

1^ο ΓΥΜΝΑΣΙΟ ΑΓ. ΙΩΑΝΝΗ ΡΕΝΤΗ
ΣΧΟΛΙΚΟ ΕΤΟΣ : 2014-2015
ΜΑΘΗΜΑ : ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ
ΤΑΞΗ – ΤΜΗΜΑ : Β3β

Γαλακτοβιομηχανία
ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.



ΜΕΛΗ ΟΜΑΔΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Γενικός Διευθυντής : ΜΟΥΚΑΝΤΕΜΙΔΗΣ ΑΧΙΛΛΕΑΣ

Δ/ντής Προσωπικού : ΜΕΤΑΞΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

Δ/ντής Οικονομικών : ΜΕΞΑΣ ΠΑΝΤΕΛΗΣ

Δ/ντρια Μάρκετινγκ : ΜΙΧΑΗΛ ΜΑΡΙΑ

Διευθυντής πωλήσεων : ΜΠΑΜΠΟΥΛΗ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Δ/ντής Παραγωγής : ΜΠΡΑΧΙΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ

Δ/ντής Ασφαλείας : ΜΙΧΑΗΛ ΚΥΡΟΛΕΣ

Δ/ντής Δημ.σχέσεων : ΜΙΡΝΤΙΤΑ ΙΝΤΡΙΖ

Δ/ντρια πληρ/κών συστ. : ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Δ/ντής Προμηθειών : ΜΠΑΛΤΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Δ/ντρια Σχεδ.προϊόντων : ΜΠΑΖΑΝΙΔΗ ANNA

Δ/ντρια εκπαίδευσης : ΜΕΡΤΙΝΟΥ ΕΛΕΝΗ

Δ/ντρια Ποιοτ. Ελέγχου : ΜΕΞΗ ΛΙΛΙΑΝΝΑ

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΗΡ. ΝΤΟΥΣΗΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΑ-ΕΝΟΤΗΤΕΣ	Σελ.
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο: ΕΙΣΑΓΩΓΗ	
1α. Το γάλα και οι κατηγορίες του.....	1
1β. Τύποι γάλακτος.....	1
1γ. Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα.....	2
1δ. Παραγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου.....	4
1ε. Εγχώρια ιδιωτική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων.....	4
1στ. Διαχρονική συμβολή της διατροφής στην παραγόμενη ποσότητα και ποιότητα γάλακτος.....	5
1ζ. Συμβολή του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων στη διατροφή των Ελλήνων κατά τους νεώτερους χρόνους.....	6
1η. Τάσεις και προοπτικές εξέλιξης του κλάδου.....	6
1θ. Εξέλιξη των εξαγωγών προϊόντων γάλακτος.....	7
1ι. Προβλήματα του κλάδου.....	7
1ια. Δίκτυα διανομής εταιριών γαλακτοκομίας.....	8
1ιβ. Η έννοια της καινοτομίας.....	9
1ιγ. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των πληροφοριακών συστημάτων.....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ	
2α. Επιλογή και ιστορικό βιομηχανίας παιδικού γάλακτος.....	13
2β. Το σήμα – η ονομασία και το σλόγκαν της επιχείρησης μας.....	13
2γ. Το οργανόγραμμα της ομάδας μας.....	14
2δ. Το καρτελάκι των στελεχών του ΑΣΠΡΟΥΛΗ.....	15
2ε. Εικόνες από την επίσκεψη μας στην ΔΕΛΤΑ Α.Ε.	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο : ΣΤΟΧΟΙ ΤΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.	
3α. Στόχοι της γενικής διεύθυνσης.....	18
3β. Στόχοι της διεύθυνσης προσωπικού.....	18
3γ. Στόχοι της διεύθυνσης εκπαίδευσης.....	19
3δ. Στόχοι του τμήματος οικονομικών.....	20
3ε. Στόχοι του τμήματος δημοσίων σχέσεων.....	21
3στ. Στόχοι του τμήματος μάρκετινγκ.....	22
3ζ. Στόχοι του τμήματος πωλήσεων.....	22
3η. Στόχοι του τμήματος παραγωγής.....	24
3θ. Στόχοι του τμήματος σχεδίασης προϊόντων.....	25
3ι. Στόχοι του τμήματος προμηθειών.....	26
3ια. Στόχοι του τμήματος ποιοτικού ελέγχου.....	26
3ιβ. Στόχοι του τμήματος υγιεινής και ασφάλειας.....	28
3ιγ. Στόχοι του τμήματος μηχανογράφησης.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο : ΕΝΑΡΞΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	
4α. Χρονοδιάγραμμα συσκέψεων μηνός Φεβρουαρίου 2015.....	31
4β. Η αντίληψη για το προσωπικό μας.....	32
4γ. Η σημασία των γαλακτοκομικών στην υγεία.....	32
4δ. Το επενδυτικό μας πλάνο για την τριετία 2016-2018.....	33
4ε. Η Περιβαλλοντική πολιτική μας.....	34
4στ. Δημιουργία ερωτηματολογίου για νέα προϊόντα.....	35
4ζ. Η δραστηριότητα των πωλήσεων στην ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.....	36

4η. Παραγωγική διαδικασία παστεριωμένου γάλακτος.....	37
4θ. Ιδέες για νέα καινοτόμα προϊόντα.....	39
4ι. Ο ρόλος της αποθήκης στην σύγχρονη επιχείρηση.....	40
4ια. Η ποιότητα και η πιστοποίηση συστημάτων στην Ασπρούλης Α.Ε.....	41
4ιβ. Ενημέρωση - Εκπαίδευση Εργαζομένων για την ασφαλή χρήση του εξοπλισμού της επιχείρησης.....	42
4ιγ. Ο ιστότοπός μας – μενού «Η εταιρεία μας» > υπομενού «Η περιβαλλοντική πολιτική μας».....	43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο : ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

5α. Έγκριση εισηγητικών προτάσεων τμημάτων Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.....	45
5β. Δημιουργία αγγελίας για πρόσληψη υψηλόβαθμου στελέχους.....	46
5γ. Διοργάνωση ημερίδας με θέμα «Διαχείριση Αποβλήτων Γαλακτοβιομηχανιών» στην επιχείρηση μας.....	47
5δ. Δημιουργία τιμοκαταλόγου επιχείρησης.....	48
5ε. Οι πρόσφατες κοινωνικές μας δράσεις.....	48
5στ. Επεξεργασία και αποτελέσματα έρευνας αγοράς.....	49
5ζ. Δημιουργία τιμολογίου πωλήσεων επιχείρησης.....	52
5η. Οι εγκαταστάσεις μας και οι συνθήκες παραγωγής του γάλακτος.....	53
5θ. Προτάσεις για την βελτίωση των συσκευασιών φρέσκου γάλακτος.....	53
5ι. Ρόλοι και αρμοδιότητες στους αποθηκευτικούς χώρους.....	54
5ια. Το Εργαστήριο Μοριακής Μικροβιολογίας μας.....	55
5ιβ. Υπηρεσίες ιατρού εργασίας.....	56
5ιγ. Ο ιστότοπός μας – μενού «Το προσωπικό μας».....	58

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο : ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

6α. Έκθεση προόδου τμημάτων επιχείρησης.....	60
6β. Το εργασιακό περιβάλλον και οι ανθρώπινες σχέσεις στην επιχείρηση μας.....	60
6γ. Οργάνωση Εκπαίδευσης Προσωπικού και Μέθοδοι Εκπαίδευσης.....	61
6δ. Έννοια του προϋπολογισμού.....	63
6ε. Στηρίζουμε την ανακύκλωση όλων των συσκευασιών μας.....	63
6στ. Δημιουργία διαφημιστικής πρότασης για την νέα σειρά προϊόντων μας.....	64
6ζ. Μέθοδοι προώθησης των προϊόντων μας.....	66
6η. Παραγωγική διαδικασία συμπυκνωμένου γάλακτος.....	67
6θ. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα πλαστικής συσκευασίας.....	68
6ι. Λήψη και οργάνωση παραγγελιών.....	69
6ια. Λειτουργία Κέντρου ενημέρωσης ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.	70
6ιβ. Αρμοδιότητες Επιτροπής Υγείας και Ασφάλειας των Εργαζομένων και εκπροσώπου εργαζομένων (Ε.Υ.Α.Ε.).....	70
6ιγ. Ο ιστότοπός μας – μενού «Διατροφή και υγεία »-υπομενού «Η σημασία των γαλακτοκομικών στην υγεία».....	71

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο : ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

7α. Αρχές – στρατηγικοί στόχοι και όραμα της επιχείρησης μας.....	74
7β. Παράγοντες αξιολόγησης του προσωπικού μας.....	74
7γ. Αξιολόγηση Εκπαίδευσης Προσωπικού.....	75
7δ. Έννοια και ερμηνεία ισολογισμού επιχείρησης.....	76
7ε. Η επικοινωνιακή και οικονομική σημασία των χορηγιών των επιχειρήσεων.....	77
7στ. Παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση του γάλακτος.....	78
7ζ. Προβληματισμοί για το πλάνο προώθησης των προϊόντων μας.....	79

7η. Μέθοδοι θερμικής επεξεργασίας νωπού γάλακτος.....	79
7θ. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της σύνθετης χάρτινης συσκευασίας.....	81
7ι. Φόρτωση και αποστολή παραγγελιών.....	82
7ια. Παρουσίαση πιστοποιητικών ποιότητας.....	83
7ιβ. Δημιουργία αφισών ασφαλείας στην επιχείρηση μας.....	86
7ιγ. Ο ισότοπός μας – μενού «Κοινωνική ευθύνη »-υπομενού «Η ανακύκλωση των συσκευασιών μας».....	87



Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Μηχάκη 4Θ - Αγ.Ι.Ρέντης - Τ.Κ. 152 3
ΤΗΛ.2104821220-3 email: info@asproulis.gr
www.asproulis.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο :

ΕΙΣΑΓΩΓΗ



1α. Το γάλα και οι κατηγορίες του

Είναι η βιολογική έκκριση των μαστών των θηλαστικών, που προορίζεται για τη διατροφή των νεογνών τους. Ακριβής ορισμός γι' αυτό δεν υπάρχει, όπως δεν υπάρχει και ακριβής χημικός τύπος, αφού πρόκειται για βιολογική έκκριση, με αποτέλεσμα τις διακυμάνσεις σε ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά που το αποτελούν.

Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του γάλακτος εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες, όπως το είδος του ζώου (αγελαδινό, πρόβειο, κασικίσιο κ.λπ.), την τροφή του (το μαγιάτικο γάλα είναι πιο νόστιμο λόγω του φρέσκου χόρτου), την ώρα που έγινε το άρμεγμα (το πρωινό άρμεγμα δίνει γάλα με υψηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά).

Η κατανάλωση γάλακτος μας προσφέρει πολλά απαραίτητα θρεπτικά συστατικά για την ανάπτυξη του οργανισμού. Ένα ποτήρι 200 ml μας δίνει το 1/3 της συνιστώμενης ημερήσιας δόσης ασβεστίου, που βοηθά πολύ στα κόκαλα και στα δόντια. Περιέχει επίσης πρωτεΐνες (καζεΐνες, β-λακτογλοβουλίνη, λακτοαλβουμίνη κ.ά.), υδατάνθρακες (σάκχαρο – λακτόζη), βιταμίνες (Α, Β1, Β2, Β6, Β12, νιασίνη, παντοθενικό οξύ, φυλλικό οξύ, C, D, E, Κ), φώσφορο, ιώδιο, νάτριο, κάλιο, χλώριο, κιτρικό οξύ, μαγνήσιο, ψευδάργυρο, καθώς και αρκετά ιχνοστοιχεία. Πριν από πολλά χρόνια ανακαλύψαμε ότι μπορούμε να διαχωρίσουμε το γάλα από το λίπος του, και να έχουμε περισσότερες χρήσεις για αυτό. Με το πέρασμα του χρόνου και την ανάπτυξη της επιστήμης σε θέματα ιατρικής, διατροφής και διαιτολογίας, αυτό έγινε επιβεβλημένο, αφού τα μισά από τα λιπαρά του γάλακτος ανήκουν στα κορεσμένα λιπαρά οξέα, που έχουν αρνητική επίδραση στην υγεία του σύγχρονου ανθρώπου.

Κατηγορίες γάλακτος

Το γάλα ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του χωρίζεται στις ακόλουθες κατηγορίες:

Φυσικό πλήρες γάλα-Νωπό ή επεξεργασμένο	Γάλα στο οποίο δεν έχει προστεθεί ή αφαιρεθεί τίποτα, με 3,5-5% λιπαρά ανάλογα με τη φυλή της αγελάδας.
Τυποποιημένο ή Κανονικό πλήρες γάλα	Γάλα τυποποιημένο σε 3,5-4% λιπαρά
Ημιαποβουτυρωμένο γάλα	Έχει αφαιρεθεί μισή ποσότητα λίπους και περιέχει 1,5-1,8% λιπαρά
Αποβουτυρωμένο (χαμηλών λιπαρών) γάλα	Έχει αφαιρεθεί σχεδόν όλο το λίπος και περιέχει λιγότερο από 0,5% λιπαρά
Γάλα με μειωμένη λακτόζη Ή γάλα ελεύθερης λακτόζης	Η λακτόζη (το σάκχαρο του γάλακτος) έχει απομακρυνθεί μερικώς ή ολικώς και προορίζεται για ανθρώπους με δυσανεξία στη λακτόζη.

Είναι δεδομένο ότι μειώνοντας την ποσότητα λίπους που καταναλώνεις μειώνεις και τις θερμίδες που προσλαμβάνεις. Το ημιαποβουτυρωμένο γάλα μάς δίνει τα 2/3 των θερμίδων που περιέχει το πλήρες, ενώ το αποβουτυρωμένο μόνο τις μισές. Πολλοί θα αναρωτηθούν αν είναι επιζήμιο από θρεπτικής πλευράς να απομακρύνουμε το λίπος από το γάλα. Όπως ανέφερα, το γάλα περιέχει πολλά χρήσιμα συστατικά, από τα οποία οι βιταμίνες Α και D είναι λιποδιαλυτές, οπότε τα ποσοστά τους μειώνονται αισθητά κατά την αποβουτύρωση.

1β. Τύποι γάλακτος

Το γάλα που παίρνουμε από το ζώο πρέπει να το επεξεργαστούμε πριν το πιούμε, αφού πολλές φορές περιέχει παθογόνους μικροοργανισμούς. Για να κάνουμε το γάλα ασφαλές για τη διατροφή μας, αφού ελεγχθούν αρκετοί φυσικοχημικοί και μικροβιολογικοί παράγοντες, εφαρμόζουμε κυρίως θερμική επεξεργασία, οπότε έχουμε 4 βασικούς τύπους.

1. Φρέσκο παστεριωμένο γάλα: Όλα τα γάλατα έχουν υποστεί παστερίωση και έχουν επεξεργαστεί σε θερμοκρασία 72,5 °C για 15 δευτερόλεπτα (ή ισοδύναμο αυτής). Το προϊόν της επεξεργασίας έχει τα μέγιστα ποσοστά σε διατροφική αξία με πολύ μικρή επίδραση στη γεύση, ενώ ταυτόχρονα αυξάνουμε τη διάρκεια ζωής του από 3 έως 7 ημέρες το μέγιστο, στο ψυγείο. Στο πόσιμο γάλα βλέπουμε τη σήμανση Ομογενοποιημένο, που είναι το γάλα που έχει υποστεί επεξεργασία ώστε το λίπος του να διαχέεται σε όλη τη μάζα του και άρα να είναι περισσότερο εύπεπτο.

2. Υψηλή παστερίωση : Και εδώ έχουμε παστερίωση αλλά σε υψηλότερη θερμοκρασία που κυμαίνεται από 110 °C έως 127 °C για 2 δευτερόλεπτα. Με την επεξεργασία αυτή έχουμε μια μείωση στην διατροφική αξία του γάλακτος αλλά παράγουμε προϊόν με διάρκεια ζωής μέχρι 30 ημέρες, πολύ σημαντικό για μια μερίδα καταναλωτών. Από την στιγμή που θα ανοιχτεί συντηρείται στο ψυγείο για 3 έως 4 ημέρες.

3. UHT (Ultra High Pasteurized - Υπέρ Υψηλή Παστερίωση) :Εδώ έχουμε αποστείρωση σε Υπέρ Υψηλή Θερμοκρασία μεγαλύτερη από 135 °C για τουλάχιστον 1 δευτερόλεπτο. Στην περίπτωση αυτή η διάρκεια ζωής του προϊόντος μπορεί να φτάσει τις 365 ημέρες, δηλαδή ένα έτος, αλλά δεν έχουμε τα καλύτερα γευστικά και διατροφικά χαρακτηριστικά.

4. Συμπυκνωμένο (εβαπορέ ή σακχαρούχο): Έχουμε α) το συμπυκνωμένο σακχαρούχο γάλα, που δεν είναι αποστειρωμένο και β) το εβαπορέ, που είναι αποστειρωμένο. Με τη συμπύκνωση επιτυγχάνουμε το τελικό προϊόν να είναι ελαφρύτερο, να αποθηκεύεται σε φθηνότερους περιέκτες και να μεταφέρεται με λιγότερα έξοδα, καθώς και άλλα οικονομικά οφέλη, αλλά έχει μειωμένη διατροφική αξία.

Επιπλέον, έχουμε και το γάλα σε σκόνη που το μερίδιο στην κατανάλωση είναι αμελητέο.

