفة كيفية تنظيم العمل داخل القاعة في كافة مراحله

جانبا

١- طاقم القاعة

٢- تنظيم الخدمة

٣- تقديم الخمور

٤- الاتصال مع العملاء

صورةجرسون يقدم الطعام

١. طاقم القاعة

يتولى طاقم القاعة، في المطاعم التقليدية، تقديم الوجبات للعملاء، بينما يتولى هذه المهمة، في المطاعم الجديدة (الخدمة الذاتية- الوجبات السريعة)، الموظفون خلف البار، وفي أشكال المطاعم الأخرى، موظفون عدة (مضيفات، ومضيفين على متن الطائرة).

في المطاعم التقليدية، تبدو مهمة موظف القاعة مركبة، فهو يرشد العميل في اختياره للأطباق التي سيتناولها، وما سيصاحبها، ويراعي، في الوقت نفسه، مصلحة الشركة التي يعمل بها.

وكما حدث مع طاقم عمل المطبخ، انخفض عدد موظفي القاعة، وذلك بسبب الاتجاه العام إلى إلغاء المهام الهامشية، والخاصة، كمسئولي شواء الطعام داخل القاعة، وغيرهم.

مدير القاعة

هوالمسئولعنإدارةالمطعممنالناحيةالإداريةوالتنظيمية، ويقوم بدراسةالتكاليفوالأرباحوالعائد،ويعتنيبأمرالعملاءبالاشتراكمعالعلاقاتالعامةويتولىالدعاية، كمايتولىأمراختيارالعاملين،وتحديد ساعات عمل كل منهم، وأيام عطلاته، وتنظيمالدوراتالتدريبيةالداخلية. يجب

أن يمتلك القدرة على إقامة علاقات جيدة مع العملاء، ومع مرؤوسيه.

المتر

هو المسئول عنالعملفيالمطعم،فهويضعويديرنظامالخدمة،ويستقبل العملاء، ويأخذالطلبات.يظلعلىاتصالدائمبمديرالأغذيةوالمشروبات،وقطاعالاستقبال، والشيف الذييتعاونمعهفيوضعقائمة الطعام.وفيالأعواماالأخيرةأصبحمسئولاعنالمشكلاتالاقتصاديةفيإدارةالمطعم. المتطلباتالرئيسيةلهذاالعملهي: معرفةقويةبالمطبخ،وبالمأكولات، والمشروبات، ثقافةواسعةفيمايتعلقبالتغذية،والنظافةوتنظيمالعمل،ملكاتومعلوماتتجاريةوإدارية، قدراتتنظيميةكبيرة، معارفثقافيةمتميزةبالإضافةإلىالمعارفالمهنية، لياقةشديدةوحسنتصرفوقدرةعلى التواصل مع العملاء، وطاقم العمل.

شيفدورانج chef de rang ومساعديه

هم المسئولونعنالخدمةفيمناطقالمطعم المختلفةrang. يهتمون بتنفيذوالعنايةبكلمراحلالخدمة: تجهيز الموائد، طلب، وسحب الأطباق من المطبخ، وخدمة العملاء، ورفع الأطباق من المائدة. في الماضي كان المعاونون ينقسمون إلى commis de rang (مساعد الشيف دو رانج في عمليات تجهيز المائدة وخدمتها)، و commis de suite (جرسون يحمل المشروبات من المطبخ إلى القاعة)، commis débarrasseur (جرسون يختص برفع الأطباق من المائدة)، بينما يقوم، اليوم السيف دو رانج بشتى المهام.

مدير الخمورwine manager

هو مسئول عن قطاع الخمور في الشركات الكبرى. يختار المنتجين، والعلامات التجارية، التي توافق طعام قوائمه على أفضل وجه، ويبرمج المشتريات وفقا للميزانية التي تقررها الإدارة. يتحقق من جودة الخمور المشتراة، ورضاء العملاء عنها، ويقرر استراتيجيات تنشيط المبيعات.

سوملييه sommelier

هو المسئول عن حفظ، وبيع، وتقديم الخمور في المطاعم الراقية. وفي حالة عدم وجود مدير الخمور، يختار هو الخمور التي سيتم شراؤها، وينصح بنوع الخمور المناسب لكل طبق من الأطباق.

٢. تنظيم الخدمة

تنقسم الخدمة داخل القاعة إلى عدد من الأنشطة:

- تجهيز القاعة
- خدمة العملاء
- إعادة الترتيب

مراحل الخدمة داخل القاعة

تجهيز القاعة	نظافة المكان، وتجهيز المعدات، وأدوات المائدة. إعداد الموائد. تجهيز الخدمة: فحص الخبز، والمشروبات. تجهيز البوفيه
خدمة العملاء	استقبال العملاء، خدمة العملاء
إعادة الترتيب	نظافة، وإعادة ترتيب، ومنطقة العمل.

تجهيز القاعة

يجب ترتيب القاعة، بحيث يوضع كل شيء في موضعه، وتكون كل الأدوات اللازمة للخدمة في متناول اليد. يجب أن يُنظف المطعم بعناية، وتتم تهويته، ويزال الغبار من فوق قطع الأثاث، كما يجب أن تكون النباتات يانعة، وفي أفضل مظهر.

يجب أن تصف الموائد بطريقة لا تعوق أداء الخدمة. وبشكل عام، يُفضل استخدام الموائد الصغيرة على الكبيرة؛ ويعتبر محاذاة الموائد لبعضها البعض هو الوضع الأفضل، بشرط أن تُترك بين المائدة، والأخرى، مسافة لا تقل عن ٥٠- ٦٠ سم، تسمح بالحركة. لكل عميل، تُخصص مساحة تتراوح بين ٨٥. و ٢ متر، تبعا لنوع المطعم؛ فالمطاعم الجورميه، على سبيل المثال، تتيح مساحة أكبر للعميل، بينما تقل تلك المساحة كثيرا في مطاعم الخدمة الذاتية، والمطاعم الجماعية، مع الحفاظ على مستوى مقبول من الراحة.

إعداد الموائد

تُجهز الموائد بوضع بطانة المفرش، والمفرش، ومفرش البقع، وسلة أو طبق الخبز الصغير، وأدوات المائدة، ورقم المائدة، وطفاية، إذا كانت المائدة في الجانب المخصص للمدخنين. وفي المنتصف، توضع الزهور (غير فواحة)، في أوعية من الكريستال، أو الفضة، أو أي معدن آخر ثمين، أو تغرز في اسفنجة، وتُقدم في تشكيلات متنوعة. يجب أن تتناسب باقات الزهور مع شكل، وأحجام الموائد؛ فعلى سبيل المثال، تكفي باقة قطرها ٣٠ سم لمائدة تسع من ٨ إلى ١٠ أفراد، بينما يحتاج البوفيه إلى أكثر من باقة، توزع عليه. يمكن إعادة استخدام الزهور، مع مراعاة حفظها في مكان في مكان جيد التهوية، وإزالة أطراف السيقان، والأوراق، والبتلات الذابلة، وتغيير المياه بشكل منتظم.

وقد تستخدم الشموع بدلا من الزهور. تلاءم الشموع وجبة العشاء، ويجب أن يناسب لونها فرش المائدة. تمنع الشمعدانات تكوين قطرات الشمع على المفرش، وتحافظ عليه نظيفا. توقد الشموع لحظة جلوس العميل على المائدة. ويجب أن يراعى، عند استخدام الزهور أو الشمع، ألا تتجاوز في ارتفاعها عين العميل، كي لا تعوق

المحادثة بين الجلوس على المائدة.

إعداد الكوفيرCouvert

لا توجد قواعد ثابتة في إعداد الكوفير، ويُقصد بهكل ما يوضععلىالمائدةلكلفردقبلوصولالعملاء: مناشف،أكواب،أدوات،طبقالإشارةإلىالمكان،والخبز.

إننقطةالانطلاقفيتنظيمهذهالأشياءهيالمركز،والذيقديتكونمنمنشفةأوطبقإشارةللمكان(أوطبقعادي)وفوقهاالمنشفة.

بعدالانتهاءمنالمركزننتقلإلىباقيالأشياءعلىالمائدةبالترتيب التالي: أولاالأدوات (عادة بدءاً بالسكينالكبير)، ثمالأكواب،وأخيرا ً طبقالخبز،وقديكونمعهسكينهالصغير. توضع السكاكين،والملاعقفيالجانبالأيمنمنالكوفير، دائما في نفس المستوى على مسافة ١ سم من الحافة، ويتوجهنصل السكين نحو الوسط، إي إلى اليسار. توضعالشوكعلىاليسارباالتدريج: الأولىنحوالداخلعلى بعد بعد ١ سم من حافة المائدة، والثانيةإليسارهاأعلىقليلا، والثالثة في نفس مستوى الأولى على بعد ١ سم من الحافة. يحدد لكل عميل مساحة بعرض ٤٥- ٦٥ سم، وعمق ٣٥ سم.

في حالة قائمة الطعام الثابتة، يمكن إعداد الكوفير مسبقا. ويكون الكوفير أكثر تعقيدا في الولائم، حيث يزداد عدد مراحل القائمة، وتوضع أدوات مائدة للمقبلات، ويُضاف كأسا آخر للمشروب الفوار الحلو.

تسلسلالإعداد

يجب

استخداماالأدواتوفقالترتيبهاعلىالمائدةمنالخارجإلىالداخل،لذلكنجدعلىالأطرافيأبعدنقطةمنالمركزأدواتالمقبلات،ثما لأدواتالخاصةبالطبقالأول،وفيالنهايةعلىجوانبالمنشفةوالطبق،الأدواتالخاصة ًبالطبقالثاني.

ونتيجةلذلكعندوضعالأدواتنبدأبتلكالتيتستخدمفيالنهايةوالتيتوضعفيالداخلقريبامن المركز، فيتموضعالأدواتالخاصةبالطبقالثاني أولا، ثمتلكالخاصةبالطبقالأول،وفيالنهايةالأدواتالخاصةبالمقبلات، والحلوى إذا كان مقررا لها أن توضع.

خدمة العملاء

تمثل لحظة تقديم الخدمة إحدى نقاط الاتصال الهامة مع العميل. يقدم الجرسون قائمة الطعام، ويحاول توجيه العميل إلى أطباق اليوم، أو تلك التي تعبر بأفضل طريقة عن طراز المطعم.

يعتبر التفاعل الجيد، والتكامل، بين طاقمي القاعة والمطبخ، عنصرا أساسيا في تقليل الزمن الذي يفصل بين طلب الطعام، وتقديمه إلى العميل. ولهذا، يجب على مسئولي الأقسام، عقد اجتماع وجيز، قبل بدء العمل، للاتفاق على طرق الخدمة، ولإعلام المتر، في حالة قائمة ألاكارت، بالتنوعات المحتملة، وأطباق اليوم، والأطباقالخاصة التي يمكنها أن تجذب انتباه العملاء. ويجب أن يلتزم موظفو القاعة بما هو متفق عليه، وتنبيه

العميل بتهذيب إلى الطلبات صعبة التنفيذ.

