

**2ο Γυμνάσιο Μεταμόρφωσης**

**Εργασία στο μάθημα Τεχνολογίας**



## **ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ ΚΑΙ ΧΥΜΟΙ**

### **ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

1. ΚΟΤΟΠΟΥΛΗΣ ΓΙΩΡΓΟΣ
2. ΓΡΑΜΜΑΤΙΚΑΣ ΣΩΤΗΡΗΣ
3. ΚΑΤΡΑΚΑΖΟΥ ΔΕΣΠΟΙΝΑ
4. ΓΕΩΡΓΟΥΛΑΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ
5. ΜΠΟΥΛΙΝΗ ΣΤΕΛΛΑ
6. ΚΑΦΕΝΤΖΗΣ ΑΝΤΡΕΑΣ
7. ΜΠΙΤΣΙΚΩΚΟΥ ΔΕΣΠΟΙΝΑ
8. ΒΟΡΗΑ ΝΙΚΟΛΙΤΣΑ
9. ΓΟΥΝΑΡΙΔΟΥ ΜΕΡΟΠΗ
10. ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΥ ΑΓΓΕΛΙΚΗ
11. ΜΕΛΑΧΡΗΣ ΘΕΟΔΩΡΗΣ

**ΤΜΗΜΑ Β1**

**2016-17**

**Ιστορία**

## **Παντοκράτορος & Ηλείας. Από την παλιά πόλη της Πάτρας, σε 16 χώρες του κόσμου. Ξεκινήσαμε από την οδό Παντοκράτορος. Φαίνεται, ήταν σημαδιακό!**

Όλα ξεκίνησαν στις αρχές της δεκαετίας του 1950. Όταν στη συμβολή των οδών Παντοκράτορος και Ηλείας, πίσω από τον ομώνυμο ιστορικό ναό που υπάρχει ακόμα σήμερα στο κέντρο της παλιάς πόλης της Πάτρας, ο Παναγιώτης Μαρλαφέκας ιδρύει τη «λουξ», μια μικρή οικογενειακή επιχείρηση που αρχικά παράγει πορτοκαλάδα, λεμονάδα και γκαζόζα. Οι διαδικασίες παραγωγής ήταν φυσικά αρχέγονες: «Με το χέρι γινόταν η εμφιάλωση, με το χέρι ταπώνανε». Και με αντίστοιχες, για την εποχή, μεθόδους γινόταν και η διανομή, «με το κάρο». Στην Αχαϊκή πρωτεύουσα λειτουργούσαν τότε άλλες 11 αναλόγου μεγέθους ανταγωνιστικές επιχειρήσεις. Ο μοναδικός τρόπος για να ξεχωρίσει κάποιος ήταν να επιλέξει τα καλύτερα υλικά και με το δικό του μεράκι να δημιουργήσει μοναδικές συνταγές, με την ελπίδα να τα προτιμήσει ο Πατρινός καταναλωτής. Ο συνδυασμός ανώτερης ποιότητας και ξεχωριστής γεύσης λειτούργησε στην πράξη. Σύντομα, οι πορτοκαλάδες, οι λεμονάδες και οι γκαζόζες «λουξ» έγιναν τα αγαπημένα αναψυκτικά των Πατρινών. Τα χρόνια κύλησαν και η πορεία της Λουξ ήταν σταθερά ανοδική.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970, η "λουξ" είχε φτάσει να απασχολεί 10 εργαζομένους, ενώ η παραγωγή άγγιζε τα 100 κιβώτια την ημέρα! Ωστόσο, η μικρή μονάδα της οδού Παντοκράτορος δεν μπορούσε πλέον να καλύψει τις ανάγκες που είχαν δημιουργηθεί στην αγορά. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την άφιξη των πολυεθνικών στην Ελλάδα από το 1967, καθιστούσαν επιτακτική την ανάγκη για μετεγκατάσταση της επιχείρησης σε άλλο χώρο. Στόχος ήταν η νέα μονάδα να έχει μεγαλύτερη παραγωγική ικανότητα, αλλά και προηγμένες τεχνολογίες, ως απάντηση στον εντεινόμενο πλέον ανταγωνισμό.

Τότε ήταν, το 1972, που ο Παναγιώτης Μαρλαφέκας, αποφάσισε να μεταφέρει το εργοστάσιο σε ιδιόκτητες, μεγαλύτερες και πιο σύγχρονες εγκαταστάσεις.

### **«λουξ». Μια μικρή ιστορία για ένα ιστορικό όνομα**

Όταν έστηνε τη μικρή του οικοτεχνία, ο Παναγιώτης Μαρλαφέκας, ελλείψει άλλων μέσων, είχε προσεγγίσει έναν ταλαντούχο ντόπιο συνθέτη τραγουδιών να του δώσει μια λίστα με πιθανά ονόματα για τη νέα επιχείρηση. Μεταξύ των

δέκα που προτάθηκαν, ήταν και το "λουξ". Είναι η εποχή που στη μεταπολεμική Ελλάδα η λέξη «λουξ» έχει αρχίσει να γίνεται συνώνυμο της πολυτέλειας, της ξεχωριστής φροντίδας και της ανώτερης ποιότητας. Αυτός είναι και ο βασικός λόγος που θα επιλεγεί και για τα αναψυκτικά της νεοσύστατης βιοτεχνίας.

## **1972,Κεφαλόβρυσο.**

### **Η λουξ βρίσκει τη «φυσική» της έδρα.**

Το Κεφαλόβρυσο είναι ένας μικρός Παράδεισος, μια περιοχή με καταπράσινη φύση, γεμάτη από υπεραιώνobia πλατάνια, που θυμίζει γη της επαγγελίας. Για τα δεδομένα όμως εκείνης της εποχής, ήταν πολύ μακριά από την Πάτρα κι από τα καθημερινά σημεία διανομής, «στη μέση του πουθενά» και, κυρίως, χωρίς βασικές υποδομές! Χωρίς τηλέφωνο, χωρίς καν ρεύμα! Κρύβει όμως στο υπέδαφος έναν πραγματικό θησαυρό, το άριστης ποιότητας νερό Κεφαλόβρυσου! (ένα νερό ελαφρύ, ολιγομεταλλικό και σπάνιας φυσικής αξίας.) Αυτό είναι και το βασικό κριτήριο του Παναγιώτη Μαρλαφέκα για την επιλογή της μετεγκατάστασης: «ποιότητα με οποιοδήποτε κόστος». Παρά τις διαφαινόμενες δυσκολίες, ο ιδρυτής της Λουξ επιλέγει να αξιοποιήσει μια μοναδική ευκαιρία για ολική ποιοτική βελτίωση των αναψυκτικών λουξ. Η μετέπειτα πορεία της επιχείρησης απέδειξε ότι η επιλογή του ήταν ορθή. Από τότε, τα προϊόντα λουξ ξεχωρίζουν από κάθε άλλο αναψυκτικό στην Ελλάδα και στον κόσμο. Είναι τα μόνα που παρασκευάζονται με νερό Κεφαλόβρυσου. Κάτι που, με υπερηφάνεια, αναγράφεται σε κάθε συσκευασία λουξ.

