



Εργασία στην τεχνολογία από το Β2α του 2ου
Γυμνασίου Μεταμόρφωσης Σχολικό έτος:2016-2017
E-Mail:G.chipsA.E.planet@gmail.com
Τηλ.Επικοινωνίας : 210.28111122

G.chips A.E. <<Πατατάκια από άλλο γαλαξία >>

Μέλη της ομάδας:

- *Γενικός Διευθυντής:** Σκορδαράς Μανόλης
- *Διευθυντής Προσωπικού:** Παπαϊωάννου Μάριος
- *Διευθύντρια Παραγωγής:** Σπύρου Μαριαλένα
- *Διευθυντής Οικονομικών:** Παναγιωτόπουλος Δημήτριος
- *Διευθυντής Μάρκετινγκ:** Σκλάβος Αντώνιος
- *Διευθύντρια Δημοσίων σχέσεων :** Ράζα Ελένη
- *Διευθυντής Ασφάλειας και Υγείας:** Σολομός Αλέξανδρος
- *Διευθυντής Ελέγχου :** Χρήστος Σαβίδης
- *Διευθυντής Εκπαίδευσης και Προμηθειών :** Ειρήνη Πετράκη
- * Διευθυντής Σχεδιασμού :** Παφίλης Νικόλαος

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΑ-ΕΝΟΤΗΤΕΣ

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 1)ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- 1α . Η ιστορία της πατάτας
- 1ε.Είδη πατατακίων

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 2)Γενικός Διευθυντής

- 2α..Στόχοι του τμήματος
- 2β. Οι αξίες της G.chips
- 2γ. Το όραμα μας

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 3)Διευθυντής Προσωπικού

- 3α. Στόχοι του τμήματος
- 3β. Το ανθρώπινο δυναμικό μας
- 3γ. Αγγελία πρόσληψης στελέχους της επιχείρηση
- 3δ.Διαδικασίες πρόσληψης προσωπικού
- 3ε. Τρόποι απόλυσης εργαζομένων – Νομοθεσία

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 4)Διευθυντής οικονομικών

- 4α. Στόχοι του τμήματος
- 4β. Οικονομικοί κυρίαρχοι στόχοι για το 2018
- 4γ. Το καταστατικό της επιχείρησης
- 4ε. Τιμοκατάλογος προϊόντων

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 5) Διευθυντής μάρκεντικ

- 5α. Η στρατηγική μας για τα πατατάκια και άλλα_σνακ
- 5β. ΠΕΛΑΤΕΣ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ 3) Στόχοι του τμήματος μάρκετινγκ
- 5γ. Δημιουργία ερωτηματολογίου για την επιλογή νέου προϊόντος
- 5δ. Αποτελέσματα έρευνας αγοράς για την επιλογή νέου προϊόντος
- 5ε) ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΑΣ
- 5ζ) ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙΝΟΥΡΙΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ
- 5ζα) ΑΦΙΣΕΣ5
- ζβ) ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΣ ΔΙΑΛΟΓΟΣ
- 5ζγ) ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΣΠΟΤ
- 5ι) Δίκτυο πωλήσεων και διανομής.

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 6) Διευθύντρια παραγωγής

- 6α. Στόχοι του τμήματος παραγωγής
- 6β. Διάγραμμα βιομηχανικής παραγωγής
- 6δ. Ο ρόλος του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 7) Διευθυντής Ασφάλειας και Υγείας

- 7α. Η κουλτούρα της Υγιεινής και Ασφάλειας στους χώρους εργασίας
- 7β. Καθήκοντα ιατρού εργασίας
- 7γ. Δημιουργία αφισών και σημάτων ασφαλείας
- 7δ. Η διατροφική αξία της πατάτας

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 8) Διευθύντρια δημοσίων σχέσεων

- 8α. Στόχοι του τμήματος
- 8β. Η πολιτική μας για το περιβάλλον
- 8γ. Η εξαγωγική μας δραστηριότητα

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 9) Διευθύντρια Προμηθειών

- 9α. Ο ρόλος του τμήματος προμηθειών
- 9β. Πρώτες ύλες πατατοβιομηχανιών
- 9γ. Διαδικασία παραλαβής των προμηθειών
- 9δ. Διαχείριση των αποθεμάτων (stock)
- 9ε. Παρακολούθηση των αποθεμάτων

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 10)Διευθυντής Σχεδίασης Προϊόντων

- 10α. Διαδικασία σχεδιασμού νέου προϊόντος
- 10β. Κατασκευή δειγμάτων προϊόντων
- 10γ. Παρουσίαση των κατηγοριών προϊόντων της G.chipsA.E.

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 11)Διευθυντής Ποιοτικού Έλεγχου

- 11α. Στόχοι του τμήματος
- 11β. Θεμελιώδεις Αρχές της Τυποποίησης προϊόντων
- 11γ. Σύστημα ποιοτικού ελέγχου της εταιρεία
- 11δ.Συστήματα διασφάλισης ποιότητας

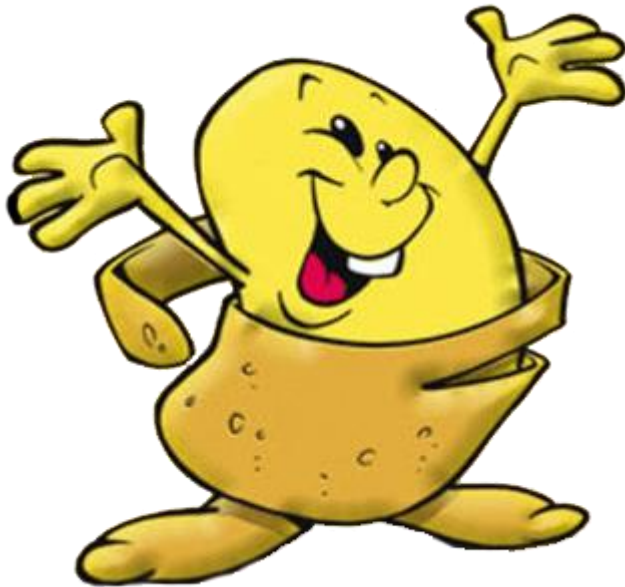
ΚΕΦΆΛΑΙΟ 12)Κατασκευή της Μακέτας μας

- 12α. Χρονοδιάγραμμα εργασιών μακέτας.
- 12β. Παρουσίαση σχεδίων κατασκευής μακέτας
- 12δ. Κατάλογος υλικών και προμηθευτών μακέτας
- 12στ. Κατάλογος εργαλείων και δυσκολίες στην κατασκευή της μακέτας
- 12ζ. Παρουσίαση κανόνων ασφαλείας κατά την εκτέλεση των εργασιών



ΚΕΦΆΛΑΙΟ 1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1α) Η ιστορία της πατάτας :



Η επιστημονική ονομασία της πατάτας είναι «Στρύχνον το κονδυλόριζον» και φυσικά αποκαλείται και «γεώμηλο». Πρόκειται για φυτό των υψιπέδων του Μεξικού, του Περού, της Χιλής και της Κολομβίας, περιοχές όπου ζούσαν Ινδιάνοι, Ίνκας, Αζτέκοι. Σύμφωνα με τους ιστορικούς, οι ιθαγενείς Αμερικανοί, που ζούσαν στην οροσειρά των Άνδεων, γνώριζαν την πατάτα περίπου 4.000 χρόνια πριν ο γευστικός αυτός βολβός ξετρελάνει τους Ευρωπαίους. Την αποκαλούσαν με διάφορα ονόματα και σε ορισμένες περιοχές αποτελούσε βασικό συστατικό της καθημερινής διατροφής τους.

Πως έφτασαν οι πατάτες στην Ευρώπη ;

Η πιο τεκμηριωμένη ιστορικά είναι η θεωρία που θέλει ως πρωτοπόρο τον σερ Φράνσις Ντρέικ. Σύμφωνα με αυτή, ο Ντρέικ, επιστρέφοντας το 1586 στην Αγγλία, έπειτα από μία μάχη με τους Ισπανούς στην Καραϊβική, έκανε μια στάση στην Κολομβία για προμήθειες. Μεταξύ άλλων συμπεριέλαβε στις προμήθειες καπνό και πατάτες. Σταδιακά η καλλιέργεια της πατάτας διαδόθηκε σε πολλές χώρες της Ευρώπης και γρήγορα αποτέλεσε τρόφιμο της ευρωπαϊκής φτωχολογιάς, καθώς τότε το σιτάρι για το ψωμί απαιτούσε εύφορα εδάφη, εκτεταμένες πεδιάδες και μεγάλα ζώα για το όργωμα. Αυτά τα κατείχαν κατά κύριο λόγο οι αριστοκράτες και οι άρχουσες τάξεις. Αντίθετα η πατάτα που ευδοκίμωσε σε κάθε είδους έδαφος, ήταν ιδανική και για οικογενειακή

καλλιέργεια και έτσι οι αγροτικοί πληθυσμοί πουπεινούσαν βρήκαν στην πατάτα μια νέα εύγευστη και θρεπτική τροφή..

1ε.Είδη πατατακίων:

Υπάρχουν πολλά και διάφορα είδη από πατατάκια στην αγορά σήμερα. Υπάρχουν με διάφορες γεύσεις όπως:

***με αλάτι**

***με γεύση μπάρμπεκιου**

***με σκόρδο**

***με ρίγανη**

***με κρεμά από κρεμμύδια**

*** με παπικά**

Αυτές οι γεύσεις υπάρχουν σε διάφορες συσκευασίες όπως:

***οικογενειακές (μεγαλύτερες από το κανονικό)**

***με κυματιστά πατατάκια**

*** μικρότερες συσκευασίες**



ΚΕΦΑΛΕΟ 2) ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΗΝΤΗΣ

2α. Στόχοι του τμήματος :

Τα βασικά του δε καθήκοντα είναι να συντονίζει τις επί μέρους Διευθύνσεις, να οραματίζεται την ανάπτυξη και το μέλλον της εταιρείας, να παρακολουθεί την πορεία των εταιρικών υποθέσεων και να επεμβαίνει δραστικά με διορθωτικές κινήσεις σε περίπτωση που οι στόχοι της εταιρείας αρχίζουν να αποκλίνουν από το αρχικό σχέδιο. Πιο αναλυτικά: Σχεδιάζει τη στρατηγική της επιχείρησης, δηλαδή καθορίζει τους μακροχρόνιους στόχους και καταγράφει τις απαιτούμενες ενέργειες για την επίτευξη τους (αύξηση πωλήσεων με διεύρυνση του δικτύου και στο εξωτερικό, εκπαίδευση πωλητών, διαφήμιση σε ξένα ΜΜΕ κ.λπ.). Είναι υπεύθυνος για την υλοποίηση των στόχων της εταιρείας. Καθορίζει τις δραστηριότητες της επιχείρησης μετά από τις εισηγήσεις των υπευθύνων των διαφόρων τμημάτων της εταιρείας. Καθορίζει με σαφήνεια τους στόχους κάθε τμήματος και ελέγχει τις διαδικασίες για την επιτυχία τους, με προκαθορισμένα κριτήρια. Για το λόγο αυτό, συνεδριάζει με τους υπευθύνους των διαφόρων τμημάτων και εξετάζει την πρόοδο και τα προβλήματα του κάθε τμήματος, με στόχο την αντιμετώπισή τους. Σε συνεργασία με τους υπεύθυνους των διαφόρων τμημάτων καθορίζει χρονοδιάγραμμα εργασιών (έρευνα αγοράς, προμήθεια και συντήρηση μηχανημάτων, οργάνωση πωλήσεων κ.ά.) και μεριμνά για την τήρησή του. Καθορίζει τα κριτήρια αξιολόγησης και τα οφέλη (πρίμ) αποδοτικότητας για κάθε τμήμα, έτσι ώστε να δημιουργούνται κίνητρα παραγωγικότητας για τους εργαζόμενους. Ενημερώνει το Διοικητικό Συμβούλιο για την πρόοδο της εταιρείας και μεταφέρει τις αποφάσεις του Διοικητικού Συμβουλίου στους Διευθυντές και τους εργαζόμενους της επιχείρησης, ώστε να προσδιοριστούν οι ενέργειες που απαιτούνται για την υλοποίηση των στόχων. Ενημερώνεται για τις εξελίξεις που διαγράφονται στην τοπική και διεθνή αγορά (τεχνολογικές - οικονομικές - επιχειρηματικές). Αντιπροσωπεύει την εταιρεία σε εκδηλώσεις και την εκπροσωπεί υπογράφοντας τα

επίσημα έγγραφα της, δηλαδή συμφωνίες (με τράπεζες, εμπόρους, προμηθευτές, πελάτες κ.λπ.) και συμβόλαια για αγοροπωλησία ή ενοικιάσεις εξοπλισμού, ακινήτων κ.ά.

2β. Οι αξίες της G.chips

Απόλυτη αξιοπιστία και υψηλή ποιότητα είναι οι σημαντικότερες αξίες της G.chips σε όλη την έκταση των δραστηριοτήτων της, οι οποίες επικεντρώνονται στα εξής :

- ☒ Στην άριστη ποιότητα των προϊόντων που παράγει και διανέμει στην κατανάλωση
- ☒ Στην ανθρώπινη σχέση που διαμορφώνει με τους συντελεστές της αγοράς
- ☒ Στην αγάπη και στην φροντίδα με την οποία περιβάλλει τους εργαζόμενους της
- ☒ Στην σχέση εμπιστοσύνης που καθημερινά «κτίζει» με τους προμηθευτές της Κυρίαρχος σκοπός της επιχείρησης παραμένει η παραγωγή και εμπορία προϊόντων απόλαυσης με τις κορυφαίες προδιαγραφές .

2γ. Το όραμα μας

Έργαζόμαστε κάθε μέρα για να δημιουργήσουμε ένα καλύτερο μέλλον. Βοηθάμε τους ανθρώπους να αισθάνονται καλά, να έχουν καλή εμφάνιση και να απολαμβάνουν όλο και περισσότερο τη ζωή τους με προϊόντα και υπηρεσίες οι οποίες είναι καλές για τους ίδιους και τους αγαπημένους τους. Θα εμπνέουμε τους ανθρώπους να κάνουν κάθε μέρα μικρές πράξεις οι οποίες όλες μαζί μπορούν να κάνουν τον κόσμο μας καλύτερο. Θα αναπτύσσουμε νέους τρόπους προσέγγισης της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας, που θα μας επιτρέψουν να διπλασιάσουμε το μέγεθος της εταιρίας και ταυτόχρονα να μειώσουμε τις επιπτώσεις - από τις δραστηριότητές της - στο περιβάλλον". Το νέο όραμα αντικατοπτρίζει τη φιλοδοξία και το στόχο για μακροπρόθεσμη πορεία της εταιρίας και διέπεται από διαχρονικές αξίες για βιώσιμη ανάπτυξη της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Είναι σχεδιασμένο για να δώσει απαντήσεις στις προκλήσεις του 21ου αιώνα.

«Ένα ταξίδι 1000 χιλιομέτρων αρχίζει με ένα απλό βήμα. Ας αναλογιστούμε τη δυνατότητα να κάνουμε τον κόσμο γύρω μας καλύτερο, με κάποιες μικρές, καθημερινές πράξεις στα προϊόντα μας ή στο τρόπο που λειτουργούμε. Η τελική διαφορά στη ζωή όλων μας μπορεί να είναι πολύ μεγάλη».



ΚΕΦΆΛΑΙΟ 3 Διευθυντής Προσωπικού

3α. Στόχοι του τμήματος

Ο Διευθυντής Προσωπικού μεριμνά για την πρόσληψη του κατάλληλου για κάθε ειδικότητα προσωπικού, για την εκπαίδευσή του, για την ομαλή και έγκαιρη προσέλευση και αποχώρηση των εργαζομένων και φροντίζει τα θέματα μισθοδοσίας. Παρακολουθεί και ενημερώνεται συνεχώς για τις Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας και όλα τα εργασιακά θέματα. Ακόμα, διεξάγει τις διαπραγματεύσεις με τα Σωματεία των εργαζομένων. Γενικά έχει την ευθύνη της σωστής και χρηστής διοίκησης του προσωπικού. Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι το προσωπικό μιας εταιρείας –ατομικά και στο σύνολό του- αποτελεί έναν πολύ σημαντικό μοχλό κίνησης και ανάπτυξης της εταιρείας και μαζί με το όνομα της εταιρείας είναι ο καθρέπτης αυτής προς το καταναλωτικό κοινό.

3β. Το ανθρώπινο δυναμικό μας.