ويكون من اللائق، التواصل مع العملاء مرتين على الأقل أثناء الخدمة، للتأكد من أن كل شيء في موضعه، وأن الأطباق تحظى برضاء العملاء. كما يجب توجيه التحية للعميل بود، وشكره، لحظة انصرافه.

خدمة ألاكارت

في خدمة ألاكارت، يسجل المتر طلبات العملاء على نموذج خاص، ويكتب عليه تاريخ اليوم، ورقم المائدة، وعدد العملاء. يحرر النموذج تلقائيا من ثلاثة نسخ، تُسلم إحداها إلى المطبخ. تمتلك الشركات اليوم مسجلات أوامر الكترونية (بطريقة لمس الشاشة touch screen)، وتُرسل الأوامر منها مباشرة إلى المطبخ، والخزانة. يراعى إعطاء الأولوية للنساء، والعجائز، أثناء تسجيل الطلبات، وتقديمالأطباق. يجب أن تتم خدمة التقديم بسرعة، مع التعريف بأسماء الأطعمة، ووضعها أمام العميل بطريقة تجعل شعار الشركة واضحا أمامه.

أنماط خدمة المائدة

تعتبر خدمة المائدة هي اللحظة الرئيسية في العمل داخل قاعة الطعام، وثمرة التزام وعمل كل العاملين بها. وتتنوع أنماط خدمة المائدة كما يلي:

الخدمة على الطريقة الإيطالية (التقديم في الطبق):يوضعالطعامفيالمطبخمباشرةفيالأطباقالخاصةبالعملاء، ثميأخذالجرسونالأطباقبيدهوينقلهاإلىالقاعة،ويقوممباشرةبتقديمهامنالجهةاليمنى. في المطاعم الراقية، التي تقدم مطبخا ابداعيا، تُغطى الأطباق الساخنة بالكلوش، ويكتسب التقديم أناقة مميزة.

الخدمة على الطريقة الفرنسية: تنقسم إلى نوعين: خدمة مباشرة وغير مباشرة. في النوع الأول، يقومالعاملونفيالمطبخبوضعالطعامفيالصينية،ثميأخذالجرسونالصينية،ويقفبهاعلىالجانبالأيسرللعميل، ويعطيهفيتلكالأثناءالكليبسclips،ثميقومبعدذلكالعميلبغرفالطعاموضعهفيطبقه. أما في النوع الثاني، فيقومالعاملونبالمطبخبوضعالطعامفيالصينية،ثميضعالجرسونالصينيةمعالكليبسمعلقعلىالحافةمباشرةعلىالمائدة. يقومالعملاءبخدمةأنفسهمعنطريقأخذالطعاممنالصينيةووضعهفيأطباقهم.

الخدمة على الطريقة الإنجليزية (التقديم في الصينية): يعدالطعامفيالصينيةالخاصةبصنفمعين،ثميأخذالجرسونالصينيةإلىالمائدة،ويبدأالتقديممنالجهةاليسربعنطريقأخذالطعاممنالصينيةباستخدامالكليبس، ووضعهأمامالعميل.

الخدمة على الطريقة الروسية (التقديم باستخدام الجريدون Guéridon): يقومالعاملونبالمطبخبوضعالطعامفيصواني،ثميحملالجرسونالصوانيوالأطباقإلىالجريدونالموضوعأمامائدةالعميل

ل،ثميبدأبغرفالطعامفيالأطباق،ثمتؤخذالأطباقبعدذلكمنفوقالجريدون،وتقدمإلىالعملاءمنالجهةاليمنى. وتتميز هذه الخدمة بالأناقة، وتتطلب كفاءة وخبرة من الجرسونات.

وكما حدث مع العمل داخل المطبخ، صار تنظيم العمل في القاعة أبسط، مع مرور الوقت، بقصد توفير نفقات الأيدي العاملة، وتقليل زمن خدمة الوجبات، وبما يضمن إرضاء احتياجات العميل بشكل أسرع من السابق. واليوم، يعتبر نمط الخدمة الأكثر تطبيقا، هو النمط الإيطالي، بينما يُطبق النمط الإنجليزي في الولائم حيث يُخصص جرسون واحد لكل ٢٠ عميل.

تعني كلمة dressare ترتيب الأطعمة التي ستقدم إلى العميل بطريقة حسنة على الصينية، أو في الطبق.

الخدمة في البوفيه

تتميز الخدمة في البوفيه، كما هو الحال في كافة أنواع الخدمة الذاتية، بالسرعة، والطابع غير الرسمي، وتسمح بتقليل نفقات الأيدي العاملة. وتنقسم خدمة البوفيه إلى نوعين؛ يتم أولهما، والعملاء وقوفا، مع وجود بعض المقاعد والطاولات التي توضع عليها الأطباق، دون وجود تجهيزات تتطلب استخدام السكين. ام النوع الثاني، فيتم على المائدة؛ وقد يقوم العميل بالخدمة بنفسه، أو يحتاج إلى معاونة من عمال البوفيه الذين يقفون خلف موائد التقديم. وفي حالة تقديم الخدمة على المائدة، يجب توفير عمال لتنظيف، وإعادة ترتيب الموائد.

يجب أن يكون تجهيز البوفيه عمليا وجذابا، مع وضع الزهور، والنباتات، وتشكيلات من الفاكهة، وتجهيزات من الحلوى. يجب أن تُصف الأطباق على بعد ١٠ سم من حافة المائدة، وأن تكون مزينة؛ وقد توضع الأطباق تباعا وفق ترتيب مراحل القائمة، أو توضع جنبا إلى جنب منذ اللحظة الأولى. تُصف الأطباق الساخنة، قبل بدء الخدمة بقليل، وتوضع داخل صواني حرارية. توضع الأصناف المميزة في منتصف مائدة العرض، بينما توضع الأصناف الجانبية إلى اليمين واليسار. لابد من حفظ كميات من الأصناف الرئيسة في صواني حرارية، وتقديمها في حال نفاد الكميات المعروضة على البوفيه.

ترتبالأطباق، وأدوات الطعام على المائدة، بينما توضع المشروبات في بوفيه منفصل. تصف خلف البوفيه موائد طويلة، يوضع عليها الصواني، والأدوات المتسخة.

يلائم البوفيه العديد من المناسبات: الإفطار، واستراحة القهوة، والبرانش، وغداء العمل، وحفلات الاستقبال، والكوكتيل، وحفلات العشاء، وتُقدم فيها الأطباق الباردة، أو الساخنة، أو كليهما. وفي الغداء أيضا، يمكن إقامة بوفيه مكون من بعض المراحل فقط (مقبلات- سلطات- حلوى).

البوفيه هو مائدة تستخدم في:

- العرض فقط، وتعرض عليها منتجات موسمية بغرض بيعها (في هذه الحالة يُفضل استخدام الواجهات

الزجاجية المبردة)

- العرض وتقديم الأطباق الجاهزة (تُغطى المائدة في الأغلب بمفارش طويلة تصل إلى الأرض)
- التقديم فقط، تقدم فيه كميات من الأطعمة لا يصلح الجريدون لحملها (أطباق الأسماك الكبيرة، وقطع اللحم الضخمة، وكعكات الزفاف، وغيرها)

إعادة الترتيب

بعد انتهاء الخدمة، توضع المنتجات الغذائية في الثلاجة، ويعاد ترتيب كافة المعدات، ومناطق العمل. ووفقا لتنظيم العمل داخل المطعم، قد يقوم القائمون على الخدمة في القاعة بغسل الأكواب. بعد انتهاء غداء منتصف النهار، يجب تجهيز القاعة، وإعدادها للعشاء، وتنظيفها بعناية. وبعد انتهاء وجبة المساء، يعاد تنظيم كافة مناطق العمل، ويؤجل تنظيفها، وتجهيزها إلى صباح اليوم التالي.

٤. الاتصال مع العميل

يحدد العميل صورة الشركة من خلال موظفيها الذين يتواصلون معه، ولذا تتسم طريقة عمل موظفي القاعة بالأهمية البالغة لأنها تكون صورة الشركة، وتنشط عملها.

وتوضح دراسات التسويق أن الاستقبال، والعشر دقائق الأولى من وجود العميل داخل المطعم تحسم شعور العميل نحو جودة المكان، والخدمة، لذا لا يجب أن تمر هذه المراحل الأولى دون إبداء الود، والترحاب، والتهذيب.

أثناء الخدمة، يجب أن يبدي العاملين قدرة كبيره على الانصات، وإقامة حوار، وفطنة تجعلهم يستبقون طلبات العميل. ويمكن إقامة اتصال جيد مع العميل عن طريق تقديم الجرسون لنفسه، وأن يحتفظ بابتسامته، ويقدم قائمة الطعام بشكل مناسب، وموحي. وفي حالة وجود سوء فهم، يجب ترك العميل يتحدث دون مقاطعة، حتى ينتهي من عرض وجهة نظره، والصعوبات التي واجهها، وتجنب إبداء أي تعليقات سلبية. وفي أية حال، يجب تقديم الاعتذار، مع إبداء الاستعداد لحل المشكلة، أو استدعاء مدير القاعة إذا لزم الأمر.

وفي حالة تقديم الخدمة إلى مجموعات(عائلات- شباب- مشاركون في مؤتمر- الخ)، يجب التعرف على قائدها، والتوجه إليه بالحديث أولا.

أنواع العملاء

راقي- مهذب- أنيق	يعتاد ارتياد المطاعم، يبحث عن مستوى راق من الخدمة والمهنية، يتقبل النصيحة، ولكن بشكل غير مباشر
اجتماعي- واثق من نفسه	يمتلك ثقافة عامة، وغذائية، يبحث عن الاهتمام، يجب الاستماع إلى طلباته، والإجابة عليها بوضوح وتهذيب، وتهنئته على الاختيارات التي قام بها
هاديء- صبور	يسأل كثيرا حول أطباق القائمة، والمشروبات، ويختار ببطء، يجب الإجابة على أسئلته بثقة، دون إبداء ملل أو ضيق
خجول- متردد	عاطفي، ومتوتر، يجب إشعاره بالراحة، وإرشاده بالنصائح، دون استغلال سلبيته الظاهرة
عصبي	مستعد للشكوى، وإبداء النقد، يُفضل طمأنته، وتقديم النصح له بمهنية، والحصول على تأكيد منه على اختيار كل طبق
متطفل- مدعي- غير مهذب	غير صبور، ومتطلب، يجب تقديم الخدمة له بهدوء وحسم

نصائح للتواصل مع العملاء

- عندما تجيب على الهاتف، يجب أن تتسم بالود، والترحاب. تمنى "يوما طيبا" على الفور، وقل اسم المطعم بوضوح.
- حيي العملاء بـ "صباح الخير"، "مساء الخير"، أو "عصر طيب": إذا لم تعرف اسم العميل، توجه إليه بلقب السيد أو السيدة.
- عندما يدخل أحد العملاء، وجه إليه اهتمامك على الفور، حتى لو كنت مشغولا، وقل: "سأكون مع سيادتك على الفور"، أو "لتسترح سيادتك، وسأكون معك خلال ثواني".
- تجنب قول "لا". ويمكن التعبير عن الرفض بصيغ أخرى أكثر ودا، مثل "من الصعب أن تجد..."، "يمكنني أن أقترح على سيادتك..."، وغيره.
- استخدم دائما تعبيرات مثل: عفوا، شكرا، ويؤسفني.
- لا تناقش العميل أبدا (الزبون دائما على حق).
- عندما يخرج العميل من المطعم، وجه إليه تحية وداع ودية، وأضف إليها مع العملاء المعتادين عبارات

أخرى مثل: "يسعدنا دائما مجيئك".