## **Προϊόντα:**

**Νέα γενιά αναψυκτικών light**

### **λουξ plus 'n light!**

Δεν είναι απλά «μία ακόμα», ή μια «νέα» σειρά light αναψυκτικών. Είναι ό,τι πιο κοντά στο φυσικό μπορεί να απολαύσει κάποιος σήμερα, αν θέλει ένα αναψυκτικό με λιγότερες θερμίδες, χωρίς να χάνει σε γεύση κι απόλαυση, και χωρίς τις ενοχές των τεχνητών γλυκαντικών.

Η πορτοκαλάδα, η λεμονάδα και η Cola λουξ είναι μόνο η αρχή. Η σειρά λουξ plus 'n light σύντομα θα συμπληρωθεί με νέες γευστικές προτάσεις αλλά και με

νέα προϊόντα.

Κάθε ένα ξεχωριστά θα αποτελεί και μια ασύγκριτα δροσερή απόλαυση, ενώ όλα μαζί έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό τους την ποιότητα, την αγνότητα και το μεράκι της Λουξ να δημιουργεί μοναδικά στο είδος τους αναψυκτικά.

Επιβεβαιώνοντας μια πληθωρική σε δημιουργίες και καινοτομίες διαδρομή, που ξεκινά από το 1950, η Λουξ, με ιδιαίτερη υπερηφάνεια παρουσιάζει σήμερα τα πρώτα στο είδος τους αναψυκτικά λουξ plus 'n light. Plus σε γεύση, αγνότητα και σε συστατικά, light σε θερμίδες! Γνωρίστε τα, δοκιμάστε τα και απολαύστε τα... στην υγεία σας!

## Αναψυκτικά λουξ

Κάτω από τρία εμπορικά σήματα, λουξ, λουξ Mix και λουξ Cola, η Λουξ παράγει μία ολοκληρωμένη γκάμα αναψυκτικών, όλα με νερό Κεφαλόβρυσου. Πορτοκαλάδα, Λεμονάδα, Βυσσινάδα, λουξ Mix (μείγμα τριών εσπεριδοειδών Πορτοκάλι- Λεμόνι – Μανταρίνι), Σόδα, Γκαζόζα παραδοσιακή, λουξ Cola και Tonic.

Όλα τα αναψυκτικά λουξ κυκλοφορούν σε μια ευρεία γκάμα συσκευασιών, καλύπτοντας έτσι όλες τις ανάγκες της αγοράς: 250 ml γυάλινη και συσκευασίες P.E.T. των 330, 500 και 1500 ml

Με βασικό συστατικό το εξαιρετικής ποιότητας νερό Κεφαλόβρυσου, την προσθήκη φυσικών χυμών φρούτων και πρώτων υλών που έχουν επιλεγεί με αυστηρά κριτήρια και την ιδανική ισορροπία ανθρακικού, τα αναψυκτικά λουξ βρίσκονται στην κορυφή της προτίμησης των Ελλήνων καταναλωτών και μαγεύουν όποιον τα δοκιμάσει. Πιστή στις αρχές της ποιότητας, της αγνότητας και της αξιοπιστίας που τη διακρίνουν από το 1950, η Λουξ έχει διατηρήσει αναλλοίωτη την αυθεντική παραδοσιακή συνταγή, προσφέροντας γεύσεις ξεχωριστές, φυσικές και με έντονη γεύση Ελλάδας. Αυτό βέβαια δεν την αποθαρρύνει από το να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή και να καινοτομεί με τη δημιουργία νέων γευστικών απολαύσεων.

Έτσι, πρώτη η Λουξ λανσάρισε σε γυάλινο μπουκαλάκι την εξαιρετική βυσσινάδα λουξ, ένα αναψυκτικό με «σπιτική» φρουτώδη γεύση και διακριτική παρουσία ανθρακικού που φέρνει στο νου τη γλύκα και τη δροσιά των παιδικών μας χρόνων.

Επιπλέον, την τελευταία Ζετία, το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης της εταιρείας έχει βελτιώσει σημαντικά την αρχική συνταγή της λουξ Cola και κατά συνέπεια τη γεύση της, γεγονός που αποτυπώνεται κατά τον καλύτερο τρόπο στη συνεχή ανοδική πορεία των πωλήσεων του συγκεκριμένου προϊόντος.

## Χυμοί λουξ

Από το 2008 την οικογένεια λουξ συμπληρώνουν οι χυμοί λουξ. Τα νέα ολόφρεσκα μέλη παρασκευάζονται από συμπυκνωμένο φυσικό χυμό φρούτων, χωρίς συντηρητικά, και κυκλοφορούν σε τέσσερις υπέροχες γεύσεις: Φυσικός Χυμός Πορτοκάλι, Φρουτοποτό Ροδάκινο, Χυμός Νέκταρ Μήλο-πορτοκάλι-καρότο - ένας χυμός πλούσιος σε βιταμίνες Β, C και E και, τέλος, ο Φυσικός Χυμός Extra-9 - ένα μοναδικό κοκτέιλ 9 φρούτων και 7 βιταμινών. Οι χυμοί λουξ δημιουργήθηκαν για να χαρίζουν ενέργεια, απόλαυση και ευεξία, αφού εμπερικλείουν όλες τις βιταμίνες και τα θρεπτικά συστατικά που είναι απαραίτητα για τη φυσική ενίσχυση του οργανισμού, ώστε να αποτελούν το τέλειο τονωτικό καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας για μικρούς και μεγάλους. Διατίθενται σε ξεχωριστές συσκευασίες του 1 lt και των 250 ml.





ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ:



## ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ:



Τι κάνει ένας Γενικός Διευθυντής;

Ο Γενικός Διευθυντής είναι προϊστάμενος και συντονιστής όλων των δραστηριοτήτων της βιομηχανίας και εκτελεί τις αποφάσεις του Διοικητικού Συμβουλίου της επιχείρησης.

Τι άλλο κάνει;

Πολλά ακόμη !!!

- 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 μεριμνεί 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.

## ΣΤΟΧΟΣ

Εργαζόμαστε 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.

