

قائمة الطعام. تخطيط، تصميم، تسويق، رقابة واتخاذ قرارات

إن نشاط المطاعم يشكل جزءاً مهماً من العناصر المكونة لصناعة السياحة والسفر لأسباب عديدة. فالأفراد يذهبون إلى المطاعم لإشباع عدة حاجات ومتطلبات. والأكل هو حاجة حياتية (بايولوجية) يقدمها المطعم، وبالتالي المطاعم والأفراد العاملين فيها يلبون رغبات إنسانية متعددة، فبالإضافة إلى تقديم الطعام هناك حاجات اجتماعية يروم الأفراد الحصول عليها عند ارتيادهم المطاعم كالراحة والتسلية. كما أن خدمات تقديم الطعام لا تقتصر على المطاعم وإنما تتعداها إلى خدمات تقديم الطعام في الطيران، والجيش، والمدارس، والكليات، والمستشفيات، والمصانع. وفي ظل السوق المفتوحة والمنافسة الشديدة ولضمان النوعية الجيدة من خلال إدارة الجودة الشاملة في المطاعم تبرز أهمية التركيز على قوائم الطعام وما تعتمد عليه من أدوات أخرى مثل وصفة الطعام وحجم الحصة كأدوات لتحديد المعايير التي ستساهم في ضبط الجودة والكلفة بشكل مستمر نسبياً وبالتالي تحقيق النجاح.

وبالنظر لهذه الأهمية التي تحتلها قائمة الطعام في إدارة المطاعم ومنشآت خدمة تقديم الطعام الأخرى، ولندرة المكتبة العربية لكتاب شامل يغطي الموضوعات ذات العلاقة، حرص المؤلفان على إعداد هذا الكتاب خدمة للمتخصصين في هذا القطاع سواء لإدارات المطاعم أو لأقسام أكاديمية في جامعات وكليات ومعاهد.

ولكي تحقق المطاعم أهدافها الرئيسية وخاصة النجاح والإستمرار في السوق من خلال تحقيق الربحية ورضا زبائنها، فلا بد لها من أن تمارس وظائفها الإدارية بعلمية وعناية. وكأي نظام فرعي من النظم الإدارية فإن إدارة قائمة الطعام تشكل مفصلاً أساسياً من مفاصل هذا النوع من المنشآت.

وتعد قائمة الطعام أداة أساسية للمبيعات كما أنها تعد أمراً جوهرياً بالنسبة لوضع خطط الإنتاج. ويعتمد أمر صياغة وإعداد قائمة الطعام على ذوق وفن اختيار الأطباق المبني على أسس مدروسة. كذلك قائمة الطعام تؤثر على الكلفة التي يتحملها صاحب المطعم بجوانب عديدة إذ يعتمد عليها اعتماداً كبيراً في كل من عمليات الشراء والإستلام والخزن والتحضير والأجور والرواتب وتكلفة الطعام والخدمة كما سيتم بحثه في فصول لاحقة. إن الإخفاق في أي جانب من جوانب هذه الفعاليات يمكن أن يؤثر سلباً على المبيعات.

من هنا حرص المؤلفان على تقسيم محتويات هذا الكتاب إلى خمسة أبواب تشكل مجموعها ما يحتاجه المتخصص في إدارة المطاعم عند تنفيذه لمهام إدارة قائمة الطعام.

فالباب الأول هو مقدمة لقائمة الطعام وتضمن مراحل تطورها وأصنافها وأنواعها. والباب الثاني يختص بوظيفة التخطيط وتصميم قائمة الطعام، حيث قدمت دراسة تفصيلية في الفصول الثلاثة لهذا الباب، وهي تخطيط قوائم الطعام وتسلسل ومكونات قائمة الطعام ثم تصميم القائمة. أما الباب الثالث فخصص لتسويق قائمة الطعام، وفي الفصول السادس والسابع والثامن تم التطرق إلى أهداف تسويق قائمة الطعام وأساليب تسعير بنودها والترويج لها. أما الباب الرابع فتعرض لوظيفتين مهمتين هما الرقابة واتخاذ القرارات وتم تغطيته بثلاثة فصول هي التاسع والعاشر والحادي عشر، والتي عرضت بشكل تفصيلي الرقابة، وهندسة قائمة الطعام كأداة لتسهيل اتخاذ القرارات، والوصفة القياسية كأداة رقابية. وأخيراً، تعرض الباب الخامس إلى أمور مهمة تساند عملية إدارة القائمة وهي علاقة القائمة بإدارة المطبخ ومن ثم أهم النصائح والإرشادات لقائمة طعام ناجحة.

كتاب (قائمة الطعام. تخطيط، تصميم، تسويق، رقابة وإتخاذ قرارات) تأليف مشترك مع د. نزار فليح البلداوي، دار وائل للنشر، 2008، عمان، الأردن.

للمزيد من المعلومات اضغط [هنا](#).