- عندما يعود أحد العملاء برفقة أشخاص آخرين، لا تذكر زياراته السابقة، ولكن تذكر طاولته المميزة، وذوقه، وعاداته.

استقبال العملاء ذوي الإعاقة

يجب مساعدة العملاء ذوي الإعاقات المختلفة (حركية- حسية) على الاستفادة بأفضل طريقة من مساحة وتجهيزات المطعم. ولتقديم المساعدة، يجب على الجرسون أن يدرك على الفور نوع المشكلة، واحتياجات العميل.

عند وصول العميل ذي الإعاقة، لا يُفضل تركه ينتظر طويلا؛ وأثناء الخدمة، يجب أن يتوجه الجرسون إليه مباشرة، وليس إلى أفراد أسرته، أو رفاقه، حتى لو تطلب ذلك وقتا أطول. وعند تقديم القائمة، يجب تنبيه العميل الكفيف إلى الأطعمة ذات العظم، أو الشوك، والتي قد تمثل إزالتها صعوبة بالنسبة له.

في حال وجود خدمة البوفيه، أو الخدمة الذاتية، يجب التأكد من أن العميل المعاق لا يحتاج مساعدة، ولابد من أن يبدي الجرسون استعداده الدائم للمساعدة. ويمكن أن توضع في خدمته عربات تقديم طعام لتحمل الأطباق إلى مائدته.

نهاية الوحدة الثانية

ضع علامة صواب أو خطأ:

مع العملاء الراقين، والهادئين، والمهذبين، يجب التصرف بحسم.

اختيار من متعدد:

الخدمة على الطريقة الإنجليزية تتم:

- في الطبق
- في الصينية مع الجرسون الذي يستخدم الكليبس
- في الصينية التي يمسكها الجرسون، ويقوم العميل بخدمة نفسه
- في الجريدون

بوفيه التقديم فقط يفيد في:

- عرض المنتجات الموسمية
- تقديم الخدمة الذاتية
- تقديم أطباق جاهزة للاستهلاك
- عرض مراحل خاصة من القائمة

أجب عما يلي:

- ما هو دور السوملييه؟
- كيف يتعامل موظفو القاعة مع العميل ذي الإعاقة؟

الوحدة الثالثة

المزاوجة بين الطعام والمشروبات

تولي المطاعم الحديثة عنايتها إلى تنويع المشروبات (البيرة- المياه- الشاي) التي تصاحب الأطباق المقدمة.

الأهداف

- معرفة كيفية المزاوجة بين الطعام والمشروبات

جانبا

١. تذوق الطعام
٢. المزاوجة بين الطعام والمشروبات

١. تذوق الطعام

يشمل التذوق تحليل الأطعمة، والمشروبات عبر الحواس المختلفة، لتقييم خواصها، وجودتها العضوية. وتوجد تقنيات لتذوق شتى المنتجات الغذائية، بدءا من زيت الزيتون، والجبن، والنبيذ، والقهوة، والخبز، والعسل، وحتى الخل الأبيض، والأحمر، والبلسمي. ويخضع المنتج، أثناء التذوق، لتقييم كافة الحواس (نظر- شم- تذوق- لمس- سمع)، التي تتكامل وتؤثر على مستوى الرضا الذي يحققه المنتج.

تمر مرحلة تذوق الطعام بـ ٥ مراحل:

- تحليل بالبصر: لتحديد نوع ومظهر المنتج
- تحليل بالشم: لتقييم رائحة المنتج
- تحليل بالتذوق: لتقييم الطعم
- تحليل باللمس: لتقييم قوام المنتج (تماسكه- هشاشته- مرونته- مطاطيته، وخلافه)
- تحليل بالسمع: لتقييم صلابة المنتج، وقرمشته

يعتبر تحليل المذاق هو الأكثر أهمية، ويمكن تصنيفه إلى:

- مذاق حمضي، لاذع، يميل إلى المرارة (مذاق قوي)
- حلو، يميل إلى الحلاوة والدهنية (مذاق ناعم)
- مذاق زيتي
- عطري
- مُبَهر (به بهارات)

٢. مزاوجة الطعام والمشروبات

دفع الاهتمام البالغ بالتغذية، وتذوق الطعام بشكل سليم، بعض اتحادات المنتجين إلى تبني نظريات تذوق كثير من المنتجات، مثل زيت الزيتون، والقهوة، والجبن، وغيرهم. وبالمثل تُطبق قواعد المزاوجة بين الطعام والخمور على مشروبات أخرى. ونتوقف هنا عند مصاحبة الطعام لمشروبات مثل البيرة، والمياه، والشاي.

المزاوجة بين الطعام والمياه

بدأ العملاء الأكثر خبرة في طلب تقديم أنواع بعينها من المياه المعدنية، لتميز خواصها، ومذاقها. تكتسب المياه قيمة خاصة عند تقديمها مع بعض الأطباق. وكما هو الحال مع الخمور، وضع المتذوقون المحترفون، معاييرا للمزاوجة بين الطعام، والمياه، مع أخذ درجة معدنية كل نوع من المياه في الاعتبار.

نماذج لمزاوجة الطعام والمياه

مقبلات	مياه نصف معدنية أو معدنية، خفيفة الفوران، أو فوارة
مقبلات من السمك	مياه نصف معدنية، قليلة المعادن، غير فوارة، أو خفيفة الفوران
أطباق أولى	مياه نصف معدنية أو معدنية، خفيفة الفوران، أو فوارة
سمك مشوي	مياه نصف معدنية أو معدنية، غير فوارة، خفيفة الفوران، أو فوارة
أطباق رئيسية لحوم بيضاء	مياه نصف معدنية أو معدنية، غير فوارة، خفيفة الفوران، أو فوارة
أطباق رئيسية لحوم حمراء	مياه نصف معدنية أو معدنية، غير فوارة، خفيفة الفوران، أو فوارة
أطباق رئيسية لحم بالصلصة	مياه نصف معدنية أو معدنية، فوارة
خضروات نيئة	مياه نصف معدنية أو معدنية، غير فوارة، خفيفة الفوران

مزاوجة الطعام والشاي

تقدم بعض المطاعم الشاي إلى جوار أطباق القائمة، ولا تقتصر هذه العادة على المطاعم العرقية، ولكنها تمتد إلى المطاعم التي تتجه إلى شريحة من العملاء تهوى تجربة المذاقات الجديدة. لا تستخدم أظرف الشاي في قطاع المطاعم، بل تستخدم أوراق الشاي، أو الشاي القابل للذوبان، مع إعطاء أهمية إلى طقوس تقديمه.

جرت العادة في إنجلترا إلى تقديم الشاي في الساعة السادسة مساء، وتصاحبه الحلوى، والمملحات، وتُسمى هذه العادة: "هاي تي" high tea.

نماذج لمزاوجة الطعام والشاي

إفطار كونتيننتال	إندونيسي، يونان، سيلون، أسام، دوارس، كينيا
إفطار انجليزي	سيلون، كينيا، أسام، تاري، سوشنج
أطباق حريفة	كيمان، سيلون، شاي أخضر، جاسمين، لابسنج، إيرل جراي
سمك	شاي مدخن، إيرل جراي، شاي أخضر
لحم، ولحم حيوانات برية	إيرل جراي، جاسمين، كينيا، لابسنج
دواجن	سوشنج، كينيا، جاسمين
حلوى	كل أنواع الشاي

أنواع الشاي

الشاي هو مشروب ينتج من ذوبان أوراق نبات ينسب إلى فصيلة الكاميلية. وأنواعه هي:

- شاي أسود، مجفف، متخمر، وقوي، وعطري المذاق
- شاي أخضر، مجفف، غير متخمر، ومذاقه أخف من الأسود
- شاي أولونج، شبه متخمر، تتراوح خصائصه بين الشاي الأسود، والأخضر

وتتعدد أنواع الشاي؛ ينقسم الشاي الأسود وفقا لشكل وحجم أوراقه (جولدن تيبس، أورانج بيكوي)، والأخضر وفقا لفترة وطريقة حصاده (جنبودر، فانينجز). تأتي غالبية أنواع الشاي من الصين، والهند، وسيريلانكا، وكينيا، واليابان.

يعتبر الشاي الأبيض من أندر أنواع الشاي، وهو مشروب خفيف الطعم، ولإنتاجه يتم قطف البراعم الصغيرة لشجرة الشاي وكذلك الأوراق الصغيرة بعناية ورفق، ويتم تجاهل الأوراق الكبيرة والعادية، ويتم تجفيفها بعد ذلك بعناية أيضاً.

الفصل السادس

التموين والحفلات

متطلبات

يجب أن تتذكر، قبل دراسة موضوعات هذا الفصل، قطاعات وأنواع المطاعم الجماعية، وقواعد تنظيم مناطق الإنتاج، والبيع، التي سبقت دراستها.

أهداف

في نهاية الفصل ستكون قد تعلمت السمات الأساسية للشركات التي تعمل في مجال التموين، وإعداد الحفلات، وستعرف قواعد تقديم الخدمة في الولائم، وحفلات الاستقبال.

محتويات

١- خدمة التموين catering

٢- إعداد الحفلاتbanqueting

نافذة على الإنترنت

www.buonipasto.it: بوابة تختص بكل ما يتعلق بتموين الطعام، والشركات العاملة في المجال، وقواعد تنظيم العمل.

www.americanbarcatering.it: موقع إحدى الشركات الي تقدم خدمات تموين غير اعتيادية من خلال قائمة مشروبات يقوم على إعدادها موظفو بار فري ستيل.

www.costacrociere.it: موقع شركة ملاحة تحمل ذات الاسم. ويمكن من خلال الضغط على "الرحلة البحرية الأولى"، واختيار "الحياة على متن الباخرة"، التعرف على قائمة الطعام التي تُقدم في الرحلة، وعلى تنظيم الخدمة أثناء الرحلات.

الوحدة الأولى

خدمة التموين

يعني مصطلح "التموين" **catering** كافة أنواع خدمة تموين الأطعمة والمشروبات التي تقوم بها شركات متخصصة، لحساب شركات أخرى، أو هيئات، أو أفراد. بدأ استخدام هذا المصطلح في إيطاليا في ثمانينيات القرن الماضي، بينما كان يُطلق على هذا النوع من الخدمات من قبل اسم "خدمة الولائم، وحفلات الاستقبال"، أو "خدمة الطعام الجماعي" إذا كانت موجهة إلى مجموعات بعينها.