Γιώργος Κοτοπούλης

ΓΡΑΜΜΑΤΙΚΑΣ ΣΩΤΗΡΗΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ο διευθυντής προώθησης πωλήσεων (marketing) είναι υπεύθυνος για τη στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση στον τομέα των πωλήσεων των προϊόντων.

Σημαντικός παράγοντος που επηρεάζει τις πωλήσεις είναι ο ανταγωνισμός που αντιμετωπίζει η επιχείρηση από άλλες επιχειρήσεις που παράγουν παρόμοιο προϊόντα και στοχεύουν στην ίδια αγορά. Κύριος στόχος του τμήματος μάρκετινγκ είναι να εξασφαλίσει όσο δυνατόν μεγαλύτερο ποσοστό της αγοράς (περισσότερους πελάτες).

Ο διευθυντής μάρκετινγκ αποφασίζει για τον τρόπο προβολής και προώθησης των πωλήσεων των προϊόντων με βάση τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Βασική αρχή του μάρκετινγκ είναι ότι κανόνα προϊόν δεν θα παραχθεί, αν

προηγουμένως δεν εξετασθεί και δεν επιβεβαιωθεί ότι ικανοποιεί τις ανάγκες και συμφωνεί με τις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Οι πωλήσεις μιας επιχείρησης εξαρτώνται από;

- την ποιότητα του προϊόντος,
- την τιμή του,
- την ομάδα καταναλωτών (την αγορά) στην οποία απευθύνεται η επιχείρηση και
- το σύστημα προώθησης του προϊόντος στην αγορά.

Οι τέσσερις αυτοί παράγοντες αναφέρονται διεθνώς ως «τα τέσσερα p» από τα αρχικά των λέξεων στην Αγγλική γλώσσα - price, product, promotion και place.

Ειδικότερα ο διευθυντής μάρκετινγκ:

Πραγματοποιεί έρευνες αγοράς με σκοπό να προσδιορίσει τον τρόπο προσέγγισης των καταναλωτών, καθώς και τον ανταγωνισμό που θα αντιμετωπίσει από άλλες επιχειρήσεις.

Επιλέγει τον τρόπο διαφήμισης των προϊόντων της επιχείρησης.

Διενεργεί έρευνα για να διαπιστώσει τις ανάγκες της αγοράς και τις απαιτήσεις της (νέα προϊόντα, ελκυστική συσκευασία κ.λπ.).

Προβλέπει την πορεία των πωλήσεων και καθοδηγεί ανάλογα την παραγωγική διαδικασία.

Παρακολουθεί την πορεία των πωλήσεων και παρεμβαίνει ανάλογα, όταν οι πωλήσεις ενός ή περισσότερων προϊόντων αντιμετωπίζουν προβλήματα.

§ Διενεργεί έρευνες για την καταγραφή του βαθμού ικανοποίησης των καταναλωτών από τα προϊόντα της επιχείρησης και διατυπώνει απόψεις για τη βελτίωση τους.

Συνεργάζεται με τον διευθυντή οικονομικών για τον καθορισμό της οικονομικής πολιτικής της εταιρείας.

Καθορίζει «πριμ» αποδοτικότητας και κίνητρα για τους πωλητές και τους αντιπροσώπους της εταιρείας.

Επιπλέον, πέρα από τα καθήκοντα και τις δραστηριότητες που ήδη αναφέρθηκαν, όλοι οι διευθυντές των τμημάτων:

Συμμετέχουν στη διαδικασία πρόσληψης προσωπικού για το τμήμα της αρμοδιότητας τους και φροντίζουν για την εκπαίδευση του.

Συντάσσουν έγγραφες αναφορές προς τον γενικό διευθυντή της εταιρείας σχετικά με τη λειτουργία των τμημάτων στα οποία είναι υπεύθυνοι, Για τις αναφορές αυτές χρησιμοποιούνται ειδικά έντυπα που σχεδιάζονται από το τμήμα. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζεται ακρίβεια, οικονομία, ταχύτητα και ευκολία στην ανάλυση και την εξαγωγή συμπερασμάτων.

Εισηγούνται προς τον γενικό διευθυντή θέματα που θεωρούν ότι θα βελτιώσουν τη λειτουργία των τμημάτων στα οποία είναι υπεύθυνοι.

Συνεργάζονται τόσο μεταξύ τους, όσο και με τον γενικό διευθυντή, και παίρνουν μέρος σε συσκέψεις για να υλοποιηθούν οι στόχοι της εταιρείας.

## ΣΩΤΗΡΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

### **Διευθυντής παραγωγής**

Ο διευθυντής παραγωγής συντονίζει όλες τις ενέργειες για την παραγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών από μια επιχείρηση.

Αξιοποιεί την εργασία όλων σχεδόν των υπολοίπων τμημάτων της επιχείρησης (τμήμα προσωπικού, σχεδιασμού προϊόντων, έρευνας και ανάλυσης, προμηθειών, μάρκετινγκ, οικονομικών κ.ά.

Ειδικότερα ο διευθυντής παραγωγής.:

- Προσδιορίζει τα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή των προϊόντων που θα παράγει η εταιρεία και φροντίζει για την κατασκευή δειγμάτων.

- Οργανώνει την παραγωγική διαδικασία προσδιορίζοντας τις πρώτες ύλες, το προσωπικό, τον εξοπλισμό, την ενέργεια, την ποσότητα, το κόστος παραγωγής ανά μονάδα προϊόντος κ.λπ.
- Σχεδιάζει τρόπους βελτίωσης του παραγόμενου προϊόντος από πλευράς ποιότητας και κόστους παραγωγής σε συνεργασία με τα αντίστοιχα τμήματα.
- Σχεδιάζει το διάγραμμα ροής που απεικονίζει τα διάφορα στάδια στην παραγωγή του προϊόντος.
- Σχεδιάζει σε συνεργασία με τον διευθυντή μάρκετινγκ και τον διευθυντή σχεδιασμού προϊόντων τη συσκευασία του προϊόντος.
- Συνεργάζεται με το τμήμα προμηθειών για να εξασφαλίσει τις απαραίτητες πρώτες ύλες και τον εξοπλισμό,
- Επιβλέπει την παραγωγική διαδικασία
- Πραγματοποιεί τις απαιτούμενες αλλαγές, ώστε η παραγωγική διαδικασία να προσαρμόζεται στις εξελίξεις και η επιχείρηση να παραμένει ανταγωνιστική.
- Εκπαιδεύει τους εργαζομένους σε συνεργασία με το τμήμα εκπαίδευσης σε θέματα παραγωγής.
- Αντιμετωπίζει έκτακτα προβλήματα που παρουσιάζονται στην παραγωγή βλάβες στον εξοπλισμό, απουσίες προσωπικού κ.λπ.).
- Εξασφαλίζει ότι η παραγωγική διαδικασία που εφαρμόζεται δεν επιβαρύνει με επιβλαβή απόβλητα το περιβάλλον.