1γ. Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα αποτελούν σημαντικό τομέα του ευρύτερου κλάδου των ειδών διατροφής. Ο εξεταζόμενος κλάδος, με την πάροδο των χρόνων, έχει αλλάξει σημαντικά τόσο στη μορφή όσο και στη δομή του. Συγκεκριμένα, κατά το παρελθόν περιελάμβανε μεγάλο αριθμό μικρών παραγωγικών μονάδων περιορισμένης δυναμικότητας, οι οποίες κάλυπταν την τοπική αγορά στην οποία εντάσσονταν. Επίσης, τα παραγόμενα προϊόντα περιορίζονταν κυρίως στο παραδοσιακό γιαούρτι, τα παραδοσιακά επιδόρπια γάλακτος (κρέμες, ρυζόγαλα, κ.λ.π.) και σε μικρότερο βαθμό στο γάλα κατανάλωσης.

Σταθμό στην πορεία εξέλιξης του εξεταζόμενου κλάδου, αποτελεί η εφαρμογή της τεχνικής παστερίωσης Ultra High Temperature (UHT) που κατέστησε εφικτή την παραγωγή γάλακτος κατανάλωσης χωρίς συμπύκνωση και τη διατήρηση του εκτός ψυγείου για μεγάλο χρονικό διάστημα. Η εξέλιξη αυτή άλλαξε τα δεδομένα στην κατανάλωση γάλακτος, καθώς το συμπυκνωμένο γάλα (εβαπορέ) που αποτελούσε το κυρίαρχο προϊόν, αντικαταστάθηκε σταδιακά από το γάλα UHT και το φρέσκο παστεριωμένο γάλα. Η αναφερόμενη τάση ενισχύθηκε και από τις αλλαγές και βελτιώσεις που πραγματοποιήθηκαν στην παραγωγή του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος.

Κύριο χαρακτηριστικό του κλάδου αποτελεί ο μικρός αριθμός μεσαίου και μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεων παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων. Η ανάγκη για προσαρμογή στις σύγχρονες απαιτήσεις των καταναλωτών οδήγησε στη σταδιακή μείωση του αριθμού των μικρών μονάδων. Η αναφερόμενη μείωση οφείλεται κυρίως στην αδυναμία των μικρών γαλακτοκομείων να εκσυγχρονιστούν, ώστε να λειτουργήσουν σύμφωνα με τα δεδομένα της Κοινοτικής και Εθνικής νομοθεσίας. Τα προϊόντα τους συνήθως στερούνται της ποιοτικής πιστοποίησης που θα διασφάλιζε την ευρεία αποδοχή τους από το καταναλωτικό κοινό. Γεγονός είναι ότι τα προβλήματα που κατά καιρούς ανακύπτουν στην βιομηχανία τροφίμων σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, έχουν καταστήσει τους καταναλωτές ιδιαίτερα απαιτητικούς όσον αφορά στα θέματα πιστοποίησης της ποιότητας.

Προς την κατεύθυνση αυτή συνέβαλε επίσης, τόσο η κυριαρχία των μεγάλων αλυσίδων σούπερ- μάρκετ στο λιανικό εμπόριο, όπου διατίθενται προϊόντα με σταθερή ποιότητα, γεύση και παρουσίαση (συσκευασία) λαμβάνοντας υπόψη και τις απαιτούμενες προδιαγραφές υγιεινής, όσο και οι ιδιαίτερα ανταγωνιστικές συνθήκες που επικρατούν στην αγορά. Για το λόγο αυτό, αρκετές επιχειρήσεις βρίσκονται στο στάδιο του εκσυγχρονισμού, εκμεταλλευόμενες τα επενδυτικά κίνητρα που δίδονται από την πολιτεία.

Συγκεκριμένα, οι εξελίξεις που έχουν συντελεστεί την τελευταία εικοσαετία συνοψίζονται ως εξής:

- 1) Η είσοδος της ΦΑΓΕ στο φρέσκο παστεριωμένο γάλα το 1993 και της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. στο τυποποιημένο βιομηχανικό γιαούρτι το 1994-95, κινήσεις για τις οποίες απαιτήθηκαν σημαντικές επενδύσεις και από τους δύο ομίλους.
- 2) Αξιόλογες επενδύσεις επέκτασης των εγκαταστάσεων τους από σημαντικές εταιρίες του κλάδου (ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., ΔΩΔΩΝΗ, ΤΥΡΑΣ, ΟΛΥΜΠΟΣ, κλπ).
- 3) Η ποιοτική αναβάθμιση της παραγωγικής αλυσίδας (από τη συλλογή της πρώτης ύλης μέχρι την τελική διάθεση στην κατανάλωση), η οποία έχει καταστεί πιο επιτακτική.
- 4) Στο χώρο της πρώτης ύλης κατέστη δυνατή η αναβάθμιση της ποιότητας και ο εξορθολογισμός του λειτουργικού κόστους, με τη βοήθεια ειδικών κοινοτικών προγραμμάτων. Οι σχετικές επενδύσεις αφορούν:
- 5) Εγκατάσταση παγολεκάνων (αυτόματες δεξαμενές πρόψυξης), για την ψυχροσυντήρηση του γάλακτος.
- 6) Χρησιμοποίηση ειδικών ισόθερμων βυτίων για τη μεταφορά του γάλακτος.
- 7) Στο χώρο της παραγωγής:
- 8) Αυτοματοποίηση ορισμένων τμημάτων της παραγωγικής διαδικασίας, με σκοπό την επίτευξη σταθερότητας στην ποιότητα του προϊόντος, την τυποποίηση και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.
- 9) Χώρους εργαστηριακών αναλύσεων (χημικών και μικροβιολογικών) για τον έλεγχο της ποιότητας του γάλακτος, τον εντοπισμό τυχόν νοθείας και τον έλεγχο της ποιότητας του τελικού προϊόντος.
- 10) Εγκατάσταση συστημάτων βιολογικού καθαρισμού, για την περιβαλλοντική αντιμετώπιση των αποβλήτων (κυρίως ορός γάλακτος).
- 11) Συστήματα αυτόματου καθαρισμού του μηχανολογικού εξοπλισμού, για τη διασφάλιση της υγιεινής κατάστασης των σωληνώσεων και των μηχανημάτων.
- 12) Σημαντική αναβάθμιση και βελτίωση της συσκευασίας, τόσο στο γάλα κατανάλωσης όσο και στο γιαούρτι, με σκοπό την ανταπόκριση στις ανάγκες του καταναλωτή αλλά και την αύξηση της κατανάλωσης των προϊόντων στο σπίτι, στην εργασία, στο σχολείο, κλπ.

13) Μηχανοργάνωση των υποστηρικτικών υπηρεσιών για πλήρη έλεγχο της παραγωγής, της αποθήκευσης και της διακίνησης

Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων κατέχει σημαντική θέση στον ευρύτερο κλάδο των τροφίμων, καθώς περιλαμβάνει μερικές από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες ειδών διατροφής της χώρας, οι οποίες δαπανούν σημαντικά κονδύλια για νέες επενδύσεις και εκσυγχρονισμό των ήδη υφιστάμενων μονάδων τους. Στον εξεταζόμενο κλάδο δραστηριοποιείται σημαντικός αριθμός παραγωγικών επιχειρήσεων, οι περισσότερες των οποίων είναι μικρού μεγέθους με χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα. Οι μεγάλες βιομηχανίες διαθέτουν σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό, οργανωμένο δίκτυο διανομής και προσφέρουν στην αγορά ποικιλία προϊόντων. Αντίθετα, οι μικρές παραγωγικές μονάδες εξαιτίας της έλλειψης πόρων αλλά και γενικότερων δυσχερειών που αντιμετωπίζουν, λειτουργούν σε περιορισμένη κλίμακα και καλύπτουν κυρίως την γεωγραφική περιοχή στην οποία δραστηριοποιούνται. Ο κλάδος συμπληρώνεται από έναν αξιόλογο αριθμό εταιριών, οι οποίες πραγματοποιούν εισαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων και εντάσσονται στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής. Βασικό σημείο αναφοράς του κλάδου είναι το γεγονός ότι το σύνολο της εγχώριας πρωτογενούς παραγωγής αγελαδινού γάλακτος καθορίζεται από το καθεστώς των ποσοστώσεων.

Ζήτηση στον κλάδο: Τα γαλακτοκομικά προϊόντα αποτελούν βασικό είδος διατροφής και η ζήτηση τους παρουσιάζει σχετικά χαμηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή και το διαθέσιμο εισόδημα. Η στρόφη των καταναλωτών σε υγιεινότερους τρόπους διατροφής, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου και του διαθέσιμου εισοδήματος ενίσχυσαν την συνολική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων και ειδικότερα των προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας. Παρατηρείται αύξηση της ζήτησης ορισμένων προϊόντων όπως για παράδειγμα το φρέσκο γάλα και το γιαούρτι, καθώς και των προϊόντων με χαμηλότερα λιπαρά.

Προσφορά στον κλάδο: Η διάρθρωση της εγχώριας αγοράς, περιλαμβάνει ορισμένες μεγάλης κλίμακας βιομηχανικές επιχειρήσεις, οι οποίες καλύπτουν σημαντικό μέρος της συνολικής αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς και ένα μεγάλο αριθμό μικρομεσαίων παραγωγικών μονάδων, οι οποίες καλύπτουν κυρίως τις ανάγκες της τοπικής αγοράς στην οποία εντάσσονται. Οι πρώτες έχουν δημιουργήσει σύγχρονες παραγωγικές μονάδες και παράλληλα οργανωμένο και ευρύτατο δίκτυο διανομής, μέσω του οποίου διαθέτουν τα προϊόντα τους σε ολόκληρη σχεδόν την ελληνική επικράτεια, ενώ αντίθετα οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, λόγω περιορισμένων δυνατοτήτων διαθέτουν χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα. Εκτός από τον παραγωγικό τομέα, ο κλάδος περιλαμβάνει αρκετές μεγάλες εισαγωγικές εταιρίες οι οποίες δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής και διαθέτουν κυρίως «επώνυμα» γαλακτοκομικά προϊόντα. Αρκετές από αυτές καλύπτουν σημαντικό μέρος της συνολικής αγοράς γαλακτοκομικών, κυρίως γάλακτος εβαπορέ και μακράς διάρκειας, βουτύρου και κρέμα γάλακτος, ενώ ορισμένες διατηρούν άμεσες ή και έμμεσες σχέσεις με πολυεθνικές εταιρίες του κλάδου. Με την εισαγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων ασχολούνται και ορισμένες παραγωγικές εταιρίες με σκοπό τον εμπλουτισμό της γκάμας των προσφερόμενων προϊόντων.

Δεδομένου ότι ο κλάδος παρουσιάζει σημαντική ανομοιογένεια μεταξύ των εταιριών, στην αλυσίδα της διανομής των προϊόντων εμπλέκονται τοπικοί αντιπρόσωποι, καθώς και επιχειρήσεις διανομών με τοπικά ή ευρύτερα δίκτυα διανομής. Η διάθεση των εξεταζόμενων προϊόντων γίνεται κυρίως μέσω των σούπερ μάρκετ, καθώς και μικρών σημείων πώλησης (περίπτερα, φούρνοι, ζαχαροπλαστεία, παντοπωλεία, κτλ). Η σημαντική ανάπτυξη των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ εντείνει τον υφιστάμενο ανταγωνισμό σε επίπεδο εμπορίου. Τα εγχώρια παραγόμενα προϊόντα κατέχουν σημαντική θέση στην συνολική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων, ενώ οι εξαγωγές διαμορφώνονται σε χαμηλά επίπεδα. Οι εισαγωγές, σε ορισμένες μόνο κατηγορίες προϊόντων, καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης ενώ σημαντικό μέρος αυτών προορίζεται για επαγγελματική χρήση.

1δ. Παραγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου

Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων αποτελείται, όπως έχει ήδη αναφερθεί, από πλήθος μικρού κυρίως μεγέθους παραγωγικών επιχειρήσεων, καθεμία εκ των οποίων συμβάλλει με χαμηλό ποσοστό στη διαμόρφωση του συνολικού μεγέθους παραγωγής, ενώ τα προϊόντα τους καλύπτουν τις ανάγκες των τοπικών αγορών στις οποίες δραστηριοποιούνται. Εντούτοις, ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων μεγάλου μεγέθους καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας παραγωγής.

Επισημαίνεται ότι, εκτός από τις αναφερόμενες επιχειρήσεις, υπάρχουν αρκετές άλλες εταιρίες οι οποίες παράγουν γαλακτοκομικά προϊόντα, αλλά βασικό αντικείμενο δραστηριότητας τους αποτελεί η παραγωγή τυροκομικών προϊόντων (π.χ. ΗΠΕΙΡΟΣ ΑΕ- ΒΕ, ΚΑΛΟΓΕΡΑΚΗ ΑΦΟΙ ΑΕΒΕ, ΚΡΙΑΡΑΣ ΑΕ, ΠΙΝΔΟΣ ΑΕΒΕ, κ.ά).

Από στατιστικά πρόσφατης έρευνας, διαπιστώνονται τα εξής:

1) Αρκετές από τις αναφερόμενες παραγωγικές επιχειρήσεις (10 από τις 27) είναι εγκατεστημένες στη Βόρεια Ελλάδα, ενώ πέντε (5) εταιρίες βρίσκονται στη Θεσσαλία, δύο (2) εδρεύουν στην Πελοπόννησο, μία (1) στην Ήπειρο, οκτώ (8) στην Αττική και μία (1) στη Ρόδο.

2) Όσον αφορά στη νομική μορφή των επιχειρήσεων, η πλειοψηφία αυτών (οι 18 από τις 27) είναι ανώνυμες εταιρίες, δύο (2) είναι ομόρρυθμες, τέσσερις (4) είναι συνεταιριστικές ενώσεις, μία (1) ετερόρρυθμη, μία (1) κοινοπραξία συνεταιρισμών και μία (1) λειτουργεί ως ατομική επιχείρηση.

3) Το μέγεθος της συνολικής απασχόλησης των παραγωγικών επιχειρήσεων ανέρχεται σε 6.975 άτομα μόνιμο προσωπικό.

1ε. Εγχώρια ιδιωτική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα κατέχουν σημαντική θέση στην κατανάλωση ειδών διατροφής. Το σύνολο της πρωτογενούς παραγωγής αγελαδινού γάλακτος ανά χώρα της ΕΕ καθορίζεται από το σύστημα των ποσοστώσεων μέχρι και το γαλακτοκομικό έτος 2014/2015, ενώ έπειτα καταργείται. Στην Ελλάδα η πρωτογενής παραγωγή υπολείπεται των εθνικών ποσοστώσεων τα τελευταία έτη.

Η συνολική εγχώρια κατανάλωση γάλακτος (σε όγκο) κατέγραψε μείωση την τελευταία διετία (2014/13:-4,6% και 2013/12:-9,8%). Χαρακτηριστικό της αγοράς το 2013 είναι η μείωση της κατανάλωσης στις

κατηγορίες του φρέσκου (λευκού) γάλακτος (-11,6%), του γάλακτος μακράς διαρκείας (-4,2%) και του συμπυκνωμένου γάλακτος (-22%), ενώ αύξηση (αν και με συνεχώς μειούμενο ρυθμό τα τελευταία έτη) παρατηρείται στην κατανάλωση γάλακτος υψηλής παστερίωσης (+6,3%).

Σύμφωνα με την Ελένη Δεμερτζή, ανώτερο στέλεχος της Διεύθυνσης Οικονομικών και Κλαδικών Μελετών της ICAP Group, «το 2014 εκτιμάται αύξηση της κατανάλωσης στην κατηγορία του φρέσκου (λευκού) παστεριωμένου γάλακτος (+3,8%) και μείωση στις υπόλοιπες κατηγορίες γάλακτος. Το φρέσκο παστεριωμένο γάλα εξακολουθεί να αποτελεί την κυριότερη κατηγορία γάλακτος, το δε ποσοστό συμμετοχής του στο σύνολο της κατανάλωσης εκτιμάται σε 40,4% το 2013. Ωστόσο, παρατηρείται σημαντική μείωση του ποσοστού αυτού την τελευταία επταετία, σε αντίθεση με το γάλα υψηλής παστερίωσης, το οποίο διευρύνει το μερίδιό του (30,9% το 2013). Το αντίστοιχο ποσοστό για το ισοδύναμο του συμπυκνωμένου γάλακτος διαμορφώθηκε σε 25,9% το 2013.»

Όπως σημειώνει η Ελένη Βλάχου, Consultant της ICAP GROUP, η οποία επιμελήθηκε τη συγκεκριμένη κλαδική μελέτη, «η συνολική εγχώρια κατανάλωση γιαουρτιού (σε ποσότητα) υποχώρησε κατά 3,8% το 2013. Οι εισαγωγές κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα, ενώ ο βαθμός εξαγωγικής επίδοσης εκτιμάται στο 35% το 2013. Το 2014 εκτιμάται ότι παρουσιάστηκε μικρή μείωση της αγοράς τάξης του 2%.

Σημαντικό μερίδιο καταλαμβάνουν τα τελευταία κυρίως έτη τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας στις περισσότερες κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων (κυρίως στο γάλα υψηλής παστερίωσης και στο γιαούρτι)».

Στο πλαίσιο της μελέτης έγινε εκτεταμένη χρηματοοικονομική ανάλυση των παραγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου, βάσει επιλεγμένων αριθμοδεικτών. Επίσης, συντάχθηκε ομαδοποιημένος ισολογισμός για τη διετία 2013-2012 βάσει αντιπροσωπευτικού δείγματος εταιρειών.