الأهداف

- معرفة أنواع خدمة التموين المختلفة، وقواعدها
- معرفة نظم إدارة خدمة التموين

جانبا

١. خصائص أنشطة خدمة التموين
٢. القواعد المنظمة
٣. تنظيم الخدمة
٤. أنواع التموين الصناعي

١. خصائص أنشطة خدمة التموين

يمكننا تمييز أنشطة خدمة التموين المتنوعة إلى نوعين: التموين الثابت (تُقدم فيه الخدمة بشكل دائم إلى الشركات، المدارس، المتشفيات، وغيرهم)، والتموين المؤقت (تُقدم فيه الخدمة في مناسبات معينة مثل المؤتمرات، الحفلات الخاصة، الاحتفالات، وغيرهم).

ووفقا للنوع، وشكل الخدمة، يمكننا التمييز بين نوعين من التموين، صناعي، ومنزلي. تمارس خدمة التموين الصناعي على نطاق واسع عبر مراكز إنتاج الوجبات، المجهزة بمعدات تقنية متقدمة، والتي توجه إنتاجها، بالدرجة الأولى، إلى المطاعم الجماعية، والشركات، ومنافذ تقديم الطعام على متن وسائل المواصلات المختلفة. توفر خدمة التموين المنزلي فرصة تقديم الوجبات في مسكن العميل، أو في أماكن يختارها، ونُعد خصيصا للقاءات، وحفلات الاستقبال، والولائم الخاصة. وقد تقتصر الخدمة على تسليم الطعام المطلوب (كما يحدث على سبيل المثال عند طلب الطعام من محال البيتزا السريعة)، أو تمتد لتشمل تنظيم اللقاء بأكمله، وفي هذه الحالة يأتي الحديث عن إعداد الحفلاتbanqueting.

وتتجه حاليا شركات التموين إلى قطاعات أخرى من السوق مثل منافذ الطعام في الأماكن العامة (ركن الطعام

food court في المراكز التجارية، ومنافذ الطعام في المتاحف، والمسارح، والسينمات متعددة صالات العرض، والمنتزهات)، ومنافذ الطعام في المعارض.
كما يدخل في خدمة التموين أيضا تسليم الأطعمة شبة جاهزة، ومغلفة، إلى المطاعم، وبيع المنتجات الغذائية، والمشروبات المعبأة أوتوماتيكيا.

Food court

هو منطقة تقع داخل المراكز التجارية، يقوم فيها عدد من مطاعمالوجبات السريعةfast food بتقديم خدماتها إلى المستهلكين. وتنشأ إلى جوارها منطقة لتقديم الطعام بالخدمة الذاتية، وقد تضم مطاعما عرقية أيضا.

طريقة إدارة الخدمة

قد تقوم بخدمة التموين شركة متخصصة، وقد يقوم بها مطعم تقليدي، فيستعين بموظفين، ومعدات، ليتمكن من إعداد وتسليم الوجبات الجاهزة. تعمل الشركات المتخصصة بشكل أكثر تكاملا، وتتنوع عروضها من تسليم أطباق فردية، ووجبات كاملة (مع أو بدون خدمة التقديمفي أطباق)، إلى تنظيم وإدارة خدمة تقديم الطعام بالكامل داخل قاعات يختارها العميل. وفي حالة مطاعم الشركات، يمكن لخدمة التموين أن تُقدم بشكل غير مباشر، من خلال نظام كوبونات المطعم، أي من خلال إصدار كوبونات تقوم المطاعم بمقتضاها بتقديم الوجبات للعملاء.
وخلافا للمطاعم التقليدية، حيث تنشأ العلاقة بين مقدم الطعام والعميل مباشرة، يشترك في خدمة التموين أطراف ثلاثة:

- القائم على خدمة التموين caterer، الذي يقدم الخدمات والمنتجات
- العميل (شركة- مؤسسة- أشخاص)، الذي يتعاقد على الخدمة
- المستهلك، الذي يستفيد من الخدمة

أما في نظام كوبونات المطاعم، فيشترك في الخدمة أربعة أطراف:

- شركة التموين التي تُصدر الكوبونات
- الهيئة أو الشركة التي تطلب الخدمة لموظفيها
- الموظف الذي يستفيد من الخدمة
- المطعم الذي يقدم الخدمة

بالنسبة للشركات، يسمح هذا النظام بتجنب تخصيص مساحة للمطبخ، ولقاعة الطعام، ووجود مشاكل تنظيمية وإدارية، ويوفر جزء لا يستهان به من التكاليف الثابتة (حتى في أوقات عطلات الموظفين). وفي عقد الاتفاق، يجب تحديد طرق، وزمن سداد مستحقات المطاعم التي ستقبل بالكوبونات كطريقة للدفع (عادة ما يكون خلال ٣٠ يوما من موعد تقديم الفواتير)، ونسبة العمولة المطلوبة (تتراوح بين ٣ و٥%). وقد ترتفع نسبة العمولة في بعض الحالات التي تُقدم فيها خدمات أكثر (مثل سداد قيمة الكوبون خلال أيام قليلة من تقديمه، أو تسهيل الإجراءات الإدارية).

طرق خدمة التموين

إنتاج وتسليم أطباق مفردة	معامل الحلوى، أو مطاعم فنون الطهو التي تقدم خدمة البار (بريوش، أطعمة الإفطار، الأطباق الأولى)، أو المطاعم والفنادق (كعكات مزينة في مناسبات الولائم، وحفلات الزفاف، وأعياد الميلاد).
إنتاج وتسليم وجبات كاملة	وجبات تُجهز في مراكز إنتاج، وتُسلم إلى المتعاقدين، دون الاشتراك في خدمة التقديم. وهي طريقة تُطبق عند تموين منافذ طعام وسائل المواصلات، والمطاعم الاجتماعية.
إنتاج وتقديم الوجبات	يتم تجهيز الأطعمة في مطابخ القائم على التموين، ونقلها إلى مكان تقديم الخدمة، وتسخينها، وتقديمها، ثم تقديمها من خلال طاقم عمل المورد نفسه. يتولى العميل توفير المكان الذي تُقدم فيه الخدمة.
إنتاج الوجبات في مكان التقديم	يوفر المتعاقد المطابخ التي سيتم إعداد، وتجهيز الوجبات بها. وتُنقل المنتجات الغذائية نيئة، أو شبه جاهزة، من مركز الإنتاج إلى مكان تقديم الخدمة.
إدارة خدمة تقديم الطعام	يسند المتعاقد إلى شركة التموين مهمة إدارة الخدمة بالكامل، وقد يُسند إليها مهمة توريد الطعام فقط، في حال كان المتعاقد هو أحد الفنادق. تستغل شركة التموين منشآت وتجهيزات المتعاقد. وقد يتم الاتفاق على مقابل الخدمة مسبقا، أو قد تُسدد بنسبة من الدخل.

٢. القواعد المنظمة

تنظم أنشطة خدمة التموين في إيطاليا مجموعة من القوانين الخاصة بتقديم السلع، والتكليف بالخدمات. تُعرف المادة ١٥٥٩ من القانون المدني التقديم بأنه "عقد يُفرض بمقتضاه على أحد الأطراف، مقابل سعر محدد، تقديم السلع لطرف آخر، بشكل مستمر أو مؤقت".

وتُعرف المادة ١٦٥٥ التكليف بأنه "عقد يتولى بمقتضاه أحد الأطراف مسئولية عمل، أو خدمة، لقاء مبلغ محدد". وتتولى الشركة الحائزة على التكليف تنظيم الخدمة، وتوفير التجهيزات اللازمة لتقديمها، وتعيين الموظفين المؤهلين لذلك. وغالبا ما يُنص في العقد، على أن يتولى القائم على خدمة التموين شراء المعدات اللازمة للتقديم، وصيانة، ونظافة المكان.

تنص المادة ١٦٧٧ من القانون المدني على أنه "إذا كان عقد التكليف يشمل تقديم خدمات دائمة أو وقتية، فيجب مراعاة القواعد التي ينص عليها هذا الباب (التكليف)، وتلك المتعلقة بالتقديم". ولهذا تتحدث بعض المصادر القانونية عن عقد مختلط.

وفي الواقع، تتحكم في عقود التموين مجموعة من القواعد الموزعة بين التقديم والتكليف، بشكل قد يصعب تمييزه، مثل:

- يدخل توريد المنتجات دون توزيعها على المستهلكين في إطار قواعد التقديم.
- يدخل نظام الكوبونات، وإعداد الوجبات في الموقع، والخدمات التكميلية مثل إعادة تموين المواد الغذائية، وحفظها، ونظافة المكان، في إطار قواعد التكليف.
- في حالة ولائم المناسبات، يجب الاستناد إلى قواعد التكليف العامة دون الالتزام بصفة الاستمرارية أو عدمها.
- إذا طالت فترة التوريد، ولو لأيام قليلة، واستفاد من الخدمة عملاء مارة، يجب طلب رخصة تقديم طعام ومشروبات مؤقتة.

١٩٩٩تم تقديم مشروع قانون رقم ٥٥٧٧ في البرلمان، والذي ينظم أنشطة التموين، وإعداد الحفلات. تم تقديم هذا المشروع في ملس الشيوخ، في عام ٢٠٠٢، ولم تبدأ اللجنة المختصة في فحصه، حتى صدور هذا الكتاب، في أوائل ٢٠٠٩.

٣. تنظيم الخدمة

تلتزم الشركات العاملة في مجال التموين بتوريد عدد كبير من الوجبات، ولهذا يجب تنظيم أنشطتها بعناية، بحيث تحقق أعلى درجات الإنتاجية في كافة المراحل. ويمكن لشركة التموين، في حالة العمل مع عملاء ثابتين، وقوائم طعام محددة، أن تعرف مسبقا الأطباق التي سيتم تقديمها، وبما يسمح بإدارة المشتريات وخط

الإنتاج على أفضل وجه.

عناصر إدارة أنشطة التموين

- قوائم دائرية موسمية بها وجبات خفيفة، سريعة، واقتصادية.
- شراء المواد الأولية بكميات كبيرة للحصول على أسعار مخفضة.
- مطابقة مراحل العمل للمعايير القياسية، بدءا من عملية شراء المستلزمات، وحتى نقل الوجبات.
- خطوط إنتاج خاصة بالنظم الغذائية الخاصة.
- الاهتمام بالجودة، وسلامة الوجبات الصحية.
- تقديم الوجبات في مواعيد مختلفة، وفي زمن وجيز

في معمل الإنتاج، واحتراما لمبدأ التقدم إلى الأمام في العمل، تقع منطقة الطهو بين منطقتي الإعداد (تقسيم المنتجات وفقا لنوعها: (خضروات- لحوم- أسماك)، والتغليف، حيث توجد الصواني الفردية، والحاويات. وبخلاف المطاعم التقليدية، تقوم شركات التموين بتقديم الوجبات بعيدا عن مناطق الإنتاج. يجب استخدام وسائل نقل مناسبة، وحاويات حرارية، تضمن الحفاظ على درجة حرارة ٦٥ م للأطباق الساخنة، و٤ م للأطباق الباردة، أو مبردات تحفظ الأطعمة مجمدة عند درجة حرارة ١٨ م تحت الصفر. وقد تكون الحاويات من البلاستيك (البولي إيثلين هو الأفضل)، أو من الصلب إينوكس.