Στην εταιρεία G.chips A.E. απασχολούνται πάνω από 300 άτομα. Η εταιρεία φροντίζει το ανθρώπινο δυναμικό της να είναι άρτια καταρτισμένο, γι' αυτό και υποστηρίζει την εκπαίδευσή τους είτε με ειδικευμένα σεμινάρια είτε με μεταπτυχιακές σπουδές. Όλοι οι άνθρωποι της G.chips A.E. ταυτίζουν τη φιλοσοφία της εταιρείας με τους προσωπικούς τους εργασιακούς στόχους και η δουλειά τους χαρακτηρίζει το μεράκι και η αγάπη. Η εταιρεία προωθεί την ομαδικότητα και την καλή συνεργασία δίνοντας κοινούς στόχους στην ανάπτυξη, την παραγωγή και την προώθηση προϊόντων.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα όλα τα τμήματα της εταιρείας (Έρευνας και Ανάπτυξης, Ποιοτικός Έλεγχος, Marketing, Παραγωγή, Προμήθειες, Διακίνηση, Πωλήσεις, Εξαγωγές, Οικονομικές υπηρεσίες, Ιατρική Ενημέρωση) να είναι καθημερινά σε στενή συνεργασία και να συμπορεύονται προς τη βελτίωση των υπηρεσιών, την προώθηση των προϊόντων και την ανάπτυξη, ώστε να ανταποκρίνονται στις συνεχώς αυξανόμενες και εξελισσόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Ο άνθρωπος θεωρείται ως το πιο σημαντικό ατού της εταιρείας, γι' αυτό και η επένδυση στους ανθρώπινους πόρους αποτελεί σημαντική και καθημερινή μέριμνά της. Οι άνθρωποί της αποτελούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημά της, μιας και έχουν παίξει τον πιο σημαντικό ρόλο στη μακροχρόνια επιτυχία της εταιρείας. Η G.chips A.E., αναγνωρίζοντας αυτό το πλεονέκτημα, προσπαθεί και διασφαλίζει ένα καλό εργασιακό περιβάλλον, την ποιότητα στην εργασία ενώ επιβραβεύει τους ανθρώπους της με τις εξής παροχές:

Ετήσιο πριμ παραγωγικότητας

Ετήσια επιβράβευση καλύτερων εργαζομένων

Τράπεζα αίματος

Ομαδική ασφάλιση

Έξτρα παροχές για τα παιδιά που γεννιούνται και τις νέες μητέρες

Γιορτή και δώρα για τα παιδιά των εργαζομένων την περίοδο των γιορτών

3γ. Αγγελία πρόσληψης στελέχους της επιχείρησης.

Η G.chipsA.E.η μεγαλύτερη εταιρία προϊόντων σοκολατοποιίας στην Ελλάδα και με μεγάλη εξαγωγική δραστηριότητα , επιθυμεί να καλύψει την παρακάτω θέση:

Μηχανικός R&D (διευθυντής έρευνας και ανάπτυξης) για το εργοστάσιο της στην Άρτα

Περιγραφή θέσης:

Μελέτη και σχεδιασμός νέων προϊόντων

Συνεργασία με φορείς πιστοποιήσεων - Δημιουργία σχεδίων, αιτήσεων και περιγραφών δοκιμών για τα προς πιστοποίηση προϊόντα

Προσόντα:

Πτυχίο Μηχανολόγου Μηχανικού

Επιθυμητή εμπειρία στον κλάδο

Πολύ καλή γνώση AutoCAD

Άριστη γνώση Γερμανικών και επιθυμητή γνώση Αγγλικών

Πολύ καλές οργανωτικές και επικοινωνιακές ικανότητες

Δυνατότητα ταξιδιών Η εταιρία προσφέρει:

Σταθερές Αποδοχές σύμφωνα με τη βαρύτητα της θέσης και την αξιολόγηση επιλογής

Μεταβλητές Αποδοχές σύμφωνα με το Σύστημα Διοίκησης Απόδοσης

Συνεχή υποστήριξη και εκπαίδευση

Μεγάλες προοπτικές εξέλιξης

Άριστο περιβάλλον εργασίας

Μετακίνηση από και προς το χώρο εργασίας με εταιρικό λεωφορείο

3δ. Διαδικασίες πρόσληψης προσωπικού

Σε... εξονυχιστικό έλεγχο των γνώσεων και της προσωπικότητας των υποψηφίων μελλοντικών συνεργατών τους προχωρά η G.chips A.E. , καθώς, ειδικά κατά τη δεδομένη οικονομική συγκυρία, επιβάλλεται η εξεύρεση εργαζομένων καταρτισμένων και «προικισμένων», με μια πλειάδα ικανοτήτων και ευρύτερη παιδεία. Δεν εστιάζουμε πλέον αποκλειστικά στο μορφωτικό επίπεδο των υποψηφίων, αλλά αναζητάμε στελέχη τα οποία να πληρούν μία σειρά από ποιοτικά χαρακτηριστικά, τα οποία θα ταιριάζουν στη φιλοσοφία και το προφίλ της επιχείρησής μας, Όσο για τους τρόπους επιλογής των κατάλληλων προσώπων, στην εταιρεία μας έχουμε αναπτύξει και χρησιμοποιούμε μεθόδους οι οποίες αξιολογούν το σύνολο σχεδόν της προσωπικότητας του υποψηφίου, οι οποίες εκτείνονται από την εξέταση των τυπικών προσόντων των υποψηφίων έως και των έμφυτων χαρακτηριστικών και ταλέντων τους. Σε γενικές γραμμές δεν γίνεται πρόσληψη χωρίς συνέντευξη. Η συνέντευξη συμπεριλαμβάνεται πάντοτε στη διαδικασία επιλογής προσωπικού και, μάλιστα, αποτελεί το κυριότερο μέρος της. Πολλές φορές, πριν φτάσουμε στη συνέντευξη, ζητάμε από τους νέους υποψηφίους να περάσουν από ψυχομετρικά τεστ, ώστε να

γίνει μία πρώτη επιλογή ατόμων με βάση τα αποτελέσματα. Στη συνέχεια, περνάμε στη συνέντευξη, με την οποία προσπαθούμε να εκμαιεύσουμε στοιχεία από τον υποψήφιο σχετικά με την προσωπικότητα, τις δεξιότητες και την εμπειρία του. Ο στόχος, με άλλα λόγια, είναι να δούμε εάν ο συγκεκριμένος υποψήφιος ταιριάζει στις απαιτήσεις της θέσης. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η αξιολόγηση γίνεται από στέλεχος του τμήματος ανθρώπινου δυναμικού και ενίοτε από τον διευθυντή του τμήματος της συγκεκριμένης θέσης που πρόκειται να καλυφθεί.

Για την G.chips A.E. εκτός από το μορφωτικό επίπεδο και τη γενική παιδεία που διαθέτει ο υποψήφιος, στοιχεία-κλειδιά για την πρόσληψη αποτελούν τα εξής: Η ακεραιότητα Το ήθος Η ομαδικότητα και Ο επαγγελματισμός «Βασικές είναι, επίσης, και δεξιότητες όπως η επικοινωνία, η αναλυτική σκέψη, η οργανωτικότητα», ωστόσο οι επιλογές πάντοτε σχετίζονται και με τις ανάγκες της συγκεκριμένης θέσης που επιθυμούμε να καλύψουμε.

3ε. Τρόποι απόλυσης εργαζομένων – Νομοθεσία

Εάν πρόκειται για υπάλληλο, ο εργοδότης έχει τη δυνατότητα να προβεί σε απόλυση με δύο τρόπους, είτε με προειδοποίηση, είτε με έκτακτη καταγγελία σύμβασης εργασίας (δηλαδή χωρίς προειδοποίηση). Η επιλογή του ενός ή του άλλου τρόπου ανήκει στη βούληση του εργοδότη. Ενώ αντίθετα αν πρόκειται για εργατοτεχνίτη, οφείλεται ολόκληρη η αποζημίωση είτε απολυθεί με προμήνυση είτε όχι. Απόλυση χωρίς προειδοποίηση : Όπως αναφέρεται παραπάνω, εάν η καταγγελία της σύμβασης εργασίας γίνει

χωρίς προειδοποίηση, ο εργοδότης υποχρεούται να καταβάλλει ολόκληρη την αποζημίωση που οφείλεται όπως καθορίζει ο Ν.2112/1920.

Απόλυση με προειδοποίηση : Εάν η καταγγελία σύμβασης γίνει ύστερα από προειδοποίηση, ο εργοδότης υποχρεούται :α) να γνωρίσει με έγγραφο στο μισθωτό ότι, η υπάρχουσα σύμβαση εργασίας θα λυθεί μετά την πάροδο του χρόνου προειδοποίησης. Κρίνεται σκόπιμο και στην πράξη εφαρμόζεται η ημερομηνία της απόλυσης, δηλαδή η λήξη του χρόνου προειδοποίησης, να καθορίζεται επακριβώς, π.χ. 18 Οκτωβρίου 2006. Στην περίπτωση αυτή ο εργοδότης έχει υποχρέωση κατά την ημέρα που ορίστηκε ως λύση της σύμβασης εργασίας (ημέρα απόλυσης), να καταβάλει το μισό (1/2) μόνο της νόμιμης αποζημίωσης.



ΚΕΦΆΛΑΙΟ 4)Διευθυντής οικονομικών

4α. Στόχοι του τμήματος:

Ο Οικονομικός Διευθυντής έχει την ευθύνη: του συντονισμού των οικονομικών λειτουργιών της εταιρείας. Πιο

συγκεκριμένα : Συντάσσει τον ετήσιο προϋπολογισμό και παρακολουθεί την εξέλιξη των αποτελεσμάτων μέσω των μηνιαίων απολογιστικών καταστάσεων. Σε συμφωνία με τον Γενικό Διευθυντή ,επεμβαίνει διορθωτικά εάν αυτό είναι αναγκαίο, όταν υπάρχουν αποκλίσεις από τον αρχικό προϋπολογισμό. Στο τέλος του έτους συντάσσει τον ισολογισμό και φροντίζει για τη δημοσίευσή του.

Παρακολουθεί ακόμα το ρυθμό των εισπράξεων και των πληρωμών της εταιρείας, Διατηρεί επαφές με τις Τράπεζες όπου απευθύνεται σε περίπτωση ανάγκης δανεισμού και φροντίζει να υπάρχει πάντα διαθέσιμο ταμείο για την αντιμετώπιση των οικονομικών υποχρεώσεων της εταιρείας. Ενημερώνεται για θέματα φορολογικής νομοθεσίας, θέματα αναπτυξιακών και επενδυτικών ευκαιριών και εισηγείται ανάλογα στον Διευθύνοντα Σύμβουλο. Στον Οικονομικό Διευθυντή αναφέρονται η υποδιεύθυνση Λογιστηρίου που ασχολείται με τα λογιστικά συστήματα και τη σύνταξη του κοστολογίου και η υποδιεύθυνση Πληροφορικής που υποστηρίζει με τα συστήματα πληροφόρησης την ομαλή εξέλιξη των οικονομικών λειτουργιών της εταιρείας.

4β. Οικονομικοί κυρίαρχοι στόχοι για το 2018:

Οι οικονομικές καταστάσεις όπως οι ισολογισμοί , καταστάσεις εσόδων , εξόδων και ταμειακών διαθεσίμων, αποτελούν σημαντικά εργαλεία για την υλοποίηση του κατάλληλου επιχειρηματικού σχεδίου. Κυρίαρχοι λοιπόν στόχοι για το 2013 αποτελούν :

Τιμολόγηση των προϊόντων με βάση την αγορά και τη τιμολόγηση των ανταγωνιστών .

Τιμολογιακή πολιτική διείσδυσης , δηλαδή προσφορά χαμηλών τιμών σε σχέση με τους ανταγωνιστές , για τη δημιουργία μεγαλύτερου τζίρου πωλήσεων.

Εκμετάλλευση οποιασδήποτε ευκαιρίας –δυνατότητας(opportunities) , η οποία μπορεί νέες δυνατότητες-ευκαιρίες κέρδους και ανάπτυξης.

Εύρεση πρόσθετων μελλοντικών χρηματοδοτήσεων για τη καλή λειτουργία και επέκταση της επιχείρησης .

Πλήρης απασχόληση του εργατικού δυναμικού .

Κλίμα οικονομικής ασφάλειας και εμπιστοσύνης μεταξύ των επενδυτών , των εργαζομένων και των πελατών της επιχείρησης .

Προστασία του περιβάλλοντος και χρησιμοποίηση ανακυκλώσιμων πηγών ενέργειας .

Ακριβοδίκαιη κατανομή της χρηματοδότησης των τμημάτων της επιχείρησης.

Σύνταξη ισολογισμού με στόχο το μεγαλύτερο δυνατό κέρδος για την εταιρία και τους μετόχους.

Ύπαρξη ρευστότητας(του μεγαλύτερου μέρους των κερδών σε μετρητά), για τον καλύτερο ελιγμό της εταιρίας στην αγορά.

Ύπαρξη σχεδίου έκτακτης ανάγκης (Contingency plan). Σε περίπτωση αποτυχίας της επιχείρησης , ύπαρξη μέτρων για τον περιορισμό του προβλήματος.

Η εξισορρόπηση των μακροπρόθεσμων και βραχυπρόθεσμων στόχων παίζει σημαντικό ρόλο στην κερδοφορία .Το κέρδος μας επιτρέπει να επανεπενδύουμε σε νέες αναδυόμενες επιχειρηματικές ευκαιρίες .Έχει άμεση σχέση με την ύπαρξη ρευστότητας , η οποία επιτρέπει στην επιχείρηση να είναι πιο ευέλικτη με το μικρότερο κόστος. Επίσης επιτρέπει την επίτευξη των εταιρικών στόχων. Το κέρδος είναι ευθύνη όλων μας.

4ε. Τιμοκατάλογος προϊόντων

*πατατάκια με αλάτι:1,50euro

*πατατάκια με σάλτσα μπάμπεικιου : 2,00euro

4γ. Το καταστατικό της επιχείρησης

ΑΡΙΘΜΟΣ 1935

ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ

Στη Μεταμόρφωση Αττικής σήμερα στις εννέα (9) Δεκεμβρίου του έτους δύο χιλιάδες δεκαέξι (2016) ημέρα Παρασκευή και στο γραφεία που βρίσκονται στο ισόγειο κτιρίου επί της οδού Ηλείας 12, στη Μεταμόρφωση Αττικής όπου κλήθηκα, ήλθα προς σύνταξη και υπογραφή του παρόντος. Σε μένα το Συμβολαιογράφο και κάτοικο Αθήνας ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟ ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗ, που έχω έδρα μου στην Αθήνα (Ομήρου αρ. 6 - 4^{ος} όροφος), εμφανίσθηκαν οι μη εξαιρούμενοι από το Νόμο κ.κ.: 1) Εμμανουήλ Σκορδαράς, κάτοικος Μεταμόρφωσης Αττικής κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό Α151515, με αριθμό φορολογικού μητρώου 1123456789 της Δημόσιας Οικονομικής Υπηρεσίας Νέας Ιωνίας, 2) Δημήτριος Παναγιωτόπουλος, κάτοικος Μεταμόρφωσης Αττικής κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΔΠ252525, με αριθμό φορολογικού μητρώου 234567891 της Δημόσιας Οικονομικής Υπηρεσίας Νέας Ιωνίας, 3) Αντώνιος Σκλάβος, κάτοικος Μεταμόρφωσης Αττικής κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΑΣ353535, με αριθμό φορολογικού μητρώου 345678912 της Δημόσιας Οικονομικής Υπηρεσίας Νέας Ιωνίας, 4) Μαριαλένα Σπύρου, κάτοικος Μεταμόρφωσης Αττικής κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΜΣ454545, με αριθμό φορολογικού μητρώου 456789123 της Δημόσιας Οικονομικής Υπηρεσίας Νέας Ιωνίας, 5) Χρήστος Σαββίδης, κάτοικος Μεταμόρφωσης Αττικής κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΧΣ555555, με αριθμό φορολογικού μητρώου 567891234 της Δημόσιας Οικονομικής Υπηρεσίας Νέας Ιωνίας, 6) Ειρήνη Πετράκη, κάτοικος Μεταμόρφωσης Αττικής κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΕΠ656565, με αριθμό φορολογικού μητρώου 678912345 της Δημόσιας Οικονομικής Υπηρεσίας Νέας Ιωνίας, 7) Μάριος Παπαϊωάννου, κάτοικος Μεταμόρφωσης Αττικής κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΜΠ757575, με αριθμό φορολογικού μητρώου 789123456 της Δημόσιας

Οικονομικής Υπηρεσίας Νέας Ιωνίας, 8) Νικόλαος Παφίλης, κάτοικος Μεταμόρφωσης Αττικής κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΝΠ858585, με αριθμό φορολογικού μητρώου 891234567 της Δημόσιας Οικονομικής Υπηρεσίας Νέας Ιωνίας, 9) Ελένη Ράζα, κάτοικος Μεταμόρφωσης Αττικής κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΕΡ959595, με αριθμό φορολογικού μητρώου 912345678 της Δημόσιας Οικονομικής Υπηρεσίας Νέας Ιωνίας 10) Αλέξανδρος Σολωμός, κάτοικος Μεταμόρφωσης Αττικής κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΑΣ015015, με αριθμό φορολογικού μητρώου 992345688 της Δημόσιας Οικονομικής Υπηρεσίας Νέας Ιωνίας

Οι ανωτέρω εμφανισθέντες ζήτησαν τη σύνταξη του παρόντος συμβολαίου μου, με το οποίο δήλωσαν, συνομολόγησαν και συναπεδέχθησαν τα κάτωθι:

Αποφασίζουν ομόφωνα την σύσταση Ανώνυμης Εταιρίας η οποία θα διέπεται από την ισχύουσα Νομοθεσία.- Το καταστατικό της συνισταμένης Ανώνυμης Εταιρίας έχει ως ακολούθως:

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ-ΕΔΡΑ-ΣΚΟΠΟΣ-ΔΙΑΡΚΕΙΑ-ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΑΡΘΡΟ 1

Συνιστάται με το παρόν συμβόλαιο Ανώνυμη Εταιρία με την επωνυμία «GALAXY CHIPS A.E. ». Για σχέσεις και συναλλαγές της Εταιρίας με το εξωτερικό η επωνυμία της θα αποδίδεται με λατινικά στοιχεία.