Ο σχεδιασμός της παραγωγικής διαδικασίας από τον διευθυντή παραγωγής πρέπει να γίνεται έτσι ώστε:

- να ελαχιστοποιείται το κόστος παραγωγής προϊόντων,
- να εξασφαλίζεται ευελιξία στη λειτουργία της παραγωγικής μονάδας,
- να ελαχιστοποιούνται οι απαιτούμενες επενδύσεις,

- να εξασφαλίζεται υψηλή ποιότητα στα παραγόμενα προϊόντα,
- να αξιοποιείται κατά τον καλύτερο τρόπο ο διαθέσιμος χώρος, τηρουμένων όμως των προβλεπόμενων κανονισμών ασφαλείας.

Σε ορισμένες παραγωγικές μονάδες ο διευθυντής παραγωγής είναι προϊστάμενος του διευθυντή σχεδιασμού προϊόντων και του διευθυντή ποιοτικού ελέγχου.

Συνεργασία με γενικό διευθυντή και διευθυντή οικονομικών.

Διευθυντής Σχεδίασης

Κατρακάζου Δέσποινα

Ο Μηχανικός Σχεδιασμού Προϊόντος (ή Βιομηχανικός Σχεδιαστής) ασχολείται με το σχεδιασμό νέων προϊόντων ή με τον επανασχεδιασμό ήδη υπαρχόντων. Η βελτίωση σε ένα παλαιό προϊόν μπορεί να αφορά το μέγεθος, το κόστος, τα υλικά, την αισθητική κ.λπ.

Ο σχεδιασμός προϊόντων δεν περιορίζεται μόνο στα κατασκευαστικά σχέδια ενός προϊόντος (π.χ. την κάτοψη ή τις πλάγιες όψεις), την καλαίσθητη μορφή του ή την ελκυστική και πρακτική συσκευασία του. Ο σχεδιασμός προϊόντων

περιλαμβάνει τον καθορισμό των λειτουργιών και της δομής ενός προϊόντος, σύμφωνα με τις απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού, ύστερα από έρευνα αγοράς.

Ο Μηχανικός Σχεδιασμού, κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού του προϊόντος, λαμβάνει πάντα υπόψη του τις ανάγκες που καλείται να ικανοποιήσει το προϊόν, την καλή και ασφαλή λειτουργία του, την εύκολη χρήση (εργονομία) και συντήρησή του, την ευκολία παραγωγής και διάθεσης στην αγορά, την εξασφάλιση χαμηλού κόστους κ.ά. Όλα αυτά καθορίζουν τις προδιαγραφές που θα έχει το προϊόν.

Ο σχεδιασμός ενός προϊόντος πρέπει να είναι απόλυτα ακριβής. Υπάρχουν προϊόντα που τα εξαρτήματά τους κατασκευάζονται σε διαφορετικά εργοστάσια ή χώρες. Τα εξαρτήματά του θα πρέπει να σχεδιαστούν και να κατασκευαστούν με τη μεγαλύτερη δυνατή ακρίβεια.

Δραστηριότητες :

1.ΣΤΟΧΟΙ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

2.ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ( ΘΕΣΗ – ΧΩΡΟΙ )

3.ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

4.ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΚΑΙ ΥΛΙΚΑ ΝΕΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.

5. ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.

6. ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΝΕΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1. Άμεσοι συνεργάτες -Διευθυντής οικονομικών

Διευθυντής μάρκετινγκ

Διευθυντής παραγωγής

Διευθυντής ποιοτικού ελέγχου και

Γενικός διευθυντής

2. Έντυπα- Προτάσεις για το λογότυπο και για την τοιχοποιία

3. Κατασκευή μακετας-εκανα την κάτοψη και βοήθησα να κολλήσουμε τα γραφεία στην μακέτα
4. Συμπερασματα-πιστευω πως η βιομηχανια αυτή ηταν λιγο δυσκολη επειδη ηταν δυοροφη αλλα νομιζω με λιγη ομαδικοτητα και θέληση τα καταφέραμε!!!

## ΓΕΩΡΓΟΥΛΑΣ ΚΩΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

### 1. Στόχοι του Τμήματος Οικονομικών

Οι στόχοι του τμήματος για το 2017 είναι οι εξής:

- Η καθιέρωση, συντονισμός και υποστήριξη (με τη διοίκηση ) ενός ολοκληρωμένου συστήματος λειτουργίας της επιχειρήσεως, που να καλύπτει το maximum της αποδοτικότητας των επενδυμένων κεφαλαίων.
- Η αποτίμηση αξιολόγηση, η καταγραφή και αναφορά στη διεύθυνση του αποτελέσματος σε σύγκριση με τον σχεδιασμό – προϋπολογισμό, μέσω καθιερωμένων προτύπων (κόστους, τιμών κλπ), των αρχών της οικονομικής επιστήμης και συστήματος ελέγχου.
- Η καθιέρωση και υποστήριξη των αντικειμενικών στόχων της επιχείρησης μέσω του επιχειρησιακού σχεδιασμού.
- Η αξιολόγηση, ερμηνεία των επιρροών του εξωτερικού περιβάλλοντος στην επίτευξη των αντικειμενικών στόχων της επιχείρησης.
- Η προστασία των περιουσιακών στοιχείων μέσω του εσωτερικού ελέγχου , ασφαλίσεως κλπ.
- Η αναφορά (REPORTING) των οικονομικών καταστάσεων – αποτελεσμάτων της επιχείρησης στους ενδιαφερόμενους φορείς (μετόχους, Δημόσιο κλπ.). Επιγραμματικά θα μπορούσε να λεχθεί ότι βασικός αντικειμενικός στόχος της

οικονομικής διεύθυνσης είναι η εξασφάλιση των αναγκαίων πόρων για τη λειτουργία της επιχείρησης και ο έλεγχος της χρησιμοποίησής τους με αποδοτικότητα μέσω σχεδιασμού προγράμματος δράσης.

## 2. Διαμόρφωση τιμών πώλησης

Η τιμή πώλησης των χυμών στην Ελλάδα και γενικότερα στον κόσμο επηρεάζεται αρκετά από την τιμή πώλησης του αντίστοιχου χυμού της Βραζιλίας και γενικότερα της Ν.Αμερικής στο χρηματιστήριο εμπορευμάτων.

Η Βραζιλία είναι η μεγαλύτερη δύναμη στο χώρο του πορτοκαλοχυμού και σαφώς μπορεί να επηρεάσει τις αγορές όλων των άλλων χωρών.

