



Sham Hanifa, My Kitchen, The Cottage Restaurant, Buffalo Boy ve Chef Sham Sosları YER -
Leitrim, İrlanda DAHA FAZLA BİLGİ - www.shamhanifa.ie

Rakamlarla İşletme

Kuruluş yılı: 2009 İşletme sayısı:

4 Çalışan sayısı: 30+

İşletmelerin toplam maliyetleri içinde enerjinin payı: %6-10

İşletmelerin genelinde yerel tedarik oranı: %35 - %55

Sham'ın Hikayesi

Shamzuri (Sham) Hanifa, Malezya doğumlu bir şef ve gıda girişimcisidir ve 25 yılı aşkın süredir İrlanda'nın Leitrim bölgesinde yaşamaktadır. Jamestown'daki çok sayıda ödül kazanmış The Cottage Restaurant'ın yanı sıra, Leitrim'deki My Kitchen Café and Cookery School ve Buffalo Boy Steakhouse'un sahibi ve yaratıcı gücü olan Sham, İrlanda malzemelerini Asya mutfağının etkileriyle harmanlamasıyla tanınmaktadır.

Sham aynı zamanda Chef Sham Sauces markasının yaratıcısı, "Agak Agak" kitabının yazarı ve mevsimlik, yerel kaynaklı ürünleri ön plana çıkaran aşçılık dersleri ve gösterileriyle dinamik bir mutfak eğitimidir. Çalışmaları, çokkültürlü mirasını, sürdürülebilir gıda değerlerini ve İrlanda'nın yemek kültürünü geliştirmeye olan bağlılığını yansıtmaktadır.

Sürdürülebilirlik, günlük faaliyetlerde nasıl görünür?

Sürdürülebilirlik, tedarikten servise kadar işlerimizi günlük olarak yürütme biçimimizin bir parçasıdır. Mevsimsel özellikleri gözetken menü planlamasında, yerel üreticilere öncelik veren satın alma alışkanlıklarında ve israfı azaltıp kâr marjlarını korumak için tasarlanmış mutfak sistemlerinde kendini gösterir.

- **Atık yönetiminden önce atık önleme:** Odak noktası, doğru satın alma, doğru hazırlama, doğru depolama ve doğru pişirmedir; böylece atık, son aşamada ele alınmak yerine önlenir.
- **Birden fazla satış noktasında sıkı üretim planlaması:** Restoranlar, kafeler ve ürün yelpazesi genelinde planlama koordine edilir; böylece hacimler talebe uyar ve fazlalık önlenir.
- **Porsiyonlama ve hazırlık disiplini:** Net porsiyonlama, parti boyutları ve günlük hazırlık hedefleri, hizmet kalitesini yüksek tutarken aşırı üretimi azaltır.
- **Etkinin bir parçası olarak gıda eğitimi:** Aşçılık derslerimiz, gösterilerimiz ve içeriklerimiz aracılığıyla, insanlara iyi yemek pişirmeyi, israfı azaltmayı ve malzemelere değer vermeyi öğreterek sürdürülebilirliği pekiştiriyoruz.

Malezyalı kökenlerim, "malzemelere saygı" yaklaşımını şekillendiriyor; baharat, fermantasyon, marine etme, et suları ve "burundan kuyruğa" tarzı düşüncüyü kullanarak hammaddeleri tam olarak değerlendiriyor ve israfı azaltıyorum.

Yerel tedarikin rolü nedir?

Yerel tedarik, gerçek gıda bütünlüğüne sahip komşulardan satın almak, ilişkileri güçlü tutmak ve değerin yerel olarak dolaşımını sağlamak anlamına gelir. Bu, tedarik zincirimizi kısaltır ve operasyonumuzu daha verimli hale getirir. Gıda nakliye mesafesinin son derece düşük olması, daha iyi gıda anlamına gelir; malzemeler daha taze ulaşır, kalitelerini daha uzun süre korur ve tadı daha lezzetlidir, böylece tabaktaki kalite artar ve israf da azalır.

Bu, nakliye azaltır, bozulma riskini düşürür ve lojistik maliyetlerini daha yönetilebilir hale getirir. Aslında 2009'dan beri aynı yerel tedarikçilerin çoğuyla çalışıyoruz; bu da daha iyi planlama yapmamıza, mevsimsellik ve ürün bulunabilirliğine hızlı tepki vermemize ve restoranlar, kafe ve ürün yelpazesi genelinde kaliteyi sabit tutmamıza yardımcı oluyor.