ΑΡΘΡΟ 2

ΕΔΡΑ

Έδρα της Εταιρίας ορίζεται ο Δήμος Μεταμόρφωσης Αττικής, με διεύθυνση επί της οδού Ηλείας αριθμός 12.

Μετά από απόφαση της Συνέλευσης των εταίρων, τηρουμένων των διατυπώσεων του Νόμου, επιτρέπεται η ίδρυση υποκαταστημάτων, πρακτορείων, γραφείων και αντιπροσωπειών της Εταιρίας και σε άλλες πόλεις της Ελλάδας ή στο εξωτερικό.

ΑΡΘΡΟ 3

ΣΚΟΠΟΣ

Σκοπός της Εταιρίας είναι:

1. Η παραγωγή, διακίνηση και εμπόριο προϊόντων ΣΝΑΚΣ [πατατάκια, κ.α.). Η σχολαστική τήρηση των προδιαγραφών της εταιρίας, η συνέπεια και η εργατικότητα κύριο μέσο που θα μας εξασφαλίσει την υψηλότερη θέση στο εμπόριο σνακ.
2. Η εταιρία μας να επιτύχει τις υψηλότερες δυνατές πωλήσεις στο χώρο με στόχο τη διατήρηση της εταιρίας στο χώρο και την επέκτασή της στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Για το λόγο αυτό η εταιρία μπορεί να συμμετέχει σε οποιαδήποτε επιχείρηση με όμοιο ή παρεμφερή σκοπό και να συνεργάζεται με οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο για την εξυπηρέτηση των στόχων της εταιρίας
3. Η υψηλή ποιότητα των προϊόντων μας να μας κατατάξει στις κορυφαίες θέσεις του κλάδου, στην προτίμηση των καταναλωτών και να συνδέουν το όνομα της επιχείρησής μας με την ποιότητα.

ΑΡΘΡΟ 4

ΔΙΑΡΚΕΙΑ

Η διάρκεια της Εταιρίας ορίζεται σε είκοσι πέντε (25) έτη, η οποία αρχίζει από την ημέρα δημοσίευσης της περίληψης του καταστατικού στο Τεύχος Ανωνύμων Εταιριών και Εταιριών Περιορισμένης Ευθύνης της Εφημερίδας της Κυβέρνησης. Η απόφαση της Συνέλευσης των εταίρων για παράταση της διάρκειας της εταιρίας δεν είναι δεσμευτική για τους εταίρους που δεν επιθυμούν την παράταση, οι οποίοι θα μπορούν ελεύθερα να αποχωρήσουν από την εταιρία.

αυτοί που αποχωρούν λαμβάνουν την πραγματική αξία της μερίδας συμμετοχής τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΕΤΑΙΡΙΚΑ ΜΕΡΙΔΙΑ

ΑΡΘΡΟ 5

Το κεφάλαιο της Εταιρίας ορίζεται στο ποσό των εκατό χιλιάδων ευρώ (100.000) και κατανέμεται σε χίλια (1000) εταιρικά μερίδια από εκατό (100) ευρώ το καθένα, από τα οποία έκαστος των εταίρων έλαβε εκατό (100) εταιρικά μερίδια. Καταβλήθηκε δε ολοσχερώς από τους εταίρους στο Ταμείο της εταιρίας. Έκαστο εταιρικό μερίδιο είναι κατά Νόμο αδιαίρετο.

ΑΡΘΡΟ 6

ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ ΜΕΡΙΔΙΟΥ

1. Επιτρέπεται να μεταβιβάζονται τα εταιρικά μερίδια δια πράξεων εν ζωή για οποιαδήποτε γενικά νόμιμη αιτία, συμπεριλαμβανομένης της γονικής παροχής, μόνο κατόπιν απόφασης της Συνέλευσης των εταίρων που θα ληφθεί με πλειοψηφία.
2. Είναι αυτοδίκαια άκυρη οποιαδήποτε μεταβίβαση εταιρικού μεριδίου που γίνεται κατά παράβαση των παραπάνω.
3. Η συμμετοχή οποιουδήποτε νέου εταίρου στην εταιρία προϋποθέτει αυτόματα την αποδοχή από αυτόν του παρόντος Καταστατικού, των ενδεχόμενων τροποποιήσεών του και των αποφάσεων που έχουν ληφθεί νόμιμα από την εταιρία.
4. Η απόφαση του αρμόδιου οργάνου της εταιρίας για αύξηση μετοχικού κεφαλαίου ή έκδοση ομολογιακού δανείου πρέπει να αναφέρει τον αριθμό και το είδος των μετοχών ή των ομολογιών που θα εκδοθούν, την ονομαστική αξία και την τιμή διάθεσης αυτών και την προθεσμία κάλυψης.
5. Οι εταίροι δικαιούνται, για διευκόλυνση της εταιρίας, να προβαίνουν σε άτοκες καταθέσεις στο ταμείο της εταιρίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

ΑΡΘΡΟ 7

ΟΡΓΑΝΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

Όργανα της εταιρίας είναι η Συνέλευση των Εταίρων και ο Διαχειριστής.

ΑΡΘΡΟ 8

Η ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΩΝ

Η συνέλευση των εταίρων είναι το ανώτατο όργανο της εταιρίας και δικαιούται να αποφασίζει για κάθε εταιρική υπόθεση. Οι αποφάσεις της που λαμβάνονται σύμφωνα με το Νόμο και το παρόν καταστατικό είναι δεσμευτικές.

Η συνέλευση των εταίρων είναι μόνη αρμόδια να αποφασίζει: α) Για τις τροποποιήσεις του καταστατικού, β) Για τον διορισμό και την ανάκληση του διαχειριστή, γ) Για την αμοιβή του διαχειριστή και για το είδος της προσωπικής εργασίας που θα παρέχουν οι εταίροι στην εταιρία, καθώς και την αμοιβή τους, δ) Για την έγκριση των ετήσιων οικονομικών καταστάσεων και τη διάθεση των κερδών, ε) Για την έγερση αγωγής κατά των οργάνων της εταιρίας καθώς και για αξιώσεις αποζημίωσης της εταιρίας και στ) Για την παράταση της διάρκειας της εταιρίας, για τη συγχώνευση αυτής, για τη διάλυση και το διορισμό ή την ανάκληση των εκκαθαριστών.

ΑΡΘΡΟ 9

ΣΥΝΘΕΣΗ, ΘΗΤΕΙΑ ΚΑΙ ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ

1. Η Εταιρία διοικείται από το Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο εκλέγεται από τη Γενική Συνέλευση των μετόχων για πέντε (5) έτη, και αποτελείται από τρία (3) έως πέντε (5) τακτικά μέλη. Ως μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου δύνανται να ορίζονται μέτοχοι, τρίτοι ή και νομικά πρόσωπα. Στην τελευταία περίπτωση το νομικό πρόσωπο υποχρεούται να ορίσει ένα φυσικό πρόσωπο για την άσκηση των εξουσιών του ως μέλους του Διοικητικού Συμβουλίου.

2. Τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου που έληξε η θητεία τους, μπορούν να εκλεγούν. Εάν κενωθούν θέσεις μελών του Διοικητικού Συμβουλίου, οι θέσεις αυτές θα πληρούνται από τα αναπληρωματικά μέλη. Το Διοικητικό Συμβούλιο έχει τη διοίκηση και διαχείριση της εταιρικής περιουσίας και την εκπροσώπηση της εταιρίας.

Το Διοικητικό Συμβούλιο αμέσως μετά την εκλογή του συνέρχεται και συγκροτείται σε σώμα, εκλέγοντας τον Πρόεδρο και τον Αντιπρόεδρο.

Το Διοικητικό Συμβούλιο μπορεί να εκλέγει από τα μέλη του τους Διευθύνοντες Συμβούλους καθορίζοντας συγχρόνως και τις αρμοδιότητές τους.

Ο Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου διευθύνει τις συνεδριάσεις. Τον Πρόεδρο, αναπληρώνει σε όλη την έκταση των αρμοδιοτήτων του ο Αντιπρόεδρος και αυτόν, όταν κωλύεται, ο Διευθύνων Σύμβουλος.

Το πρώτο Διοικητικό Συμβούλιο αποτελείται από τους κ.κ.:

- 1)Γενικός Διευθυντής: Εμμανουήλ Σκορδαράς
- 2)Διευθυντής Οικονομικών: Δημήτριος Παναγιωτόπουλος
- 3)Διευθυντής Marketing: Αντώνιος Σκλάβος
- 4)Διευθυντής Παραγωγής: Μαριαλένα Σπύρου
- 5)Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου:Χρήστος Σαββίδης
- 6)Διευθυντής Προμηθειών, Εκπαίδευσης & Εκτέλεσης: Ειρήνη Πετράκη
- 7)Διευθυντής Προσωπικού: Μάριος Παπαϊωάννου
- 8)Διευθυντής Σχεδιασμού: Νικόλαος Παφίλης
- 9)Διευθυντής Δημοσίων Σχέσεων : Ελένη Ράζα
- 9)Διευθυντής Ασφαλείας και Υγείας: Σολωμός Αλέξανδρος

Η θητεία αυτών ορίζεται μέχρι την πρώτη τακτική Γενική Συνέλευση των μετόχων, που θα συγκληθεί μέσα στο πρώτο εξάμηνο του έτους 2017.

ΑΡΘΡΟ 10

ΣΥΓΚΛΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΩΝ

1. Αρμόδιο για σύγκληση Γενικής Συνέλευσης, τακτικής ή έκτακτης, είναι το Διοικητικό Συμβούλιο. Τακτική Γενική Συνέλευση συγκαλείται τουλάχιστον μία

φορά το χρόνο. Το Διοικητικό Συμβούλιο δύναται να συγκαλεί Γενική Συνέλευση όποτε είναι απαραίτητο.

2. Η πρόσκληση προς τους εταίρους για τη σύγκληση της συνέλευσης γίνεται με συστημένη επιστολή στη διεύθυνσή τους δέκα (10) τουλάχιστον ημέρες πριν από τη συνέλευση.

ΑΡΘΡΟ 11

ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΨΗΦΟΥ

1. Έκαστος εταίρος έχει δικαίωμα μίας τουλάχιστον ψήφου στη συνέλευση. Ο αριθμός των ψήφων του είναι ανάλογος με τον αριθμό των μεριδίων του στην εταιρία.

2. Σε περίπτωση κωλύματος οποιοσδήποτε εταίρος δύναται να εκπροσωπηθεί στη συνέλευση τρίτο πρόσωπο με έγγραφη εξουσιοδότηση με υπογραφή θεωρημένη από αρμόδια αρχή.

ΑΡΘΡΟ 12

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗΣ

1. Η συνέλευση εκλέγει με απλή πλειοψηφία των εταίρων που παρίστανται σε αυτήν τον Πρόεδρο και τον εταίρο που θα ασκήσει καθήκοντα γραμματέα. Ο Πρόεδρος διευθύνει τη συνεδρίαση.

2. Οι αποφάσεις των εταίρων που λαμβάνονται στη συνέλευση καταχωρίζονται στο βιβλίο πρακτικών συνελεύσεων που υποχρεωτικά τηρεί ο διαχειριστής. Τα πρακτικά της συνέλευσης υπογράφονται από όλους τους εταίρους που συμμετείχαν στη συνεδρίαση.

ΑΡΘΡΟ 13

ΤΗΡΗΣΗ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΩΝ ΒΙΒΛΙΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗ

Κάθε διαχειριστής είναι υποχρεωμένος να τηρεί τα ακόλουθα βιβλία, όπως ορίζει ο Νόμος: 1) Το βιβλίο των εταίρων. 2) Το βιβλίο πρακτικών των Συνελεύσεων και 3) Το βιβλίο πρακτικών Διαχείρισης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ-ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ-ΔΙΑΝΟΜΗ ΚΕΡΔΩΝ

ΑΡΘΡΟ 14

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ – ΕΤΗΣΙΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

1. Η εταιρική χρήση είναι δωδεκάμηνης διάρκειας και αρχίζει την 1η Ιανουαρίου κάθε έτους και λήγει στις 31 Δεκεμβρίου του ίδιου ημερολογιακού έτους.
2. Στο τέλος κάθε εταιρικής χρήσης το Διοικητικό Συμβούλιο καταρτίζει τις ετήσιες οικονομικές καταστάσεις σύμφωνα με τον νόμο.

ΑΡΘΡΟ 15

ΔΙΑΝΟΜΗ ΚΕΡΔΩΝ – ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ

1. Τα καθαρά κέρδη που προκύπτουν μετά την αφαίρεση από τα ακαθάριστα κέρδη όλων των δαπανών, διανέμονται μεταξύ των εταίρων μέσα στο πρώτο δεκαπενθήμερο του επόμενου μήνα.
2. Υποχρεωτικώς κάθε χρόνο αφαιρείται το ένα εικοστό (1/20) τουλάχιστον των καθαρών κερδών για το σχηματισμό τακτικού αποθεματικού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΔΙΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΚΚΑΘΑΡΙΣΗ

ΑΡΘΡΟ 16

ΛΟΓΟΙ ΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

1. Η εταιρία λύεται:
 - α) Με τη λήξη της διάρκειάς της, εκτός αν η Γενική Συνέλευση, πριν την προβλεπόμενη λήξη της, αποφασίσει την παράτασή της.
 - β) Πριν από τη λήξη της διάρκειάς της, με απόφαση Γενικής Συνελεύσεως που λαμβάνεται με αυξημένη απαρτία και πλειοψηφία.
 - γ) Αν κηρυχθεί η εταιρία σε κατάσταση πτωχεύσεως.
 - δ) Με δικαστική απόφαση, ύστερα από αίτηση καθενός που έχει έννομο συμφέρον.

ΑΡΘΡΟ 17

ΕΚΚΑΘΑΡΙΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

Η εκκαθάριση ενεργείται από το διαχειριστή με απόφαση της Συνέλευσης των εταίρων και αφού προηγηθεί απογραφή της εταιρικής περιουσίας. Το προϊόν της εκκαθάρισης της εταιρικής περιουσίας στους εταίρους διανέμεται στους εταίρους ανάλογα με τη μερίδα συμμετοχής τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ

ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

ΑΡΘΡΟ 18

1. Όλοι οι συνεταίροι οπουδήποτε και αν κατοικούν ή διαμένουν, υπόκεινται στους ελληνικούς νόμους και τη δικαιοσύνη των Δικαστηρίων της έδρας της εταιρίας.

2. Το παρόν θα καταχωρηθεί στα βιβλία των εταιριών του Πρωτοδικείου Αθηνών, περίληψή του δε θα δημοσιευθεί στο Τεύχος Ανωνύμων Εταιριών και Εταιριών Περιορισμένης Ευθύνης της Εφημερίδας της Κυβέρνησης.

Αυτά συνομολόγησαν και συναπεδέχθηκαν οι συμβαλλόμενοι και προς βεβαίωση όλων αυτών συντάχθηκε κατόπιν αίτησής τους το παρόν συμβόλαιό μου.

Επί της μικτής αμοιβής του Συμβολαιογράφου 1.800,00 Ευρώ, εισπράχθηκε ποσοστό 24% για Φ.Π.Α., ποσό Ευρώ 432,00 για Φ.Π.Α..

Το συμβόλαιο αυτό, αφού διαβάστηκε καθαρά και μεγαλόφωνα στους συμβαλλόμενους, οι οποίοι, αφού το άκουσαν, το βεβαίωσαν, συμφώνησαν στο περιεχόμενό του και το υπέγραψαν αυτοί και εγώ ο Συμβολαιογράφος, όπως ορίζει ο Νόμος.

ΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

Ο ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΓΡΑΦΟΣ



ΚΕΦΆΛΑΙΟ 5) Διευθυντής μάρκεντικ

5α) Η στρατηγική μας για τα πατατάκια και άλλα

σνακ.