Οι Έλληνες χυμοποιοί αναγκάζονται να παρακολουθούν την τιμή του χυμού στο χρηματιστήριο εμπορευμάτων και να ορίζουν τιμή πώλησης ανάλογη με αυτή, ώστε η εγχώρια αγορά χυμού να είναι σχετικά συμφέρουσα για τις Ελληνικές επιχειρήσεις που χρειάζονται τον χυμό ως πρώτη ύλη.

Επίσης η τιμή επηρεάζεται φυσικά από το μέγεθος της συνολικής εγχώριας παραγωγής πορτοκαλιών κατάλληλων προς χυμοποίηση, συνεπώς και από την εμφάνιση ακραίων καιρικών φαινομένων κατά την καλλιέργεια και συγκομιδή.

## 3. Έννοια - σημασία και σχεδίαση του προϋπολογισμού

Ο προϋπολογισμός είναι ένα σχέδιο με το οποίο μία επιχείρηση προσπαθεί να εξασφαλίσει χρήματα για τις τρέχουσες αλλά κυρίως για τις μελλοντικές δραστηριότητες της. Επίσης επιτρέπει τον ακριβή έλεγχο των οικονομικών της επιχείρησης και την οδηγεί σε πιο ασφαλείς και σίγουρες οικονομικές αποφάσεις. Είναι ένα σχέδιο που βασίζεται σε σταθερά μεγέθη, ένα προσχεδιασμένο πόρισμα για τους μελλοντικούς οικονομικούς στόχους της επιχείρησης, που δεν έχει σε τίποτε να κάνει με υποθέσεις, ένστικτο ή προγνωστικά.



Ένας προϋπολογισμός υποδεικνύει που θα πρέπει να σπαταληθούν χρήματα και πώς αυτά θα αποκτηθούν, στην περίπτωση που η επιχείρηση δεν έχει το απαραίτητο ρευστό. Βασικός στόχος ενός προϋπολογισμού είναι να κάνει το συνολικό εισόδημα μεγαλύτερο ή ίσο των απωλειών. Μπορεί ακόμα να θεωρηθεί και ως ένα εργαλείο που θα βελτιώσει την κερδοφορία.

Ο χρονικός κύκλος ενός προϋπολογισμού, συνήθως δεν είναι προκαθορισμένος. – αν και για τις περισσότερες επιχειρήσεις, ο χρονικός κύκλος ενός προϋπολογισμού συμπίπτει με το οικονομικό τους έτος. Όταν ένας προϋπολογισμός είναι τόσο μακροπρόθεσμος, συνήθως διαιρείται σε μηνιαίες εκθέσεις, προκειμένου να είναι πιο εύχρηστος και εφικτός. Πολλές επιχειρήσεις φτιάχνουν προϋπολογισμό που έχει κύκλο 1-4 εβδομάδες, όμως, πιο αποτελεσματικό για τη μελλοντική πορεία της εταιρείας είναι ένα μακροπρόθεσμο σχέδιο.

Σχεδιάζοντας έναν προϋπολογισμό: Ο προϋπολογισμός είναι ένα σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη των απαιτούμενων στόχων. Π.χ. ελαχιστοποίηση εξόδων, αύξηση εισοδημάτων, απόκτηση μεγαλύτερου μεριδίου της αγοράς (με αύξηση των πωλήσεων), κ.λπ. Επομένως είναι απαραίτητο να γνωρίζετε ποιοι είναι αυτοί οι στόχοι, ώστε να μπορείτε να καταρτίσετε ένα αποτελεσματικό σχέδιο.

Αφού αποφασίσετε ποιοι είναι οι στόχοι και ποιος είναι ο χρονικός κύκλος του προϋπολογισμού (π.χ. μια εβδομάδα, ένας μήνας, ένας χρόνος κ.λπ.) πρέπει να συγκεντρώσετε τις πληροφορίες που απαιτούνται για την κατάρτισή του. Σε αυτές, περιλαμβάνονται προηγούμενες και πρόσφατες επιδόσεις, που σας παρέχονται από απολογισμούς κερδών και απωλειών, ισοσκελισμοί και προηγούμενες αναλύσεις ταμειακών ροών. Με αυτή την πληροφορία, μπορείτε να αναγνωρίσετε κοινές τάσεις στα μεγέθη των πωλήσεων και στα κόστη, στο μέλλον. Πολλές φορές, πάλι, η κατάρτιση ενός προϋπολογισμού γίνεται εκ νέου, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη παλαιότερα μεγέθη και επιδόσεις. Αυτό είναι γνωστό και ως προϋπολογισμός εκ του μηδενός, μπορεί όμως να είναι πολύ ριψοκίνδυνο.

Κατά την ετοιμασία ενός προϋπολογισμού, κάποιιοι από τους υπολογισμούς σας θα είναι βάσιμοι, π.χ. τα κόστη, και κάποιιοι άλλοι αβάσιμοι. Π.χ. το ύψος των πωλήσεων δεν μπορεί να προβλεφθεί, καθώς εξαρτάται από διάφορες μεταβλητές που μπορεί να ισχύσουν ανά πάσα στιγμή (άνοδος ή πτώση της ζήτησης, το μέγεθος του ανταγωνισμού, κ.λ.π.)

Προϋπολογισμός εσόδων 1ου τριμήνου

Μήνας/έσοδα ανά προϊόν Ιανουάριος Φεβρουάριος Μάρτιος

Προϊόν Α 1.200.000€ 1.200.000€ 1.300.000€

Προϊόν Β 1.250.000€ 1.300.000€ 1.250.000€

Προϊόν Γ 1.100.000€ 1.000.000€ 1.100.000€

Προϊόν Δ 1.100.000€ 1.000.000€ 1.100.000€

Προϊόν Ε 1.100.000€ 1.000.000€ 1.100.000€

Προϊόν ΣΤ 1.600.000€ 1.500.000€ 1.700.000€

Προϋπολογισμός εξόδων 1ου τριμήνου

Μήνας/έξοδα ανά προϊόν Ιανουάριος Φεβρουάριος Μάρτιος

Προϊόν Α 1.000.000€ 1.000.000€ 1.100.000€

Προϊόν Β 1.050.000€ 1.100.000€ 1.050.000€

Προϊόν Γ 900.000€ 900.000€ 900.000€

Προϊόν Δ 900.000€ 900.000€ 900.000€

Προϊόν Ε 900.000€ 900.000€ 900.000€

Προϊόν ΣΤ 1.400.000€ 1.300.000€ 1.500.000€

Τιμοκατάλογος νέων προϊόντων 2017

Ποιότητα-γεύση-ποσότητα Συσκευασία Τιμή-τμχ.