يجب أن تكون الحاويات، ووسائل النقل، مقاومة للصدمات، وللمياه، وسهلة التنظيف (تُنظف بعد كل استخدام). ولا يُسمح بنقل منتجات غذائية ومواد أخرى في نفس الوقت، أو وضع أطعمة نيئة مع أخرى مطهوة.

يتم التوزيع من خلال وسيلة نقل ساخنة، أو مبردة cook and chill، أو مثلجة cook and freez في أحيان نادرة. أما الأطباق التي لا تستلزم طهوا، وتُحفظ في درجة حرارة ١٠ م، فتنقل في وسائل باردة.

نظم توزيع التموين

النوع	وقت التسليم/الحفظ	درجة الحرارة
وسيلة ساخنة	خلال ساعتين	٦٥ م
وسيلة مبردة	خلال ٣-٥ أيام (وحتى ٢٠ يوما	٠-٤ م

	في أجواء معدلة)	
وسيلة مثلجة	حتى ١٢ شهرا	-١٨ م
وسيلة باردة	خلال ٣-٥ أيام	١٠ م

٤. أنواع التموين الصناعي

كما أشرنا من قبل، تختص خدمة التموين الصناعي، بمطاعم الشركات، والمراكز الاجتماعية، ومنافذ الطعام على متن وسائل المواصلات المختلفة: قطارات- طائرات- بواخر.

تموين مطاعم الخدمات الاجتماعية

يجب أن تحترم شركات التموين التي تقوم بالتوريد لقطاع الخدمات الاجتماعية عقود التكليف التي تحدد قواعد التوريد، ووقت التسليم، وأداء الخدمة. في المطاعم المدرسية، يجب تقديم وجبات شهية، ومتوازنة غذائيا؛ ويقوم أطباء النظم الغذائية، وأطباء الأطفال بالإشراف على النظام الغذائي، وقوائم الطعام الدورية. ويجب أن يكون القائم على التموين قادرا على توريد قوائم طعام خاصة للأطفال، والصبية ذوي الاحتياجات الغذائية الخاصة، وقوائم طعام بديلة، تُقدم في حالات خاصة (ضعف شهية الطفل- رغبة الأسرة في الالتزام بالتعاليم الدينية، وغيرها).

وفي مطاعم المستشفيات، يجب مراعاة المشكلات الصحية، والاحتياجات الغذائية لكل مريض، عند إعداد قائمة الطعام. ويجب أن تطابق الوجبات متطلبات الجودة، والسلامة الصحية. يتم تقديم الوجبات في وقت وجيز تجنبا لإعاقة عمل الأطباء، وهيئة التمريض.

وضمانا لجودة خدمة التموين في قطاع المطاعم الاجتماعية، يمكن إقامة نظام مراقبة، وفحص، يُضاف إلى نظم المراقبة الرسمية التي يطبقها العاملون في هيئات الصحة العامة.

مراقبة خدمة التموين في المطاعم الاجتماعية

مراقبة مراكز الطهو	أسبوعيا: درجة حرارة الوجبات المغلفة، الوقت الذي يفصل التغليف، والتقديم، عن عملية الطهو، موعد تسليم الوجبات. شهريا: المطابقة مع المنتجات الغذائية المحددة في العقد.

	نصف سنوي: فحص ميكروبات
مراقبة منافذ التوزيع	كل ١٥ يوما: جودة الوجبات الموزعة، وكميتها، ودرجة حرارتها. شهريا: احترام طرق التقديم المحددة في العقد. كل ثلاثة أشهر: قياس درجة رضاء المستهلكين (لقاءات شخصية- واستطلاعات رأي)

خدمة التموين في مطاعم الشركات

تعمل مطاعم الشركات بشكل مباشر عبر تقديم الوجبات بالخدمة الذاتية، في صالات تقع داخل الشركة، أو بشكل غير مباشر عن طريق كوبونات المطاعم. وتحقق الطريقة غير المباشرة نجاحا متزايدا. وفقا لنظام الكوبونات، يمكن للشركة أن تتفق مع القائم على التوريد على ما يلي: قيمة الكوبون، وشكله (يمكن إصداره في شكل بطاقة (كارنيه)، أو في دفتر)، ووضع شعار الشركة عليه، أو اسم الموظف؛ كما تم اصدار بطاقات مطعم الكترونية. وينص القانون على أنه لا يمكن التنازل عن الكوبونات، ويجب استخدامها في سداد ثمن المواد الغذائية أو المشروبات التي توزع في البارات، أو المطاعم، أو في شراء المنتجات الغذائية الجاهزة وفقا لقيمتها الإسمية. ولا يسمح بالحصول على باقي نقدي إذا كانت قيمة الوجبة أقل من قيمة الكوبون، وعلى النقيض، إذا كان سعر الوجبة أعلى من قيمة الكوبون، جاز دفع الباقي نقدا.

عام ١٩٩٧تم إقرار إعفاء كوبونات المطعم من الضرائب قانونا، وحتى مبلغ ٥.٢٩ يورو كحد أقصى.

خدمة التموين على متن وسائل المواصلات

تختص هذه الخدمة بتقديم الطعام على متن القطارات، والطائرات، والبواخر.

تموين السكك الحديدية

تُقدم خدمة المطعم (غالبا ما تديرها نفس الشركات التي تتولى إدارة البوفيه في المحطة)، على متن القطارات، في إحدى العربات، التي تحوي مقاعدا تسع من ٣٠ إلى ٥٠ فرد، وبار، وبضع موائد مرتفعة. وقد تُقدم الأطعمة في عربة الخدمة الذاتية، أو من خلال عربات تقديم الطعام المتنقلة. ويمكن لركاب عربات الدرجة

الأولى في القطارات الدولية الحصول على الوجبات وهم جالسين في أماكنهم.
يتم توريد الأطباق، والصواني الجاهزة قبل انطلاق القطارات مباشرة، لذا يجب إعداد خطة بمواعيد التسليم اليومية.
تُجهز عربات المطعم بمعدات حفظ الأطعمة، وتسخينها، وطهو بعض الأطباق السريعة، وأجهزة لتكرير المياه، إذا لزم الأمر. كما توجد مساحة خاصة بجمع المخلفات، ودورات مياه للعاملين.
تستشير شركات التموين الطهاة المشهورين، بغية تقديم خدمة متميزة.

التموين الجوي

توقع شركات الطيران عقودا مع شركات التموين لتوريد الوجبات فقط، ويقوم المضيفون، والمضيفات بتقديمها على متن الطائرة. تتنوع الأطعمة المقدمة تبعا للدرجة، وسعر التذكرة، ومدة الرحلة؛ ويتنوع العرض ما بين السناك، والأطباق الباردة، والقوائم الكاملة (وقد تكون ألاكارت في درجة رجال الأعمال). تضم قوائم الطعام أطباق بسيطة، وسهلة الهضم، وشهية، تتكون من منتجات طازجة، وقد تتنوع مكوناتها وفقا لاحتياجات الركاب الخاصة (قد تكون، على سبيل المثال، نباتية، أو معدة وفقا لتقاليد دينية خاصة). وفي الرحلات القارية، يجب أن تتوفر في المطبخ منتجات غذائية تحتوي على نسبة كبيرة من السوائل، وقليل من الملح body clock cuisine.
وتوجد على متن الطائرة معدات لحفظ الطعام، وحاويات حرارية، ومبردة، وأفران إلكترونية، تعمل بالأشعة الحمراء، أو أجهزة ميكروويف، وعربات لتوزيع، وتقديم الطعام، والمشروبات. ونظرا لقلة المساحة المتاحة، يتبع تقديم الطعام في الصواني نظاما محددا.
في نهاية الرحلة، تُنظف وتُطهر المعدات، وعربات تقديم الطعام.تحوي منطقة التنظيف منافذا لتفريغ مخلفات الإعداد، بينما توضع الصواني على سير متحرك، وتمر أسفل مكبس، يقوم بضغط كافة مخلفات الوجبات، ولا تسترد سوى أدوات المائدة المعدنية فقط.

التموين البحري

تُقدم خدمة التموين على متن بواخر المسافرين، وسفن البضائع، وقد تشمل توريد منتجات غذائية نيئة، أو شبه جاهزة، يتم إعدادها فيما بعد في المطبخ، أو إنتاج، وتقديم وجبات جاهزة للعاملين، والمسافرين، من خلال فريق الطهاة، والجرسونات التابع لشركة التموين نفسها.
تُقدم، في الرحلات القصيرة، المنتجات الإقليمية، في قائمة طعام ألاكارت، أو خدمة ذاتية، بينما تكون أغلب المنتجات المستخدمة على متن بواخر المسافرين مثلجة، أو مجمدة. وبسبب تنوع شرائح المستهلكين يحرص

المطبخ على توفير قوائم طعام تناسب الاحتياجات الغذائية الخاصة (كالأطعمة ذات السعرات الحرارية القليلة مثلا)، أو المعتقدات الدينية.

تتميز الخدمة بالجودة العالية، والتعقيد، وتحمل نفس خصائص المطاعم التقليدية؛ يمارس العاملون مهامهم على مدار اليوم، بدءا من وقت تقديم الإفطار، والوجبات الرئيسية، وحتى تقديم الخدمات الخاصة (حفلات الكوكتيل، والبوفيه، والسناك الليلي).

متطلبات غذائية دينية

أشرنا من قبل إلى ضرورة أن توفر المطاعم الجماعية وجبات تحترم العادات الدينية المختلفة. يحرص المسلمون على تناول الطعام الحلال؛ فلا يأكلون إلا لحوم الحيوانات التي تم ذبحها، وتصفية دمها، ولا يتناولون لحم الخنزير، ولا يشربون الخمور، والكحوليات. وحيث أن دهون الحيوانات، ومشتقات لحم الخنزير قد تدخل في العديد من الصناعات الغذائية، توجد بعض السلطات الدينية التي تشهد بمطابقة الأطعمة للأوامر الدينية، وتمنحها ملصقا يُكتب عليه "حلال". وفي شهر رمضان، الذي يصوم فيه المسلمون عن الطعام، والشراب من الفجر، وحتى المغرب، تُقدم، في ساعة الإفطار بعض الأطعمة التقليدية.