Ο βασικός στόχος των ανταγωνιστών είναι αρχικά η διατήρηση και στη συνέχεια η αύξηση του μεριδίου αγοράς τους. Οι στρατηγικές των βασικών ανταγωνιστών στοχεύουν κυρίως στην αύξηση των σημείων πώλησης με βελτίωση του συστήματος διανομής τους, και τμηματοποίηση της αγοράς όχι ανά γεωγραφικό διαμέρισμα, όπως πρόσφατα, αλλά ανά κανάλι διανομής (σύστημα που η GALAXY SNACKS εφάρμοσε πρώτη πριν 5 χρόνια). Οι στρατηγικές τους στοχεύουν επίσης στη βελτίωση της εικόνας των προϊόντων τους στα σημεία πώλησης με την τοποθέτηση σκαλιερών, ραφιών και 14 προωθητικού υλικού (αυτοκόλλητα, αφίσες, δώρα) Η προσπάθεια γνωστοποίησης των προϊόντων τους και κατ'επέκταση η αύξηση του μεριδίου αγοράς των ανταγωνιστών γίνεται με διαφημίσεις και προσφορές τόσο προϊόντων όσο και τιμών. Η στρατηγική που αναπτύσσουν οι εταιρίες του κλάδου αναφέρεται σε τρία κυρίως πλεονεκτήματα: 1. Στην ποιότητα και στη φρεσκάδα των προϊόντων. 2. Στην τιμή ή το κόστος παραγωγής και συσκευασίας τους. 3. Στις προσφορές που δίνουν στους τελικούς καταναλωτές. Έτσι υπάρχουν Εταιρίες, όπως η GALAXY SNACKS που χτίζουν της στρατηγική τους γύρω από την ποιότητα των προϊόντων και των προσφορών στους καταναλωτές, αδιαφορώντας για το

ύψος της τιμής. Η GALAXY SNACKS χρησιμοποιεί αρκετά ακριβές πρώτες ύλες-πολύ καλή ποιότητα πατάτας και αραβοσιτάλευρου- αεροστεγή συσκευασία και βάζει στα προϊόντα της πολύ σύντομη ημερομηνία λήξης, έτσι ώστε να είναι τα πιο φρέσκα ακόμα και κατά την λήξη τους. Επίσης τόσο η Tasty, όσο και η American Snacks, μέσα στα σακουλάκια με τα snacks προσφέρουν δώρα(πλαστικά tazos pocemon και digimon)αντίστοιχα προσελκύοντας το ενδιαφέρον των μικρών καταναλωτών που είναι η βασική αγορά -στόχος. Εταιρίες όπως "Τσακίρης" και "Procter&Gable" ανταγωνίζονται είτε στη βάση της τιμής, είτε στην προσφορά επιπλέον προϊόντος στην ίδια τιμή, στρατηγική που εντάσσεται και αυτή στην στρατηγική κόστους. Η εταιρία "Τσακίρης" έβγαλε πρώτη snacks των 100 δρχ. κάνοντας στρατηγική ηγεσίας κόστους σε μία αγορά που τα προϊόντα κοστίζουν κατά μέσο όρο από 180-250 δρχ. Δεδομένου ότι η αγορά-στόχος των αλμυρών snacks είναι παιδιά ηλικίας από 15 7-12 χρονών αυτή η διαφορά τιμής μπορεί να αποδειχθεί σημαντικό πλεονέκτημα. Αναφορικά με το μίγμα Μάρκετινγκ των κυριότερων ανταγωνιστών, μεγάλη έμφαση δίνεται στο προϊόν. Καινούργια προϊόντα δημιουργούνται πολλές φορές μέσα στο χρόνο, ενώ καινούργιες γεύσεις και σχήματα προστίθενται σε ήδη υπάρχοντα προϊόντα. Ειδικά ο πόλεμος της γεύσης είναι έντονος στον κλάδο αυτό, καθώς πολλά χρήματα δαπανώνται σε έρευνες αγοράς για την εύρεση της γεύσης και του σχήματος που θα ήθελαν οι καταναλωτές. Χαρακτηριστικές γεύσεις οι οποίες προωθήθηκαν κατά καιρούς από τις εταιρίες του κλάδου στον Ελληνικό χώρο είναι πατατάκια με γεύση ρίγανη, πάπρικα, τυρί, κρεμμύδι, πίτσα, ξύδι, μπέικον, ντομάτα-ελιά κ.α. Σημαντικό ρόλο δίνουν οι εταιρίες και στο σχήμα των προϊόντων για την επίτευξη του οποίου αγοράζονται ειδικά μηχανήματα που επιτυγχάνουν τη δημιουργία στερεομετρικών σχημάτων όπως snacks κύβους, πυραμίδες κώνους, παραλληλόγραμμα και άλλα καθώς και κυματιστά πατατάκια. Τόσο τα διάφορα snacks όσο και η πατάτα ανήκουν στα προϊόντα αυθόρμητης αγοράς και γι' αυτό σημαντικό ρόλο παίζει η συσκευασία τους. Έτσι χρησιμοποιούνται έντονα χρώματα και γυαλιστερό χαρτί στις συσκευασίες καθώς και διάφορες φιγούρες κινουμένων σχεδίων- χαρακτηριστική είναι η χρησιμοποίηση από την Tasty του Chester. Το δεύτερο στοιχείο του μίγματος Μάρκετινγκ η διανομή παίζει εξίσου σημαντικό ρόλο. Τα σημεία διανομής αυτών των προϊόντων είναι κυρίως τα περίπτερα και τα Super Market. Σε αυτά τα σημεία ο ανταγωνισμός των 16 εταιριών είναι μεγάλος για την απόκτηση του περισσότερου και εμφανέστερου χώρου. Στα περίπτερα οι εταιρίες δίνουν δωρεάν σκαλιέρες με διαφημιστικές κορωνίδες καθώς χρησιμοποιούν και άλλο προωθητικό υλικό σε κάποιο άλλο σημείο του περιπτέρου συχνά πάνω σε ανταγωνιστική σκαλιέρα δημιουργώντας έτσι αθέμιτο ανταγωνισμό ο οποίος περνάει στο επίπεδο του πωλητή. Στα Super Market οι εταιρίες αγοράζουν το χώρο ραφιού των προϊόντων snack, στοχεύοντας όλες σε ράφια στο ύψος του ματιού, καθώς κλείνουν και συμφωνίες για δεύτερα και τρίτα σημεία πώλησης μακριά από το ράφι της κατηγορίας τους. Όσον αφορά το τρίτο στοιχείο του μίγματος Μάρκετινγκ την προώθηση των προϊόντων αυτή γίνεται μέσω διαφήμισης σε περιοδικά, ραδιόφωνο και τηλεόραση αλλά και μέσω προωθήσεων(sales promotion) απευθείας στα σημεία πώλησης ή και σε άλλους χώρους. Οι προωθήσεις περιλαμβάνουν διαγωνισμούς με δώρα για τους καταναλωτές, δειγματοδιανομές ή εκδηλώσεις σε χώρους διασκέδασης, σε αθλητικά κέντρα, σε παραλίες με πλούσιο διαφημιστικό υλικό. Τέλος το τέταρτο στοιχείο του μίγματος Μάρκετινγκ δηλαδή η τιμή, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω αποτελεί σημείο έμφασης λίγων εταιριών του κλάδου δεδομένου ότι παράγουν και διανέμουν χαμηλής σχετικά αξίας προϊόντα. Σε ό,τι αφορά τις συσκευασίες, τα περισσότερα προϊόντα κυκλοφορούν σε δύο έως και πέντε διαφορετικά μεγέθη: των 45 γρμ, των 70 γρμ, των 100 γρμ, των 120 γρμ και των 200 γρμ. Τα μικρότερα μεγέθη προτιμώνται συνήθως από τα μικρά σημεία πώλησης, ενώ τα σούπερ μάρκετ διαθέτουν σχεδόν πάντα όλα τα είδη συσκευασιών.

5β) ΠΕΛΑΤΕΣ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Η Galaxy Snacks έχει έξι κανάλια διανομής. Το πρώτο κανάλι περιλαμβάνει τα περίπτερα της Αττικής και ονομάζεται Direct Sales Distribution (DSD). Ξεκίνησε πιλοτικά το 2005 και από τότε μέχρι σήμερα έχει αύξηση πωλήσεων 150%. Στο κανάλι αυτό εργάζονται συνολικά 100 πωλητές, 7 επιθεωρητές, και είναι υπό την εποπτεία του DSD Manager ο οποίος αναφέρεται στον Διευθυντή Πωλήσεων. Οι πωλήσεις σε αυτό το κανάλι γίνονται με έναν στόλο από 100 ιδιόκτητα αυτοκίνητα με τα οποία οι πωλητές καλύπτουν τα περίπτερα όλης της Αττικής. Το καινοτομικό του συστήματος είναι ότι για πρώτη φορά στην Ελλάδα, οι πωλητές πληρώνονται μετρητά από τους πελάτες, αποκλειστικότητα που η Galaxy Snacks διατηρεί μέχρι σήμερα. Το δεύτερο κανάλι της Galaxy Snacks είναι οι αποκλειστικοί αντιπρόσωποι στην επαρχία και ονομάζεται πυρήνας (core). Καινοτομώντας ξανά, αυτή τη φορά όμως όχι μόνο στην Ελληνική αλλά και στην Ευρωπαϊκή αγορά, η Galaxy Snacks καταργεί τους χονδρέμπορους από την αλυσίδα διανομής της, γυρίζοντας σιγά-σιγά τις περιοχές της Ελλάδας από το χονδρεμπόριο στους αποκλειστικούς διανομείς. Πελάτες των core είναι τα περίπτερα, τα Mini market και άλλα μικρά σημεία πώλησης. Στο κανάλι αυτό εργάζονται 135 πωλητές και 15 επιθεωρητές υπό την επίβλεψη του Γενικού Διευθυντή Αποκλειστικών Διανομέων, ο οποίος και αυτός αναφέρεται στον Διευθυντή Πωλήσεων. Τρίτο κανάλι διανομής είναι το Οργανωμένο Λιανεμπόριο που περιλαμβάνει τα Super Market και τα Cash & Carry σε όλη την Ελλάδα. Στο κανάλι αυτό εργάζονται 50 πωλητές, 5 επιθεωρητές, 3 Διευθυντές Αλυσίδων όλοι υπό την επίβλεψη του Γενικού Διευθυντή Οργανωμένου Λιανεμπορίου. Τέταρτο και πέμπτο κανάλι διανομής είναι τα νησιά στα οποία δεν έχει επεκταθεί ακόμα το σύστημα των αποκλειστικών αντιπροσώπων (core) και τα ειδικά κανάλια των οποίων πελάτες είναι ο στρατός, τα σχολεία, τα πλοία, τα ξενοδοχεία κ.α. Στα δύο αυτά κανάλια διανομής εργάζονται συνολικά 15 άτομα. Τέλος έκτο και τελευταίο κανάλι διανομής της Galaxy Snacks είναι οι εξαγωγές. Η Galaxy Snacks εξάγει στην Κύπρο προϊόντα αλλά και πρώτες ύλες. Στο κανάλι διανομής αυτό εργάζονται 3 πωλητές.

5γ) Στόχοι του τμήματος μάρκετινγκ

- Ο Διευθυντής μάρκετινγκ έχει την ευθύνη της προώθησης των πωλήσεων τόσο στην εσωτερική αγορά όσο και στο εξωτερικό. Στο έργο του υποστηρίζεται από τους υποδιευθυντές Πωλήσεων Εσωτερικού και Εξωτερικού. Από τα σημαντικότερα καθήκοντά του είναι:
- Συντάσσει τον ετήσιο προϋπολογισμό πωλήσεων κατά περιοχή και κατά προϊόν και παρακολουθεί την πιστή εξέλιξή του σε ημερήσια, εβδομαδιαία και μηνιαία βάση.
- Συνεργάζεται στενά με τον Διευθυντή παραγωγής, τον οποίο εφοδιάζει έγκαιρα με το πρόγραμμα πωλήσεων, προκειμένου να προετοιμάσει το αντίστοιχο πρόγραμμα παραγωγής και τον ενημερώνει για τυχόν αλλαγές.
- Διατηρεί καλές σχέσεις με τους πελάτες και επισκέπτεται συχνά την αγορά για την παρακολούθηση της πορείας πωλήσεων, τόσο των προϊόντων της εταιρείας όσο και του ανταγωνισμού.
- Ακόμα διαμορφώνει την τιμολογιακή πολιτική της εταιρείας, δηλαδή καθορίζει τις τιμές πώλησης, τις εκπτώσεις, τις προσφορές, τις λοιπές προωθητικές ενέργειες και επεμβαίνει με διορθωτικές κινήσεις όταν οι συνθήκες της αγοράς το καταστήσουν αναγκαίο.
- Επιλέγει, σε συνεργασία με τον υποδιευθυντή Πωλήσεων Εσωτερικού, τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν για τη διαφημιστική υποστήριξη των πωλήσεων, όπως Τηλεόραση, Περιοδικά, Εφημερίδες, Αφίσες, Προσφορές δώρων κλπ.

- Συνεργάζεται στενά με τις διαφημιστικές εταιρείες για την εκτέλεση του προγράμματος διαφημίσεων και προώθησης, τόσο των προϊόντων της εταιρείας όσο και της εικόνας αυτής γενικότερα. Ακόμα παρακολουθεί την εξέλιξη της αγοράς όσον αφορά στο ρυθμό πωλήσεων (ανοδικό ή καθοδικό) των προϊόντων και εισηγείται την αύξηση, μείωση ή ακόμα και τη διακοπή παραγωγής ορισμένων προϊόντων.
- Διαβλέπει τις μελλοντικές ανάγκες του καταναλωτή και εισηγείται την παραγωγή νέων καινοτόμων προϊόντων. Υποστηρίζεται από μια ομάδα συνεργατών που ασχολούνται ειδικά με ένα ή με μία ομάδα προϊόντων.

5δ) ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ **ΜΑΣ**

Πρόταση διαφημιστικού προγράμματος θερινής περιόδου

Χρονοδιάγραμμα διαφημιστικών μέσων θερινής Περιόδου 2016									
Μέσο	Ιούλιος				Αύγουστος				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Τηλεόραση	■	■						■	■
Περιοδικά	■			■	■	■			
Ραδιόφωνο			■	■		■	■		■
Αφίσες σε εθν.οδούς				■	■	■			

5ε) Δημιουργία ερωτηματολογίου για την επιλογή νέου προϊόντος και για τις προτιμήσεις στις ήδη υπάρχουσες γεύσεις.



GALAXY SNACKS A.E.
ΑΓΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ 22ο χλμ ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΔΟΥ
ΤΗΛ:210-6091040 FAX:210-6215007
E-MAIL:galaxysnackshellas@gmail.com

ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Φύλο: Άνδρας Γυναίκα

Ηλικία: < 15 16-20 20-30 30-40 >40

1) Ποια από τις παρακάτω νέες γεύσεις θα προτιμούσατε ως μία νέα γεύση πατατάκια (επιλέξτε 1 απάντηση) ;

Barbeque **Μεσογειακή** **Ξύδι**

2) Ποιά γεύση προτιμάτε από τις ήδη παραγώμενες (Επιλέξτε 1 απάντηση);

Αλάτι **Ρίγανη**

Σας ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας
ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

5ζ)Αποτελέσματα έρυνας αγοράς

**GALAXY SNACKS A.E.**

ΑΓΙΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ 22ο χλμ ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΔΟΥ
ΤΗΛ:210-6091040 FAX:210-6215007
E-MAIL:galaxysnackshellas@gmail.com

ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ

ΤΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ MARKETING, ΑΝΤΩΝΙΟΥ ΣΚΛΑΒΟΥ,
ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ,
ΝΙΚΟΛΑΟΥ ΠΑΦΙΛΗ

Η ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΔΙΕΞΗΧΘΗ ΣΤΙΣ 9 ΜΑΡΤΙΟΥ 2017. ΕΡΩΤΗΘΗΚΑΝ ΣΥΝΟΛΙΚΑ 1000 ΑΤΟΜΑ ΗΛΙΚΙΑΣ 12-14 ΕΤΩΝ(ΠΟΥ ΑΠΟΤΕΛΟΥΝ ΚΑΙ ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΜΑΣ) ΤΑ ΑΤΟΜΑ ΕΡΩΤΗΘΗΚΑΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΓΕΥΣΗ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΟΥΝ, ΑΠΟ ΑΥΤΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΙ ΗΔΗ, ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΟ ΠΟΙΑ ΓΕΥΣΗ ΘΑ ΠΡΟΤΙΜΟΥΣΑΝ ΝΑ ΠΡΟΣΘΕΣΟΥΜΕ ΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΑΣ (ΠΑΤΑΤΑΚΙΑ)

ΠΡΟΤΙΜΙΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΤΙΣ ΗΔΗ ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ		
ΓΕΥΣΕΙΣ	ΑΛΑΤΙ	ΡΙΓΑΝΗ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ	796	204
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΟΙΣ %	79,60%	20,40%

ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙΝΟΥΡΙΑΣ ΓΕΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ			
ΓΕΥΣΕΙΣ	BARBEQUE	ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ	ΞΥΔΙ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΓΟΡΙΩΝ	407	100	217
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΟΡΙΣΤΙΩΝ	193	-	83
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΟΙΣ %	60,00%	10,00%	30,00%

Ο Δ/ΝΤΗΣ MARKETING,
ΑΝΤΩΝΗΣ ΣΚΛΑΒΟΣ

Ο Δ/ΤΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ,
ΝΙΚΟΛΑΣ ΠΑΦΙΛΗΣ

Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΣΚΟΡΔΑΡΑΣ

Ύστερα από προσεκτική μελέτη των αποτελεσμάτων της έρευνας αγοράς, αποφασίστηκε :

- Η αύξηση της παραγώμενης ποσότητας: πατατάκια με γεύση ρίγανη έναντι αυτών με γεύση αλάτι.
- Η εισαγωγή στην παραγωγή του προϊόντος: πατατάκια με γεύση barbeque και η απελευθέρωση του προϊόντος στην αγορά ύστερα από την κατάλληλη διαφήμισή του.