Πορτοκάλι 1L 0,59€

Ροδάκινο 1L 0,62€

Πορτοκάλι 250ml 0,36€

Λεμόνι 250ml 0,36€

Βύσσινο 250ml 0,36€

MIX πορτοκάλι-μανταρίνι-λεμόνι 1,5L 0,89€

\*Στην τιμή δεν συμπεριλαμβάνεται ΦΠΑ 13%.

#### 4. Αποτελέσματα λογιστικού ελέγχου της ΛΟΥΞ Α.Ε.

Ο λογιστικός ή οικονομικός έλεγχος πιστοποιεί την ορθότητα και την ακρίβεια των λογιστικών καταστάσεων. Με άλλα λόγια ο λογιστικός έλεγχος περιλαμβάνει τις δραστηριότητες εκείνες που σχετίζονται με τη χρηματοδότηση της επιχείρησης, δηλαδή με τα κεφάλαια (ίδια και ξένα) που είναι απαραίτητα για την ομαλήλειτουργία της. Ο κίνδυνος χαμένων κεφαλαίων και ο πιστωτικός κίνδυνος προβάλλονται ως καθοριστικοί για την βιωσιμότητά της. Στα πλαίσια της μείωσης του κινδύνου και της σωστής κατάρτισης οικονομικών καταστάσεων, διενεργούνται:

- Έλεγχοι εξουσιοδοτήσεων και διαδικασιών, όπου διαπιστώνεται αν οι επενδύσεις είναι πάντα σύμφωνα με την εγκεκριμένη επενδυτική πολιτική.
- Έλεγχοι αξιολογήσεων και επιβεβαιώσεων, όπου κυρίως συγκρίνεται το κόστος των επενδύσεων με τις τρέχουσες αξίες και γίνεται συμφωνία των υπολοίπων βασικών λογαριασμών, δηλαδή του «ταμείου», των «καταθέσεων» και των «δανείων».
- Έλεγχοι διαθεσίμων, συμμετοχών, καταθέσεων σε τράπεζες και δανείων, όπου διαπιστώνεται η τακτική ενημέρωση αυτών και η επιβεβαίωση των υπολοίπων τους.

ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ

Σήμερα 07 Μαΐου 2017, μαζευτήκαμε στο σπίτι του Γιώργου Κοτοπούλη και μετά από πολύωρη συζήτηση αποφασίσαμε ομόφωνα την ίδρυση μιας ανώνυμης εταιρείας. Αυτή η εταιρεία θα παρασκευάζει διάφορους φυσικούς χυμούς και ονομάστηκε ΛΟΥΞ Α.Ε.

Οι μέτοχοι αυτής της εταιρείας είναι:

- Ο Γιώργος Κοτοπούλης με ποσό συμμετοχής 30% (900.000€)
- Ο Κωνσταντίνος Γεωργούλας με ποσό συμμετοχής 25% (750.000€)
- Η Στέλλα Μπουλίνη με ποσό συμμετοχής 15% (450.000€)
- Ο Σωτήρης Γραμματίκας με ποσό συμμετοχής 15% (450.000€)
- Η Δέσποινα Μπιτσικώκου με ποσό συμμετοχής 15% (450.000€)

Μετοχικό κεφάλαιο: 3.000.000€

Έδρα: Μεταμόρφωση

Οδός: Παναθηναίων και Ηλείας

Διάρκεια: 25 χρόνια

**ΜΠΟΥΛΙΝΗ ΣΤΕΛΛΑ**

Παρουσιάζω έρευνες η συμπεράσματα ερευνών, σχετικές με το είδος και τα προϊόντα της βιομηχανίας, Ακόμα δοκιμάζω συνδυασμούς υλικών για καλύτερα αποτελέσματα.

Συνεργάζομαι: με όλους

Σχεδιάζω ένα σύστημα έλεγχου εργασίας και απόδοση του εργαζομένου.

Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου

Δέσποινα Μπιτσικώκου

3ιβ.Στόχοι του τμήματος ποιοτικού ελέγχου Ο Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου είναι υπεύθυνος για την ποιότητα του προϊόντος (διασφάλιση της ποιότητας). Γι' αυτό το λόγο, σχεδιάζει συστήματα ελέγχου για κάθε φάση της παραγωγικής διαδικασίας. Ο έλεγχος της ποιότητας ξεκινά από την πιστοποίηση της καταλληλότητας των πρώτων υλών, συνεχίζεται με την παρακολούθηση όλης της παραγωγής, της συσκευασίας, της αποθήκευσης κ.λπ. Ο έλεγχος της ποιότητας απαιτεί συνεχή επιθεώρηση. Ο Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου συντάσσει αναφορές με τα αποτελέσματα του ελέγχου και τις στέλνει στη Γενική Διεύθυνση. Ο έλεγχος αφορά κυρίως το μέγεθος, το σχήμα, τη σχέση μεταξύ των επιμέρους εξαρτημάτων που συνθέτουν το τελικό προϊόν, τον τελικό έλεγχο του προϊόντος. Το Τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου λειτουργεί με βάση προδιαγραφές που καθορίζονται από οργανισμούς ή και από τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Τέτοιος οργανισμός είναι ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (ISO, International Organization for Standardization), που δημιούργησε τα ονομαζόμενα πρότυπα της σειράς ISO 9000 (ISO 9001, ISO 9002 κ.λπ.). Αυτά τα πρότυπα είναι κείμενα στα οποία περιγράφονται οι προδιαγραφές ποιότητας :

- το σχεδιασμό του προϊόντος
- την ανάπτυξη του προϊόντος
- τις παραγωγικές διαδικασίες
- τον τελικό έλεγχο του προϊόντος
- τη δοκιμασία του προϊόντος κ.λπ.

Οι επιχειρήσεις ελέγχονται για την εφαρμογή των προτύπων από ειδικούς φορείς. Αυτοί οι φορείς ονομάζονται Φορείς Πιστοποίησης. Στην Ελλάδα ένας τέτοιος οργανισμός είναι ο ΕΛ.Ο.Τ. (Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης) που παρέχει πιστοποιητικά ποιότητας στις επιχειρήσεις που συμμορφώνονται με

τα πρότυπα ISO. Ο ΕΛ.ΟΤ. διενεργεί δειγματοληψίες, δοκιμές, επιθεωρήσεις και αξιολογεί τις διαδικασίες και τα συστήματα Τα πιστοποιητικά αυτά αποτελούν «διαφημιστικά όπλα» που βελτιώνουν τη θέση της επιχείρησης στην κούρσα του διεθνούς ανταγωνισμού. Ο Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου συνεργάζεται με τα τμήματα Παραγωγής, Μάρκετινγκ και Σχεδιασμού Προϊόντος για τον καθορισμό της ποιότητας του προϊόντος που θα παραχθεί. Επίσης, ελέγχει όλο τον εξοπλισμό που χρησιμοποιεί η βιομηχανία για την παραγωγή των προϊόντων της.