Από τον ομαδοποιημένο ισολογισμό 18 παραγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου παρατηρούνται τα εξής: το σύνολο του ενεργητικού τους μειώθηκε 8% το 2013/12 και τα συνολικά ίδια κεφάλαια μειώθηκαν κατά 11,8%. Οι συνολικές πωλήσεις των εταιρειών του δείγματος παρουσίασαν μικρή μείωση το 2013 σε σχέση με το 2012 (-1,3%), ενώ με μεγαλύτερο ρυθμό μειώθηκαν και τα συνολικά μικτά κέρδη (-6%).

Τα λειτουργικά έξοδα παραμένουν σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα και παρά τη μείωσή τους κατά 9,5%, το συνολικό λειτουργικό αποτέλεσμα ήταν αρνητικό και το 2013. Τελικά, οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις του δείγματος εμφάνισαν (συνολικά) σημαντικές ζημίες. Τα κέρδη EBITDA μειώθηκαν κατά 13% το 2013.

1στ. Διαχρονική συμβολή της διατροφής στην παραγόμενη ποσότητα και ποιότητα γάλακτος

Συχνά αποφεύγουμε το γάλα εξαιτίας μιας λανθασμένης αντίληψης ότι περιέχει πολλά λιπαρά. Στην πραγματικότητα, μπορούμε -χωρίς εκπτώσεις στη γεύση να χρησιμοποιούμε γάλα με χαμηλά λιπαρά, κυρίως τώρα, που έχουν εμφανιστεί πολλές μελέτες που δείχνουν ότι το λίπος στο σώμα μας διασπάται ευκολότερα με την ύπαρξη υψηλών ποσοστών ασβεστίου. (Ποια μεταλλαγμένα κυκλοφορούν στην αγορά, Quality Net) Για την ακρίβεια, επιστημονικές ανακοινώσεις των τελευταίων χρόνων δείχνουν ότι είναι ευκολότερο να χάσει κανείς βάρος με δίαιτα ελεγχόμενης κατανάλωσης θερμίδων που περιέχει γάλα και γιαούρτι με χαμηλά λιπαρά παρά χωρίς την παρουσία θερμίδων που να προέρχονται από το γάλα ή το γιαούρτι.

Η αυξημένη παραγωγικότητα μείωσε το κόστος παραγωγής και αύξησε την καταναλισκόμενη ποσότητα γάλακτος και κρέατος ανά άτομο, γεγονός στο οποίο αποδίδεται, εν μέρει, ένας αριθμός σύγχρονων ασθενειών, όπως είναι ο καρκίνος, οι καρδιοπάθειες, η παχυσαρκία, ο διαβήτης κ.ά.

Η Επιστήμη, όμως, της Διατροφής των Ζώων, η οποία παρακολουθεί στενά τις εξελίξεις και τις τάσεις του καταναλωτή, μελετά όχι μόνο τις ανάγκες τους, η κάλυψη των οποίων διασφαλίζει την υγεία και τη μέγιστη παραγωγικότητά τους, αλλά και την τροποποίηση της χημικής σύστασης των κτηνοτροφικών προϊόντων προς την εκάστοτε επιθυμητή κατεύθυνση.

Έτσι, σήμερα παράγεται κρέας με περισσότερη σάρκα και λιγότερο λίπος, το οποίο μάλιστα έχει λιγότερα κορεσμένα και περισσότερα ακόρεστα λιπαρά οξέα. Το παραγόμενο γάλα μπορεί να έχει επίσης λιγότερα κορεσμένα και περισσότερα ακόρεστα λιπαρά οξέα στο λίπος του, υψηλότερη συγκέντρωση CLA και ω-3 λιπαρά οξέα και να είναι εμπλουτισμένο με αντιοξειδωτικές ουσίες από φυσικά φυτικά εκχυλίσματα.

Επίσης, σχετικά με τις καρδιαγγειακές παθήσεις, πέρα από τους αντικειμενικούς παράγοντες, υπάρχουν και αυτοί που μπορούν να μεταβληθούν, όπως το κάπνισμα και η δίαιτα, ενώ πριν από μερικά χρόνια μια μελέτη σε άντρες ουαλικής καταγωγής έδειξε, τυχαία εντελώς, ότι οι άντρες που κατανάλωναν το περισσότερο γάλα εμφάνισαν τις λιγότερες καρδιαγγειακές παθήσεις.

Τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης προξένησαν μεγάλη εντύπωση στην ιατρική κοινότητα, με αποτέλεσμα να επαναληφθεί η μελέτη σε άντρες στην Ιαπωνία, την Αμερική, την Ολλανδία και ολόκληρη τη Βρετανία, όπου οι ενδείξεις της αρχικής μελέτης επαληθεύτηκαν.

17. Συμβολή του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων στη διατροφή των Ελλήνων κατά τους νεώτερους χρόνους

Το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα αποτελούσαν και αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του διαιτολογίου του ανθρώπου, εφόσον παρέχουν ένα ευρύτατο φάσμα θρεπτικών ουσιών και τις περισσότερες από αυτές σε σημαντική συγκέντρωση. Τα προϊόντα αυτά αναμφισβήτητα αποτελούν εξαιρετική πηγή πρωτεΐνης υψηλής βιολογικής αξίας, δηλαδή πρωτεΐνης που μπορεί να αξιοποιήσει ο ανθρώπινος οργανισμός σε μεγάλο βαθμό.

Παράλληλα, είναι πλούσια σε πολλές βιταμίνες και ανόργανα στοιχεία. Εξέχουσας σημασίας παραμένει η συμβολή των γαλακτοκομικών στην κάλυψη των αναγκών μας σε ασβέστιο. Το πολύτιμο αυτό μεταλλικό στοιχείο συμμετέχει σε πολλούς ρυθμιστικούς μηχανισμούς του ανθρώπινου οργανισμού και αναμφισβήτητα συνεισφέρει στη γενική προσέγγιση για την πρόληψη της οστεοπόρωσης.

Τα πρώτα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία για την κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα προέρχονται από την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος και αφορούν στην κατανάλωση τυριού το έτος 1962. Η μέση ετήσια κατανάλωση τυριού, εκείνη την εποχή στην Ελλάδα, ανερχόταν σε 12 κ./άτομο. Τις επόμενες δεκαετίες, τα δεδομένα στις διατροφικές συνήθειες ανατρέπονται

Σε αυτό συμβάλλει η έντονη αστικοποίηση και εκβιομηχάνιση, καθώς και η διάδοση της τεχνολογίας στον τομέα της παραγωγής και συντήρησης των τροφίμων. Στην αγορά εμφανίζονται νέα γαλακτοκομικά προϊόντα προσαρμοσμένα στις ανάγκες κάθε εποχής, αλλά και στα επιστημονικά ευρήματα όσον αφορά στη σχέση διατροφής και υγείας.

Στο κατώφλι αυτού του αιώνα, η Ελλάδα μαζί με τη Γαλλία καταλαμβάνει τις πρώτες θέσεις στην κατανάλωση τυριού με ετήσια κατανάλωση περίπου 25 κ./άτομο, ενώ αντίθετα οι Έλληνες καταναλώνουν λιγότερο γάλα από άλλους Ευρωπαίους.

Οι προοπτικές, ωστόσο, για αύξηση της κατανάλωσης του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων στη χώρα μας είναι ευοίωνες, εφόσον καθημερινά ανακαλύπτονται επιστημονικά στοιχεία που όχι μόνο τεκμηριώνουν τις υπάρχουσες γνώσεις, αλλά προσθέτουν και νέες, όσον αφορά στις ευεργετικές ιδιότητες αυτού του πολύτιμου τροφίμου στην υγεία.

1η. Τάσεις και προοπτικές εξέλιξης του κλάδου

Ο οξύς ανταγωνισμός που επικρατεί κυρίως μεταξύ των μεγάλων γαλακτοβιομηχανιών αναμένεται να ενισχυθεί τα προσεχή χρόνια, ιδιαίτερα στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Η κυριαρχία των μεγάλων αλυσίδων σούπερ-μάρκετς στην αγορά των γαλακτοκομικών ειδών, τόσο με τη συγκέντρωση του μεγαλύτερου μέρους των πωλήσεων γαλακτοκομικών, όσο και με τη διάθεση own-label προϊόντων, δρα 3 ενισχυτικά προς αυτή την κατεύθυνση. Από την προβλεπόμενη όξυνση του ανταγωνισμού αναμένεται να επηρεαστούν ιδιαίτερα οι μικρές παραγωγικές μονάδες, αρκετές από τις οποίες εκτιμάται ότι θα συνάψουν συνεργασίες με τις μεγάλες επιχειρήσεις, προκειμένου να επιβιώσουν. Σημειώνεται ότι, οι συγκεκριμένες ενέργειες ωφελούν και τις μεγάλες εταιρίες, οι οποίες με τον τρόπο αυτό αποκτούν παραγωγικές μονάδες και σταθμούς συγκέντρωσης γάλακτος σε απομακρυσμένες περιοχές, περιορίζοντας τις ανάγκες μεταφοράς του γάλακτος από τις κεντρικές τους εγκαταστάσεις σε όλη την Ελλάδα. Εκτιμάται ότι, μακροπρόθεσμα η εγχώρια παραγωγή των εξεταζόμενων προϊόντων θα συγκεντρωθεί στις μεγάλες βιομηχανικές επιχειρήσεις, οι οποίες είναι σε θέση να προσφέρουν ποικιλία προϊόντων υψηλής ποιότητας, σε ανταγωνιστικές τιμές, επεκτείνοντας ταυτόχρονα τα δίκτυα διανομής τους σε όλη την επικράτεια.

Σε επίπεδο ζήτησης, η τάση που επικρατεί είναι η αυξανόμενη προτίμηση των καταναλωτών για προϊόντα υψηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας, όπως τα εμπλουτισμένα γάλατα, τα ειδικά επιδόρπια γάλακτος, το σύνθετο γιαούρτι και τα ροφήματα με βάση το γάλα.

Σύμφωνα με τις ισχύουσες συνθήκες και τάσεις της αγοράς, η συνολική εγχώρια κατανάλωση του Φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος το τρέχον έτος (2015) αναμένεται να ανέλθει σε 405.000 τόνους περίπου, σημειώνοντας μικρή αύξηση κατά 1,3% σε σχέση με το 2007. Τα προσεχή 1-2 έτη, προβλέπεται ότι θα παρουσιάσει μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής της τάξεως του 1%-2% (σε ποσότητα). Το σοκολατούχο παστεριωμένο γάλα προβλέπεται ότι δεν θα παρουσιάσει αξιολογες ετήσιες μεταβολές.

Το γάλα υψηλής παστερίωσης αναμένεται να συνεχίσει την ανοδική του πορεία και τα προσεχή έτη, αποσπώντας μερίδιο από το γάλα μακράς διαρκείας και από το κοινό εβαπορέ. Το 2017 η αγορά προβλέπεται να κυμανθεί μεταξύ 55.000-57.000 τόνων, ενώ τη διετία 2015-2016 η κατανάλωση θα συνεχίσει να αυξάνεται αλλά με χαμηλότερο ρυθμό.

Η συνολική αγορά του γάλακτος μακράς διαρκείας προβλέπεται ότι θα εμφανίσει πτωτική τάση, με μέσο ετήσιο ρυθμό μείωσης 2%-3% > {σε ποσότητα} την περίοδο 2015- 2017. Συγκεκριμένα, το τρέχον έτος (2015) εκτιμάται ότι η αγορά δεν θα ξεπεράσει τους 23.000 τόνους. Ειδικότερα, μεγαλύτερη μείωση αναμένεται στο λευκό γάλα μακράς διαρκείας ενώ το σοκολατούχο εκτιμάται ότι δεν θα παρουσιάσει αξιόλογη μεταβολή.

Η εγχώρια κατανάλωση του κοινού γάλακτος εβαπορέ σε κονσέρβα παρουσιάζει πτωτική πορεία, προς όφελος του τροποποιημένου εβαπορέ (εμπλουτισμένο με βιταμίνες, μεταλλικά άλατα, ιχνοστοιχεία, κ.ά.). Το τελευταίο παρουσιάζει αυξητική τάση, η οποία εκτιμάται ότι θα συνεχιστεί και τα προσεχή έτη.

Συγκεκριμένα, το 2015 η εγχώρια αγορά εβαπορέ γάλακτος προβλέπεται ότι θα διαμορφωθεί στους 110.000-112.000 τόνους περίπου, ενώ την προσεχή διετία (2016-2017) αναμένεται να εμφανίσει ανάλογους ρυθμούς μεταβολής. Οι γαλακτοβιομηχανίες επενδύουν στην συγκεκριμένη αγορά με την κυκλοφορία νέων προϊόντων, τα οποία απευθύνονται κυρίως σε παιδιά.

Πτωτική τάση αναμένεται και στο ζαχαρούχο γάλα, η αγορά του οποίου εκτιμάται ότι θα διαμορφωθεί στους 2.500-2.600 τόνους το 2015.

10. Εξέλιξη των εξαγωγών προϊόντων γάλακτος

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδας (ΕΣΥΕ), κυριότερος προορισμός των εξαγωγών ήταν οι χώρες της ΕΕ., οι οποίες απορρόφησαν το 75,6% των συνολικών ποσοτήτων το 2012 και το 78,7% το 2013. Αξίζει να σημειωθεί ότι, οι εξαγωγές προς την Ε.Ε ευνοούνται και από το γεγονός ότι εντός των συνόρων της δεν επιβάλλονται δασμοί.

Ειδικότερα, η ποσότητα των γαλακτοκομικών προϊόντων που απορροφήθηκε από την Ε.Ε ανήλθε σε 6.949 τόνους το 2012 και σε 7.794 τόνους το 2013, σημειώνοντας αύξηση κατά 12,2%. Η αντίστοιχη αξία εξαγωγών ανήλθε σε 5.148 χιλ. ευρώ. το 2012 και σε 6.523 χιλ. ευρώ. το 2013 (ποσοστό αύξησης 26%)

Μεταξύ αυτών, κυριότερη χώρα προορισμού είναι η Βρετανία, η οποία απορρόφησε 2.585 τόνους γαλακτοκομικών προϊόντων το 2012 και 3.113 τόνους το 2013 , καταλαμβάνοντας μερίδιο 37%-40% περίπου επί των εξαγωγών προς την Ε.Ε. και 28%-31,5% περίπου επί του συνόλου. Ακολουθεί η Γερμανία με ποσοστό συμμετοχής 13,4%- 15,7% στο σύνολο των εξαγόμενων ποσοτήτων το 2012-2013 και η Ιταλία με αντίστοιχο μερίδιο 12,8%-13,6%.

Οι Τρίτες χώρες κάλυψαν το 24,4% το 2012 και το 21,3% το 2013 της συνολικής ποσότητας εξαγωγών. Κυριότερος αποδέκτης των εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων ήταν η Κύπρος, η οποία απορρόφησε το 10,3%-11,5% των συνολικών εξαγωγών την τελευταία διετία.

11. Προβλήματα του κλάδου

Το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι η έλλειψη πρώτης ύλης. Το καθεστώς των ποσοστώσεων, που θεσπίστηκε στις 31 Μαρτίου 1984 και ισχύει και στη χώρα μας, καθορίζει ως ανώτερη επιτρεπτή παραγόμενη ποσότητα αγελαδινού γάλακτος τους 630.000-700.000 τόνους την περίοδο 2013-2015, ενώ η πρωτογενής παραγωγή αγελαδινού γάλακτος διαμορφώθηκε στους 776.800 τόνους το 2013. Το γεγονός αυτό καθιστά φανερό το οξύτατο πρόβλημα του κλάδου, το οποίο «καλούνται» να λύσουν οι ελληνικές παραγωγικές εταιρίες, οι οποίες αναλαμβάνουν την καταβολή της συμπληρωματικής εισφοράς (για λογαριασμό των κτηνοτρόφων), που αποτελεί το κόστος για την υπέρβαση των εγγυημένων ποσοτήτων.

Συνέπεια του προβλήματος που αναφέρεται παραπάνω, θεωρείται και η σταδιακή συγκέντρωση της εγχώριας παραγωγής γάλακτος σε μικρό αριθμό μεγάλων γαλακτοβιομηχανιών, οι οποίες έχουν την δυνατότητα να καλύψουν το κόστος της πρόσθετης εισφοράς για την υπέρβαση των εγγυημένων ποσοτήτων. Αυτό φυσικά συνεπάγεται και αντίστοιχη επιβάρυνση του κόστους παραγωγής, σε σχέση με άλλες χώρες της Ε.Ε που έχουν εξασφαλίσει υψηλότερες ποσοστώσεις. Προς την κατεύθυνση αυτή συμβάλλει και το γεγονός ότι, η πρωτογενής παραγωγή γάλακτος είναι συγκεντρωμένη στη Β. Ελλάδα με αποτέλεσμα το κόστος μεταφοράς της πρώτης ύλης να επιβαρύνει ακόμα περισσότερο το κόστος παραγωγής. Σημειώνεται ότι, η Β. Ελλάδα καλύπτει το 70% περίπου της συνολικά παραγόμενης ποσότητας γάλακτος. Για την αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων, οι μεγαλύτερες γαλακτοβιομηχανίες έχουν προβεί σε επιλεκτικές επενδύσεις σε συγκεκριμένα γεωγραφικά διαμερίσματα, με σταθμούς συγκέντρωσης γάλακτος, με εξαγορές τοπικών γαλακτοκομικών μονάδων κλπ.