5ια) ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙΝΟΥΡΙΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

7α) ΑΦΙΣΕΣ



ΑΚΟΜΑ ΔΕΝ ΔΟΚΙΜΑΣΕΣ
ΤΗ ΝΕΑ ΓΕΥΣΗ...???

5β) ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΣ ΔΙΑΛΟΓΟΣ

- ΦΩΝΗ 1 : ΤΙ ΜΥΡΙΖΕΙ ΕΤΣΙ ? ΚΑΠΟΙΟΣ ΘΑ ΨΗΝΕΙ
- ΦΩΝΗ 2:ΟΧΙ, ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΚΑΙΝΟΥΡΙΑ ΠΑΤΑΤΑΚΙΑ ΤΗΣ GALAXY SNACKS ΕΙΝΑΙ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΠΕΝΤΑΝΟΣΤΙΜΑ ΜΕ ΑΥΘΕΝΤΙΚΗ ΓΕΥΣΗ ΒΑΡΒΕΚΕ.
- ΦΩΝΗ 1:ΝΑ ΠΑΡΩ ΕΝΑ?
- ΦΩΝΗ 2:ΟΧΙ, ΕΙΝΑΙ ΔΙΚΑ ΜΟΥ !!
- ΚΑΙ ΟΙ 2 ΦΩΝΕΣ :ΧΑΧΑΧΑ...

5γ)ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΣΠΟΤ

ΕΜΦΑΝΙΖΕΤΑΙ ΕΝΑ ΣΚΟΥΛΑΚΙ ΜΕ ΤΟ ΚΑΙΝΟΥΡΙΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ ΑΚΟΥΓΕΤΑΙ ΑΠΟ ΑΝΤΡΙΚΗ ΦΩΝΗ : “ΚΑΙΝΟΥΡΙΑ ΠΑΤΑΤΑΚΙΑ ΜΕ ΑΚΑΤΑΜΑΧΗΤΟΙ ΓΕΥΣΗ ΒΑΡΒΕΚΕ. ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΑΤΡΕΣ ΤΟΥ ΤΕΛΕΙΟΥ..” ΚΑΙ Η ΔΙΑΦΗΜΗΣΗ ΚΛΙΝΕΙ ΜΕ ΤΟ ΣΗΜΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΜΑΣ.

5θ)Δίκτυο πωλήσεων και διανομής.



ΚΕΦΆΛΑΙΟ 6)Διευθύντρια παραγωγής

6α. Στόχοι του τμήματος παραγωγής

Έχει την ευθύνη της οργάνωσης της παραγωγής και της τεχνικής αρτιότητας και συντήρησης των εγκαταστάσεων για την απρόσκοπτη λειτουργία της παραγωγικής διαδικασίας. Ειδικότερα : Μελετά και ενημερώνεται για νέες μεθόδους



παραγωγής, νέα πιο εξελιγμένα μηχανήματα, νέα προϊόντα και φροντίζει να εγκαταστήσει αξιόπιστες μεθόδους ποιοτικού ελέγχου των παραγόμενων προϊόντων σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας. Στον Διευθυντή παραγωγής αναφέρονται οι μηχανικοί παραγωγής των διαφόρων τμημάτων παραγωγής , που βασικό μέλημά τους είναι ο συντονισμός της παραγωγής και των τμημάτων που την υποστηρίζουν. Φροντίζει για το σχεδιασμό και τη σωστή ροή της παραγωγής, την συντήρηση των εγκαταστάσεων για την αποφυγή αβαριών και άσκοπων καθυστερήσεων σ' όλες τις φάσεις της παραγωγικής διαδικασίας. Ενημερώνεται για τα πάντα που αναφέρονται στην ανοιχτή γραμμή επικοινωνίας με τον καταναλωτή αλλά και τους πελάτες χονδρικής και είναι έτοιμος να αντιμετωπίσει οποιαδήποτε υποδείξεις τους ή ενδεχόμενα παράπονά τους και να το εξετάσει με προσοχή και υπευθυνότητα.

6β. Διάγραμμα βιομηχανικής παραγωγής



6γ .Ο ρόλος του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης

Στο τμήμα παραγωγής ανήκει και το τμήμα έρευνας και ανάπτυξης , στελεχωμένο από επιστήμονες χημικούς και τεχνολόγους τροφίμων. Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται πάρα πολύ χάρις και στον εξοπλισμό Pilot-Plant (παραγωγή σε εργαστηριακή-μικρή κλίμακα), με τον οποίο μπορούν να γίνονται οι απαιτούμενες εργαστηριακές δοκιμές της chokolone. Στις δραστηριότητες του τμήματος περιλαμβάνονται : Τεχνικές προδιαγραφές όλων των παραγόμενων προϊόντων και των παραγωγικών διαδικασιών. Βελτίωση και σταθεροποίηση της ποιότητας των προϊόντων και των παραγωγικών διαδικασιών. Σχεδιασμός και ανάπτυξη νέων προϊόντων. Πραγματοποίηση εργαστηριακών δοκιμών για πρώτες ύλες. Ενημέρωση για τις τελευταίες εξελίξεις διεθνώς στον τεχνολογικό τομέα. Επαφή

με αρχές και αρμόδιους φορείς για τεχνικά θέματα, όπως νομοθεσία, επισήμανση, διατροφικά κλπ. Τεχνική υποστήριξη επαγγελματιών πελατών (εργαστήρια ζαχαροπλαστών) για τη σωστή χρήση των προϊόντων σοκολάτας που προμηθεύονται από την Chocologne, ως πρώτη ύλη για τις διάφορες κατηγορίες των παρασκευασμάτων τους.



ΚΕΦΆΛΑΙΟ7) Διευθυντής Ασφάλειας και

Υγείας

7α. Η κουλτούρα της Υγιεινής και Ασφάλειας στους χώρους εργασίας

Η σωστή επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων στους χώρους εργασίας αποτελεί ένα σημαντικότατο παράγοντα μείωσης των εργατικών ατυχημάτων. Η αποτελεσματική ανταλλαγή μηνυμάτων που αφορούν την πρόληψη εργατικών ατυχημάτων και επαγγελματικών ασθενειών αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο για τη δημιουργία της κουλτούρας Υγιεινής και Ασφάλειας στους χώρους εργασίας. Τί θεωρείται όμως κουλτούρα; Σύμφωνα με τον επίσημο ορισμό του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών,¹ κουλτούρα εννοείται «...το σύνολο των πνευματικών, υλικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών της κοινωνίας ή μέρους αυτής, που περιλαμβάνει την τέχνη, την πεζογραφία, τον τρόπο ζωής, τις αξίες, τις παραδόσεις και τα πιστεύω της...» Ο όρος κουλτούρα της Υγιεινής και Ασφάλειας στην Εργασία (Safety Culture) πρωτοεμφανίστηκε λίγο μετά το πυρηνικό ατύχημα στο Chernobyl το 1986. Σύμφωνα με τον ορισμό της Διεθνούς Επιτροπής Ατομικής Ενέργειας ως κουλτούρα Υγιεινής και Ασφάλειας Εργασίας, ορίζεται «...το σύνολο των χαρακτηριστικών και των ιδιοτήτων των οργανισμών ή των ατόμων που καθορίζουν πως πρώτη προτεραιότητα στη λειτουργία των οργανισμών ή των ατόμων παίζει η εφαρμογή μέτρων ασφάλειας και αυτά τα μέτρα ασφάλειας λαμβάνουν την απαραίτητη προσοχή που εγγυάται τη εφαρμογή τους». Η κουλτούρα της Υγιεινής και Ασφάλειας

συνδέεται άμεσα με το επίπεδο επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων. Η ανθρώπινη επικοινωνία είναι μια εξαιρετικά σύνθετη διαδικασία ανταλλαγής μηνυμάτων. Αυτή η ανταλλαγή μηνυμάτων μεταξύ των ατόμων ή κοινωνικών ομάδων ορίζεται και ως επικοινωνία. Καθημερινά δίνοντας και παίρνοντας πληροφορίες καλύπτουμε ανάγκες πολύ σημαντικές για την επαγγελματική, ψυχολογική και κοινωνική μας επιβίωση. Οι άνθρωποι βρίσκονται σε διαρκή και αδιάκοπη αλληλεπίδραση με το κοινωνικό τους περιβάλλον, ανταλλάσσοντας χιλιάδες πληροφορίες σε καθημερινή βάση. Κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας, μία αρκετά σημαντική ποσότητα πληροφοριών χάνεται, καθώς οι άνθρωποι υψώνουν τείχη αντίστασης κατά της αποδοχής των πληροφοριών που δέχονται από άλλους συνανθρώπους τους. Οι λόγοι αυτής της αντίστασης εξαρτώνται από το ύφος της επικοινωνίας, τις προσωπικές διαθέσεις του κάθε ανθρώπου, τον χαρακτήρα του, τις πολιτιστικές του καταβολές, το επίπεδο μόρφωσής του, τις ιδιαίτερες κοινωνικές συνθήκες και την πιθανή χρήση διαφορετικών – ξένων – γλωσσών μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών. Η πολιτική ανοιχτής επικοινωνίας (open door policy) μεταξύ των εργαζομένων και της διοίκησης ενός οργανισμού, ιδιαίτερα σε θέματα Υγιεινής και Ασφάλειας, συνεισφέρει στην παραγωγικότητα του οργανισμού, αυξάνει το επίπεδο αυτοϊκανοποίησης των εργαζομένων, αυξάνει το επίπεδο απόκρισης (feedback effect) της διοίκησης, συμβάλλει στην ανάπτυξη της κουλτούρας Υγιεινής και Ασφάλειας στον οργανισμό και τελικώς βελτιώνει τις συνθήκες ασφάλειας στον οργανισμό. Η σημασία της ύπαρξης κουλτούρας Υγιεινής και Ασφάλειας σε έναν οργανισμό, διαπιστώθηκε με τραγικό τρόπο στο καταστροφικό δυστύχημα των

διυλιστηρίων γνωστής πετρελαϊκής εταιρείας στο Τέξας το 2005. Στο τραγικό αυτό δυστύχημα είχαν σκοτωθεί συνολικά 15 εργαζόμενοι και πάνω από 170 είχαν τραυματισθεί. Η έκθεση διερεύνησης του δυστυχήματος, που δημοσιεύθηκε πρόσφατα, αποτελείούνται από 374 σελίδες και εστίαζε τα αίτια του δυστυχήματος σε 5 βασικές παρατηρήσεις. Όλες οι παρατηρήσεις των επιθεωρητών ήταν σχετικές με την κουλτούρα Υγιεινής και Ασφάλειας στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης. Στην δεύτερη παρατήρηση των επιθεωρητών γίνεται ρητή αναφορά στο γεγονός πως η επιχείρηση «δεν είχε φροντίσει να δημιουργηθεί ένα θετικό περιβάλλον εμπιστοσύνης και ανοικτής επικοινωνίας μεταξύ των εργαζομένων και της διοίκησης της επιχείρησης με ανοικτούς δίαυλους ανταλλαγής πληροφοριών». Στη χώρα μας, είναι γεγονός αδιαμφισβήτητο, πως υπάρχει σαφέστατη έλλειψη κουλτούρας Υγιεινής και Ασφάλειας τόσο μεταξύ των εργαζομένων (οι οποίοι φέρουν και αυτοί μερίδιο ευθύνης) όσο και από πλευράς διοίκησης πολλών επιχειρήσεων. Η συνεχής εκπαίδευση των εργαζομένων (δια βίου εκπαίδευση) και η ύπαρξη ανοικτού δίαυλου επικοινωνίας μεταξύ των εργαζομένων και της διοίκησης των επιχειρήσεων, είναι τα μοναδικά εργαλεία υιοθέτησης κουλτούρας Υγιεινής και Ασφάλειας στους χώρους εργασίας. Κουλτούρα η οποία συμβάλλει στη μείωση των εργατικών ατυχημάτων που τόσο ακριβά πληρώνει ολόκληρη η κοινωνία.

7β. Καθήκοντα ιατρού εργασίας

Ο ιατρός εργασίας παρέχει υποδείξεις και συμβουλές στον εργοδότη, στους εργαζόμενους και στους εκπροσώπους τους, γραπτά ή προφορικά, σχετικά με τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνονται για τη

σωματική και ψυχική υγεία των εργαζομένων. Τις γραπτές υποδείξεις ο γιατρός εργασίας καταχωρεί στο ειδικό βιβλίο του άρθρου 6 του νόμου αυτού. Ο εργοδότης λαμβάνει γνώση ενυπογράφως των υποδείξεων που καταχωρούνται σ αυτό το βιβλίο. Ειδικότερα ο γιατρός εργασίας συμβουλεύει σε θέματα: α) σχεδιασμού προγραμματισμού, τροποποίησης της παραγωγικής διαδικασίας, κατασκευής και συντήρησης εγκαταστάσεων, σύμφωνα με τους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας της εργασίας. β) λήψης μέτρων προστασίας, κατά την εισαγωγή και χρήση υλών και προμήθειας μέσων εξοπλισμού. γ) φυσιολογίας και ψυχολογίας της εργασίας εργονομίας και υγιεινής της εργασίας, της διευθέτησης και διαμόρφωσης των θέσεων και του περιβάλλοντος της εργασίας και της οργάνωσης της παραγωγικής διαδικασίας. δ) οργάνωσης υπηρεσίας παροχής πρώτων βοηθειών. ε) αρχικής τοποθέτησης και αλλαγής θέσης εργασίας για λόγους υγείας, προσωρινά ή μόνιμα καθώς και ένταξης ή επανένταξης μειονεκτούντων ατόμων στην παραγωγική διαδικασία, ακόμη και με υπόδειξη αναμόρφωσης της θέσης εργασίας και στ) δεν επιτρέπεται ο γιατρός εργασίας να χρησιμοποιείται για να επαληθεύει το δικαιολογημένο ή μη λόγω νόσου, απουσίας εργαζομένου. Ο γιατρός εργασίας προβαίνει σε ιατρικό έλεγχο των εργαζομένων σχετικό με τη θέση εργασίας τους, μετά την πρόληψή τους ή την αλλαγή θέσης εργασίας, καθώς και σε περιοδικό ιατρικό έλεγχο κατά την κρίση του επιθεωρητή εργασίας ύστερα από αίτημα της επιτροπής υγιεινής και ασφάλειας των εργαζομένων, όταν τούτο δεν ορίζεται από το νόμο. Μεριμνά για τη διενέργεια ιατρικών εξετάσεων και μετρήσεων παραγόντων του εργασιακού περιβάλλοντος σε εφαρμογή των διατάξεων που ισχύουν κάθε φορά. Εκτιμά την καταλληλότητα των εργαζομένων για τη συγκεκριμένη εργασία, αξιολογεί και καταχωρεί τα αποτελέσματα των εξετάσεων, εκδίδει βεβαίωση των παραπάνω εκτιμήσεων και την κοινοποιεί Σημείωση: Ο Γιατρός εργασίας έχει κατά την άσκηση του έργου τους ηθική ανεξαρτησία απέναντι στον εργοδότη και στους εργαζομένους. Τυχόν διαφωνία του με τον εργοδότη, για θέματα της αρμοδιότητάς του δεν μπορεί να αποτελέσει λόγο καταγγελίας της σύμβασής τους. Σε κάθε περίπτωση η απόλυση πρέπει να είναι

αιτιολογημένη. Ο Γιατρός εργασίας έχει υποχρέωση να τηρεί το επιχειρησιακό απόρρη

7γ. Δημιουργία αφισών και σημάτων ασφαλείας



7β. Καθήκοντα ιατρού εργασίας

Ο ιατρός εργασίας παρέχει υποδείξεις και συμβουλές στον εργοδότη, στους εργαζόμενους και στους εκπροσώπους τους, γραπτά ή προφορικά, σχετικά με τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνονται για τη σωματική και ψυχική υγεία των εργαζομένων. Τις γραπτές υποδείξεις ο γιατρός εργασίας καταχωρεί στο ειδικό βιβλίο του άρθρου 6 του νόμου αυτού. Ο εργοδότης λαμβάνει γνώση ενυπογράφως των υποδείξεων που καταχωρούνται σ αυτό το βιβλίο. Ειδικότερα ο γιατρός εργασίας συμβουλεύει σε θέματα: α) σχεδιασμού προγραμματισμού, τροποποίησης της παραγωγικής διαδικασίας, κατασκευής και συντήρησης εγκαταστάσεων,