Συνεργάζομαι με τα τμήματα Παραγωγής, Μάρκετινγκ και Σχεδιασμού Προϊόντος. Επίσης ελέγχω όλο τον εξοπλισμό που χρησιμ. η βιομηχανία για τη παραγωγή του προϊόντος.

Βορηά Νικολίτσα

#### ΚΑΝΟΝΕΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ

1. Να έχουν εκπαιδευτεί σε θέματα Ασφάλειας και Υγείας καθώς και στα συγκεκριμένα εργαστήρια/μηχανήματα που θα χρησιμοποιούν.
2. Εκπαίδευση στην χρήση οργάνων επιτρέπεται μόνο από τους υπευθύνους των οργάνων ή άτομα τα οποία είναι εξουσιοδοτημένα και εκπαιδευμένα κατάλληλα για να εκπαιδεύουν άλλους.
3. Για χρήση των εργαστηρίων μετά το μάθημα απαιτείται έγκριση από τον υπεύθυνο του εργαστηρίου και είναι απαραίτητη η παρουσία δεύτερου ατόμου ή η εκπόνηση διαδικασιών μετά από εκτίμηση κινδύνων της εργασίας που θα εκτελέσει το άτομο μόνο του και μετά από ειδική εκπαίδευση.
4. Οι έκτακτοι χρήστες του εργαστηρίου πρέπει να επιβλέπονται από τον υπεύθυνο εργαστηρίου ή κάποιος μαθητής το οποίος ορίζεται από τον υπεύθυνο καθηγητή.
5. Λειτουργία Εξοπλισμού χωρίς επιτήρηση μπορεί να αποτελέσουν κίνδυνο στα μέλη άμεσης δράσης σε περίπτωση εκτάκτου συμβάντος. Γραπτή

εξουσιοδότηση πρέπει να δίνετε από τον υπεύθυνο του οργάνου και τον υπεύθυνο ασφάλειας για την λειτουργία μηχανήματος χωρίς επιτήρηση.

6. Η χρήση στολής εργασίας και Μέσων Ατομικής Προστασίας μέσα στον χώρο των εργαστηρίων είναι υποχρεωτική.

7. Απαγορεύεται η κατανάλωση ποτού και φαγητού στα εργαστήρια.

8. Απαγορεύεται η πρόσβαση σε επισκέπτες στον χώρο του εργαστηρίου χωρίς άδεια.

9. Απαγορεύεται η τεχνική επέμβαση για επιδιόρθωση των οργάνων από τους χρήστες.

10. Απαγορεύεται οποιαδήποτε επέμβαση στις πρίζες. Για οποιοδήποτε ηλεκτρικό πρόβλημα ενημερώνουμε αμέσως τον καθηγητή μας.

11. Δεν χρησιμοποιείται εξοπλισμός από άτομα που δεν γνωρίζουν τον τρόπο λειτουργίας και χρήση τους.

12. Το κόστος για τις βλάβες που προκύπτουν από λανθασμένους χειρισμούς με βάση τις υπάρχουσες οδηγίες χρήσης θα τις χρεώνετε ο χρήστης.

13. Να ενημερώνεται ο υπεύθυνος όταν το χρησιμοποιούμενο όργανο χρειάζεται συντήρηση.

14. Οι επιφάνειες εργασίας πρέπει να καθαρίζεται.

15. Τα όργανα πρέπει να τίθενται εκτός λειτουργίας με το πέρας της εργασίας εκτός σε εξαιρετικές περιπτώσεις που πρέπει να παραμένουν σε λειτουργία.

16. Σε περίπτωση διακοπής του ηλεκτρικού ρεύματος σβήνουμε όλες τις ηλεκτρικές πρίζες.

17. Σε περίπτωση εκτάκτων περιστατικών που αφορούν στη Λειτουργία των Κτηρίων ενημερώνουμε τα αρμόδια άτομα.

Έκτακτα/Επείγοντα Περιστατικά Θεωρούνται:

i. Διακοπή ηλεκτρικού ρεύματος

ii. Ενεργοποίηση συστημάτων ασφαλείας

iii. Διαρροή νερού

iv. Προβλήματα στα συστήματα κλιματισμού εφόσον επηρεάζονται προγραμματισμένες δραστηριότητες ή συστήματα διαρκούς λειτουργίας.

ν. Άλλες περιπτώσεις κατά τις οποίες η μη έγκαιρη αντιμετώπιση ενδέχεται να εκθέσει σε κίνδυνο το προσωπικό του Πανεπιστημίου ή άλλα άτομα ή/και να επιφέρει σοβαρές ζημιές στις εγκαταστάσεις.

vi. Πυρκαγιά

18. Οποιοσδήποτε ζημιές παρατηρηθούν είτε στις κτηριακές εγκαταστάσεις του εργαστηρίου που μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο τους χρηστές είτε στα μηχανήματα πρέπει να αναφέρονται στον υπεύθυνο αμέσως.

19. Ο καθηγητής του εργαστηρίου μπορεί να απαγορεύσει την είσοδο στον χώρο αν ο χρήστης δεν συμμορφώνεται με τους Γενικούς Κανόνες.

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΔΗΜΟΣΕΩΝ

ΣΧΕΣΕΩΝ

ΜΕΡΟΠΗ ΓΟΥΝΑΡΙΔΟΥ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ << ΧΑΡΤΟΝΙΟΥ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗΣ>> ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΠΟΥ ΘΑ ΥΠΑΡΧΕΙ ΜΕ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΣΤΗ ΜΑΚΕΤΑ

ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΧΗΜΕΙΟΥ ΚΑΙ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΥΘΥΝΤΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ , ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΟΝΟΜΑ:ΑΓΓΕΛΙΚΗ

ΕΠΙΘΕΤΟ:ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΥ

ΤΑΞΗ:Β1

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Ρόλος Διευθυντή Προμηθειών



Ο Διευθυντής Προμηθειών γενικά σε μια εταιρία είναι ο αρμόδιος για την εφαρμογή της διαδικασίας κατα την οποία εξασφαλίζεται ότι εκτιμούνται οι ανάγκες για την προμήθεια όσο των δυνατων πλυρέστερα , έγκαιρα από τα κατάλληλα στελέχη.