Η Ελλάδα κατέχει μία από τις χαμηλότερες θέσεις στην παραγωγή αγελαδινού γάλακτος μεταξύ των χωρών-μελών της Ε.Ε. Το γεγονός αυτό οφείλεται κυρίως στο χαμηλό μέσο όρο γαλακτοφόρων αγελάδων ανά εκμετάλλευση, ο οποίος υπολείπεται σταθερά των αντίστοιχων μεγεθών των χωρών-μελών της Ε.Ε. Επίσης, η μέση κατά κεφαλή απόδοση των γαλακτοφόρων αγελάδων, η οποία διαμορφώνεται σε 38 χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με τις χώρες της Ε.Ε., λειτουργεί προς την ίδια κατεύθυνση ενισχύοντας την μειονεκτική θέση της εγχώριας παραγωγής.

Οι μικρότερες γαλακτοβιομηχανίες πλήττονται περισσότερο από τα προαναφερόμενα προβλήματα, καθώς δεν έχουν τη δυνατότητα να καλύψουν το κόστος από την υπέρβαση της παραγόμενης ποσότητας και να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό που επικρατεί στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Το δίκτυο διανομής τους είναι περιορισμένο και καλύπτει συνήθως τις τοπικές αγορές στις οποίες εντάσσονται. Σχετικά με τα λοιπά γαλακτοκομικά προϊόντα αναφέρεται ότι, η έλλειψη πρώτης ύλης σε συνδυασμό με το γεγονός ότι το αγελαδινό γάλα χρησιμοποιείται κυρίως για την παραγωγή γάλακτος κατανάλωσης, υποχρεώνει τις γαλακτοβιομηχανίες είτε να εισάγουν πρώτη ύλη από χώρες της Ε.Ε., είτε να παράγουν σε εγκαταστάσεις τρίτων στο εξωτερικό προϊόντα τα οποία φέρουν το δικό τους εμπορικό σήμα.

Οι μεγάλες γαλακτοβιομηχανίες προσπαθούν να αυξήσουν τις πωλήσεις τους στην εσωτερική αγορά διευρύνοντας το δίκτυο διανομής τους και διεισδύοντας σε περισσότερα σημεία πώλησης. Η διείσδυση όμως σε μακρινές «γεωγραφικά» περιοχές από τα σημεία εγκατάστασης τους είναι αρκετά δύσκολη, διότι ισχυρό δίκτυο διανομής και συνεχής υποστήριξη αυτού προϋποθέτει υψηλό κόστος επένδυσης. Επιπλέον, δεδομένης της μικρής διάρκειας ζωής ορισμένων προϊόντων (π.χ. φρέσκο παστεριωμένο γάλα) η τροφοδοσία των σημείων πώλησης πρέπει να γίνεται αρκετά συχνά.

Στον τομέα του λιανικού εμπορίου απαιτούνται υψηλές επενδύσεις σε ψυγεία, καθώς και παρακολούθηση των σημείων πώλησης για να διασφαλισθεί η αποκλειστική χρήση τους από τα προϊόντα της κάθε εταιρίας. Επίσης, η ανάγκη για υψηλά κονδύλια διαφημιστικής δαπάνης και προώθησης των προϊόντων, δυσχεραίνει τη θέση των μικρότερων γαλακτοβιομηχανιών, αναδεικνύοντας τις μεγάλες επιχειρήσεις κυρίαρχες σε πανελλαδικό επίπεδο.

Το γεγονός ότι, σημαντικό μέρος των πωλήσεων γαλακτοκομικών προϊόντων πραγματοποιείται μέσω των σούπερ-μάρκετς, ενισχύει τη διαπραγματευτική τους δύναμη με αποτέλεσμα να έχουν αυξημένες απαιτήσεις σε παροχές (μεγαλύτερες εκπτώσεις, ελαστικότερη πιστωτική πολιτική) για την καλύτερη τοποθέτηση των προϊόντων στα ράφια -ψυγεία των καταστημάτων τους. Επίσης οι εκπτώσεις στις τιμές των προϊόντων και η προσφορά δώρων έχουν σαν αποτέλεσμα τη συμπίεση του περιθωρίου κέρδους των εταιριών.

Επιπλέον, στην αγορά του γιαουρτιού επικρατούν συνθήκες έντονου ανταγωνισμού που προέρχονται κυρίως από την υψηλότερη λιανική τιμή του εν λόγω προϊόντος έναντι άλλων υποκατάστατων και ανταγωνιστικών προϊόντων που κυκλοφορούν στην αγορά (παγωτά, χυμοί, σοκολάτες, σοκολατούχο γάλα, διάφορα snacks, επιδόρπια σοκολάτας κ.λ.π). Το πλήθος των υποκατάστατων προϊόντων καθιστά τη ζήτηση των εξεταζόμενων ειδών ελαστική ως προς την τιμή.

Ο κλάδος αντιμετωπίζει κατά καιρούς προβλήματα που σχετίζονται με την «ευαίσθητη» φύση των προϊόντων και των ειδών διατροφής γενικότερα. Ενδεικτικά αναφέρεται η ασθένεια της σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας καθώς και το πρόβλημα των διοξινών, τα οποία έπληξαν τα προϊόντα της ευρωπαϊκής αγοράς και επηρέασαν το καταναλωτικό κοινό. Σε αυτό συνέβαλε και η ελλιπής πληροφόρηση σχετικά με την ταυτότητα των ελληνικών προϊόντων

1α. Δίκτυα διανομής εταιριών γαλακτοκομίας

Οι εταιρίες οι οποίες δραστηριοποιούνται στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων παρουσιάζουν μεγάλη ανομοιογένεια όσον αφορά το μέγεθος τους, καθώς και τον τρόπο οργάνωσης του δικτύου διανομής τους. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα διατίθενται στην εγχώρια αγορά μέσω διαφόρων εμπορικών καναλιών, τα οποία διαφοροποιούνται ανάλογα με τη δομή και το μέγεθος των επιχειρήσεων. Τα κανάλια αυτά συνίστανται σε τοπικούς αντιπροσώπους, εταιρίες διανομών, αλυσίδες σούπερ-μάρκετ και καταστήματα τροφίμων, καθώς και μικρά σημεία πώλησης (περίπτερα, φούρνοι, ζαχαροπλαστεία, μικρά παντοπωλεία, κ.λ.π).

Όσον αφορά το παστεριωμένο γάλα, οι μεγάλες παραγωγικές εταιρίες εξασφαλίζουν την συνεργασία μικρότερων παραγωγικών μονάδων για να καλύψουν ολόκληρη σχεδόν την ελληνική αγορά. Οι συνεργασίες αυτές κρίνονται απαραίτητες για την κάλυψη περιοχών που βρίσκονται μακριά από τις κεντρικές παραγωγικές μονάδες των εν λόγω εταιριών, καθώς το παστεριωμένο γάλα θεωρείται ευπαθές προϊόν και η μεταφορά του πρέπει να πραγματοποιείται σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα από την παραγωγή του και κάτω από ειδικές συνθήκες ψύξης.

Τα κανάλια διανομής των γαλακτοκομικών προϊόντων των μικρότερου κυρίως μεγέθους επιχειρήσεων και των συνεταιριστικών ενώσεων καλύπτουν αποκλειστικά σχεδόν τις τοπικές αγορές στις οποίες εντάσσονται. Σημαντικές πωλήσεις γαλακτοκομικών προϊόντων πραγματοποιούνται μέσω των σούπερ-μάρκετς. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην ευρύτατη γκάμα προϊόντων που διαθέτουν, καθώς και στις ανταγωνιστικές τιμές στις οποίες προσφέρονται τα εξεταζόμενα προϊόντα. Σύμφωνα με εκτιμήσεις και όσον αφορά τις μεγαλύτερες εταιρίες του κλάδου, ποσοστό 45%-50% των πωλήσεων παστεριωμένου γάλακτος προέρχεται από τα σούπερ-μάρκετς. Τα μικρά σημεία πώλησης συγκεντρώνουν μικρότερα ποσοστά συμμετοχής στις συνολικές πωλήσεις γαλακτοκομικών προϊόντων, απαιτούν σημαντική επένδυση από τις εταιρίες (ψυγεία) αλλά εξασφαλίζουν ταχύτερη είσπραξη και εξυπηρετούν ταυτόχρονα την πώληση γάλακτος, γιαουρτιού, κρέμας γάλακτος και χυμών.

Σημαντικό μέσο προώθησης των γαλακτοκομικών προϊόντων αποτελούν και οι διάφορες «παροχές» (εκπτώσεις, πιστώσεις) από τις εταιρίες του κλάδου προς το λιανικό εμπόριο, για την τοποθέτηση των προϊόντων τους στα ράφια-ψυγεία των καταστημάτων τους. Οι εκπτώσεις που παρέχουν οι μεγάλες κυρίως επιχειρήσεις του κλάδου στα συνεργαζόμενα καταστήματα λιανικής διαφέρουν ανάλογα με τον τρόπο πληρωμής και γενικότερα το είδος της συμφωνίας μεταξύ των δύο μερών. Το εύρος διακύμανσης τους κυμαίνεται μεταξύ του 20%-25% επί της χονδρικής τιμής για τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ-μάρκετς, ενώ στα μικρά σημεία πώλησης διαμορφώνεται μεταξύ του 10%-30%.

Οι χορηγούμενες πιστώσεις κυμαίνονται συνήθως μεταξύ 2-6 μηνών. Ειδικότερα, ο μέσος όρος πίστωσης από τις μεγάλες κυρίως παραγωγικές επιχειρήσεις διαμορφώνεται μεταξύ των 3-4 μηνών. Σημειώνεται ότι, στον τομέα του λιανικού εμπορίου οι ισχύουσες συνθήκες έχουν σαν αποτέλεσμα τη διαμόρφωση της πραγματικής τιμής πώλησης των γαλακτοκομικών προϊόντων σε επίπεδα χαμηλότερα της χονδρικής τιμής. Ειδικότερα, ενώ η διαφορά μεταξύ χονδρικής και προτεινόμενης λιανικής τιμής είναι της τάξεως του 20% για το λευκό παστεριωμένο γάλα, 25% περίπου στο σοκολατούχο, και 24%-25% στο γιαούρτι, στην πράξη η πραγματική μέση τιμή ανά κιλό πωλούμενου προϊόντος διαμορφώνεται σε επίπεδα χαμηλότερα της χονδρικής. Αυτό οφείλεται στο συνδυασμό προσφορών, εκπτώσεων και δώρων από τη βιομηχανία προς το λιανικό εμπόριο.

1β. Η έννοια της καινοτομίας

Με τον όρο καινοτομία εννοείται η νέα και πρωτοποριακή ιδέα για την υλοποίηση κάποιου πράγματος ή η νέα διαδικασία αυτής της υλοποίησης, καθώς επίσης και η εφαρμογή νέων εφευρέσεων ή ανακαλύψεων για την πραγματοποίηση κάποιου αποτελέσματος. Συχνά ο όρος χρησιμοποιείται σε οικονομικό/επιχειρηματικό/εμπορικό πλαίσιο.

Σύμφωνα με τον ορισμό της καινοτομίας, που προτείνει ο ΟΟΣΑ στο «εγχειρίδιο Frascati», πρόκειται για την μετατροπή μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία, λειτουργική μέθοδο παραγωγής ή διανομής - νέα ή βελτιωμένη - ή ακόμα σε νέα μέθοδο παροχής κοινωνικής υπηρεσίας. Με τον τρόπο αυτόν ο όρος αναφέρεται στην διαδικασία. Από την άλλη μεριά, όταν με τη λέξη «καινοτομία» υποδηλώνεται ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν, εξοπλισμός, η υπηρεσία που διαχέεται επιτυχώς στην αγορά, η έμφαση δίνεται στο αποτέλεσμα της διαδικασίας.

Συνδέεται με την έρευνα και την ανάπτυξη, ειδικά στο χώρο των επιχειρήσεων, με τα αντίστοιχα τμήματα (R&D, Research and Development). Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η καινοτομία είναι επιτεύξιμος στόχος μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων συνεργασίας μεταξύ διακρατικών εταίρων. Η καινοτομία στην Ε.Ε. μετράται με το Innovation Scorecard, που ξεκίνησε σαν θεσμός το 2006. Η καινοτομία μετράται με δείκτες, οι οποίοι συσταδοποιούνται σε κατηγορίες. Συνάφεια με εμπειρία, μάθηση και ανάπτυξη.

Είναι σημαντικό να γίνει διάκριση μεταξύ της τεχνολογικής καινοτομίας προϊόντων και διαδικασιών και της μη τεχνολογικής καινοτομίας (οργάνωσης και εμπορίας). Για παράδειγμα, τα πιστοποιητικά ISO ή η εισαγωγή συστημάτων διαχείρισης και ελέγχου ποιότητας είναι τεχνολογική καινοτομία μόνο όταν συνδέονται άμεσα με την εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων διαδικασιών. Η δημιουργία μίας απλής ιστοσελίδας με πληροφορίες, χωρίς on-line νέες και πρωτότυπες υπηρεσίες δεν αποτελεί καινοτομία. Αν υπάρχουν οι πρωτότυπες υπηρεσίες τότε αποτελεί παράδειγμα μη τεχνολογικής καινοτομίας. Επίσης, οι οργανωτικές καινοτομίες θεωρούνται τεχνολογικές μόνο στην περίπτωση που βασίζονται σε νέες τεχνολογικές εφαρμογές

και επιφέρουν μετρήσιμες αλλαγές στην απόδοση, για παράδειγμα αύξηση στην παραγωγικότητα ή στις πωλήσεις.

Ένα σημαντικό κριτήριο για όλα τα είδη καινοτομίας είναι ότι πρέπει να περιέχουν μία σημαντική αλλαγή / διαφοροποίηση στα υπάρχοντα προϊόντα (αγαθά ή υπηρεσίες), τις διαδικασίες, τις μεθόδους εμπορίας ή τις οργανωτικές δομές και πρακτικές της επιχείρησης. Δεν είναι λοιπόν καινοτομία αλλαγές, οι οποίες έχουν μικρή σημασία ή εμβέλεια ή δεν επιφέρουν ικανό βαθμό νεωτερισμού στην επιχείρηση, όπως διακοπή χρήσης μίας διαδικασίας, μεθόδου εμπορίας ή εμπορικής εκμετάλλευσης ενός προϊόντος, αλλαγές προερχόμενες αποκλειστικά από μεταβολές των τιμών των παραγωγικών συντελεστών, απλή αντικατάσταση ή αναβάθμιση ενός προϊόντος ή διαδικασίας ή συσκευασίας, παραγωγή επί παραγγελία, εποχιακές και άλλες κυκλικές μεταβολές

1γ. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των πληροφοριακών συστημάτων

Υπάρχουν πολλά είδη πληροφοριακών συστημάτων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ανάλογα με τις ανάγκες και τις οικονομικές δυνατότητες της επιχείρησης. Τα σημαντικότερα πληροφοριακά συστήματα είναι τα εξής:

- ⊙ SCMS (Supplier and Contract Management System / Συστήματα Διαχείρισης Αλυσίδας Εφοδιασμού)
- ⊙ KMS (Knowledge Management Systems / Συστήματα Διαχείρισης Γνώσης)
- ⊙ OAS (Office Automation Systems / Συστήματα Αυτοματοποίησης Γραφείου)
- ⊙ TPS (Transaction Processing Systems / Συστήματα Επεξεργασίας Συναλλαγών)
- ⊙ ERP (Enterprise resource planning / Συστήματα Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού)
- ⊙ ESS (Executive Support Systems / Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης)
- ⊙ DSS (Decision Support Systems / Συστήματα Υποστήριξης Απόφασης)
- ⊙ MIS (Management Information Systems / Διοικητικά Συστήματα Πληροφόρησης).

Το ποιό ή ποια από τα παραπάνω πληροφοριακά συστήματα θα επιλέξει η επιχείρηση εξαρτάται από αρκετούς παράγοντες. Υπάρχουν θετικά αλλά και αρνητικά για το καθένα σύστημα, ανάλογα βέβαια την επιχείρηση. Ας δούμε όμως αναλυτικά τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των πληροφοριακών αυτών συστημάτων...

Πλεονεκτήματα ΠΣ

Τα TPS διαχειρίζονται τις συναλλαγές της επιχείρησης διευκολύνοντας έτσι το συντονισμό των εργασιών καθώς παρέχουν εξειδικευμένες και λεπτομερειακές αναφορές στα ανώτερα στελέχη του Οργανισμού. Τα Συστήματα Υποστήριξης Επιτελικών Στελεχών στηρίζονται στη διαλογική επεξεργασία και καθορίζουν τις προβολές τους μέσω συγκεντρωτικών αναφορών . Ένα πλεονέκτημα που παρέχουν τα Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης (ESS) είναι ότι καταφέρνουν και κρατούν ενήμερη τη διοίκηση και σε επαφή με τα υπόλοιπα στελέχη της επιχείρησης. Τα DSS συστήματα πάλι είναι ευέλικτα, προσαρμόσιμα και γρήγορα, ενώ υποστηρίζουν και τη διαδικασία των αποφάσεων.