σύμφωνα με τους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας της εργασίας. β) λήψης μέτρων προστασίας, κατά την εισαγωγή και χρήση υλών και προμήθειας μέσω εξοπλισμού. γ) φυσιολογίας και ψυχολογίας της εργασίας εργονομίας και υγιεινής της εργασίας, της διευθέτησης και διαμόρφωσης των θέσεων και του περιβάλλοντος της εργασίας και της οργάνωσης της παραγωγικής διαδικασίας. δ) οργάνωσης υπηρεσίας παροχής πρώτων βοηθειών. ε) αρχικής τοποθέτησης και αλλαγής θέσης εργασίας για λόγους υγείας, προσωρινά ή μόνιμα καθώς και ένταξης ή επανένταξης μειονεκτούντων ατόμων στην παραγωγική διαδικασία, ακόμη και με υπόδειξη αναμόρφωσης της θέσης εργασίας και στ) δεν επιτρέπεται ο γιατρός εργασίας να χρησιμοποιείται για να επαληθεύει το δικαιολογημένο ή μη λόγω νόσου, απουσίας εργαζομένου. Ο γιατρός εργασίας προβαίνει σε ιατρικό έλεγχο των εργαζομένων σχετικό με τη θέση εργασίας τους, μετά την πρόληψή τους ή την αλλαγή θέσης εργασίας, καθώς και σε περιοδικό ιατρικό έλεγχο κατά την κρίση του επιθεωρητή εργασίας ύστερα από αίτημα της επιτροπής υγιεινής και ασφάλειας των εργαζομένων, όταν τούτο δεν ορίζεται από το νόμο. Μεριμνά για τη διενέργεια ιατρικών εξετάσεων και μετρήσεων παραγόντων του εργασιακού περιβάλλοντος σε εφαρμογή των διατάξεων που ισχύουν κάθε φορά. Εκτιμά την καταλληλότητα των εργαζομένων για τη συγκεκριμένη εργασία, αξιολογεί και καταχωρεί τα αποτελέσματα των εξετάσεων, εκδίδει βεβαίωση των παραπάνω εκτιμήσεων και την κοινοποιεί

Σημείωση: Ο Γιατρός εργασίας έχει κατά την άσκηση του έργου τους ηθική ανεξαρτησία απέναντι στον εργοδότη και στους εργαζομένους . Τυχόν διαφωνία του με τον εργοδότη, για θέματα της αρμοδιότητάς του δεν μπορεί να αποτελέσει

λόγο καταγγελίας της σύμβασής τους. Σε κάθε περίπτωση η απόλυση πρέπει να είναι αιτιολογημένη. Ο Γιατρός εργασίας έχει υποχρέωση να τηρεί το επιχειρησιακό απόρρητο

7δ. Η διατροφική αξία της πατάτας

Η θρεπτική αξία της πατάτας είναι σημαντική αλλά επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τον τρόπο παρασκευής της αλλά και από τις συνθήκες και τη διάρκεια συντήρησής της. Η πατάτα αποτελείται από 78-80% νερό, 18-20% άμυλο, 1,5-2% πρωτεΐνες και 1% βιταμίνες και ιχνοστοιχεία. Κυρίαρχο θρεπτικό συστατικό στην πατάτα αποτελούν οι υδατάνθρακες, με την μορφή αμύλου. Οι υδατάνθρακες παρέχουν ενέργεια στον οργανισμό για τις σωματικές δραστηριότητες του και βοηθούν στη διατήρηση της θερμοκρασίας του σώματος σε φυσιολογικά επίπεδα. Όσον αφορά στις πρωτεΐνες, παρόλο που υπάρχουν σε μικρό ποσοστό στην πατάτα, αν συνδυαστεί σωστά με τρόφιμα πλούσια σε πρωτεΐνη (όπως αυγό, τυρί, κρέας κ.λπ), μπορεί να αποδώσει πρωτεΐνη υψηλής βιολογικής αξίας. Οι πρωτεΐνες βοηθούν με τη σειρά τους στην ανάπτυξη και στην ανάπλαση των ιστών του σώματος, αλλά και στην ενίσχυση της άμυνας του οργανισμού. Το λίπος βρίσκεται σε ίχνη στην πατάτα. Συνοπτικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι μια πατάτα 100 γραμμαρίων περιέχει 17,7 γρ υδατανθράκων, 2,1 γρ πρωτεΐνης και 0,1 γρ λίπους. Ένα άλλο πολύ σημαντικό συστατικό της πατάτας είναι οι φυτικές ή εδώδιμες ίνες του. Οι φυτικές ίνες βρίσκονται κυρίως στην φλούδα των φρούτων και λαχανικών και το ίδιο ισχύει και για την πατάτα. Επομένως, για να λάβουμε τις ευεργετικές ιδιότητες των φυτικών ινών στις πατάτες καλό είναι να τις καταναλώνουμε με την φλούδα. Προτού τις καταναλώσουμε όμως, θα πρέπει να τις καθαρίσουμε σχολαστικά και να αφαιρούμε τα αλλοιωμένα μέρη της εξωτερικής επιφάνειάς της. Μια πατάτα μετρίου μεγέθους των 100γρ περιέχει 1,6γρ

φυτικών ινών το οποίο καλύπτει περίπου το 15% της συνιστώμενης ημερήσιας ποσότητας (25gr). Οι φυτικές ίνες βοηθούν στον έλεγχο του βάρους, καθώς προκαλούν πιο γρήγορα το αίσθημα του κορεσμού. Η μέτρια κατανάλωση πατάτας επομένως, μπορεί να αποτελέσει άριστη επιλογή για τα άτομα που θέλουν να χάσουν βάρος. Επίσης, οι φυτικές ίνες επιδρούν θετικά στη ρύθμιση του σακχάρου του αίματος, στη μείωση της χοληστερόλης αλλά και στη σωστή λειτουργία του πεπτικού συστήματος. Οι πατάτες περιέχουν περισσότερο κάλιο από οποιοδήποτε άλλο φρέσκο λαχανικό και φρούτο. Μια μετρίου μεγέθους πατάτα περιέχει 900 mgr καλίου, καλύπτοντας περίπου το 20% της συνιστώμενης ημερήσιας ποσότητας σε κάλιο. Το κάλιο είναι ένα πολύτιμο ιχνοστοιχείο, που βοηθά στην ανάπτυξη του σώματος και στην διατήρηση των κυττάρων. Είναι χρήσιμο στους αθλητές, γιατί βοηθάει στην οξυγόνωση του σώματος και στην καλή λειτουργία της καρδιάς και των μυών. Επιπλέον, είναι ένας ηλεκτρολύτης, που βοηθά στην ισορροπία των υγρών του σώματος, η οποία είναι σημαντική, για την υγιή αρτηριακή πίεση.

Η βιταμίνη C, καθώς και οι βιταμίνες του συμπλέγματος B (νιασίνη, πυριδοξίνη ριβοφλαβίνη, θειαμίνη και φυλλικό οξύ) υπάρχουν σε υψηλές συγκεντρώσεις στις πατάτες. Όσον αφορά την βιταμίνη C, μια πατάτα μετρίου μεγέθους (100gr) περιέχει 20mgr βιταμίνης C η οποία καλύπτει περίπου το 50% της αναγκαίας ημερήσιας ποσότητας. Η συγκεκριμένη βιταμίνη είναι απαραίτητη για ένα ισχυρό ανοσοποιητικό σύστημα, και παράλληλα συμβάλλει στην καλύτερη απορρόφηση του σιδήρου από τον οργανισμό. Επομένως, τα άτομα που έχουν σιδηροπενική αναιμία θα μπορούσαν να έχουν την πατάτα συχνότερα στο διαιτολόγιο τους. Από τις βιταμίνες του συμπλέγματος B, η B6 (πυριδοξίνη) είναι αυτή που επικρατεί. Η B6 βοηθάει στο μεταβολισμό των υδατανθράκων και των πρωτεϊνών, αλλά και στη ρύθμιση

της δράσης της χοληστερόλης. Επίσης, το φυλλικό οξύ που περιέχει η πατάτα, είναι απαραίτητο για την ανάπτυξη των κυττάρων και θεωρείται απαραίτητο, κατά την διάρκεια της εγκυμοσύνης. Τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότεροι πάσχουν από κοιλιοκάκη, μια ασθένεια που χαρακτηρίζεται από δυσανεξία στη γλουτένη. Η γλουτένη είναι μια πρωτεΐνη που υπάρχει στα τρόφιμα που περιέχουν σιτάρι, κριθάρι και σίκαλη. Τα άτομα αυτά δεν πρέπει να καταναλώνουν βασικά τρόφιμα όπως μακαρόνια, δημητριακά και ψωμί. Η πατάτα θα μπορούσε να αποτελέσει μια εξαιρετική επιλογή σε αυτήν την περίπτωση, γιατί δεν περιέχει γλουτένη και μπορεί να καταναλωθεί άφοβα.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8) ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ

ΣΧΕΣΕΩΝ

8α. Στόχοι του τμήματος

Η Διεύθυνση Δημοσίων Σχέσεων έχει την ευθύνη των επαφών με τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και το καταναλωτικό κοινό και βασικό μέλημά της είναι η δημιουργία και διατήρηση της εικόνας της εταιρείας σε υψηλό επίπεδο. Ακόμα φροντίζει για το κοινωνικό πρόσωπο της εταιρείας με την παροχή χορηγιών, υποτροφιών, πραγματοποίηση κοινωνικών εκδηλώσεων, εκθέσεων και άλλων πολιτιστικών γεγονότων.

8β. Η πολιτική μας για το περιβάλλον

Η εταιρεία G.chipsA.E. αναγνωρίζοντας την ανάγκη για ανάπτυξη και υιοθέτηση παραγωγικών διαδικασιών περιβαλλοντικά ανεκτών, στοχεύει σε μία ισόρροπη οικονομική ανάπτυξη σε αρμονία με τη φύση. Ακολουθώντας μία πορεία βιώσιμης ανάπτυξης, επιδιώκει τη συνετή και ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων, ελαχιστοποιώντας ταυτόχρονα τις αρνητικές επιπτώσεις των δραστηριοτήτων της στο περιβάλλον. Η G.chipsA.E. υιοθετεί Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, σύμφωνα με τις αρχές του Προτύπου ISO 14001:2004 και του Κανονισμού EMAS της Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Η Πολιτική της εταιρείας για τη διασφάλιση της Προστασίας του Περιβάλλοντος στηρίζεται στις εξής αρχές: Λαμβάνει μέτρα για την προστασία του

περιβάλλοντος συμμορφούμενη με την περιβαλλοντική νομοθεσία και τους περιβαλλοντικούς όρους. Εφαρμόζει Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, στο σύνολο των δραστηριοτήτων της παραγωγικής της διαδικασίας. Καθορίζει Αντικείμενα και Σκοπούς Περιβαλλοντικών Παρεμβάσεων. Αξιολογεί και βελτιώνει την συνολική Περιβαλλοντική της Επίδοση, με κατάρτιση και υλοποίηση Προγραμμάτων Δράσης για την επίτευξη των συγκεκριμένων Περιβαλλοντικών Σκοπών και Στόχων, και πάντα με καθορισμένο χρονικό διάστημα υλοποίησης. Υιοθετεί συγκεκριμένους κανόνες περιβαλλοντικών ελέγχων στην εσωτερική παραγωγική λειτουργία της. Εφαρμόζει την διαβίου εκπαίδευση και ενημέρωση του προσωπικού της σε θέματα Περιβάλλοντος Προωθεί τον ανοικτό διάλογο και την ενημέρωση του κοινού σε πνεύμα ειλικρινούς και αμοιβαίου σεβασμού. Εδραιώνει την έννοια της οικολογικής ευαισθησίας και του περιβαλλοντικού οράματος, το οποίο εμπνέει το ανώτατο επίπεδο ιεραρχίας, σε όλη την πυραμίδα των εργαζομένων στην εταιρεία. Ο Υπεύθυνος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης εξασφαλίζει ότι οι τεκμηριωμένες Διαδικασίες του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, γνωστοποιούνται και είναι πλήρως κατανοητές από το σύνολο του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας, και εφαρμόζονται και τηρούνται σε όλα τα επίπεδα της οργανωτικής δομής και σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας. Ο Εντεταλμένος Σύμβουλος, σε συνεργασία με τα στελέχη της εταιρείας, δεσμεύεται ότι αφ' ενός θα μεριμνά συνεχώς για την πλήρη και αποτελεσματική εφαρμογή του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, αφ' ετέρου ότι θα παρέχει όλα τα απαραίτητα μέσα για τη συνεχή και απρόσκοπτη λειτουργία αυτού και τη συνεχή βελτίωσή του.

8γ.Η εξαγωγική μας δραστηριότητα.

Η επιχείρηση μας εξάγει στις παρακάτω αγορές : Βόρειο Αμερική – ΗΠΑ και Καναδά , Ανατολική και Δυτική Ευρώπη , Αραβική Χερσόνησο , Χώρες του Αραβικού Κόλπου



ΚΕΦΆΛΑΙΟ 9) Διευθύντρια Προμηθειών

9α. Ο ρόλος του τμήματος προμηθειών

Ο Διευθυντής Προμηθειών Φροντίζει για την αγορά των πρώτων και βοηθητικών υλών και λοιπών αναλώσιμων υλικών, όπως αυτά προκύπτουν από το πρόγραμμα παραγωγής. Διατηρεί κατάλογο προμηθευτών και επιμελείται την έγκαιρη παραγγελία των αναγκαίων ποσοτήτων στην καλύτερη δυνατή τιμή. Διενεργεί κατά καιρούς έρευνα της αγοράς για την ανακάλυψη τυχόν νέων καλύτερων τιμών. Συνεργάζεται με τους υπευθύνους του τμήματος παραγωγής για τον έλεγχο και την πιστοποίηση της ποιότητας των παραγγελθέντων και παραληφθέντων πρώτων υλών.

9β. Πρώτες ύλες πατατοβιομηχανιών

Οι χρησιμοποιούμενες πρώτες ύλες σε μία πατατοβιομηχανία κατά σειρά ποσοτήτων που απαιτούνται είναι οι παρακάτω :

*πατάτες *σάλτσα μπάμπερκιου

*ελαιόλαδο *ρίγανη

*νερό *αλάτι

9γ. Διαδικασία παραλαβής των προμηθειών

Ένα από τα βασικότερα στάδια στον κύκλο της προμήθειας των προϊόντων είναι η διαδικασία της παραλαβής, βασικός στόχος της οποίας είναι ο έλεγχος των εμπορευμάτων, αν και σε πολλές περιπτώσεις, λανθασμένα, δεν αποδίδεται η απαιτούμενη προσοχή, με αποτέλεσμα να πηγαίνουν χαμένες όλες οι προσπάθειες που έχουν προηγηθεί. Αυτό συμβαίνει γιατί οι παραγγελίες συγκεκριμένων ποσοτήτων και ποιότητων σε συμφέρουσες τιμές, δεν αποτελούν εγγύηση ότι τα προϊόντα που παραγγέλθηκαν θα παραδοθούν κανονικά. Μια από τις προϋποθέσεις της σωστής λειτουργίας του τμήματος παραλαβών είναι η άριστη οργάνωση. Για την επιτυχία του τμήματος παραλαβών, εκτός από την ορθή οργάνωση πρέπει να εξασφαλιστούν και οι παρακάτω προϋποθέσεις: Το προσωπικό του τμήματος των παραλαβών πρέπει να εφοδιάζεται, καθημερινώς με όλα τα αντίγραφα των παραγγελιών που έχουν δοθεί κατά προμηθευτή, ημερομηνία, και ώρα παράδοσης. Το προσωπικό του τμήματος πρέπει να είναι εφοδιασμένο με αντίγραφα των προδιαγραφών προϊόντων που έχει συντάξει η επιχείρηση. Επίσης πρέπει να υπάρχει εγχειρίδιο λειτουργίας του τμήματος (manual) το οποίο να δίνει λεπτομερείς οδηγίες για την αποτελεσματική λειτουργία του τμήματος. Τέλος, να έχει καθορισμένες γραφειοκρατικές διαδικασίες που εξασφαλίζουν την αποτελεσματική λειτουργία του τμήματος. Το προσωπικό συμβάλλει κατά ένα μεγάλο ποσοστό στην αποτελεσματική λειτουργία του τμήματος. Γι' αυτό το λόγο πρέπει να είναι άριστα οργανωμένο και εκπαιδευμένο, έμπειρο και πάνω από όλα αξιόπιστο. Μέσω των χεριών του προσωπικού της

παραλαβής περνάνε καθημερινά μεγάλης αξίας εμπορεύματα, γι' αυτό εξάλλου το προσωπικό αυτού του τμήματος ονομάζεται με τον αγγλικό όρο «key position» (θέση κλειδί) εκφράζοντας τη σπουδαιότητα της λειτουργίας του. Για να αποδίδει το προσωπικό στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό ο χώρος της παραλαβής πρέπει να είναι άριστα εξοπλισμένος. Στο χώρο της παραλαβής, λοιπόν, πρέπει να υπάρχουν ζυγαριές ακριβείας με τη βοήθεια των οποίων ο υπάλληλος της παραλαβής μπορεί να πραγματοποιήσει τη δουλειά του αποφεύγοντας έτσι τα λάθη. Εκτός από αυτό, ο χώρος της παραλαβής πρέπει να είναι άριστα φωτισμένος, είτε με φυσικό είτε με τεχνητό φως. Ακόμα, οπωσδήποτε πρέπει να υπάρχει ένα γραφείο με τηλέφωνο που επιτρέπει την ενδοεπιχειρησιακή και εξωεπιχειρησιακή επικοινωνία των υπαλλήλων της παραλαβής. Όσον αφορά τη χρονική λειτουργία της παραλαβής, ο υπεύθυνος των παραλαβών πρέπει να καθορίζει ώρες λειτουργίας/παράδοσης, αποφεύγοντας, έτσι την πίεση που μπορεί να δημιουργηθεί από το να φτάνουν περισσότερα εμπορεύματα ταυτόχρονα στην επιχείρηση. Με τον καθορισμό του χρόνου λειτουργίας του τμήματος μειώνονται αισθητά τα λάθη κατά την παραλαβή.