Σκοπος του Διευθυντή Προμηθειών

Συντάσσει έντυπα, που συμπληρώνουν τα διάφορα τμήματα, για την αγορά υλικών, μηχανημάτων και εργαλείων.Συντάσσει συγκεντρωτικό κατάλογο με τις προμήθειες που πρέπει να κάνει η εταιρεία.Υποβάλει προς έγκριση στο διευθυντή οικονομικών προυπολογισμό κόστους των προμηθειών.Φροντίζει για την προμήθεια των υλικών, μηχανημάτων και εργαλείων παίρνοντας προσφορές ή προκηρύσσοντας

#### **ΑΝΔΡΕΑΣ ΚΑΦΕΝΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ**

Ο Διευθυντής εκπαίδευσής είναι υπεύθυνος για τη συνεχή οργάνωση και εκτέλεση εκπαιδευτικών προγραμμάτων για όλο το προσωπικό της εταιρίας σε όλα τα επίπεδα (παραγωγή, γραμματειακή υποστηριξη, πωλησεις κ.λ.π.) σύμφωνα με της ανάγκες που δημιουργούν οι τεχνολογικές εξελίξεις ο υπεύθυνος εκπαίδευσης μεριμνά για τον προγραμματισμό, την οργάνωση, τη διεξαγωγή του και την επίβλεψη εκπαιδευτικών σεμιναρίων και επιμορφωτικών μερίδων, σύμφωνα με τις ανάγκες των διαφόρων τμημάτων της επιχείρησης η επιμόρφωση γίνεται από ειδικούς στα θέματα της εκπαίδευσης και κατάρτισης, είτε μέσα στους χώρους της επιχείρησης (ενδοεπιχειρησιακή επιμόρφωση) είτε σε άλλους χώρους

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ:

- ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ
- ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

- Ο ΡΟΛΟΣ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΑΣ

Προγραμματίζεις και οργανώνεις ,εκπαιδευτικά σεμινάρια για της βιομηχανίες σας.

- Ο ΡΟΛΟΣ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΟΜΟΙΟΜΑΤΟΣ

Συντάσσει το ημερολόγιο των σεμιναρίων προόδου και ορίζεις τον υπεύθυνο του κάθε σεμιναρίου, στο οποίο παρουσιάζετε την πρόοδο των εργασιών σας στην κατασκευή του ομοιώματος

## ΜΕΛΑΧΡΗΣ ΘΕΟΔΩΡΗΣ

Στόχοι του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης

Έρευνα και Ανάπτυξη (συντμ. R&D, από το Research & Development) είναι ο όρος για την Έρευνα και την Ανάπτυξη στις επιχειρήσεις ως αυτόνομο τμήμα διαχείρισης της εταιρικής έρευνας. Το τμήμα αυτό έχει την ευθύνη για την επιστημονική οργάνωση και εφαρμογή ερευνών και πειραμάτων, με σκοπό τη βελτίωση όλων των φάσεων λειτουργίας της βιομηχανίας. Τα πορίσματα των ερευνών χρησιμοποιούνται από τους υπεύθυνους των διαφόρων τμημάτων, για την εξασφάλιση καλύτερου ποιοτικού και οικονομικού αποτελέσματος. Είναι προφανές ότι τμήματα ερευνών και ανάπτυξης υπάρχουν σε μεγάλες επιχειρήσεις και η λειτουργία τους κοστίζει σημαντικά. Αυτό σημαίνει ότι το κόστος λειτουργίας τους επιβαρύνει την τιμή πώλησης του παραγομένου προϊόντος. Συνεπώς αν το τμήμα ερευνών δεν αποδίδει θετικά αποτελέσματα ώστε να αντισταθμίσει το κόστος λειτουργίας του από τις οικονομίες που δημιουργούν οι καινοτομίες του, είναι ασύμφορη η λειτουργία του. Πολλές επιχειρήσεις διατηρούν τμήματα ερευνών και ανάπτυξης, για επινόηση νέων προϊόντων και υπηρεσιών και συνεπώς για να εξασφαλίζουν τη συνεχή παρουσία τους στην αγορά. Ειδικότερα ο υπεύθυνος του τμήματος:

1. Συνεργάζεται με το μηχανικό παραγωγής για την κατασκευή δειγμάτων των προϊόντων που παράγει η βιομηχανία.
2. Καθορίζει μέσω ερευνών και σε συνεργασία με τα κατάλληλα τμήματα, τα υλικά, τον εξοπλισμό και τις διαδικασίες που θα χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή. Ακόμη καθορίζει τις δυνατότητες και τις εναλλακτικές λύσεις για μείωση του κόστους παραγωγής και την τελική αισθητική εμφάνιση του προϊόντος. Για την πραγματοποίηση των ερευνών ο υπεύθυνος του τμήματος συνεργάζεται με το μηχανικό παραγωγής, με το τμήμα ποιοτικού ελέγχου και με το τμήμα Marketing, για να συνδυάζονται τα επιστημονικά τους πορίσματα με τις κατασκευαστικές δυνατότητες της βιομηχανίας και τις απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού.
3. Υποβάλλει τα πορίσματα των ερευνών στη Γενική Διεύθυνση της βιομηχανίας.
4. Βοηθά το τμήμα παραγωγής στον καθορισμό της διαδικασίας παραγωγής και στη σύνταξη των σχετικών διαγραμμάτων.
5. Προωθεί πειραματισμούς για τη βελτίωση της παραγωγικής

διαδικασίας. 6. Κατευθύνει και επιβλέπει την έρευνα και την αναπτυξιακή πολιτική καθώς επίσης τους αντικειμενικούς στόχους και τις πρωτοβουλίες της βιομηχανίας. 7. Διατηρεί την ανταγωνιστικότητα και την κερδοφορία της βιομηχανίας με την διαμόρφωση προγραμμάτων έρευνας και ανάπτυξης. 36 Τα προσόντα που απαιτούνται για αυτή τη θέση είναι υψηλά. Απαιτείται τουλάχιστον πανεπιστημιακό πτυχίο με δέκα τουλάχιστον χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας και μεγάλος βαθμός δημιουργικότητας και εφευρετικότητας. Επίσης ο υποψήφιος για την θέση θα πρέπει να είναι εξοικειωμένος με ποικίλες ιδέες, αντιλήψεις, πρακτικές και διαδικασίες που επικρατούν και εφαρμόζονται στον χώρο των εταιριών. Τέλος η θέση απαιτεί εκτεταμένη εμπειρία και αποφασιστικότητα ώστε να προγραμματίζεις και να επιτυγχάνεις στόχους

## ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ:

<https://www.loux.gr/>

<https://www.irantousis.gr/>

<https://www.google.gr>

<https://el.wikipedia.org/wiki/Λουξ>