Επιπλέον, είναι αξιοσημείωτο ότι και τα Διοικητικά Συστήματα Πληροφόρησης (MIS)επικεντρώνονται σε διαδικασίες ελέγχου ,ενώ συγχρόνως τις εκσυγχρονίζουν, παραδίδοντας και αναλυτικές αναφορές ελέγχου στα ανώτερα στελέχη. Όσον αφορά τα οφέλη που έχει μια επιχείρηση από τη χρήση πληροφοριακών συστημάτων έχουμε να αναφέρουμε και τα πλεονεκτήματα των ERP πληροφοριακών συστημάτων. Εστιάζουν την προσοχή τους στην έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση, ενώ συγχρόνως μειώνουν το κόστος και επιταχύνουν τις διαδικασίες που εκκρεμούν και αυτές που ήδη ολοκληρώνονται. Συγκροτούν σε ένα ενιαίο σύνολο τον προγραμματισμό της παραγωγής, των αποθεμάτων της επιχείρησης, τις πωλήσεις που αυτή επιτυγχάνει και το λογιστήριο. Επιπλέον, συγκροτούν μία σταθερή δομή και οργάνωση έναν δηλαδή Οργανισμό-Επιχείρηση. Η τεχνολογία αποκτά μια Ομοιόμορφη Ενοποιημένη Υποδομή (δηλαδή πλατφόρμα), οι λειτουργίες γίνονται

πιο αποτελεσματικές και οι διαδικασίες της επιχείρησης στρέφονται περισσότερο στον πελάτη (πελατοκεντρική συμπεριφορά).

Τέλος, τα ERP βοηθούν στη διαχείριση πολλών τμημάτων της επιχείρησης, όπως της Αποθήκης της, τη διοίκηση της παραγωγής, τη διαχείριση των παγίων και τη συντήρηση και επιδιόρθωση του εξοπλισμού, ενώ επίσης ρυθμίζουν τις πωλήσεις και τις διανομές, διαχειρίζονται τα παραστατικά, καθορίζουν μία ενιαία τιμολογιακή πολιτική και επιπρόσθετα διαχειρίζονται τις προμήθειες και τα αποθέματα της.

Μειονεκτήματα ΠΣ

Εκτός όμως από τα πολλά και σημαντικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν τα πληροφοριακά συστήματα, αναγκαίο είναι να αναφερθούμε και στα μειονεκτήματά τους. Αρχικά, το MIS έχει έλλειψη δημιουργικότητας και ποιοτικής πληροφορίας. Τα συστήματα αυτά δεν προσαρμόζονται εύκολα και η αναλυτική ικανότητά τους δεν είναι επαρκείς σε σχέση με άλλα συστήματα. Αξίζει να αναφερθεί ένα ακόμη πληροφοριακό σύστημα, το TPS. Το συγκεκριμένο συμβάλλει καθοριστικά για την επιτυχία μιας επιχείρησης μιας και οργανώνει αρκετές λειτουργίες της όπως είναι οι προμήθειες πρώτων υλών αλλά και ο έλεγχος ποιότητας. Οπότε είναι πολύ εύκολο να διαπιστωθούν λάθη που οδηγούν στην όχι καλή πορεία της επιχείρησης.

Ακόμη ένα είδος είναι το DSS. Σ' αυτό όχι μόνο λόγω επιβάρυνσης του συστήματος με καινούργιους χρήστες μειώνεται αισθητά η επίδοσή του, αλλά και λειτουργεί μόνο στο ίδιο περιβάλλον της επιχείρησης. Ανάλογο μειονέκτημα υπάρχει και στο KMS καθώς δεν δημιουργεί την εντύπωση ενός αυθεντικού συστήματος, κάτι το οποίο είναι πολύ σημαντικό στην λειτουργία του.

Το ERP είναι το τελευταίο πληροφοριακό σύστημα που θα αναπτύξουμε. Η ανάπτυξη και η δημιουργία του αποτελεί μια χρονοβόρα διαδικασία που είναι πολύ ακριβή, δεν είναι ευέλικτο σύστημα και υπάρχουν προβλήματα ολοκλήρωσης με άλλα πληροφοριακά συστήματα. Όσο αφορά στον τεχνολογικό τομέα του υπάρχει μεγάλη δυσκολία στην προσαρμογή για τις ανάγκες της κάθε επιχείρησης και χρειάζεται ανά τακτά χρονικά διαστήματα συντήρηση και αναβάθμιση. Επιπλέον, στον οικονομικό τομέα, οι χρήστες απαραίτητο είναι πρώτα να εκπαιδεύονται για να μπορέσουν να το χρησιμοποιήσουν. Τέλος, θα πρέπει να υπάρχει μια μακροπρόθεσμη απόδοση επένδυσης γι' αυτό το σύστημα, γεγονός που οικονομικά δαπανούνται αρκετά χρήματα.



Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Μιχάκη 4θ - Αγ.Ι.Ρέντης - Τ.Κ. 152 3
ΤΗΛ.2104821220-3 email: info@asproulis.gr
www.asproulis.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο :

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ

ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ



2α. Επιλογή και ιστορικό βιομηχανίας παιδικού γάλακτος

Τα μέλη της ομάδας μας επέλεξαν ένα αγαπημένο θέμα πιστεύουμε όλων των μαθητών , όπως το γάλα και το γεγονός ότι ήταν δυνατόν να επισκεφθούμε μία μεγάλη γαλακτοβιομηχανία, όπως η ΔΕΛΤΑ , έπαιξε πολύ σημαντικό ρόλο στην επιλογή μας. Για να διαφοροποιηθεί η εργασία μας από άλλες παλαιότερων ομάδων του σχολείου μας , σύμφωνα και με τις οδηγίες του καθηγητή μας , αποφασίσαμε η εταιρεία μας να ασχοληθεί αποκλειστικά με το παιδικό γάλα.

Ο γενικός διευθυντής της ομάδας δημιούργησε ένα ιστορικό για την επιχείρηση μας , που έχει ως εξής:

Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. ιδρύθηκε από δύο ξαδέρφια με βαθιές ρίζες στην παραγωγή και επεξεργασία γάλακτος. Οι οικογένειες των δύο ιδρυτών ,του Ιωάννη Μαγκαβακου και του Αποστολου Ασπριδη δραστηριοποιούνταν από το 1995στην παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων στη Φωκίδα και σε περιοχές της Δυτικής Βοιωτίας με 3 μικρά γαλακτοκομεία . Η σύσταση της επιχείρησης δημιουργήθηκε το 2005 και σαν έδρα επελέγη η συνοικία του Ρέντη , λαμβάνοντας υπόψη ότι είναι σε εξέχουσα γεωγραφική θέση , για την διανομή των προϊόντων της. Το παιδικό γάλα επελέγη από την μεγάλη επιτυχία που είχαν στην παραγωγή του και έρχεται σαν φυσική κατάληξη της οικογενειακής παράδοσης των ιδρυτών και έκτοτε ξεκινάει μια μεγάλη ιστορία επιτυχίας. Τα δύο πρώτα χρόνια, η δραστηριότητα του 'Ασπρουλης'. επικεντρωνόταν σε 2 κωδικούς . Από τότε στην συλλογή του προστίθενται και άλλοι 3 κωδικοί που σημειώνουν εμπορική επιτυχία και στα σχέδια μας είναι η δημιουργία και άλλων κωδικών , αλλά και η παραγωγή και άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων.

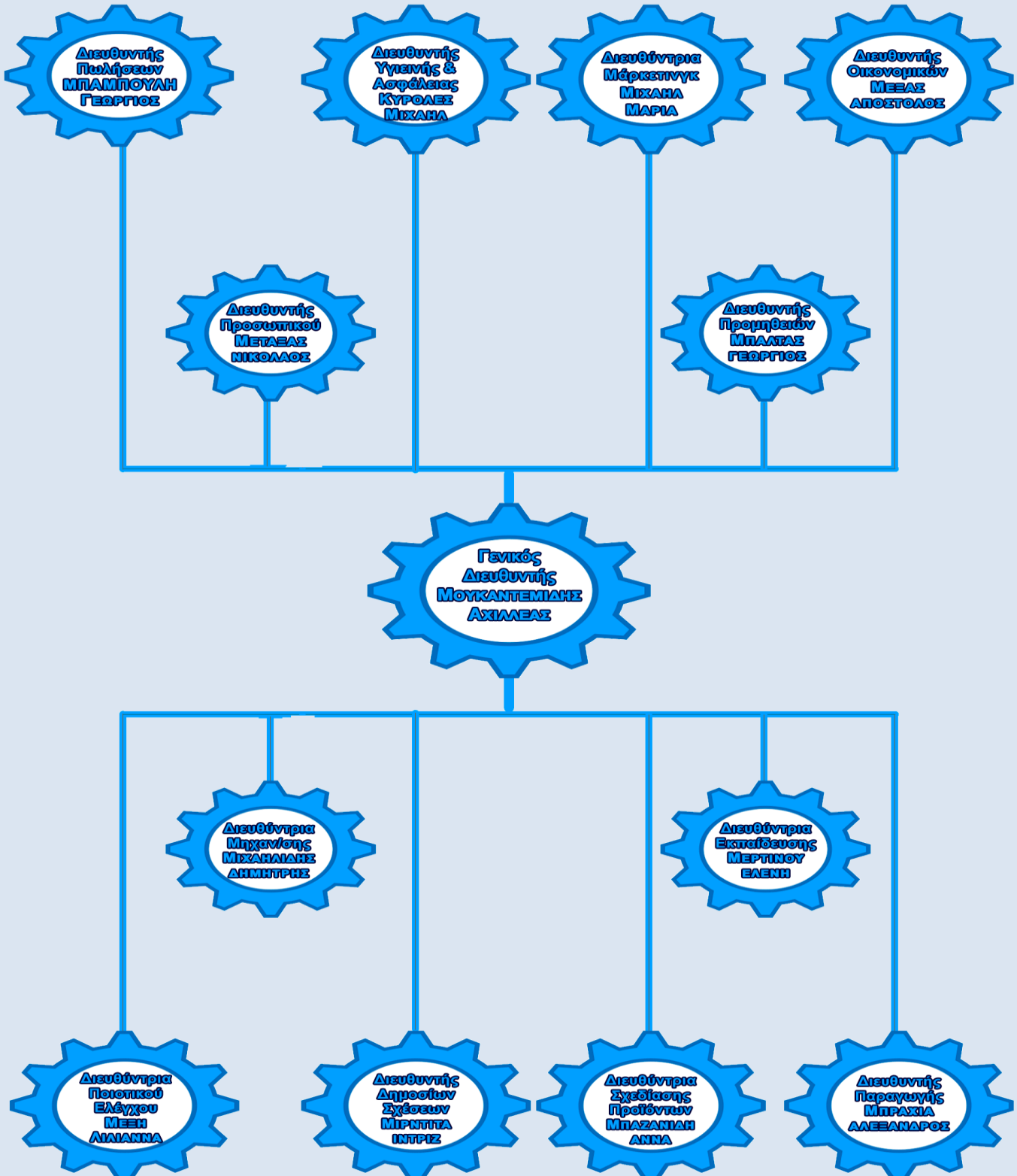
2β. Το σήμα – η ονομασία και το σλόγκαν της επιχείρησης μας



2γ. Το οργανόγραμμα της ομάδας μας



Οργανόγραμμα προσωπικού



2δ. Το καρτελάκι των στελεχών του ΑΣΠΡΟΥΛΗ



15

2ε. Εικόνες από την επίσκεψη μας στην ΔΕΛΤΑ Α.Ε.

Την Τρίτη 16 Δεκεμβρίου 2014 η ομάδα μας επισκέφθηκε τις εγκαταστάσεις της βιομηχανίας ΔΕΛΤΑ Α.Ε. στο Ταύρο . Ακολούθησε πολύ λεπτομερής και αναλυτική ενημέρωση από την υπεύθυνη του Κέντρου ενημέρωσης της ΔΕΛΤΑ Α.Ε. κ.Καρρά Γιώτα και την υπεύθυνη διασφάλισης ποιότητας κ. Γκαντή Ευθυμία. Οι παρακάτω φωτογραφίες είναι από την συγκεκριμένη επίσκεψη.



Η σύμβουλος του Κέντρου ενημέρωσης της ΔΕΛΤΑ, τεχνολόγος τροφίμων κ.Γιώτα Καρρά, στην αίθουσα διαλέξεων του εργοστασίου, ενημερώνει και επιλύει τις απορίες των μελών της ομάδας των μαθητών-τριών σχετικά με την λειτουργία και την οργάνωση μίας σύγχρονης γαλακτοβιομηχανίας





Αναμνηστική φωτογραφία από την επίσκεψη, μετά το τέλος της ενημέρωσης των μαθητών και μαθητριών. Στο αριστερό ακρο διακρίνονται οι υπεύθυνοι της ξενάγησης η κ. Ευθυμία Γκαντή - υπεύθυνη διασφάλισης ποιότητας της επιχείρησης που έδωσε πολύ χρήσιμες πληροφορίες για όλο τον κύκλο ποιότητας που ακολουθεί σ' όλα τα επίπεδα η επιχείρηση και η υπεύθυνη ενημέρωσης της ΔΕΑΤΑ κ. Γιώτα Καρρά.

16

Εικόνα από τους εξωτερικούς χώρους του εργοστασίου (σιλό αποθήκευσης γάλακτος)





Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Ηπικώκη 40 - Αγ.Ι.Ρέντης - Τ.Κ. 152 3
ΤΗΛ.2104821220-3 email: info@ asproulis.gr
www.asproulis.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο :
ΣΤΟΧΟΙ ΤΜΗΜΑΤΩΝ
ΤΗΣ ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.



Γενικός Διευθυντής

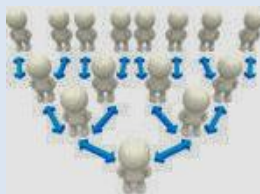


3α. Στόχοι της γενικής διεύθυνσης

Οι στόχοι του γενικού διευθυντή για το 2015 είναι οι εξής :

- ⊙ Να σχεδιάζει τη στρατηγική της επιχείρησης, δηλαδή να 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.
- ⊙ Να καθορίζει τις δραστηριότητες της επιχείρησης μετά από τις εισηγήσεις των υπευθύνων των διαφόρων τμημάτων της εταιρείας.
- ⊙ Να 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 να καθορίζει χρονοδιάγραμμα εργασιών (έρευνα αγοράς, προμήθεια και συντήρηση μηχανημάτων, οργάνωση πωλήσεων κ.ά.) και μεριμνά για την τήρησή του.
- ⊙ Να καθορίζει τα κριτήρια αξιολόγησης και τα οφέλη (πρίμ) αποδοτικότητας για κάθε τμήμα, έτσι ώστε να δημιουργούνται κίνητρα παραγωγικότητας για τους εργαζόμενους.
- ⊙ Να ενημερώνει το Διοικητικό Συμβούλιο για την πρόοδο της εταιρείας και να 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.
- ⊙ Να ενημερώνεται για τις εξελίξεις που διαγράφονται στην τοπική και διεθνή αγορά (τεχνολογικές - οικονομικές - επιχειρηματικές).
- ⊙ Να αντιπροσωπεύει την εταιρεία σε εκδηλώσεις και να 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.

Διευθυντής Προσωπικού



3β. Στόχοι της διεύθυνσης προσωπικού

Ο Διευθυντής προσωπικού έχει την ευθύνη εφαρμογής διαδικασιών ανθρώπινου δυναμικού στις επιχειρήσεις με σκοπό την δημιουργία και διατήρηση ενός ασφαλούς εργασιακού περιβάλλοντος στο οποίο οι εργαζόμενοι θα μπορούν να αποδώσουν στο μέγιστο των ικανοτήτων τους για την επίτευξη των εταιρικών στόχων. Διασφαλίζει ότι οι πολιτικές και οι διαδικασίες που εφαρμόζονται είναι εναρμονισμένες με τις

εταιρικές κατευθύνσεις/πολιτικές. Επίσης σκοπός της θέσης είναι η διασφάλιση ότι ο σωστός αριθμός και τύπος ανθρώπων με τα κατάλληλα προσόντα θα είναι διαθέσιμος στο σωστό χρόνο και τόπο για την υλοποίηση των εταιρικών αναγκών. Οι Αρμοδιότητες της διεύθυνσης είναι :

- ⊙ Κατάλληλος σχεδιασμός για στρατηγικές αλλαγές
- ⊙ Ανάλυση της δουλειάς και των ρόλων της
- ⊙ Επιλογή εργαζομένων που θα ταιριάζουν στην επιχείρηση και στην συγκεκριμένη θέση
- ⊙ Εκπαίδευση και εξέλιξη
- ⊙ Αποζημίωση των εργαζομένων
- ⊙ Μέτρηση της απόδοσης και σωστή πληροφόρηση των εργαζομένων γι'αυτή
- ⊙ Παρακίνηση των εργαζομένων μέσω προνομίων
- ⊙ Προώθηση της εργασιακής υγείας και ασφάλειας
- ⊙ Σχέση ποιότητας και Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού

Επίσης να μεταδίδει τη σημασία της συνεισφοράς κάθε εργαζόμενου στο κομμάτι της ποιότητας. Να παρακινεί τους εργαζόμενους «να κάνουν την διαφορά». Να ενθαρρύνει τόσο την ατομική όσο και την ομαδική αφοσίωση των εργαζομένων όσο αφορά την ποιότητα με το να τους προσφέρει τόσο υλικά όσο και ηθικά αγαθά.