Toplum katılımı sürdürülebilirliği nasıl destekler?

Topluluk bizim için büyük önem taşıyor. İşletmemizin güçlü kalmasının ve büyümesinin nedeni budur; sürdürülebilirliği teorik bir kavram olmaktan çıkarıp uygulanabilir kılan da budur. Yerel müşterilerimiz mevsimlik gıdaları anlıyor ve arıyor; değişen, hızla tükenen ve sınırlı sayıda sunulan bir menüyü destekliyorlar. Bu da israfı düşük, standartları ise yüksek tutmamıza yardımcı oluyor. Tedarikçilerimizle sıkı ilişkilerimiz var; telefonla görüşüp sorunları hızla çözebiliyor ve hava koşulları ya da ürün bulunabilirliğinde değişiklik olduğunda buna uyum sağlayabiliyoruz.

Çalışanlar da bu sürecin merkezinde yer alır. İyi bir ekip, her gün kültürümüzü yaşatır; nasıl hazırladığımızı, nasıl porsiyonladığımızı, malzemeleri nasıl doğru kullandığımızı ve hizmet boyunca kaliteyi nasıl tutarlı tuttuğumuzu gösterir. Ayrıca yerel kurslara, tanıtım etkinliklerine ve topluluk bağlantılarına da aktif olarak katılıyoruz; çünkü daha iyi yemek pişirme becerileri israfı azaltır ve gelecek nesli gerçek yemek pişirmeyle bağlantılı tutar.

Yerel kurumlar ve destekler de önemli bir rol oynamıştır; planlama, paketlenme ve büyüme kararlarımızı netleştirmemize yardımcı olarak, işletmenin ardındaki değerlere sadık kalırken sürekli gelişmesini sağlamıştır. Yerel istihdam yaratarak ve İrlanda'nın kırsal bölgelerine yemek severleri çekerek, işletme yerel ekonomiyi ve turizmi desteklemektedir.



Televizyon programlarımı, sürdürülebilirlik değerlerini ulusal çapta yaygınlaştırmak için bir fırsat olarak değerlendiriyorum; bu programlarda, “burundan kuyruğa” yemek pişirme yöntemlerini ve malzemelerden en iyi şekilde nasıl yararlanılacağını gösteriyorum. Bu, yaptığımız işin ardındaki zihniyeti paylaşmanın, malzemeye saygı duymanın, israfı azaltmanın ve amaç bilinciyle yemek pişirmenin bir başka yoludur.

Enerji ve atık takibini destekleyen araçlar nelerdir?

Bizim için en yararlı araçlar, yoğun bir mutfağa uygun olan ve davranışları gerçekten değiştiren araçlardır.

Enerji konusunda temel unsurlarla başlıyoruz: aylık eğilimleri tespit etmek için elektrik faturaları ve sayaç okumaları; ardından en büyük enerji tüketicileri olan soğutma, pişirme ekipmanları, havalandırma ve sıcak suya odaklanıyoruz. Burada basit bir bakım ve kontrol listesi önemlidir: buzdolabı ve dondurucu sıcaklıkları, kapı contaları, kondansatörlerin temizlenmesi, ekipmanın doğru şekilde kapatılması ve arızaların erken tespit edilmesi. Akıllı sayaç verileri, pik yükleri ve baz yükü gösterdiği için yararlıdır; böylece neyin çalışmaması gerektiği halde çalıştığını görebilirsiniz.

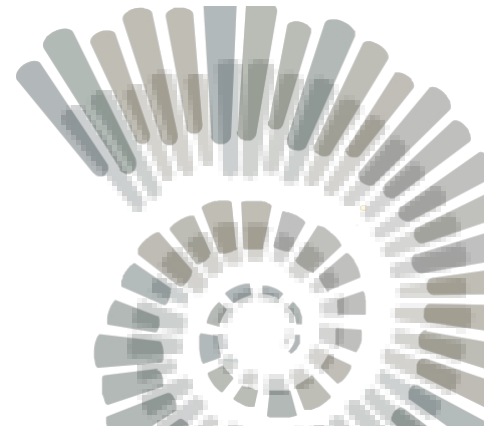
Atık konusunda ise pratik bir yaklaşım izliyoruz. Çöp kutularının ne sıklıkla boşaltıldığını ve bunun maliyetini takip ediyoruz; ayrıca atık akışlarını ayırarak nelerin önlenabilir olduğunu görebiliyoruz. Mutfakta en yararlı araç, hazırlık atıkları, bozulma, aşırı üretim ve tabaktaki artıkları gibi birkaç nedeni içeren basit bir atık günlüğüdür; böylece sipariş verme, porsiyonlama ve hazırlık süreçlerini daha sıkı bir şekilde yönetebiliriz. POS ve stok rutinlerimiz de bunu destekler; çünkü neyin ne zaman satıldığını bilmek, üretimi planlamamıza ve fazlalığı azaltmamıza yardımcı olur.