9δ. Διαχείριση των αποθεμάτων (stock)

Αποθέματα είναι ποσότητες προϊόντων, οι οποίες φυλάσσονται σε αποθήκες για μελλοντική χρήση. Τα προϊόντα αυτά μπορεί να είναι πρώτες ύλες, ημικατεργασμένα ή έτοιμα προϊόντα, κεφάλαια, μηχανές κτλ. Τα αποθέματα, εάν διατηρούνται με ασφάλεια, συμβάλλουν σημαντικά στη σωστή λειτουργία των επιχειρήσεων. Επομένως, αποτελούν για τις διοικήσεις των

επιχειρήσεων ένα τομέα με πολλές παραμέτρους, οι οποίες θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με τον πιο συμφέροντα για την επιχείρηση τρόπο. Εάν η ποσότητα των αποθεμάτων που διατηρεί κάποια επιχείρηση είναι αρκετά μεγάλη, τότε αντιμετωπίζεται σε μεγάλο βαθμό μια αύξηση της ζήτησης που τυχόν θα παρουσιασθεί στην αγορά, αλλά για την απόκτηση και την διατήρηση αυτών των αποθεμάτων, δεσμεύονται μεγάλα ποσά κεφαλαίων. Εάν, αντίθετα, η ποσότητα των αποθεμάτων είναι μικρή, τότε το επενδεδυμένο σε αυτά κεφάλαιο μειώνεται, αλλά η επιχείρηση αντιμετωπίζει τον κίνδυνο της πιθανής έλλειψης αποθεμάτων που συνεπάγεται απώλεια κερδών και αξιοπιστίας. Επομένως, για μια επιχείρηση τίθεται το πρόβλημα του ελέγχου και της διαχείρισης των αποθεμάτων με τέτοιο τρόπο, ώστε να εξασφαλίζονται για την επιχείρηση τα μεγαλύτερα δυνατά κέρδη. Ο βασικός σκοπός ενός συστήματος διαχείρισης αποθεμάτων είναι να καθορίζει πότε θα πρέπει να παραγγελθούν τα αγαθά, πόσο μεγάλη θα πρέπει να είναι η παραγγελιά σε ποια χρονική περίοδο θα γίνει . Ορισμένες επιχειρήσεις προτιμούν να διατηρούν μακροχρόνιες σχέσεις με τους προμηθευτές τους για την ικανοποίηση των αναγκών τους για σχεδόν έναν ολόκληρο χρόνο. Στην περίπτωση αυτή ένα σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων θα καθορίζει πότε και τι ποσότητα θα διανέμεται. Ένα αποτελεσματικό σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων, εξοικονομεί πόρους για την επιχείρηση ελαχιστοποιώντας το κόστος. Σε ένα σύστημα αποθεμάτων, ο έλεγχος μπορεί να γίνει με δύο τρόπους: α) Συνεχής έλεγχος των αποθεμάτων, οπότε μιλάμε για σύστημα αποθεμάτων συνεχούς επιθεώρησης. β) Έλεγχος αποθεμάτων σε ίσα χρονικά διαστήματα, οπότε μιλάμε για

σύστημα αποθεμάτων περιοδικής επιθεώρησης Πολλοί είναι οι παράγοντες εκείνοι που συνηγορούν στη διατήρηση αποθεμάτων σε μια επιχείρηση. Από αυτούς αναφέρουμε παρακάτω τους σπουδαιότερους: α) Αβεβαιότητα. Η ζήτηση ενός προϊόντος δεν μπορεί να προβλεφθεί πάντοτε με ακρίβεια, διότι υπάρχουν πολλοί λόγοι, όπως βλάβες των συστημάτων παραγωγής, καθυστερήσεις στην αποστολή πρώτων υλών, απεργίες, ανώμαλες καιρικές συνθήκες κτλ., που δημιουργούν απρόβλεπτες καταστάσεις. β) Κέρδος. Η διατήρηση αποθεμάτων επιτρέπει στην επιχείρηση να έχει ένα κέρδος, από τυχόν αυξήσεις των τιμών των προϊόντων που διατηρεί ή των πρώτων υλών για τα προϊόντων που παράγει. Ακόμα, η επιχείρηση κερδίζει σημαντικά ποσά, λόγω των εκπτώσεων που παρέχει η αγορά μεγάλων ποσοτήτων από ένα προϊόν. γ) Χρόνος παράδοσης των προϊόντων. Επειδή η παραγωγή ενός προϊόντος απαιτεί μια ορισμένη χρονική περίοδο, είναι δυνατό η επιχείρηση, κατά το χρονικό αυτό διάστημα της παραγωγής, να απωλέσει έναν αριθμό πελατών, οι οποίοι δεν θα είχαν την δυνατότητα να περιμένουν για την παραλαβή του προϊόντος που παράγεται. Η διατήρηση αποθεμάτων του προϊόντος αυτού αποτρέπει ένα τέτοιο κίνδυνο για την επιχείρηση. δ) Ανταγωνισμός. Ο ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων που παράγουν τα ίδια προϊόντα, επιβάλλει, πολλές φορές, την παράδοση προϊόντων στους πελάτες σε χρόνο μικρότερο από αυτόν που χρειάζεται για την παραγωγή τους. Επομένως, μια τέτοια προσπάθεια προσθέτει στην επιχείρηση επιπλέον κόστος και προβλήματα που έχουν σχέση με την επισπεύσει της παραγωγικής διαδικασίας. Θα ήταν πιο οικονομικό η επιχείρηση α αποθηκεύει έτοιμα ή ημικατεργασμένα προϊόντα, έτσι ώστε η παραγωγή να μην ξεκινά από το μηδέν

κάθε φορά που δέχεται μία παραγγελία. ε) Αποφυγή υπέρογκων ποσών για εξοπλισμό. Όταν παράγεται ένα προϊόν σε καθημερινή βάση και για την παραγωγή του χρειάζεται ειδική προετοιμασία των μέσων παραγωγής και απαιτείται ειδικό κόστος εξοπλισμού καθώς και αρκετός χρόνος, τότε, εάν δεν υπάρχει απόθεμα, η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να πληρώνει καθημερινά υπέρογκα ποσά για προετοιμασία και εξοπλισμό. Εάν ένα προϊόν παράγεται ανά δύο μέρες και σε διπλή ποσότητα κρατώντας το προϊόν της μίας ως απόθεμα, τότε το κόστος προετοιμασίας και εξοπλισμού μειώνεται κατά το ήμισυ.

9ε. Παρακολούθηση των αποθεμάτων

Βασικό σημείο στη διαδικασία των προμηθειών είναι η καθημερινή, συστηματική και διαρκής παρακολούθηση και ο έλεγχος των αποθεμάτων που τηρούνται στις αποθήκες. Ο υπεύθυνος επιβάλλεται να καθορίσει τέτοιες διαδικασίες που θα εξασφαλίζουν όχι μόνο σωστή αποθήκευση αλλά και πληροφορίες σχετικά με το ύψος και την αξία του αποθέματος. Η παρακολούθηση των αποθεμάτων είναι απαραίτητη επειδή εξασφαλίζει τόσο την ομαλή λειτουργία των τμημάτων παραγωγής όσο και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Οι εφαρμοζόμενες πρακτικές παρακολούθησης των αποθεμάτων διαφέρουν από επιχείρηση σε επιχείρηση με κριτήρια τη δυναμικότητα της μονάδας, το βαθμό οργάνωσης, τον αριθμό των απασχολούμενων στο τμήμα των προμηθειών, και άλλες παραμέτρους. Μεγάλες βιομηχανικές μονάδες χρησιμοποιούν τις καρτέλες συνεχούς απογραφής ή καρτέλες αποθήκης χωρίς να αποκλείεται η χρησιμοποίηση προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών προσαρμοσμένων στις ανάγκες της επιχείρησης. Οι καρτέλες

της αποθήκης ή καρτέλες συνεχούς απογραφής τηρούνται για κάθε είδος και συσκευασία. Πολλές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν καρτέλες διαφορετικού χρώματος για κάθε μια από τις κύριες ομάδες εμπορευμάτων (πατατάκια διαφόρων γεύσεων , γαριδάκια κλπ.) Μια πλήρης καρτέλα αποθήκης πρέπει να αναφέρει τα παρακάτω στοιχεία είδος, συσκευασία, περιεχόμενο και κωδικό του είδους, ονοματεπώνυμο, διεύθυνση και τηλέφωνο του προμηθευτή και κατά ημερομηνία τις εισαγωγές του είδους στη αποθήκη, τις εξαγωγές στα τμήματα παραγωγής και το υπόλοιπο της καρτέλας. Οι καρτέλες αποθήκης χρησιμεύουν όχι μόνο στην παρακολούθηση των διάφορων εμπορευμάτων μέσα στην αποθήκη αλλά ακόμα και στην απογραφή.



ΚΕΦΆΛΑΙΟ 10) Διευθυντής Σχεδίασης

Προϊόντων

10α. Διαδικασία σχεδιασμού νέου προϊόντος

Η διαδικασία σχεδιασμού ενός νέου προϊόντος (ή αλλιώς διαδικασία ανάπτυξης προϊόντος) είναι πολύπλοκη και χρονοβόρα. Στη συνέχεια θα περιγραφούν οι κύριες φάσεις της. Στην πράξη οι δραστηριότητες που σχετίζονται με κάθε φάση δεν εκτελούνται πάντα με αυτή τη σειρά, αλλά υπάρχουν επικαλύψεις, επιστροφή σε προηγούμενη φάση και άλλες αποκλίσεις που επιβάλλονται από τον τρόπο οργάνωσης της εταιρίας και ενδεχόμενα γεγονότα που δεν είναι δυνατό να προβλεφθούν. Οι κύριες φάσεις είναι : 1) Αναζήτηση στόχων και ιδεών. Οι παράγοντες με τη βοήθεια των οποίων προκύπτουν οι ιδέες για νέα προϊόντα ή για βελτιώσεις ήδη υπαρχόντων προϊόντων είναι οι ακόλουθοι : Η ζήτηση της αγοράς, όπως εκφράζεται από συστηματικές έρευνες, από συγκεκριμένους πελάτες ή από το ευρύτερο καταναλωτικό κοινό. Η προσέγγιση αυτή έχει σαν στόχο να διαπιστώσει τις ανάγκες των αγοραστών όπως διαμορφώνονται στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Η έρευνα, οι νέες ανακαλύψεις δηλαδή που οδηγούν σε δυνατότητα δημιουργίας νέων προϊόντων. Η έρευνα μπορεί να είναι βασική έρευνα, να αποβλέπει δηλαδή στη δημιουργία νέων γνώσεων, είτε να είναι εφαρμοσμένη έρευνα, δηλαδή να αποβλέπει στην δημιουργία γνώσεων με σκοπό την επίλυση συγκεκριμένων προβλημάτων. 2) Επιλογή ιδεών. Οι επικρατέστερες ιδέες, αυτές δηλαδή που επιλέγονται από τη διοίκηση, είναι αυτές που έχουν τις

καλύτερες προοπτικές επιτυχίας. Πιο συγκεκριμένα, τα κριτήρια επιλογής είναι : Η προοπτική αυτό το προϊόν να επιτύχει στην αγορά, να ικανοποιήσει δηλαδή τις ανάγκες των αγοραστών καλύτερα από τα ανταγωνιστικά προϊόντα. Η δυνατότητα παραγωγής του με κέρδος 3) Προκαταρκτική σχεδίαση του προϊόντος. Αφού έχει επιλεγεί μια ιδέα προϊόντος, η διοίκηση προχωρά στην υλοποίηση των γενικών χαρακτηριστικών ή προδιαγραφών που το περιγράφουν. 4) Κατασκευή προτύπου, με τη βοήθεια του οποίου γίνεται τεχνολογικός έλεγχος και δοκιμή του προϊόντος. 5) Πρόβλεψη πωλήσεων. Σε αυτή τη φάση καθορίζεται η σκοπιμότητα του προϊόντος που αποσκοπεί στην τεκμηρίωση της τελικής απόφασης για την πραγματοποίηση ενός σχεδίου και την οριστικοποίηση των στοιχείων του σχεδίου. 6) Δοκιμή στην αγορά. Θεωρείται απαραίτητη η δοκιμή ενός νέου προϊόντος με τη βοήθεια του προτύπου, σ' ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα της πραγματικής αγοράς. Από τις παρατηρούμενες πωλήσεις σε ορισμένο διάστημα, συλλέγονται στοιχεία από την οποία αξιολογείται ο βαθμός αποδοχής και οι επιδόσεις του νέου προϊόντος κτλ. 7) Ανάπτυξη προϊόντος. Σε αυτή τη φάση προσδιορίζονται οι οριστικές τεχνικές προδιαγραφές του προϊόντος και οργανώνεται η τελική μορφή της παραγωγικής διαδικασίας για την κατασκευή του. 8) Εισαγωγή του προϊόντος στην αγορά. Είναι το τελευταίο στάδιο, κατά το οποίο φτάνει στα καταστήματα, και κατά συνέπεια στον καταναλωτή.

10β. Κατασκευή δειγμάτων προϊόντων

Με βάση την έρευνα αγοράς που πραγματοποιήσαμε και την επεξεργασία των αποτελεσμάτων σχεδιάστηκαν και δημιουργήθηκαν τα παρακάτω προϊόντα:



10γ. Παρουσίαση των κατηγοριών προϊόντων της G.chipsA.E

Κατηγορίες προϊόντων:

- *Πατατάκια κλασσικά (με αλάτι)**
- *Πατατάκια με ρίγανη**
- *Πατατάκια με σάλτσα μπάμπερκιου**
- *Πατατάκια κυματιστά**



ΚΕΦΆΛΑΙΟ 11) Διευθυντής Ποιοτικού

Έλεγχου

11α. Στόχοι του τμήματος

Κύριος στόχος του τμήματος είναι να φροντίζει ώστε στη βιομηχανία όλοι οι διευθυντές να τηρούν τις προδιαγραφές των συστημάτων, των διαδικασιών και των δεσμεύσεων της διοίκησης σε όλα τα στάδια της βιομηχανικής αλυσίδας. Ο υπεύθυνος του τμήματος μεριμνά για τη διασφάλιση της ποιότητας του προϊόντος σε κάθε στάδιο της παραγωγής του (πρώτες ύλες, παραγωγική διαδικασία, συσκευασία, αποθήκευση, διανομή). Η παραγωγή προϊόντων ποιότητας είναι θέμα μέγιστης προτεραιότητας. Ο ποιοτικός έλεγχος εξασφαλίζει την αξιοπιστία της επιχείρησης και μεγιστοποιεί το κέρδος. Προστατεύει τους καταναλωτές από τη χρήση ακατάλληλων προϊόντων και υπηρεσιών. Το τμήμα ποιοτικού ελέγχου λειτουργεί με βάση προδιαγραφές που καθορίζονται από την πολιτεία αλλά και προδιαγραφές που θέτει η ίδια η επιχείρηση, προκειμένου να είναι ανταγωνιστική. Όσο υψηλότερων ποιοτικών προδιαγραφών είναι ένα προϊόν σε συνδυασμό με την τιμή του, τόσο περισσότερο ανταγωνιστικό είναι στην αγορά. Τα κύρια καθήκοντα του είναι: Δοκιμάζει τη λειτουργία των συστημάτων (Ποιοτικός Έλεγχος-Testings). Κάνει Εσωτερικές Επιθεωρήσεις σε όλα τα τμήματα της βιομηχανίας και επικοινωνεί τα αποτελέσματα αυτών των επιθεωρήσεων στη Διοίκηση. Η Διοίκηση αποφασίζει τότε να προχωρήσει σε διορθωτικές ενέργειες που αφορούν στο τρόπο διοίκησης ή σε λάθη στην παραγωγική διαδικασία. Εφαρμόζει διεθνή

πρότυπα πιστοποίησης (π.χ. πρότυπα ISO) ώστε να αξιολογούνται οι ήδη υπάρχουσες διαδικασίες και να βελτιώνονται, όπου αυτό είναι απαραίτητο.