Όλα τα παραπάνω επιτυγχάνονται με τις ακόλουθες ενέργειες:

- ⊙ Ολοκλήρωση των στόχων του ανθρώπινου δυναμικού μέσω σχεδίων δράσης για να τονίσει τις ανάγκες και την εξέλιξη ολόκληρου του εργατικού προσωπικού
- ⊙ Σχεδιασμός θέσεων εργασίας για την προώθηση οργανωτικής μάθησης, καινοτομίας και ευελιξίας για τις συνεχείς μεταλλασσόμενες επαγγελματικές ανάγκες που προκύπτουν.
- ⊙ Ανάπτυξη συστημάτων απόδοσης, αποζημίωσης, ανταμοιβής και αναγνώρισης με σκοπό την υποστήριξη της υψηλής παραγωγικότητας και την παρακίνηση των εργαζομένων για καλύτερα αποτελέσματα.
- ⊙ Προώθηση της συνεργασίας μέσω της ομαδικότητας.
- ⊙ Ενθάρρυνση των εργαζομένων να προβούν σε αποφάσεις που θα επηρεάσουν την ποιότητα και την ικανοποίηση του πελάτη με θετικά φυσικά τρόπο.
- ⊙ Μεγάλες επενδύσεις πάνω στην εκπαίδευση και στην μόρφωση.
- ⊙ Διατήρηση ενός περιβάλλοντος εργασίας που συντελεί στην ευημερία και την ανάπτυξη όλων των εργαζομένων.
- ⊙ Έλεγχος του βαθμού αποτελεσματικότητας των ενεργειών του ανθρώπινου δυναμικού και μέτρηση της ικανοποίησης του πελάτη σαν μέσο συνεχόμενης εξέλιξης.

Διευθύντρια Εκπαίδευσης



3γ. Στόχοι της διεύθυνσης εκπαίδευσης

Εκπαίδευση, είναι η παροχή προς τους εργαζομένους συγκεκριμένων δεξιοτήτων ή βοήθειας προκειμένου να φέρουν σε πέρας τις εργασίες τους. Επίσης, η εκπαίδευση εστιάζει αποκλειστικά στη τρέχουσα εργασία, καθώς και στις άμεσες ανάγκες της επιχείρησης. Μία άλλη εκδοχή του ορισμού της εκπαίδευσης είναι ότι ως εκπαίδευση ορίζεται μια συστηματικά σχεδιασμένη διαδικασία που έχει ως σκοπό

της τη διερεύνηση των γνώσεων καθώς και την εκμάθηση τρόπων συμπεριφοράς οι οποίοι θα συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων και της στρατηγικής της επιχείρησης .

Η σημασία της εκπαίδευσης προσωπικού : Η εκπαίδευση παίζει έναν ζωτικής σημασίας ρόλο για την επιχείρηση αφού χωρίς αυτή δεν θα είναι εφικτό να υλοποιηθούν οι στόχοι της επιχείρησης. Επίσης, σημαντικό ρόλο έχει τόσο για τα ανώτερα στελέχη όσο και για τον ίδιο τον εργοδότη. Έτσι οι εργοδότες διασφαλίζουν τα γεγονότα ότι οι υπάλληλοι της επιχείρησης εργάζονται πραγματικά με σκοπό την επίτευξη των στόχων του οργανισμού. Για να έχει τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα η εκπαίδευση δηλαδή για να μάθει ένας εργαζόμενος να μεταφέρει, να αξιοποιήσει τις γνώσεις του και στο τέλος να επιτευχθούν οι στόχοι, θα πρέπει να αντιμετωπιστεί σοβαρά ως μια δραστηριότητα που καθορίζει το μέλλον της επιχείρησης. Επίσης, υπάρχουν τέσσερις βασικές αξίες στις οποίες βασίζονται πολλές θεωρίες όπως είναι οι εξής: να παραμείνει ο κάθε εργαζόμενος σε μονομερή έλεγχο, να μεγιστοποιήσει τις νίκες και να ελαχιστοποιήσει τις ήττες ,να καταστείλει τα αρνητικά του συναισθήματα και τέλος να στηρίζει τους στόχους και να αξιολογεί την συμπεριφορά του.

Διαδικασία της εκπαίδευσης : Για να έχει μια επιχείρηση τα αποτελέσματα που επιθυμεί θα πρέπει αρχικά στο στάδιο της εκπαίδευσης του προσωπικού να καθορίσει τα στάδια αυτής, τα οποία είναι τα εξής: Πρώτον, η αναγνώριση των γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται, δεύτερον, η αναγνώριση των τωρινών επιπέδων γνώσης, τρίτον, η διάγνωση των εκπαιδευτικών αναγκών και η προετοιμασία του προγράμματος, οι μέθοδοι εκπαίδευσης καθώς και ο τόπος της εκπαίδευσης και τέλος η αξιολόγηση των εργαζομένων. Κατά τον σχεδιασμό και την εφαρμογή ενός αποτελεσματικού προγράμματος εκπαίδευσης θα πρέπει να εξετάζονται τα εξής στοιχεία: αρχικά, ο προσδιορισμός των αναγκών, ο καθορισμός των στόχων, καθώς και ο καθορισμός και το περιεχόμενο των μαθημάτων που θα διδαχθούν οι εργαζόμενοι. Επίσης, η επιλογή των συμμετεχόντων, ο καθορισμός του καλύτερου χρονοδιαγράμματος ,η επιλογή των καλύτερων εγκαταστάσεων και η σωστή επιλογή των εκπαιδευτικών. Τέλος, η επιλογή των σωστών οπτικοακουστικών μέσων, ο συντονισμός του προγράμματος και στο τελικό στάδιο η αξιολόγηση .

Διευθυντής Οικονομικών



3δ. Στόχοι του τμήματος οικονομικών

Ένας οικονομικός διευθυντής είναι υπεύθυνος για τη διαχείριση των οικονομικών πτυχών ενός οργανισμού και για την παροχή οικονομικών συμβουλών και στήριξης στους άλλους τομείς για τη λήψη αποφάσεων . Ο οικονομικός διευθυντής μπορεί να απασχολείται σε οργανισμούς τόσο του δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα, όπως είναι οι εταιρείες ενεργείας, εταιρείες τεχνολογίας, χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, μικρές επιχειρήσεις και επιστημονικά ιδρύματα.

Οι οικονομικές συναλλαγές αποτελούν τη βάση όλων επιχειρησιακών αποφάσεων. Ο σωστός δημοσιονομικός σχεδιασμός είναι απαραίτητος για τον μελλοντικό σχεδιασμό, βραχυπρόθεσμο αλλά και μακροπρόθεσμο και επομένως οι εταιρείες χρειάζεται να είναι ενήμερες σχετικά με τις δημοσιονομικές επιπτώσεις οποιασδήποτε απόφασης πριν ξεκινήσουν τις διαδικασίες. Επιπροσθέτως, πρέπει να γίνει έλεγχος για να διασφαλιστεί ότι οι οικονομικές πρακτικές συμβαδίζουν με τη νομοθεσία και τους κανονισμούς.

Η εργασία ενός οικονομικού διευθυντή λαμβάνει χώρα σε περιβάλλον γραφείου και τα καθήκοντα και οι δραστηριότητες του περιλαμβάνουν

- ⊙ Εκτίμηση των εναλλακτικών οικονομικών λύσεων και του προϋπολογισμού.
- ⊙ Σχηματισμός στρατηγικών και μακροπρόθεσμων επιχειρησιακών σχεδίων.
- ⊙ Εκτίμηση του ενεργητικού και της αξίας των προτεινομένων προγραμμάτων.

- ⊙ Παρακολούθηση και επεξήγηση των χρηματικών ροών και πρόβλεψη των μελλοντικών τάσεων.
- ⊙ Παροχή και επεξήγηση οικονομικών πληροφοριών.
- ⊙ Έρευνα και αναφορά των παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματική απόδοση.
- ⊙ Ανάλυση των ανταγωνιστών και των τάσεων της αγοράς.
- ⊙ Ανάπτυξη των μηχανισμών της οικονομικής διαχείρισης, οι οποίοι ελαχιστοποιούν τους χρηματοοικονομικούς κινδύνους.
- ⊙ Σύσταξη αναθεωρήσεων και αξιολογήσεων για τις ευκαιρίες μείωσης του κόστους.
- ⊙ Λογιστική διαχείρισης, έλεγχος και αναφορά.
- ⊙ Επαφή με τους ελεγκτές για να εξασφαλιστεί η διεξαγωγή του ετήσιου ελέγχου.
- ⊙ Ανάπτυξη εξωτερικών σχέσεων με κατάλληλες επαφές, παραδείγματος χάριν ελεγκτές, νομικοί σύμβουλοι, τραπεζίτες και δημόσιες αρχές.
- ⊙ Δημιουργία ακριβών οικονομικών αναφορών για συγκεκριμένα χρονοδιαγράμματα.

Διευθυντής Δημοσίων σχέσεων



3ε. Στόχοι του τμήματος δημοσίων σχέσεων

Το βασικό καθήκον της διεύθυνσης δημοσίων σχέσεων είναι η προώθηση της εικόνας της εταιρείας μας. Οι υπεύθυνοι του τμήματος δημοσίων σχέσεων είναι ειδικοί στην επικοινωνία και προωθούν την εμπορική ταυτότητα της βιομηχανίας μας. Επίσης ενισχύουν τις μεθόδους που χρησιμοποιεί ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ για τη μείωση των επιδράσεων στο περιβάλλον από τις δραστηριότητές του.

Οι υπεύθυνοι δημοσίων σχέσεων σχεδιάζουν, συντονίζουν και εκτελούν σχέδια επικοινωνίας, για τις δραστηριότητες μας. Κατόπιν κοινοποιούν μέρος αυτών στους εργαζόμενους, τους προμηθευτές, τους εξωτερικούς συνεργάτες και τους πελάτες. Παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την εταιρεία, τις δραστηριότητές της, το ιστορικό της και την στρατηγική της. Για αυτό χρησιμοποιούν όλα τα επικοινωνιακά μέσα και οργανώνουν αντίστοιχα γεγονότα όπως επισκέψεις, εκθέσεις ή σεμινάρια.

Επικοινωνούν καθημερινά με τη διοίκηση, τους τεχνικούς πωλήσεων και τους οικονομικούς διευθυντές. Η εργασία ποικίλει ανάλογα με τον προϋπολογισμό και το μέγεθος του τμήματος προώθησης, της στρατηγικής και το συνολικό προϋπολογισμό της εταιρείας.

Οι κύριες εργασίες ενός υπευθύνου δημοσίων σχέσεων είναι:

- ⊙ Προώθηση της εταιρικής στρατηγικής που αφορά στη βιώσιμη ανάπτυξη στους πελάτες, του συνεργάτες και το κοινό
- ⊙ Αναγνώριση ζητημάτων που αφορούν την προώθηση και πώς αυτά επηρεάζουν την εταιρεία και τους πελάτες της.
- ⊙ Διακίνηση πληροφοριών προς όφελος των πελατών.
- ⊙ Ανάπτυξη συγκεκριμένων, θεματικών επικοινωνιακών σχεδίων με σκοπό τη διευκόλυνση των επικοινωνιών μεταξύ διοίκησης και εργαζομένων, μεταξύ της εταιρείας και των διαφόρων εξωτερικών συνεργατών και μεταξύ της εταιρείας και των πελατών της
- ⊙ Προσέλκυση νέων πελατών.

Διευθύντρια Μάρκετινγκ



3στ.Στόχοι του τμήματος μάρκετινγκ

Το μάρκετινγκ, συνίσταται στην οργανωμένη προσπάθεια της επιχείρησής μας να ικανοποιήσει τις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες των καταναλωτών. Προσπαθεί δηλαδή, με κύριο εργαλείο την έρευνα αγοράς, να αντιστοιχίσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγει με τον πελάτη-στόχο που τα χρειάζεται ή τα επιθυμεί, ή ακόμα καλύτερα αφού κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του, να κατασκευάσει τα αντίστοιχα προϊόντα / υπηρεσίες με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που ο πελάτης επιθυμεί, να του τα γνωστοποιήσει (διαφήμιση και προώθηση), να τα καταστήσει διαθέσιμα μέσα από τα κανάλια διανομής (τα μαγαζιά και οι τοποθεσίες που αυτά είναι διαθέσιμα) στην τιμή που θα πρέπει αυτά να πωλούνται.

Ο βασικός στόχος του μάρκετινγκ, ειδικότερα όσον αφορά τα καταναλωτικά αγαθά όπως το γάλα, δηλαδή αυτά που απευθύνονται στους τελικούς καταναλωτές, είναι οι επαναλαμβανόμενες πωλήσεις. Ειδικότερα τα στελέχη μάρκετινγκ μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού προσπαθούν να δημιουργήσουν μία μακροχρόνια σχέση με τον πελάτη προσφέροντας υψηλή αξία στα προϊόντα τους, αξία υψηλότερη από τα αντίστοιχα προϊόντα του ανταγωνισμού. Μέσα από την υψηλότερη αυτή αξία επιτυγχάνεται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης, δηλαδή η υπεροχή της ίδιας και των προϊόντων της έναντι του ανταγωνισμού. Όλα τα παραπάνω με τη σειρά τους οδηγούν σε πιστότητα των πελατών και τελικά σε επαναλαμβανόμενες πωλήσεις των προϊόντων / υπηρεσιών της επιχείρησης.

Το μάρκετινγκ έχει ως κύριους άξονες της δραστηριότητάς του τα παρακάτω:

- 1) τις ανάγκες των αγοραστών,
- 2) το προϊόν ή τα προϊόντα της επιχείρησης,
- 3) την ανταλλαγή που προκύπτει από την πώλησή τους,
- 4) τη συναλλαγή μεταξύ επιχείρησης και αγοραστικού κοινού, και
- 5) την αγορά στη συνολική της θεώρηση και τα 4P, όπως είναι γνωστά από την αγγλική γλώσσα:
- 6) 6) Προϊόν (Product)
- 7) 7) Τιμή (Price)
- 8) 8) Διανομή (Place)
- 9) 9) Προώθηση (Promotion)

Ο τομέας μάρκετινγκ (προώθηση του προϊόντος) μπορεί να αλλάξει ριζικά τη δυναμική της επιχείρησης, είτε με έρευνες αγοράς, με τις οποίες «ανακαλύπτει» τι ακριβώς λείπει από την αγορά, το προτείνει ως νέο προϊόν – πεδίο δραστηριότητας της επιχείρησης, και στη συνέχεια, σχεδιάζει τον τρόπο προβολής του στο κοινό, είτε «εφευρίσκοντας» τρόπους προβολής και προώθησης ενός προϊόντος που διατίθεται ήδη στην αγορά από άλλες εταιρείες

Διευθυντής Πωλήσεων



3ζ. Στόχοι του τμήματος πωλήσεων

Αντικείμενο της διοίκησης των πωλήσεων είναι η ανάπτυξη εκείνων των δραστηριοτήτων που έχουν στόχο να προσελκύσουν και να πείσουν τους καταναλωτές να αγοράσουν τα προϊόντα της επιχείρησης. Με τον τρόπο αυτό η αξία του προϊόντος ή της υπηρεσίας μετατρέπεται σε χρήμα. Αυτό εισρέει στην επιχείρηση, βελτιώνοντας την οικονομική της θέση και τελικά επαναχρησιμοποιείται απ' αυτήν σε διάφορες δραστηριότητες.

Το προϊόν φτάνει στους καταναλωτές με άμεσο ή έμμεσο τρόπο. Έτσι, άμεση πώληση είναι εκείνη, σύμφωνα με την οποία ο καταναλωτής προμηθεύεται το προϊόν απ' ευθείας από τον παραγωγό. Έμμεση πώληση είναι εκείνη που πραγματοποιείται με τη βοήθεια ενδιάμεσων, όπως οι χονδρέμποροι, οι λιανοπωλητές, οι εμπορικοί αντιπρόσωποι, οι παραγγελιοδόχοι.