Gıda israfı nasıl izlenir/azaltılır?

Gıda israfı bizim için kilit bir odak noktasıdır ve bunu bir çöp kutusu sorunu değil, mutfak performansı sorunu olarak ele alıyoruz. Her şey tahminlere dayalı hazırlık ile başlar: Rezervasyonlar, son dönemdeki müşteri sayıları ve POS verilerinden yola çıkarak hazırlık seviyelerini belirliyoruz ve başlangıçta fazla üretim yapmak yerine servis sırasında ekleme yapabilmek için daha küçük partiler halinde pişiriyoruz. Ayrıca yüksek riskli ürünler için minimum stok seviyelerini koruyor ve bunları haftalık olarak gözden geçiriyoruz.

Sıradaki adım menü mühendisliğidir. Farklı bölümler arasında ortak malzemeler içeren yemekler tasarlıyoruz; böylece ürünler düzenli bir şekilde satılıyor ve kullanılmayan ürün sayısı azalıyor. Ayrıca esneklik noktaları da oluşturuyoruz; günlük spesiyaller sayesinde en taze malzemeleri ve satılması gerekenleri, artık gibi hissettirmeden kullanabiliyoruz. Malezyalı kökenim bu yaklaşımı destekliyor, çünkü et suyu, çorba, marine, turşu, sambal, köri ve güveç gibi teknikler, malzemelerin tam olarak kullanılması ve artıkları değerli hale getirmek için geliştirilmiştir.

Kaçınılmaz organik atıklar kompost haline getirilip mutfak bahçemizde kullanılıyor.



Önemli kararlar hangi verilere dayanıyor?

Önemli kararlar, dijital veriler ile doğrudan müşteri etkileşiminin birleşiminden yola çıkılarak alınmaktadır. Satış rakamları, çevrimiçi siparişler, rezervasyonlar ve CRM verileri, talebi takip etmeye, stok yönetimine ve menü planlamasına yardımcı olmaktadır. Sürdürülebilirlik konusundaki belirgin eğilimin tüketici tercihlerini giderek daha fazla etkilemesi de, kararların hem verilere dayalı hem de geleceğe odaklı olmasını sağlarken, müşteri görüşmeleri, geri bildirimler ve tekrar satın alma davranışları da aynı derecede önemlidir.

Yapay zeka da bu tablonun bir parçası haline geliyor. Şu anda, Yerel İşletme Ofisi'nin eğitim ve iş destek programlarından aldığımız güçlü destekle becerilerimizi geliştiriyoruz. Uygulamada, zaman tasarrufu sağladığımız ve tutarlılığı artırdığımız odaklanmış şekillerde yapay zeka kullanıyoruz; içeriği hazırlayıp iyileştiriyor, müşteri geri bildirimlerindeki ana temaları özetliyor, menüler ve etkinlik metinleri için ilk taslaklar oluşturuyor ve farklı hedef kitlelere yönelik çeviri ve üslup konusunda destek sağlıyor. Tüm çıktıları dikkatle kontrol ederek doğruluğu ve marka sesini koruyoruz. Bu bir öğrenme sürecidir.

İşletmeyi büyütmek ve tanıtmak için dijital araçlar nasıl kullanılıyor?

Yeni teknolojileri benimseme konusunda güvenimizi de artırırken, işletmeyi büyütmek ve tanıtmak için dijital araçları giderek daha fazla kullanıyoruz. Özel web sitemiz e-ticareti destekleyerek doğrudan ürün satışına olanak sağlarken, Facebook ve Instagram ise menüleri, etkinlikleri ve marka hikayelerini paylaşmak için kullanılıyor. Rezervasyon sistemi, e-posta listesi ve CRM, müşteri etkileşimini ve tekrar ziyaretleri desteklerken, daha iyi talep tahmini sayesinde stok kontrolünü iyileştiriyor.

Kırsal bir ortamda dijitalleşmenin zorlukları nelerdir?