Ελέγχει τις διαδικασίες σε όλα τα στάδια της βιομηχανικής αλυσίδας ξεκινώντας από το Τμήμα Σχεδιασμού, το Τμήμα Προγραμματισμού Παραγωγής και Αποθήκης, το Τμήμα Παραγωγής, το Τμήμα Προμηθειών, το Τμήμα Οικονομικής Διαχείρισης, την Τεχνική Διεύθυνση αλλά και τη Διεύθυνση Προώθησης & Πωλήσεων και ειδικότερα το Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών

11β. Θεμελιώδεις Αρχές της Τυποποίησης προϊόντων

Η Τυποποίηση στην Ελλάδα στηρίζεται στις εξής θεμελιώδεις αρχές:

- 1η Ικανοποίηση αναγκών :** Τα αμιγώς ελληνικά πρότυπα και οι ελληνικές προδιαγραφές πρέπει να ικανοποιούν ανάγκες της παραγωγής, της κατανάλωσης προϊόντων και υπηρεσιών, της επιστήμης και της τεχνολογίας, καθώς και άλλων τομέων της εθνικής οικονομίας και της κοινωνίας.
- 2η Συναίνεση:** Τα ελληνικά πρότυπα πρέπει να απεικονίζουν την ευρύτερη δυνατή συμφωνία απόψεων και τη συναίνεση όλων των ενδιαφερομένων για το αντίστοιχο θέμα, σε εθνικό επίπεδο.
- 3η Αντικειμενικότητα:** Τα ελληνικά πρότυπα και οι ελληνικές προδιαγραφές πρέπει να εκπονούνται επ' ωφελεία ολόκληρης της ελληνικής κοινωνίας. Οι διατάξεις που περιλαμβάνονται σε αυτά δεν παρέχουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε προϊόν ή υπηρεσία οιοδήποτε προμηθευτή.
- 4η Σύγχρονη τεχνολογία:** Τα ελληνικά πρότυπα και οι ελληνικές προδιαγραφές πρέπει να λαμβάνουν υπόψη την

εκάστοτε επιστημονική και τεχνολογική εξέλιξη, εφαρμόζονται, συμπληρώνονται, εκσυγχρονίζονται και αναθεωρούνται εναρμονιζόμενα με τις συνθήκες που διαμορφώνονται κάθε φορά στην ελληνική πραγματικότητα.

5η Ελληνική Γλώσσα: Τα αμιγώς ελληνικά πρότυπα και οι ελληνικές προδιαγραφές πρέπει να συντάσσονται στην ελληνική γλώσσα κατά τρόπο σαφή και ομοιογενή από άποψη ορολογίας, συμβόλων και εκφράσεων.

6η Εθελοντικός χαρακτήρας: Η εκπόνηση ελληνικών προτύπων πρέπει να στηρίζεται στη θέληση όλων των ενδιαφερομένων μερών να επιτευχθεί εθελοντικά συμφωνία μεταξύ τους, για έναν ή περισσότερους δηλωμένους σκοπούς. Η δέσμευση αυτή επεκτείνεται, στη συνέχεια, και στην εφαρμογή των προτύπων. Η εκπόνηση ενός προτύπου έχει μικρή αξία εφόσον αυτό δεν εφαρμόζεται. Η τυποποίηση είναι μια από τις κύριες δραστηριότητες του ΕΛΟΤ. Αυτή υλοποιείται μέσα από την εκπόνηση, έκδοση και προώθηση της εφαρμογής και χρήσης Ελληνικών προτύπων και τυποποιητικών εγγράφων.

Σύμφωνα με τον ιδρυτικό του νόμο (Ν.372/1976), ο Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης είναι ο μοναδικός οργανισμός, σε εθνικό επίπεδο, έγκρισης, έκδοσης και διάθεσης των Ελληνικών Προτύπων. Αντίστοιχοι Οργανισμοί υπάρχουν σε όλα σχεδόν τα κράτη του κόσμου. Τα πρότυπα και τυποποιητικά έγγραφα του ΕΛΟΤ μπορεί να προέρχονται από την:

- Υιοθέτηση, ως Ελληνικών, ευρωπαϊκών προτύπων, τα οποία εκπονούνται από εκπροσώπους εμπειρογνώμονες των Εθνικών Οργανισμών Τυποποίησης των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω διαδικασιών που εποπτεύουν οι ευρωπαϊκοί Οργανισμοί Τυποποίησης: η European Committee for Standardization-CEN, η European Committee for Electrotechnical Standardization-CENELEC και το European

Telecommunications Standards Institute-ETSI. Σημειώνεται ότι τα ευρωπαϊκά πρότυπα υιοθετούνται καταρχήν στη γλώσσα που παρήχθησαν (Αγγλική, Γαλλική, Γερμανική) και όταν υπάρχουν διαθέσιμοι πόροι γίνεται ακριβής μετάφραση του περιεχομένου του προτύπου, στην Ελληνική. • Υιοθέτηση ως έχουν ή με τροποποιήσεις, προτύπων, τα οποία εκπονούνται από τους διεθνείς Οργανισμούς Τυποποίησης International Organization for Standardization-ISO, International Electrotechnical Commission-IEC, όργανα στα οποία συμμετέχει και ο ΕΛΟΤ. • Εκπόνηση αμιγώς εθνικών προτύπων και τυποποιητικών εγγράφων, για την κάλυψη άμεσων αναγκών της εθνικής μας Οικονομίας και εφόσον δεν υφίστανται αντίστοιχα ευρωπαϊκά ή διεθνή πρότυπα. • Σημειώνεται ότι η εφαρμογή των προτύπων είναι προαιρετική, εκτός εάν νομοθετικές ή κανονιστικές, εθνικές ή ευρωπαϊκές διατάξεις την καθιστούν υποχρεωτική.

11γ. Σύστημα ποιοτικού ελέγχου της εταιρείας

Τα παραγόμενα από την GALAXY CHIPS A.E. προϊόντα πληρούν κατά γράμμα τις απαραίτητες για κάθε προϊόν προδιαγραφές, οι οποίες έχουν γίνει αποδεκτές και από τον καταναλωτή, πάντοτε με γνώμονα τους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας του καταναλωτή. Για την επίτευξη αυτών των στόχων λειτουργεί σύστημα ποιοτικού ελέγχου και σύστημα HACCP (Hazard analysis and critical control points- Ανάλυση κινδύνων και κρίσιμα σημεία ελέγχου). Το HACCP είναι μια προληπτική μέθοδος που σκοπό έχει την εξασφάλιση της ασφάλειας και υγιεινής των τροφίμων και ποτών που παράγει μια επιχείρηση σε όλα τα στάδια της διαδικασίας παραγωγής και διάθεσης. Ο ποιοτικός έλεγχος γίνεται από εξειδικευμένο προσωπικό και περιλαμβάνει έλεγχο πρώτων

υλών, υλικών συσκευασίας, ενδιαμέσων προϊόντων, παραγωγικών διαδικασιών και τελικών προϊόντων. Διενεργούνται όλοι οι προβλεπόμενοι έλεγχοι καθ' όλη την διάρκεια της παραγωγής, καθώς και καθημερινός οργανοληπτικός έλεγχος όλων των παραγόμενων ειδών. Γίνονται τακτικοί έλεγχοι όλων των παρτίδων πρώτων υλών και αναλύσεις σε κατάλληλα εξοπλισμένους εργαστηριακούς χώρους. Οι μέθοδοι ποιοτικού ελέγχου που έχουν υιοθετηθεί είναι οι διεθνώς ενδεδειγμένοι για τα αντίστοιχα προϊόντα. Η εφαρμογή του συστήματος HACCP σύμφωνα με την οδηγία 93/43 της Ε.Ε. προστατεύει τον καταναλωτή από φυσικούς, χημικούς και μικροβιολογικούς κινδύνους.

11δ.Συστήματα διασφάλισης ποιότητας

Τα συστήματα διασφάλισης ποιότητας εφαρμόζονται παγκοσμίως τα τελευταία 20 χρόνια. Βασικός στόχος ήταν να μπορεί να πιστοποιείται από τρίτο μέρος η ποιότητα λειτουργίας μιας επιχείρησης, ώστε να αρθούν οι ενδοιασμοί και οι επιφυλάξεις των καταναλωτών των προϊόντων. Εν συνεχεία όμως, αποδείχθηκε ότι αποτελούν ένα πολύ καλό εργαλείο διοίκησης για τις επιχειρήσεις, οδηγεί σε μία τάξη λειτουργίας και τελικά σε ελάττωση του λειτουργικού κόστους. Το ISO 9001:2000 είναι διεθνώς αναγνωρισμένο πρότυπο για την διασφάλιση ποιότητας και ποιοτική διαχείριση επιχειρήσεων. Αποτελεί επιχειρησιακό μοντέλο που εφαρμοζόμενο διασφαλίζει την προσδοκώμενη ποιότητα στα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει μία επιχείρηση. Εφαρμόζεται πάνω στις διαδικασίες που παράγουν τα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει ένας οργανισμός. Παρέχει μέθοδο και συστηματικό έλεγχο των επιχειρησιακών ενεργειών ώστε να εξασφαλίζεται η

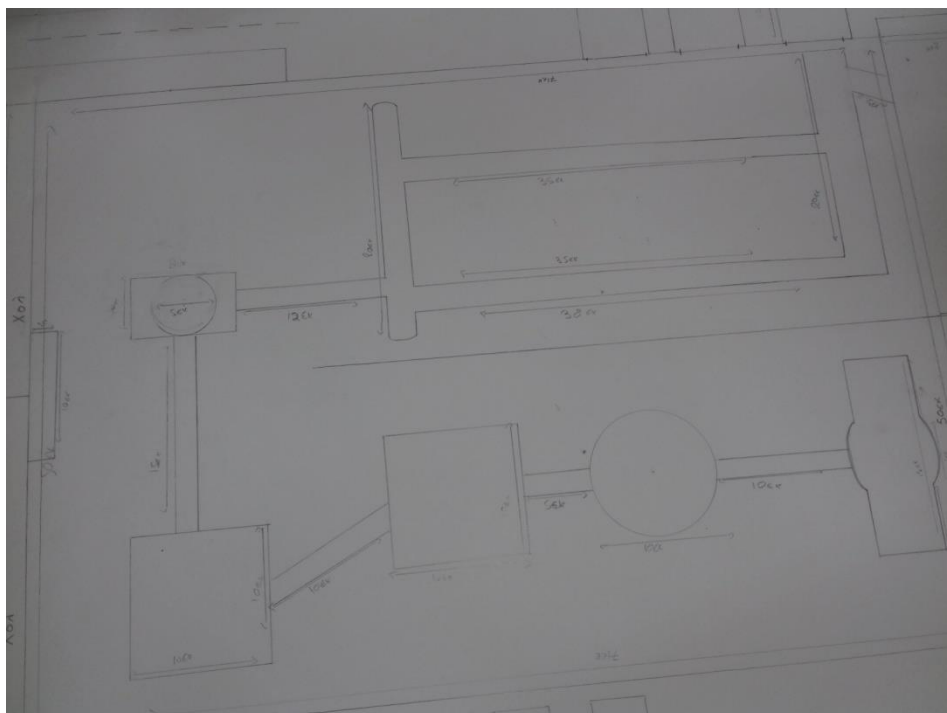
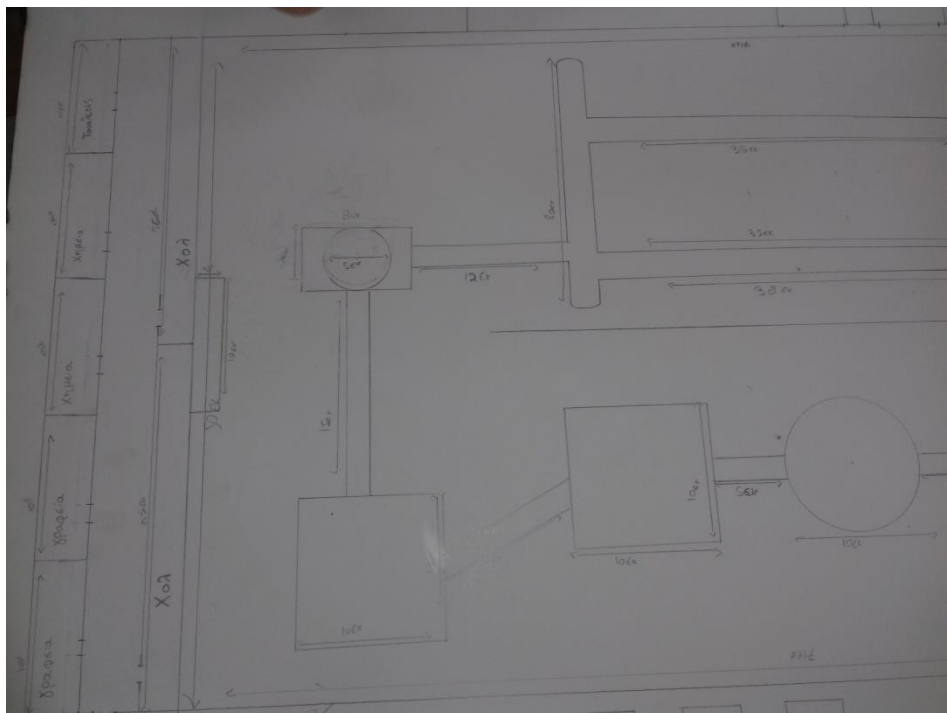
ικανοποίηση αναγκών και απαιτήσεων του πελάτη. Έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να εφαρμόζεται για την παραγωγή οποιουδήποτε προϊόντος ή την παροχή οποιασδήποτε υπηρεσίας και σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου. Το ΕΛΟΤ EN ISO 22000 είναι το πρώτο διεθνές πρότυπο Διασφάλισης Ποιότητας και Ασφάλειας Τροφίμων που αντικαθιστά το HACCP, σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα και για όλων των ειδών τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς που συμμετέχουν σε αυτήν, αντιμετωπίζοντας όλους τους πιθανούς κινδύνους της Ασφάλειας των τροφίμων. Αποσκοπεί στην εναρμόνιση σε παγκόσμια κλίμακα του τρόπου εφαρμογής των διεθνώς αποδεκτών αρχών για την διάθεση των προϊόντων των επιχειρήσεων τροφίμων. Τα οφέλη από την εγκατάσταση και πιστοποίηση Συστήματος Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων συνοψίζονται στα ακόλουθα: Ενισχύεται η φήμη της εταιρείας ως προς τη δυνατότητα της να προστατεύσει την υγεία του καταναλωτή. Με την εφαρμογή προληπτικών μέτρων, μειώνεται το κόστος παραγωγής λόγω της μείωσης απορρίψεων παρτίδων προϊόντων. Αποκτά η επιχείρηση σοβαρό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών στις εξαγωγικές δραστηριότητες καθώς ανοίγονται ευκαιρίες για διεξόδου σε διεθνείς αγορές. Παρέχονται αποδείξεις στις αρμόδιες αρχές συμμόρφωσης με τη νομοθεσία. Αποδεικνύεται η ευαισθησία της επιχείρησης για την προστασία της δημόσιας υγείας και η ικανότητα της να παράγει ασφαλή τρόφιμα. Αποτελεί απαίτηση των πελατών ως εγγύηση ασφαλείας των προϊόντων, καθώς πρόκειται για ένα έγκυρο σύστημα που διαχειρίζεται την ασφάλεια των τροφίμων (όλο και περισσότερες επιχειρήσεις απαιτούν από τους προμηθευτές τους να διαθέτουν πιστοποιημένο σύστημα HACCP).



ΚΕΦΆΛΑΙΟ 12) Κατασκευή της Μακέτας

μας

12β. Παρουσίαση σχεδίων κατασκευής μακέτας



12δ. Κατάλογος υλικών και προμηθευτών μακέτας

- *χαρτί μακέτας (1.50x1.00m)
- *2σπρέι (χρώμα κόκκινο) και 1 βαφή γκρί
- *χαρτόνι (2 1x1)
- *ψεύτικο γρασίδι
- *ψεύτικα δέντρα
- *φιγούρες (φορτηγά, αμάξια, υπάλληλοι)

12στ. Κατάλογος εργαλείων και δυσκολίες στην κατασκευή της μακέτας

- *μολύβι, κοπίδι ,χάρακας, πιστόλι σιλικόνης μαζί με σιλικόνη, κόλλα UHU, ψαλίδι

Στην κατασκευή το μόνο που μας δυσκόλεψε στην ολοκλήρωση της είναι οι βαφές που είχαμε ξεμείνει και μας έμνεε ένας τοίχος να βάψουμε.

12ζ. Παρουσίαση κανόνων ασφαλείας κατά την εκτέλεση των εργασιών

Κανόνες ασφάλειας :

- * δεν <<παίζουμε>> με τα εργαλεία
- *χρησιμοποιούμε τα εργαλεία με την επιτήρηση ενός ενήλικα
- * αφήνουμε όλα τα εργαλεία στην αρχική τους θέση
- * κρατάμε τον χώρο καθαρό