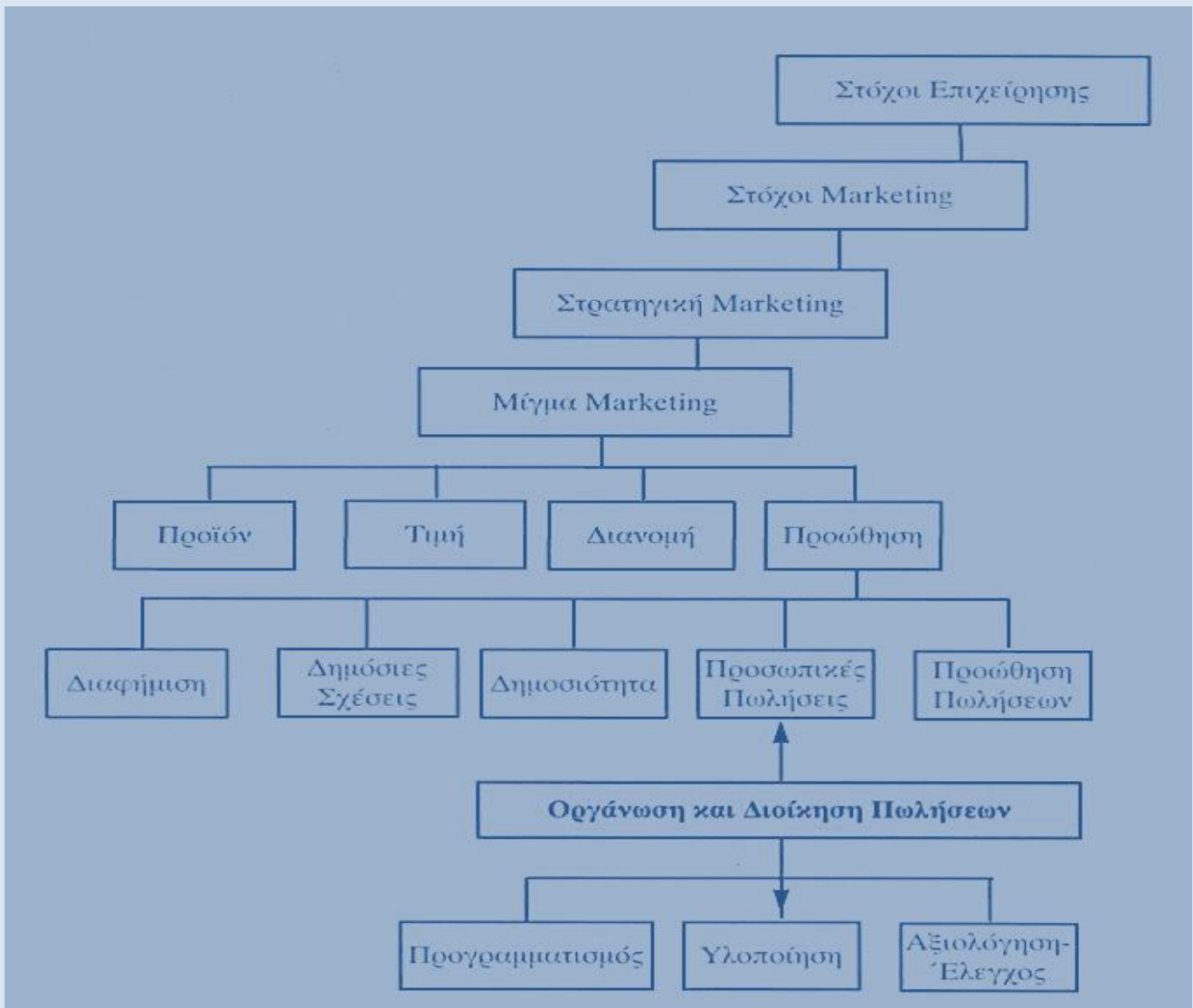
Σε κάθε επιχείρηση- έτσι και στον ΑΣΠΡΟΥΛΗ υπάρχει τμήμα πωλήσεων. Η διοίκηση του τμήματος Πωλήσεων μεταξύ των άλλων προγραμματίζει και οργανώνει τις πωλήσεις και συντονίζει τις ενέργειες των πωλητών.

Το πρόγραμμα πωλήσεων μιας επιχείρησης δημιουργείται, λειτουργεί και αναπτύσσεται σε συνεργασία με τα υπόλοιπα τμήματα της επιχείρησης, δηλαδή του marketing, της παραγωγής, των χρηματοοικονομικών κ.ά. Καθορίζεται από τους γενικότερους στρατηγικούς προσανατολισμούς της επιχείρησης και με γνώμονα την επίτευξη των γενικών στόχων της

Για παράδειγμα, συνεργασία αναπτύσσεται με τα τμήματα:

- Παραγωγής για θέματα ποιότητας και ποσότητας προϊόντων,
- Αποθήκευσης για θέματα επάρκειας προϊόντων και υλικών συσκευασίας,
- Χρηματοοικονομικών, για την παρακολούθηση της χρηματοοικονομικής κατάστασης της επιχείρησης.

Προσωπικού, για την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού κτλ.



Η θέση της Διοίκησης Πωλήσεων στο σχέδιο δράσης της επιχείρησης

Σε οποιοδήποτε οργανισμό είτε πρόκειται για επιχείρηση που πουλά προϊόντα ή υπηρεσίες είτε πρόκειται για μη κερδοσκοπική οργάνωση, η διοικητική διαδικασία πωλήσεων εστιάζεται σε τρία κυρίως στάδια:

- ⊙ Στον προγραμματισμό, που περιλαμβάνει τη θέσπιση αντικειμενικών στόχων, το σχεδιασμό τρόπων για την επίτευξή τους και τον προσδιορισμό απαιτούμενου αριθμού πωλητών.
- ⊙ Στην υλοποίηση του προγράμματος, που περιλαμβάνει την οργάνωση και τη στελέχωση της επιχείρησης, καθώς και την πραγματοποίηση των διάφορων λειτουργιών, σύμφωνα με τον αρχικό σχεδιασμό.
- ⊙ Στην αξιολόγηση του προγράμματος, που εξετάζει κατά πόσο το τελικό αποτέλεσμα είναι σε συμφωνία με τον αρχικό προγραμματισμό (ανάλυση πωλήσεων, ανάλυση κόστους, αξιολόγηση επιδόσεων πωλητών). Η αξιολόγηση συντελεί στη θέσπιση των μελλοντικών αντικειμενικών στόχων και στο μελλοντικό στρατηγικό σχεδιασμό

Διευθυντής Παραγωγής



3η. Στόχοι του τμήματος παραγωγής

Ο διευθυντής παραγωγής είναι υπεύθυνος για τον συντονισμό και την υλοποίηση του προγράμματος παραγωγής με σκοπό να παραχθούν προϊόντα υψηλής ποιότητας με το μικρότερο δυνατό κόστος. Είναι δηλαδή υπεύθυνος για τον σχεδιασμό, προγραμματισμό και έλεγχο της παραγωγικής διαδικασίας (διαχείριση παραγωγής). Ειδικότερα ο διευθυντής παραγωγής:

- 1) Φροντίζει για την κατασκευή δειγμάτων των προϊόντων που προτείνονται για παραγωγή καθώς και το τελικό δείγμα, σε συνεργασία με τον Μηχανικό Σχεδίασης και τους Διευθυντές Έρευνας , ποιοτικού Ελέγχου και Μάρκετινγκ.
- 2) Σχεδιάζει σε συνεργασία με την ομάδα των Μηχανικών Παραγωγής, τη γραμμή παραγωγής του κάθε προϊόντος και υπολογίζει τον απαιτούμενο χρόνο των επιμέρους εργασιών.
- 3) Αλλάζει το πρόγραμμα παραγωγής, αν διαπιστώσει ότι ο αρχικός σχεδιασμός παραγωγής δεν είναι αποδοτικός από πλευράς ποιότητας και κόστους σε συνεργασία με τα αντίστοιχα τμήματα.
- 4) Αναλύει όλους τους παράγοντες που επηρεάζουν τη διαδικασία της παραγωγής (μεταφοράς, φορτοεκφορτώσεις, διαδικασίες συντήρησης, συσκευασίας κλπ.) και πραγματοποιεί τις απαιτούμενες αλλαγές, ώστε η παραγωγική διαδικασία να προσαρμόζεται στις εξελίξεις και η επιχείρηση να παραμένει ανταγωνιστική.
- 5) Καθορίζει, σε συνεργασία με τον διευθυντή Ποιοτικού Ελέγχου, το σύστημα και τα σημεία ελέγχου της παραγωγής.
- 6) Επιβλέπει όλες τις φάσεις παραγωγής για να διαπιστώσει ότι όλα γίνονται με τις προδιαγραφές που έχουν οριστεί.
- 7) Φροντίζει για την καλύτερη διακίνηση των πρώτων υλών από τις αποθήκες στο χώρο παραγωγής καθώς και τη ροή και εσωτερική διακίνηση των προϊόντων.
- 8) Οργανώνει το χώρο παραγωγής επιλέγοντας τα κατάλληλα μηχανήματα με σκοπό την αυτοματοποίηση της παραγωγής, ύστερα από εισήγηση των Μηχανικών Παραγωγής.
- 9) Προγραμματίζει την ποσότητα και τον ρυθμό παραγωγής σύμφωνα με τις απαιτήσεις τη δυνατότητα παραγωγής της επιχείρησης.
- 10) Εξασφαλίζει, σε συνεργασία με το τμήμα προμηθειών, τις απαραίτητες πρώτες ύλες και τον εξοπλισμό και θέτει τα κριτήρια αντικατάστασης των παλαιών μηχανημάτων.
- 11) Επιλέγει σε συνεργασία με τον Διευθυντή Προσωπικού το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό.

12) Αντιμετωπίζει έκτακτα προβλήματα, (βλάβες μηχανημάτων, απουσία προσωπικού κλπ.).

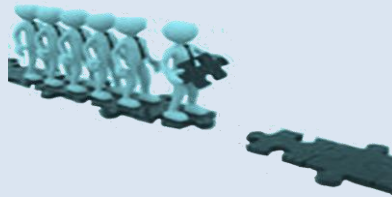
13) Λαμβάνει μέτρα ώστε η βιομηχανία να μην ρυπαίνει το περιβάλλον.

14) Δίνει αναφορά στον γενικό διευθυντή για την πρόοδο της παραγωγής.

Ο σχεδιασμός της παραγωγικής διαδικασίας πρέπει να γίνεται έτσι ώστε:

- ⊙ Να ελαχιστοποιείται το κόστος παραγωγής.
- ⊙ Να εξασφαλίζει ευελιξία στη λειτουργία της παραγωγικής μονάδας.
- ⊙ Να ελαχιστοποιούνται οι απαιτούμενες επενδύσεις.
- ⊙ Να αξιοποιείται κατά τον καλύτερο τρόπο ο διαθέσιμος χώρος, τηρουμένων όμως των κανόνων ασφαλείας.
- ⊙ Να εξασφαλίζεται υψηλή ποιότητα στα παραγόμενα προϊόντα.

Διευθύντρια Σχεδίασης προϊόντων



3θ. Στόχοι του τμήματος σχεδίασης προϊόντων

Η διεύθυνση σχεδίασης προϊόντων (βιομηχανική σχεδίαση) συμβάλλει στο να παράγονται προϊόντα μαζικής παραγωγής που προορίζονται για κατανάλωση, τα οποία να είναι λειτουργικά και υψηλής αισθητικής, να έχουν δηλαδή με αυτόν τον τρόπο το πλεονέκτημα στον ανταγωνισμό έναντι παρόμοιων προϊόντων. Σύμφωνα με την IDSA (Industrial Design Society of America) ο Βιομηχανικός Σχεδιασμός είναι η επαγγελματική υπηρεσία της δημιουργίας και εξέλιξης ιδεών και χαρακτηριστικών που βελτιώνουν τον τρόπο λειτουργίας, την αξία και την αισθητική εμφάνιση των προϊόντων και συστημάτων προϊόντων, με σκοπό την εξίσου μέγιστη ωφέλεια τόσο του χρήστη όσο και του κατασκευαστή. Ο βιομηχανικός σχεδιασμός (Industrial Design ή Product Design) δημιουργήθηκε στα τέλη του 19ου αιώνα με τον καταμερισμό της εργασίας στην βιομηχανία.

Ο σχεδιασμός προϊόντων είναι λοιπόν μια δημιουργική δουλειά που σκοπό του έχει να ορίσει τις διάφορες ποιότητες των προϊόντων ή συστημάτων προϊόντων και αποτελεί τον κεντρικό παράγοντα ώστε να γίνει το προϊόν ελκυστικό σε αυτόν που απευθύνεται προς χρήση. Η διεύθυνση σχεδίασης προϊόντων ασχολείται είτε με τον σχεδιασμό νέων προϊόντων ή με την βελτίωση αυτών που ήδη παράγονται. Συχνά οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον βιομηχανικό σχεδιασμό (design), είναι αρχιτέκτονες ή επαγγελματίες σε άλλες οπτικές τέχνες και ανήκουν συνήθως σε μία ευρύτερη δημιουργική ομάδα. Το έργο τους περιλαμβάνει γραφικές τέχνες, όπως την διαφήμιση και την συσκευασία προϊόντος με την εταιρική εικόνα και το λογότυπο. Ασχολείται λοιπόν με τις προδιαγραφές που πρέπει να έχει ένα νέο ή ένα προς βελτίωση προϊόν. Λαμβάνοντας πάντα υπόψη το κόστος παραγωγής- βελτίωσης του προϊόντος, προβαίνει στον σχεδιασμό του και κατασκευάζει δείγμα αυτού.

Το τμήμα σχεδιασμού προϊόντων έχει πάντα ως στόχο να συνδυάζει την υψηλή ποιότητα των προϊόντων με την ελκυστική εμφάνιση και το χαμηλότερο δυνατό κόστος και να καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος του φάσματος, του καταναλωτικού κοινού στο οποίο απευθύνονται τα προϊόντα.

Διευθυντής Προμηθειών

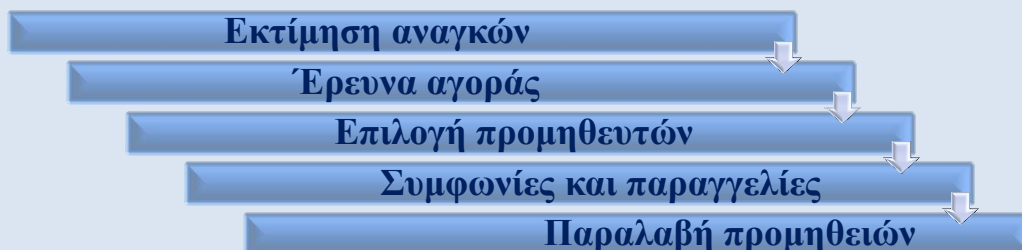


3ι. Στόχοι του τμήματος προμηθειών

Ο Διευθυντής Προμηθειών στην επιχείρησή μας είναι ο αρμόδιος για την εφαρμογή της διαδικασίας κατά την οποία εξασφαλίζεται ότι εκτιμούνται οι ανάγκες για την προμήθεια όσο των δυνατόν πληρέστερα, έγκαιρα από τα κατάλληλα στελέχη. Ο διευθυντής προμηθειών είναι υπεύθυνος για όλες τις προμήθειες της εταιρείας σε υλικά, μηχανήματα και εργαλεία. Τα βασικά του καθήκοντα είναι:

1. Συντάσσει έντυπα, που συμπληρώνουν τα διάφορα τμήματα, για την αγορά υλικών, μηχανημάτων και εργαλείων.
2. Συντάσσει συγκεντρωτικό κατάλογο με τις προμήθειες που πρέπει να κάνει η εταιρεία.
3. Υποβάλλει προς έγκριση στο διευθυντή οικονομικών προϋπολογισμό κόστους των προμηθειών.
4. Φροντίζει για την προμήθεια των υλικών, μηχανημάτων και εργαλείων παίρνοντας προσφορές ή προκηρύσσοντας διαγωνισμό.
5. Ενημερώνει το διευθυντή παραγωγής με τα διαθέσιμα υλικά στην αγορά.
6. Συνεργάζεται με το διευθυντή ποιοτικού ελέγχου για τον έλεγχο της ποιότητας των προμηθευόμενων υλικών.

Οι διαδικασίες του τμήματος προμηθειών μπορούν να αποτυπωθούν με την εξής διαγραμματική παράσταση



26

Διευθύντρια Ποιοτικού Ελέγχου



3ια. Στόχοι του τμήματος ποιοτικού ελέγχου

Σκοπός 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. Τα σημαντικότερα καθήκοντα του είναι :

- 1) Να δοκιμάζει τη λειτουργία των συστημάτων (ποιοτικός έλεγχος).
- 2) Κάνει εσωτερικές επιθεωρήσεις σε όλα τα τμήματα της βιομηχανίας και ελέγχει 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.

3) Εφαρμόζει διεθνή πρότυπα πιστοποίησης, ώστε να αξιολογούνται οι ήδη υπάρχουσες διαδικασίες και να βελτιώνονται, όπου αυτό είναι απαραίτητο.

4) 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 και Πωλήσεων και ειδικότερα το Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών.

5) Ο διευθυντής ποιοτικού ελέγχου είναι υπεύθυνος 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 προδιαγραφών που καθορίζονται από την πολιτεία 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.

ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ: Το σύστημα διασφάλισης ποιότητας μιας βιομηχανικής μονάδας αποτελείται από κάποιες διαδικασίες, οι οποίες πρέπει να τηρούνται απρόσκοπα προκειμένου να εξασφαλίζεται ένα καλό επίπεδο και σε κάθε περίπτωση το σταθερό επίπεδο παραγωγικών συνθηκών και ποιότητας τελικών προϊόντων. Οι διαδικασίες αυτές καλύπτουν όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στην καθημερινή λειτουργία ενός εργοστασίου, είτε αυτές αφορούν την παραγωγική διαδικασία και τον ποιοτικό έλεγχο των προϊόντων, είτε αφορούν τη συσκευασία, την αποθήκευση ακόμα και το λογιστήριο της εταιρείας. Μια από τις πιο σημαντικές διαδικασίες σε ένα εργοστάσιο είναι η διαχείριση των πρώτων υλών. Η διαδικασία αυτή αποκόπτει στον έλεγχο της ποιότητας των πρώτων υλών. Όλες αυτές οι εισερχόμενες πρώτες ύλες ελέγχονται από το Τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου του εργοστασίου, ούτως ώστε να αξιολογηθεί αν εκπληρωθούν οι απαιτήσεις ποιότητας.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ:

- ⊙ Η αγορά των πρώτων υλών γίνεται σύμφωνα με τις προδιαγραφές που θεσπίζει το αρμόδιο τεχνικό τμήμα της εταιρείας.
- ⊙ Όταν μια παρτίδα υλικών φτάνει στο εργοστάσιο, ο αποθηκάριος θα ελέγξει τα υλικά, συγκρίνοντας το δελτίο αποστολής του προμηθευτή και την ανάθεση παραγγελίας.
- ⊙ Το υλικό θα τοποθετείται σε κατάλληλο μέρος στην αποθήκη, για να ελέγχεται.
- ⊙ Ο Ποιοτικός Έλεγχος θα επιθεωρήσει και θα επαληθεύσει όλα τα υλικά, χρησιμοποιώντας την Κάρτα Αναγνώρισης.
- ⊙ Μόλις οι πληροφορίες για την αναγνώριση του υλικού δοθούν, ο Ποιοτικός Έλεγχος θα επιθεωρήσει όλη την ποσότητα των υλικών και θα καταγράψει τα αποτελέσματα στο Δελτίο Αναφοράς Ποιοτικού Ελέγχου Α' υλών.
- ⊙ Αν όλα είναι εντάξει τότε η παρτίδα αυτή χαρακτηρίζεται σαν (κατάλληλη προς χρήση).