Leitrim'de internet bağlantısı büyük ölçüde iyileşti. Kırsal konaklama sektörünün görünürlük sorunu da olduğu için bu hayati önem taşıyor. Arama motorlarında ve haritalarda kolayca bulunabilmeye ve tüm kanallarda çalışma saatleri, menüler ve rezervasyon bilgilerinin doğru tutulmasına büyük ölçüde güveniyorsunuz.

Zaman ve beceri de gerçek kısıtlamalardır. Küçük bir ekipte, eğitim ve tutarlı dijital bakım hizmetlerin akışına uyum sağlamalı ve sistemler, özel bir pazarlama personeli olmadan

Sosyal medya müşteri ilişkilerini nasıl şekillendiriyor? Yapay zeka kullanımı nasıl?

Her işletmenin kendi sosyal medya kanalları vardır ve içerikleri kurum içinde kendimiz hazırlıyoruz. Bu sayede paylaşımlar gerçek hizmet, gerçek yemekler ve gerçek insanlara yakın kalıyor; müşteriler ise sahada olup bitenlere, menülere, etkinliklere, özel tekliflere, kurslara ve ürün lansmanlarına uygun güncellemeler alıyor.

İçerik ekip içinde üretildiği için sosyal medya aynı zamanda doğrudan bir ilişki kanalı olarak da işlev görüyor. Sorulara hızlıca yanıt verebiliyor, düzenli müşterilerimizi bilgilendirebiliyor ve perde arkasındaki detaylar ve tutarlılığımız sayesinde güven oluşturabiliyoruz. Sosyal medya yaklaşımımızın önemli bir parçası olarak toplulukla olan bağlarımızı paylaşıyoruz. Aşağıdaki örnek, yerel bir GAA grubuyla gerçekleştirilen bir yemek pişirme gösterisini göstermektedir. Bu, topluma bir şeyler katmanın, gerçek ilişkiler kurmanın ve aktif yaşam tarzlarına uygun pratik yemek fikirlerini paylaşmanın basit bir yoludur. Bu tür paylaşımlar aynı zamanda savunduğumuz değerleri de pekiştirir: iyi yemek, beceriler ve topluluk.

Dürüst olmak gerekirse, şu anda sosyal medyada yapay zeka kullanmıyoruz. İçerik, her bir işletmedeki ekipler tarafından şirket içinde oluşturuluyor; böylece gerçek hizmet, gerçek yemek ve günlük yaşamdaki olaylara yakın kalıyor. Ancak şunu biliyoruz ki, gelecekte bunu benimsememiz gerekecek!

Sürdürülebilirlik müşterilere nasıl aktarılıyor?

Sürdürülebilirlik, yemeklerin kendisi ve bu konuda yaptığımız seçimler aracılığıyla aktarılır.

- Menüde ve mekânda, mevsimlik ürünleri ve ana malzemelerin nereden geldiğini öne çıkarıyoruz; böylece müşteriler, yerel ürünler ile tabaktakiler arasındaki bağlantıyı görebiliyor.
- “Her şeyi kullanma” pişirme tarzımızı pratik bir şekilde açıklıyoruz; et suları, et çorbaları, soslar ve özel yemekler gibi örneklerle, müşterilerin lezzet ile israfın azaltılmasının birbiriyle bağlantılı olduğunu anlamalarını sağlıyoruz.
- Açıklık gösterileri, dersler ve televizyon programları aracılığıyla, insanların evde kullanabileceği basit teknikleri malzemeleri nasıl daha verimli



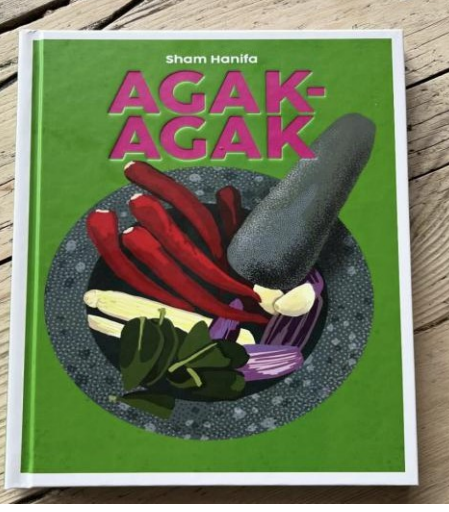
mykitchenbyshamhanifa • Follow
Carrick On Shannon



mykitchenbyshamhanifa Thank you to the St Mary's ladies gaa for coming in this evening for a demo with Chef Sham @sham_hanifa Sham created some recipes for pre match & post match meals. All healthy, high protein and nutritious 🍴 Hope ye enjoyed the demo and got lots of ideas to create when training or playing. @st.maryskiltoghtgaa

28w





Liderlik tarzınızı nasıl tanımlarsınız? Günlük kararlarınızı hangi ilkeler yönlendiriyor?