لا توجد في البوذية متطلبات غذائية خاصة إلا فيما يخص رهبان بعض المدارس، الذين لا يأكلون المنتجات غير الموسمية، أو يصومون عن الطعام في أيام محددة. يقوم النظام الغذائي للبوذيين على الاعتدال، وتجنب التبذير، واستخدام المصادر الغذائية بشكل متساو. وقد يتبع بعض البوذيين نظاما غذائيا نباتيا، توافقا مع احترامهم للبيئة، والطبيعة، والكائنات الحية.

تميز القوانين العبرية المستمدة من التوراة بين نوعين من الطعام: نوع مسموح به kosher، وآخر ممنوع teref. فيُسمح، على سبيل المثال، بلحوم الأغنام، والماعز، والأبقار، والطيور غير الجارحة، أو الليلية، ويجب أن يصفى دم الذبائح تماما، وعلى الفور. يُسمح بتناول الأسماك ذات القشور والأشواك فقط (لا تؤكل الصدفيات، ولا الرخويات). ولا يمكن الجمع بين اللحم، اللبن في وجبة واحدة. ويجب أن يتم إعداد الخمور، الخل تحت إشراف الحاخام. وتتنوع طريقة إعداد قائمة الطعام من جماعة إلى جماعة. وكما هو الحال في الطعام الحلال لدى المسلمين، تُصدر السلطات الدينية اليهودية تصريحا خاصة للأطعمة المسموح بتناولها.

أنواع أخرى من التموين الصناعي

يختص التموين الصناعي بتقديم الخدمة في مطاعم الثكنات العسكرية، والسجون، والجماعات الدينية. تُمنح خدمة التموين في المجال العسكري بنظام التكليف، وتتولى الشركات المختصة تأمين الوجبات فقط، أو إدارة

الخدمة بالكامل، وبما يشمل إعداد، وتغليف، وتقديم الوجبات، ونظافة المطعم.

وفيما يخص المؤسسات العقابية، يقوم طاقم عمل تابع لشركة التموين بإعداد الوجبات، وتغليفها داخل السجن، مع احترام العادات الدينية، والنظم الغذائية الخاصة، ثم يقوم المدانون أنفسهم بتقديم الوجبات في الأقسام المختلفة.

تقوم شركات التموين على خدمة الطعام في المدارس والمعاهد الدينية أيضا، وتلجأ في بعض الأحيان إلى تدريب وتأهيل أفراد من الجماعة الدينية ذاتها ليقوموا بتقديم الوجبات.

تقدم شركات التموين خدماتها على متن السفن العائمة أيضا، حيث يعمل المهندسون والفنيون على استخراج البترول والغاز.

نهاية الوحدة الأولى

ضع علامة صواب أو خطأ:

- يعتبر body clock cuisine شكلا من أشكال المطاعم الاجتماعية.
- يدخل توريد الوجبات دون توزيعها على المستهلك النهائي ضمن عقد التقديم.
- تُقدم على متن بواخر الرحلات فنون المطاعم التقليدية.

اختيار من متعدد:

يُطلق على نظام توزيع الأطباق التي لا تتطلب طهو، وتحفظ في درجة حرارة ١٠ م:

- وسيلة ساخنة

- وسيلة باردة
- Cook and chill
- Cook and freez

أجب عما يلي:

- أي قطاعات المطاعم الجماعية تنتمي إلى سوق التموين الصناعي؟
- ما هو عقد التكليف، وما دوره في أنشطة شركات التموين؟

الوحدة الثانية

إعداد الحفلات

تنظم شركات الحفلات الاستقبالات في القصور التاريخية، والفيلات، والمعارض، والشركات، والشقق الخاصة، وتهتم بكل تفاصيل الحدث بدءا من البحث عن المكان، وتجهيزه، وصولا إلى العروض الموسيقية. يختلف إعداد الحفلات عن خدمة التموين في أمرين: أولهما القيام بتوريد الأطعمة والمشروبات في مناسبة معينة، والآخر يتعلق بالعناية الكبيرة التي تُقدم بها الخدمة.

الأهداف

- التعرف على خصائص خدمة إعداد الحفلات

- معرفة كيفية تنظيم الخدمة في الولائم وحفلات الاستقبال

جانبا

١. خصائص أنشطة إعداد الحفلات

٢. مدير الحفلات

٣. تنظيم الخدمة

٤. أسعار الحفلات

١. خصائص أنشطة إعداد الحفلات

في الماضي، كانت الفنادق والمطاعم هي المقر الرسمي لإعداد الحفلات، ومع مرور الوقت، أدى تنوع الطلب إلى ظهور شركات متخصصة في هذا القطاع. وقد شهد نمو هذه الشركات طفرة كبيرة منذ ثمانينيات القرن الماضي.

تقوم شركات تنظيم الحفلات بتخطيط، وتجهيز مناسبات مختلفة، في أماكن يختارها العملاء بأنفسهم، ولهذا يجب أن تتسم بأقصى درجات المرونة، وأن تمتلك موظفين يتصفون بكفاءة عالية، ومعدات تناسب شتى أنواع الخدمة.

تمثل ولائم حفلات الزفاف، وحفلات الاستقبال الخاصة إحدى قطاعات سوق الحفلات الكبيرة؛ ويتنوع الطلب بعد ذلك بين المؤتمرات، والندوات، وورش العمل، والمعارض، واجتماعات العمل، واللقاءات الرسمية، وإفطار العمل، وحفلات عشاء الشركات.

أنشطة إعداد الحفلات

- تجهيز حفلات الاستقبال، والولائم، والبوفيهات، لمجموعات كبيرة أو صغيرة من الأفراد، في فيلات، قلاع، منتزهات، وغيرها، في مناسبات عائلية (زفاف، تعميد، حفلات تخرج، وغيرها).
- تنظيم حفلات الاستقبال، وإفطار العمل، والولائم، والبوفيهات في المؤتمرات، والاجتماعات، والندوات، والمعارض، وغيرها.
- تقديم الطعام في المناسبات الرياضية الكبرى، أو ما يشابها.
- تسليم الأطباق الجاهزة إلى العملاء في المنازل، أو الغداء لمجموعات صغيرة من الأفراد.

إجراءات إدارية

لممارسة أنشطة إعداد الحفلات، يجب تأسيس شركة خدمات، والتقدم بطلب تصريح إداري خاص.لا يتطلب توريد المواد الغذائية، والمشروبات تصريحا، ولكن التصريح يصبح ضروريا إذا جمع نشاط الشركة بين التوريد، وتقديم الوجبات. مع بدء سريان القانون قم ٠٦/٢٢٣، لم يعد من الضروري تقييد نشاط إعداد الحفلات في سجلات خاصة، ولا في سجل REC (سجل ممارسي التجارة). وتقوم السلطات الإقليمية حاليا، وعلى مستوى محلي، بتحديد القنوات المناسبة التي تتيح بدء ممارسة النشاط التجاري في هذا القطاع. وفي أغلب الأحيان، يعتمد الأمر على توفر أحد المتطلبات المهنية التالية:

- الحصول على دبلوم مدرسة فندقية، أو ما يعادله قانونا من شهادات معترف بها، أو اجتياز دورة مهنية تعترف بها سلطة الإقليم الذي ستمارس به أنشطة تقديم المواد الغذائية والمشروبات.
- التسجيل في REC (سجل ممارسي التجارة)، والحصول على تصريح بممارسة نشاط تقديم المواد الغذائية، قبل بدء سريان قانون علم ٢٠٠٦.
- ممارسة العمل، لمدة عامين على الأقل في الخمسة عشر عاما الأخيرة، في إحدى شركات تقديم الأطعمة والمشروبات، كموظف مختص بالتقديم، أو كمعاون عائلي، في حالة وجود صلة قرابة مع مالك الشركة.

ويستلزم الحصول على التصريح (الرخصة) الإداري، التقدم بإقرار "بدء النشاط" لدى شباك أنشطة البلدية الإنتاجية، وإثبات امتلاك أحد المتطلبات المهنية السابقة، وإرفاق شهادة من الإقليم تثبت عدم وجود ما يمنع قيام نشاط الشركة. ويجب أن تمتلك الشركة الجديدة مقرا مناسبا، يُلحق به مطبخ، وأن تتوفر لها وسيلة نقل طعام ملائمة. ولا تحدد البلديات، على خلاف ما يحدث مع الأنشطة التجارية الأخرى، عددا أقصى من التصاريح التي تصدر لنشاط إعداد الحفلات. وبينما تتنوع عقود التموين وفقا لاستمرارية أو وقتية التوريد، يكون عقد الحفلات عقد توريد غير دائم للوجبات والخدمات إلى مقر العميل. ويُقصد بـ "المقر" سكن العميل الخاص، أو المكان الذي قام بتأجيره لهذه المناسبة، حتى لو كان أحد قرات شركة تنظيم الحفلات (إذا كانت تمتلك قاعات مجهزة للمناسبات). ولا يجب على مالك المقر الذي توزع به الأطعمة، سواء كان العميل نفسه، أو الشركة المؤجرة، الحصول على رخصة تقديم أطعمة ومشروبات.

عام ١٩٨٨أُنشأ في روما SICEB (نقابة العاملين في التموين وإعداد الحفلات)، والتي تتبع FIPE (اتحاد الخدمات العامة الإيطالي).

مدير الحفلات

يرأس قطاع الحفلات، مدير الحفلات، الذي يمكن اعتباره المسئول عن الحدث بأكمله، حيث يشرف على تخطيطه، وتجهيزه، كما يتولى توقيع العقود، وإتمام كافة الإجراءات الإدارية. يقوم بهذه المهمة، في الشركات المتوسطة والصغيرة، مالك شركة تنظيم الحفلات نفسه، أما في الشركات الكبرى، فيمتلك مدير الحفلات نفس السمات المهنية الخاصة بمدير الأغذية والمشروبات، مع بعض التنويع في الأنشطة العملية.

يقوم مدير الحفلات بلقاء العميل في المرة الأولى، ويتعرف على احتياجاته، ويعرض عليه أفضل الحلول، التي تتماشى مع سياسة الشركة الإدارية، وما تمتلكه من تجهيزات، ومعدات. ويقدم مدير الحفلات للعميل مجموعة من قوائم الطعام التي يضعها رئيسا قسمي المطبخ، وقاعة الطعام، ليختار منها ما يلائمه، ثم يعطيه كتالوجا مصورا للتجهيزات التي تم إعدادها بالفعل في مناسبات سابقة، ويحدد معه، في النهاية، وقت تقديم الخدمة. ويتم توقيع العقد مع العميل بعد الاتفاق على أسعار الخدمات.

يتابع مدير الحفلات تجهيز القاعة، ويقوم بالتنسيق مع المطبخ، وموظفي القاعة، أثناء تقديم الخدمة، ويتصل بالعميل مباشرة لحل ما قد يطرأ من مشكلات.

بعد انتهاء الحفل، يشرف مدير الحفلات على إعادة ترتيب المكان، واستعادة المعدات التي تم استخدامها، وتقييم العمل، ويتأكد من رضاء العميل عنالخدمة المقدمة.....