Liderlik tarzım uygulamaya dayalıdır. Ön saflarda liderlik yaparım, mutfağa, ekibe ve müşterilere yakın dururum; uzaktan yönetmek yerine insanlarla birlikte çalışırken en mutlu olurum. Çocukluğumdan beri yemek pişirerek büyüdüm ve bir göçmen girişimci olarak bunu adım adım dört işletmeye dönüştürdüm; bu nedenle sıkı çalışmanın, tutarlılığın ve savunulabilir standartların değerini iyi bilirim.

Günlük kararlarımın ardındaki ilkeler basit. Malzemelere saygı duymak, insanlara saygı duymak ve yemeğin ardındaki kültüre saygı duymak. Malezya ve İrlanda mutfaklarının dürüst ve kaliteli bir şekilde bulunduğu sürdürülebilir bir yemek deneyimi yaratmaya odaklanıyorum. Her gün iki soru soruyorum: Bu hafta neleri iyileştirebiliriz ve gelecekte de kalıcı olacak bir şeyi nasıl inşa etmeye devam edebiliriz?

Zorlukların üstesinden nasıl geldiğinize dair bir örnek

Esnek kalarak ve tek bir gelir kaynağına bağımlı olmamak suretiyle zorlukların üstesinden gelmeyi öğrendim. Sos üretimine yönelmek ve birden fazla restoran işletmek, ekonomik durgunluk dönemlerinde dayanıklılığımızı artırmamıza yardımcı oldu. COVID-19 salgını sırasında, sokağa çıkma kısıtlamalarıyla başa çıkmak için paket servis seçenekleri ve açık hava oturma alanları geliştirerek hızla uyum sağladık. Buradan aldığımız en önemli ders, değişime açık olmak, hızlı hareket etmek ve zorlukları gelecekte gelişmek için fırsatlar olarak görmektir. Jamestown'da Shannon Nehri'nin şiddetli taşkınlarından etkilendik ve bu durum The Cottage'ın geçici olarak kapanmasına ve yenilenmesine neden oldu. Kontrol edebileceğimiz şeylere odaklandık: dikkatli planlama ve zorlu bir dönemde ekibi desteklemek. Geriye dönüp baktığımızda, zorluklar inovasyonumuzu artırdı. Bu durum, daha hızlı uyum sağlamamızı, yeni kanalları denemede daha özgüvenli olmamızı ve bir işletme grubu olarak daha dayanıklı olmamızı sağladı.

Markanız veya sürdürülebilirlik hedefleriniz için bundan sonra ne yapacaksınız?

Bundan sonra yapacağımız şey, bizi benzersiz kılan özelliklerimizi kaybetmeden dört işletmemiz genelinde sistemi sıkılaştırmak ve standartları yükseltmek. Ödüller güven oluşturmaya yardımcı oldu, ancak aynı zamanda beklentileri de artırdı; bu nedenle her sürdürülebilirlik mesajının gerçek operasyonel uygulamalarla desteklenmesini istiyoruz. Şu anda odak noktamız, halihazırda iyi yaptığımız şeyleri daha da derinleştirmek: daha güçlü kaynak takibi, mutfaklarda daha az atık, daha akıllı enerji seçimleri ve menüler, ürünler ve dijital kanallarda daha net kanıtlar. Ayrıca, sel ve elektrik kesintileri sonrasında dayanıklılığa yatırım yapmak istiyoruz; böylece işletmemiz, şok durumlarında da faaliyetlerini sürdürebilsin.

Yeni nesil müşterilerle nasıl bağlantı kuracaksınız?

Yeni nesille bağlantı kurmak zaten günlük hayatımızın bir parçası; çünkü müşteri profilimiz genç ve işletmelerimizde çok sayıda genç çalışanımız var. Onlar sayesinde insanların şu anda neye önem verdiğini, neye değer verdiğini, kaliteyi, şeffaflığı ve gerçek hissettiren deneyimleri yakından takip edebiliyoruz.

Ayrıca, uygulamalı deneyimler, gösteriler, dersler ve yerel gruplar ve okullarla yapılan işbirlikleri yoluyla bu baği canlı tutacağız, böylece genç müşteriler de kendilerini bu sürecin bir parçası olarak hissedecekler.



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