قسم: الأغذية والمشروبات

وظيفة: مدير الحفلات

دور: مسئول عن تقديم الطعام في الحفلات

كفاءة: متابعة الحدث بأكمله، بدءا من مرحلة البيع، ومرورا بالتخطيط، والتنظيم، والتنسيق.

يجب أن يمتلك ثقافة جيدة، وقدرات تنظيمية، وحس جيد، ومعرفة جيدة بخصائص المنتجات السلعية، وفنون الطهو.

مسار مهني: دراسة أنشطة المطاعم، والعمل كشيف، أو متر، أو مسئول عن مطعم.

عام ١٨٨٩

في باريس، في قصر الصناعة، تم إعداد وليمة لـ ١٨.٠٠٠ عمدة. وكانت القائمة تتضمن: حساء على طريقة باريس، سالمون، فيليه عجل بالجيلاتين، ديك رومي مشوي، سلطة، سوفليه بارد، باباز بالروم.

٣. تنظيم الخدمة

تقام الولائم، والاستقبالات، بشكل عام، في مناسبات معينة؛ ويعتبر تقديم الطعام أحد الأوجه التي تَّشكل تميز الحدث، أو المناسبة، إضافة إلى اختيار المكان، وإضفاء لمسات فريدة على أجوائه.

في إطار السعي إلى تقديم الطعام بشكل مميز،يمكن طهوه أمام المدعوين، أو تجهيز بار مفتوح يقوم عليه موظفون فري ستيل. وتقد شركات الحفلات خدمات أخرى خاصة، كإعداد الدعوات، وتوفير المصورين الفوتوغرافيين، والفيديو، وتنظيم العروض الترفيهية.

ويجب أن تضمن الشركات العاملة في هذا القطاع مستوى مرتفع من جودة المنتجات، والخدمة، بالرغم من عملها في ظروف بالغة التنوع، وأماكن غير مألوفة أحيانا. وقد تلجأ هذه الشركات، بسبب أعباء العمل غير العادية، والتي تفوق أعباء المطاعم التقليدية، إلى العمالة المؤقتة أحيانا، وبما يستلزم تنظيم العمل، وتوزيع المهام بدقة تامة. وعلى جانب آخر، تعتبر المعرفة المسبقة لعدد المدعوين، ونوع قائمة الطعام من العوامل الهامة التي تساعد على نجاح تنظيم الحدث، خاصة إذا اقترنت بدراسة شتى مراحل العمل، بدءا منذ لحظة الاتصال الأولى بالعميل.

لقاء العميل

في اللقاء الأول مع العميل المحتمل، يجب تقديم عروضا مقنعة، وتحديد نوع المكان، وقائمة الطعام، والخدمة، وفقا للميزانية المتاحة.

ويجب على مدير الحفلات أن يأخذ في اعتباره، عند تحديد أسعار البيع، سلسلة من التكاليف الخاصة بـ: تأجير الأماكن، والمعدات، ومصروفات النقل، والتجهيز، والأعمال غير العادية التي ستقوم بها الأيدي العاملة.

وتشير الاحصائيات إلى أن الحجوزات المؤكدة تكون في الأغلب أقل من المتوقع، حيث يقوم العميل بتفقد العديد من شركات الحفلات، قبل ان يختار من سينظم له الحدث الخاص به.

تحديد قائمة الطعام

تُحدد قائمة طعام الولائم وفقا لنوع المناسبة. وغالبا ما يتم اللجوء إلى القوائم القياسية التي ترتكز على بوفيه المقبلات، وفواتح الشهية، والأطباق الأولى بالجراتين أو الريزوتو، والأطباق الوسطى من الأسماك، واللحم المشوي، وقوالب الخضروات، والحلوى التقليدية. وفي بعض الأحيان، يطلب العملاء أنفسهم بعض الأطباقالخاصة، سهلة التجهيز. وبشكل عام، يُفضل في إفطار العمل، اللجوء إلى القوائم الكاملة، والبسيطة، بينما تُقدم في حفلات العشاء والاستقبالات الخاصة، مجموعة متنوعة من فنون الطهو المميزة. وتتكون القائمة، في هذه الحالة، من ٥ مراحل على الأقل، مع إمكانية تقديم أكثر من طبق مميز في نفس المرحلة.

يتم تحديد قائمة الطعام وفقا لنوع الخدمة المطلوبة أيضا؛ فعلى سبيل المثال، إذا كان الطعام سيقدم في بوفيه (الصيغة الأكثر تقديرا، وخاصة فيما يتعلق بالمقبلات، والحلوى)، يتم اختيار الأطباق التي يمكن تزيينها. ويعتبر من المناسب اختيار الأطعمة الموسمية، وتفضيل المنتجات الطازجة على المحفوظة. وفي بعض الأحيان يؤخذ في الاعتبار، عند اختيار الأطعمة التي سيتم تقديمها، الزمن الذي سيفصل بين طهوها وتقديمها؛ فكثير من الأطباق تُطهى، وتُبرد، وتُغلف، ثم تُنقل، ثم يعاد تسخينها. وفي أحيان أخرى، وإذا سمح المكان بذلك، يمكن تقديم الطعام إلى العملاء مباشرة.

يتميز اختيار الحلوى بأهمية كبيرة، ويُحدد نوعها وفقا للمناسبة نفسها؛ فقد تُقدم كعكات الزفاف الضخمة، أو تحمل الحلوى شعار الشركة المتعاقدة على الحفل، أو تجمل بشكل فريد وفقا لرغبة العميل.

تجهيز المكان

بعد تحديد عناصر الحدث الرئيسية، يقوم مدير الحفلات بزيارة مكان الحفل، وتحديد أبعاد المطبخ، والقاعة، وتقرير التجهيزات اللازمة، ومسارات الموظفين، العملاء. كما يقوم بتقييم مساحة المدخل، حيث سيوجد مكتب استقبال، وغرفة لترك المتعلقات، والمساحات الخارجية التي ستخصص للسيارات (يجب أن تسع ٣٠% من سيارات المدعوين على الأقل).

قائمة التحقق

يلخص مدير الحفلات كل المعلومات المتعلقة بالحدث في قائمة تحقق، تُسلم إلى مسئولي القاعة، والمطبخ، وتمثل خطة عمل يجب الالتزام بها في المراحل المختلفة (شراء المواد الأولية- تركيب معدات المطبخ والقاعة، الكبيرة والصغيرة- تنظيم الخدمة، ومهام الموظفين)، أداة تحقق مما تم إنجازه. تضم القائمة كافة المعلومات التي تتعلق بالحدث، مثل: سبب الحفل، ونوع القائمة والخدمة، وعدد المدعوين، والخدمات التكميلية،

والتسهيلات المقدمة، وخلافه. تمثل قائمة التحقق مصدرا مفيدا للمعلومات، عند تحليل نوعية العملاء الذين تقوم الشركة بخدمتها.

نموذج قائمة تحقق

معلومات عامة	
نوع اللقاء مؤتمر ملتقى ندوة لقاء ورشة عمل آخر	المشاركة المتوقعة عدد الأفراد نوع المشاركة دولية عدد قومية عدد محلية عدد
التاريخ	المواعيد
المتعاقد اسم- شركة: عنوان: رقم هاتف:	القاعة المطلوبة مساحتها عدد الأماكن قاعة رئيسية قاعة مزودة بنظم سمعية قاعة ورشة عمل قاعات لأعمال جانبية
الطعام	
قاعة طعام:	عدد الأفراد (التأكيد خلال.....)
نوع قائمة الطعام: كوكتيل استقبال كوكتيل استراحة قهوة إفطار عمل برانش استراحة شاي غداء بوفيه	

القائمة	المشروبات والخمور
الخدمة نوع الخدمة: زمن الخدمة: فواصل محتملة:	ترتيب الموائد (رسم)
طلبات خاصة موائد VIP أنواع الموائد: المفارش: المناشف: أدوات المائدة: الزهور: الترفيه: المساحات المكشوفة: طباعة قائمة طعام خاصة	
خدمات تكميلية	
جراج	مراقبة متعلقات

إعداد التجهيزات

قد تكون التجهيزات الضرورية للمطبخ، والقاعة، ملكا للشركة أو مؤجرة خصصيا للحدث، وقد يتكامل الحلان، فتعتمد شركة الحفلات، في بداية الأمر، على معدات مؤجرة، ثم تشتري مثيلاتها لتستثمرها.

يحدد المتر، في بطاقات خاصة، عناصر الأثاث (موائد، مقاعد، عربات تقديم)، والمفارش، وأدوات المائدة، والأطباق، والأكواب الضرورية للخدمة في القاعة؛ ويطلب الشيف الأجهزة الصغيرة، والكبيرة، ومعدات الطهو. ويقوم موظف المخازن بتوفير الأدوات الضرورية، والمواد الأولية، وإعداد أوراق النقل، والتحقق من المعدات الوافدة، والمنصرفة.

ويعتبر اختيار الحاويات التي يوضع بها الطعام المطهو أو نصف المطهو، عند النقل، ذا أهمية خاصة؛ يُفضل

استخدام الحاويات العازلة حراريا التي تضمن الحفاظ على درجة الحرارة المطلوبة.

نموذج بطاقة التجهيزات الضرورية لإقامة الولائم

أدوات خزفية	أدوات التقديم	مفارش
أطباق مسطحة	ملاعق كبيرة	مفرش قياسي أزرق
أطباق عميقة	شوك كبيرة	مفرش أزرق
أطباق حلوى	مطحنة فلفل	مفرش قياسي أصفر-رمادي
أطباق خبز	طاقم زجاجات الخل والزيت	مفرش أصفر- رمادي
بولات سلطة	الكليبس	مفرش قياسي أحمر
كؤوس حلوى	طاقم التورتة	مفرش أحمر
كؤوس شوربة	لبانة	مفرش قياسي أبيض
سرفيس القهوة	ترمس القهوة	مفرش أبيض
	ماكينة القهوة	مفرش قياسي أصفر
		مفرش أصفر
أدوات المائدة	الأواني	موائد- مقاعد- وخلافه

شوك مائدة ملاعق مائدة سكاكين مائدة سكاكين سمك شوك حلوى سكاكين حلوى ملاعق شاي ملاعق قهوة	بولة السلطة الخزفية بولة السلطة الزجاجية إناء الشوربة إناء الريزوتو المستدير إناء الريزوتو البيضاوي إناء الريزوتو الخزفي المستدير إناء الريزوتو الخزفي البيضاوي إناء الصلب المستدير إناء الصلب العميق كسرولة فخار إناء طهو ألومينيوم لوح تقطيع خشبي	طاولة مستديرة ١٤٠ سم طاولة مستطيلة ١٢٠ ×٧٤ سم طاولة مستطيلة ١٢٠× ٨٠ سم مائدة بوفيه ١٧٠ ×٩٠ سم مائدة بار مستديرة مقعد أبيض مائدة مرتفعة مظلة بيضاء كبيرة ٢×٤ م مظلة بنية كبيرة ٢× ٤ م
أكواب أكواب مياه كؤوس نبيذ أحمر كؤوس نبيذ أبيض كؤوس فلوت كؤوس مشروبات كحولية كؤوس فاتح الشهية كؤوس عصير كؤوس سلطة فاكهة	متنوع سلة خبز حاوية الصلصلة المعدنية حاوية الجبن الزجاجية أو المعدنية سكرية خزفية شمعدان زجاجي شمعدان فضي دورق فاتح الشهية دورق نبيذ زجاجي دورق مياه زجاجي دلو ثلج دلو شمبانيا معدني	

تنظيم المطبخ

يصدر الشيف، قبل أيام من موعد الوليمة، أوامر الشراء الخاصة بالمنتجات الغذائية التي سيتم إعدادها، وفقا لعدد المدعوين المقرر. يتم إعداد التجهيزات الأساسية في مطابخ شركات الحفلات، بينما تتم عمليات الطهو السريع، ووضع اللمسات الأخيرة على الأطباق في المطبخ المجهز في موقع الحدث. وتلعب جودة المنتجات،

وطزاجتها، وطهوها بشكل صحيح دورا أساسيا في نجاح قائمة الطعام، وضمان جودتها وسلامتها الصحية.
كما تلعب التقنية الحديثة دورا هاما، في حالة تجهيز قوائم مختلفة لعدة ولائم في نفس الوقت، حيث يسهل استخدام المنتجات شبه الجاهزة، والمجمدة، ومعدات التجميد، والتفريغ من الهواء من مهمة العاملين في المطبخ. وتساهم أفران الميكروويف، والطهو بالبخار، في توفير وقت تسخين الطعام.

تجهيز القاعة

يجب أن يتم تجهيز القاعة بطريقة تسمح بما يلي:

- توفير مساحات كافية تسمح بتفريغ وجمع المنتجات والمعدات
- المطبخ
- القاعة
- غرفة خلع الملابس لطاقم العمل
- مساحات أخرى تُخصص للخدمة ولا يرتادها العملاء (الأوفيس)

ويمر تجهيز القاعة بعدة مراحل: تبدأ من وضع المعدات، كالمظلات، ومعدات الإضاءة، وأجهزة التهوية وغيرها، وترتيب المقاعد، والموائد، وأدوات المائدة، ثم تولى عناية فائقة لتزيين القاعة، والاهتمام بكافة تفاصيلها. ويتمثل الهدف الرئيسي في خلق أجواء راقية، وموحية، تساهم إسهاما فعالا في نجاح الحدث.
ولا يتم تجهيز المكان دفعة واحدة؛ فإذا كانت القاعة متاحة، يمكن ترتيب معدات المطبخ، والموائد، والمقاعد في اليوم السابق على الحفلة، بينما تُصف أدوات المائدة قبل الحفلة بساعات، ولا يوضع البوفيه، وفواتح الشهية إلا قبل وصول المدعوين بقليل.

شكل الموائد

يخضع اختيار شكل الموائد لرغبة العميل، وشكل القاعة، وعدد المدعوين المتوقع، ونوع الحدث. وتتنوع أنواع الموائد كما يلي:

- مائدة مستديرة (أو ملكية): تستضيف حتى ٢٠ فردا. ولا تضم أماكن شرفية.
- موائد أسنان المشط: تتكون من سلسلة من الموائد الصغيرة المصفوفة معا، وتسع عدد مدعوين يتراوح بين ٥٠ و٢٠٠ فرد.
- موائد على شكل حرف Eمعكوسة: تتصل فيها الطاولات الطويلة السابقة عبر طاولة أخرى عرضية.
- مائدة على شكل حرف T: تسع من ٣٠ إلى ٤٠ فردا، ولكنها لا تسمح باستغلال المساحة المتاحة على أفضل وجه

- مائدة على شكل حدوة الحصان: تتكون من مائدة شرفية يتصل بها صفان من الموائد المتقابلة، ويجلس المدعوون على الناحية الخارجية منها فقط، وتسع من ٢٥ إلى ٣٠ فردا.
- مائدة رئيسية، وموائد جانبية مائلة: تمتد المائدة الرئيسية في المركز وتُصف الموائد الجانبية بشكل مائل يتجه نحو المائدة المركزية. يشيع استخدام هذا الترتيب في الولائم الكبيرة (من ١٥٠ إلى ٢٠٠ فرد)، لأنه يسمح باستغلال المساحة على أفضل وجه.
- مائدة إمبراطورية: هي مائدة مستطيلة أو بيضاوية، تسع ٤٠ فردا.
- مائدة مربعة (كاريه): تستخدم في الحفلات الصغيرة (١٦- ٢٠ فرد)، لأنها تتطلب مساحة كبيرة، ويُنصح بوضع تشكيلات الزهور في منتصفها.
- موائد على شكل أشعة الشمس: يُنصح بهذا الترتيب في القاعات المربعة، ولعدد لا يزيد على ١٠٠- ١٥٠ مدعو. ويوضع على الطاولة المركزية البوفيه أو تشكيلات من الزهور.
- موائد على شكل مروحة: يشمل طاولة مركزية، وتمتد أمامها الموائد على شكل نصف دائرة.
- موائد متوازية: قد يشمل هذا الترتيب وجود مائدة شرفية وقد لا يشملها. يُنصح به في القاعات المستطيلة الواسعة، وفي الحفلات الكبيرة (يتراوح عدد المدعوين بين ٦٠٠ و٨٠٠ مدعو يُقسمون على ١٠- ١٢ مائدة).
- المائدة الواحدة: هي مائدة طويلة، أطرافها هلالية، تسع من ٢٠ إلى ٢٥ فردا، وقد تكون الأماكن الشرفية بها عند المنتصف، أو على رأسها.

بعد اختيار شكل الموائد، يتم تحديد أماكن جلوس المدعوين، فيجلس المحتفى به أو المتعاقد في المنتصف، ويجلس المدعوين الأكثر أهمية بالقرب منه أو في مقابله.

الخدمة

في يوم الحفلة، وقبل بدء الخدمة، يقوم مدير الحفلات بتوزيع المهام على الجرسونات، بعد استشارة المتر، ويشرح مراحل قائمة الطعام، وتتابع الأطعمة والمشروبات، وترتيب خدمة المدعوين (بدءا من المائدة الشرفية). في بداية الحفل، يستقبل مدير الحفلات المدعوين عند وصولهم، ويصطحبهم إلى موضع تقديم شراب الترحيب، ثم إلى القاعة.

يوضع عند مدخل القاعة رسما توضيحيا للمقاعد، ليسهل على المدعوين إيجاد أماكنهم. يلتزم الموظفون بأماكنهم، وبأداء المهام التي أسندت إليهم.

يكثر اللجوء إلى طريقة الخدمة الإنجليزية في الولائم، لأنها تسمح بتقليل عدد موظفي القاعة (شيف دو رانج

ومساعد واحد لكل ٢٠ فرد في المتوسط، وسوملييه لكل ٢٥- ٣٠ فرد)، ووقت الخدمة، ومخلفات الطعام. وتُقدم بعض الأطباق المميزة في الأطباق، على الموائد، أو في البوفيه.

لابد من تجهيز البوفيه بطريقة تسمح باستغلال المساحة كلها. ويجب وضع بعض الموائد المرتفعة التي توضع عليها الأطباق، والأكواب المستعملة، ويقوم الموظفون بإخلائها على الفور.

يظل مدير الحفلات على اتصال بالعميل، طوال الحفلة، وحتى لحظة توديع الضيوف.

فك التجهيزات

خلال الحفل، يقوم العاملون في الأوفيس بوضع الأدوات المستعملة في حاويات خاصة بها. وبعد انتهاء الحفل، وانصراف المدعوين، يجب استعادة كافة المعدات، والتجهيزات. تبدأ هذه المرحلة بتفريغ الأكواب والزجاجات، ووضعها في حاويات أو خزانات خاصة بها، ثم تُجمع أدوات المائدة، وأخيرا المفارش؛ تُربط كل ١٠ مفارش كبيرة معا، أما المفارش الصغيرة فتثنى وتُعد. ويتم إخلاء القاعة من المقاعد، والموائد، ثم يتم تنظيفها لتعود كما كانت قبل الحفل. وتعتبر هذه المرحلة من العمل مرحلة دقيقة، بسبب الإرهاق الذي يشعر به العاملون، والسرعة التي يجب أن يتم إنهاء هذه الأعمال بها.

نقل المعدات

تُنقل كافة الأدوات والتجهيزات إلى مقر شركة التموين، حيث تُنظف، وتُرتب في المخازن. أثناء عملية النقل، يُفضل استخدام حاويات سهلة التنظيف والتطهير، ومضادة للصدمات. وتوضع الأطعمة التي لم تمس فس حاويات عازلة للحرارة من الصلب.

٤. تكاليف الحفلات

كما أشرنا من قبل، تُحسب تكاليف الحفلات بشكل مختلف عن المطاعم التقليدية؛ فبخلاف تكاليف شراء المواد

الأولية، والأيدي العاملة، والمصروفات العامة، توجد تكاليف إيجار القاعة، والمعدات، والمفارش، والتجهيزات، ونقل المواد الغذائية.

ترتفع تكلفة الأيدي العاملة في قطاع الحفلات، حيث يتطلب الحفل موظفي قاعة عديدين، كما يقوم العاملون في المطبخ بالعمل ساعات أطول، سواء في مطبخ الشركة، أو أثناء وضع اللمسات النهائية على الأطباق، في المطبخ الملحق بالقاعة. ويُضاف إلى ذلك حساب أوقات تحميل، وتفريغ، ونقل المعدات، إضافة إلى إعداد الموائد، والخدمة، وفك التجهيزات، ونقلها إلى مقر الشركة.

وقد يُثقل إيجار الموقع (بشكل خاص الفيلات والقلاع) على تكاليف ميزانية الحفل بنسبة تتراوح من ١٥ إلى ٢٠%. أما تكاليف التجهيزات فتتنوع وفقا لنوع المناسبة، وقد تشمل تكاليف لوحات عرض، أو مماشي، وخلافه.

يجب على مدير الحفلات حساب كافة هذه التكاليف قبل تحديد سعر البيع للعميل.

نهاية الوحدة الثانية

ضع علامة صواب أو خطأ:

في الحفلات، يُحدد، في المتوسط، شيف دو رانج واحد لكل ٢٠ مدعوا.

اختيار من متعدد:

أي هذه التجهيزات لا تضم أماكن شرفية:

- مائدة على شكل حرف L
- مائدة أسنان المشط
- مائدة ملكية
- مائدة على شكل حدوة حصان

في حفلات العشاء تضم القائمة:

- مرحلتين
- ٣ مراحل
- ٥ مراحل
- ٨ مراحل

أجب عما يلي:

- اذكر مراحل خدمة الحفلات.
- لماذا يشيع نظام الخدمة على الطريقة الإنجليزية في الولائم؟