Τέλος, ο Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου συνεργάζεται με όλους τους διευθυντές όλων των τμημάτων της βιομηχανίας και οφείλει να γνωρίζει όλες τις διαδικασίες. Προσθέτει αξία στην επιχείρηση, γιατί προτείνει τρόπους αποφυγής προβλημάτων αλλά και μεθόδους βελτίωσης και ανάπτυξης των προϊόντων και υπηρεσιών.

Διευθυντής

Υγιεινής και

Ασφάλειας



3ιβ.Στόχοι του τμήματος υγιεινής και ασφάλειας

Τα ατυχήματα στο χώρο εργασίας κάθε χρόνο είναι πολλά και φυσικά οι συνέπειες για τους ανθρώπους που τις υφίστανται είναι οδυνηρές. Είναι προφανής η σημασία που έχει η πρόληψη των εργατικών ατυχημάτων και η τήρηση των κανονισμών ασφαλείας και υγιεινής στους χώρους εργασίας. Είναι αναγκαίο να ιεραρχούνται οι ενέργειες που πρέπει να γίνουν για την εξάλειψη ή την πρόληψη των κινδύνων. Στις μικρές επιχειρήσεις, οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες είναι και υπεύθυνοι για την ασφάλεια των εργαζομένων, ενώ στις μεγάλες υπάρχει ξεχωριστό τμήμα.

Ο αρμόδιος για την ασφάλεια και την υγεία φροντίζει για την:

1. Ασφάλεια εργασίας. Αυτή εξασφαλίζεται βασικά με:

- ⊙ τον καθορισμό και την εφαρμογή κανόνων ασφαλείας σύμφωνα με τη σχετική νομοθεσία,
- ⊙ τον έλεγχο και τη συντήρηση των μηχανημάτων της βιομηχανίας, ώστε το προσωπικό να εργάζεται με ασφάλεια,
- ⊙ την εκπαίδευση του προσωπικού για το χειρισμό των μηχανημάτων και γενικότερα σε θέματα ασφαλείας και υγιεινής,
- ⊙ την τοποθέτηση αφισών στα σημεία όπου αυτό κρίνεται απαραίτητο.

Κάποιοι ενδεικτικοί κανόνες ασφαλείας είναι: η σωστή χρήση των εργαλείων και μηχανών, η αποθήκευση των εύφλεκτων υλικών σε κατάλληλους χώρους μακριά από εστίες θερμότητας, η ύπαρξη εξόδων κινδύνου με φωτεινή σηματοδότηση (σήμανση), η κατάλληλη ένδυση των εργαζομένων, ο εξοπλισμός των χώρων με κατάλληλους πυροσβεστήρες, η ύπαρξη διακοπών ασφαλείας κοντά στα μηχανήματα, η χρήση μέτρων προστασίας όπως γυαλιά, ειδικά γάντια και φόρμες, κράνη, μάσκες κ.λπ.

2. υγεία των εργαζομένων. Εξασφαλίζεται με προληπτικές ιατρικές εξετάσεις του προσωπικού και με την προστασία τους από βιομηχανικές ασθένειες.

3. Προετοιμασία σχεδίων έκτακτης ανάγκης, αφού εντοπίσει τις πηγές κινδύνου στους χώρους εργασίας, ταξινομήσει τους κινδύνους, και εκτιμήσει το βαθμό επικινδυνότητας.

4. Δημιουργία καλών συνθηκών εργασίας, π.χ. κατάλληλη διαμόρφωση των χώρων δουλειάς, κατάλληλη επιλογή θερμοκρασίας, σύστημα εξαερισμού, κατάλληλος φωτισμός, περιορισμός του θορύβου στο βιομηχανικό περιβάλλον, ευχάριστος χρωματισμός των χώρων κ.ά.

5. Δημιουργία αρχείου με όλα τα ατυχήματα που συνέβησαν στους χώρους εργασίας. Φροντίζει ακόμη, για την παροχή αποζημίωσης στους εργαζόμενους.

Μία σειρά ερευνών δείχνουν ότι οι εργαζόμενοι που δουλεύουν σε ασφαλείς χώρους με καλές συνθήκες είναι περισσότερο αποδοτικοί στην εργασία τους.

Διευθυντής Μηχανογράφησης



3γ.Στόχοι του τμήματος μηχανογράφησης

Ο Διευθυντής Πληροφοριακών Συστημάτων είναι υπεύθυνος για την σωστή λειτουργία των ηλεκτρονικών υπολογιστών της εταιρείας, και κατ επέκταση των μηχανών που παίρνουν κρίσιμες πληροφορίες για την λειτουργία τους από υπολογιστές.

Υποχρέωση του είναι επίσης και η προστασία των υπολογιστών της εταιρείας από ιούς και άλλο κακόβουλο λογισμικό, που θα μπορούσε να οδηγήσει σε διακοπή της γραμμής παραγωγής.

Εκτός από την καλή λειτουργία του εργοστασίου, φροντίζει και για την προβολή του στον παγκόσμιο ιστό (Internet). Είναι υπεύθυνος για την δημιουργία και την συντήρηση του διαδικτυακού τόπου της βιομηχανίας, καθώς και για την ανανέωση των πληροφοριών που είναι καταχωρημένες σε αυτόν (π.χ. ανανέωση της λίστας προϊόντων χρησιμοποιώντας τις καινούριες λίστες που προμηθεύεται από την Διευθύντρια Marketing, προσθήκη γραφικών, διόρθωση σφαλμάτων κ.λπ.).

ΡΟΛΟΣ- ΕΙΔΙΚΕΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ:

- ⊙ Βοηθά στο σχεδιασμό και την υλοποίηση των προσθηκών , διαγραφών και σημαντικών τροποποιήσεων με στόχο την υποστήριξη τεχνολογικής υποδομής της εταιρείας .
- ⊙ Εφαρμόζει την ασφάλεια του δικτύου σε, όπως αυτή καθορίζεται από τον διευθυντή Ασφάλειας
- ⊙ Εποπτεύει τη διαχείριση και συντήρηση των τεχνολογικών υποδομών της εταιρείας, και κατευθύνει τους πιο νέους και άπειρους εργαζόμενους στα πληροφοριακά συστήματα όταν είναι απαραίτητο.
- ⊙ Εποπτεύει τη διοίκηση του WAN της εταιρείας.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ & ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΩΝ:

Εποπτεύει τη διαχείριση και συντήρηση των σταθμών υπολογιστών και λογισμικού για τα προγράμματα κατάρτισης των επιχειρήσεων και της μάθησης και παρέχει πρόσθετη υποστήριξη εάν είναι απαραίτητο.

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ:

Εποπτεύει την αντιμετώπιση προβλημάτων, δημιουργία αντιγράφων_ασφαλείας των συστημάτων, την αρχειοθέτηση και ανάκτηση από_καταστροφή και παρέχει εξειδικευμένη υποστήριξη όταν χρειάζεται.

ΒΟΗΘΕΙΑ -ΔΙΟΙΚΗΣΗ –ΟΡΓΑΝΩΣΗ:

- ⊙ Επιβλέπει όλες τις δραστηριότητες του τμήματος γραμμής υποστήριξης πελατών
- ⊙ Απαντά σε θέματα που δεν μπορούν απαντηθούν – επιλυθούν από το τμήμα γραμμών υποστήριξης πελατών.
- ⊙ Εποπτεύει τη διαχείριση και συντήρηση του λογισμικού της εταιρείας .
- ⊙ Ανταποκρίνεται στα αιτήματα των εσωτερικών πελατών (εργαζόμενοι εταιρίας) για να βοηθήσει στην επίλυση Τεχνολογικών θεμάτων

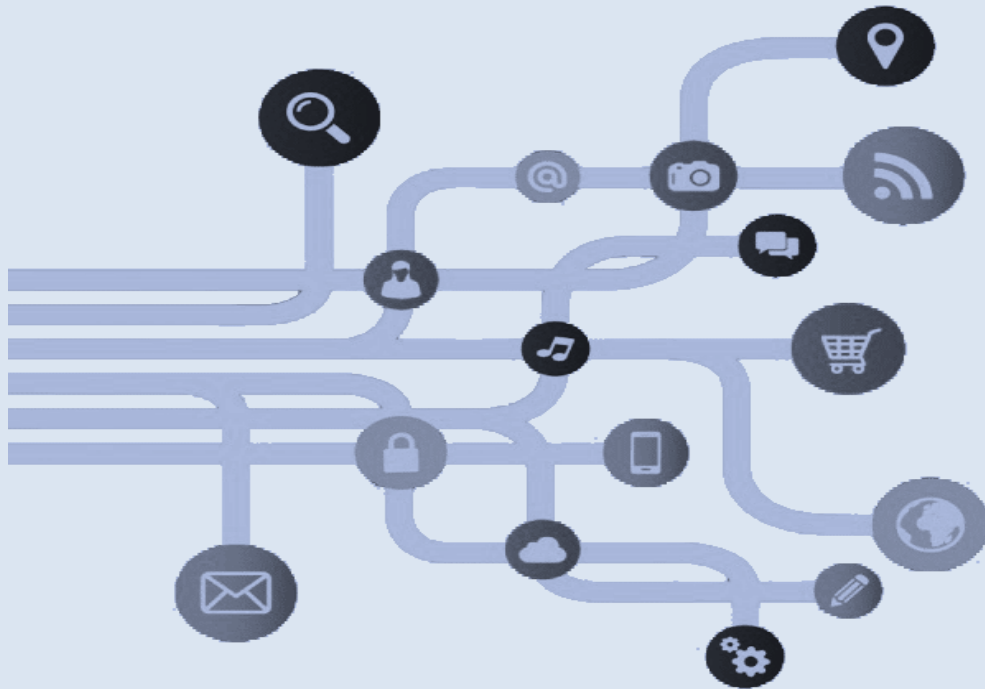
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ:

- ⊙ Δημιουργεί και διατηρεί σχέσεις με προμηθευτές και διαχειρίζεται την αγορά των προϊόντων υλικού και λογισμικού.
- ⊙ Διαχειρίζεται την αγορά του συνόλου του software, hardware
- ⊙ Διασφαλίζει ότι τα περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας με υπευθυνότητα



Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Μηχάκη 4Θ - Αγ.Ι.Ρέντης - Τ.Κ. 152 3
ΤΗΛ.2104821220-3 email: info@asproulis.gr
www.asproulis.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο :
ΕΝΑΡΞΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ
ΤΗΣ ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.



Γενικός Διευθυντής



4α. Χρονοδιάγραμμα συσκέψεων μηνός Φεβρουαρίου 2015

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ (-ΕΣ) ΤΜΗΜΑΤΟΣ (-ΩΝ)	ΘΕΜΑ(-ΤΑ) ΣΥΣΚΕΨΗΣ (-ΕΩΝ)
03/02/2015	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	Αποφάσεις σχετικά με την αξιολόγηση του προσωπικού και κριτήρια επιλογής στελεχών για θέσεις ευθύνης στην επιχείρησή μας, λόγω πολλών συνταξιοδοτήσεων κατά την διάρκεια του 2015.
09/02/2015	ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	Αποφάσεις για την δυνατότητα σχεδίασης νέων προϊόντων με βάση και τις απαιτήσεις των διαφόρων προτύπων.
11/02/2015	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ	Αποφάσεις για την οργάνωση του αποθηκευτικού χώρου του εργοστασίου μας και οργάνωση του νέου διευρυμένου δικτύου διανομής των προϊόντων μας
17/02/2015	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ	Συζήτηση και δημιουργία οργανωτικού πλάνου για τις επενδύσεις της επιχείρησής την τριετία 2016-2018.
19/02/2015	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	Προγραμματισμός και υλοποίηση διαφημιστικών καταχωρήσεων της επιχείρησής. Οργάνωση πλάνου πωλήσεων .

Διευθυντής Προσωπικού



4β. Η αντίληψη για το προσωπικό μας

Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. είναι οι άνθρωποι της. Εργαζόμενοι και συνεργάτες αποτελούν μια δεμένη ομάδα που αλληλεπιδρά, μοιράζεται και απολαμβάνει με ίσους όρους αρμονική συνεργασία και αξιοκρατία. Οι άνθρωποι της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. είναι ο μοχλός και η κινητήρια δύναμη για την επίτευξη των εταιρικών στόχων.

Στη ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. απασχολούνται περίπου 1100 εργαζόμενοι στους τομείς διοίκησης και ανάπτυξης, παραγωγής και πωλήσεων. Οι άνθρωποι της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. είναι εξειδικευμένοι επιστήμονες, έμπειροι τεχνικοί, άνθρωποι που αγαπούν και αφοσιώνονται στο αντικείμενο της δουλειάς τους, διαμορφώνουν και μοιράζονται τις αξίες της εταιρείας και εργάζονται με γνώμονα την τήρηση και διαφύλαξή τους.

Η επαγγελματική και προσωπική ανάπτυξη κάθε εργαζόμενου αποτελεί θεμελιώδες μέλημα της εταιρείας. Για αυτό το λόγο, η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. στηρίζει την περαιτέρω εκπαίδευση και κατάρτιση των στελεχών της με επιδότηση προπτυχιακών και μεταπτυχιακών πανεπιστημιακών σπουδών καθώς και με υποστήριξη στην εκμάθηση ξένων γλωσσών και προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Επίσης, παρέχει στους εργαζομένους πλήρη ιδιωτική ασφάλιση, αναγνώριση και επιβράβευση της παραγωγικότητάς τους, ποιοτικές και ασφαλείς συνθήκες εργασίας.

Στην οικογένεια της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. ανήκουν και οι οικογένειες των εργαζομένων. Η εταιρεία βρίσκεται πάντα δίπλα σε κάθε εργαζόμενο, με κατανόηση, ευελιξία και ειλικρινή φροντίδα. Κάθε χρόνο, επιβραβεύει τα παιδιά των εργαζομένων που εισάγονται σε σχολές της Ανώτερης και Ανώτατης Εκπαίδευσης, στηρίζει με επιδότηση τις οικογένειες που αποκτούν τρίτο παιδί, ενώ διοργανώνει εορταστικές ψυχαγωγικές εκδηλώσεις και προσφέρει δώρα στα παιδιά.

32

Διευθύντρια Εκπαίδευσης



4γ. Η σημασία των γαλακτοκομικών στην υγεία

Τα γαλακτοκομικά (γάλα, γιαούρτι, τυρί) αποτελούν ιδιαίτερα θρεπτικά τρόφιμα και η αναγκαιότητα της καθημερινής κατανάλωσής τους αποδεικνύεται από την εξέχουσα θέση που κατέχουν στην πυραμίδα της μεσογειακής διατροφής. Περιέχουν όλα τα μακροθρεπτικά συστατικά (υδατάνθρακες, λίπη, πρωτεΐνες), τις αναγκαίες βιταμίνες (Α, Β, D), σημαντικά μέταλλα (ασβέστιο) και ιχνοστοιχεία για τη δόμηση ενός γερού οργανισμού. Επίσης, συντελούν στη δημιουργία υγιών οστών και δοντιών, μειώνουν τον κίνδυνο για αρτηριακή υπέρταση, για καρδιαγγειακά νοσήματα, για παχυσαρκία και για διάφορες μορφές καρκίνου. Η υπεροχή της διατροφικής αξίας των γαλακτοκομικών οφείλεται στο υψηλό περιεχόμενό τους στα παρακάτω αναντικατάστατα θρεπτικά συστατικά:

Πρωτεΐνες Υψηλής Βιολογικής Αξίας: αποτελούν τα σημαντικότερα "δομικά" συστατικά για την ανάπτυξη των ιστών, των διάφορων βιολογικών οργάνων και κυρίως για την ανάπτυξη των μυών.

Βιταμίνη Α: : Απαραίτητη για την όραση την ανάπτυξη, την αναπαραγωγή, τη μορφοποίηση των οστών και το ανοσοποιητικό σύστημα.

Βιταμίνες της Ομάδας Β: Συμβάλλουν σημαντικά στη γρήγορη ανάπτυξη των παιδιών, στην καλή λειτουργία του νευρικού συστήματος και του μεταβολισμού.

Βιταμίνη D: Ρυθμίζει τα επίπεδα ασβεστίου και φωσφόρου και συμβάλλει στην ισορροπία του ανοσοποιητικού συστήματος.

Ασβέστιο: Διαδραματίζει το σημαντικότερο ρόλο στη δημιουργία γερών και υγιών οστών, δοντιών και αποτρέπει τον κίνδυνο της οστεοπόρωσης.

Τα γαλακτοκομικά αποτελούν τρόφιμα πλήρη σε θρεπτικά συστατικά, απαραίτητα σε όλα τα στάδια της ζωής και τα οποία ασκούν πολλαπλά θετική επίδραση στη υγεία. Η ημερήσια διατροφική πρόσληψη των γαλακτοκομικών είναι αναγκαία προκειμένου να:

- ⊙ Έχουμε υγιή οστά & δόντια.
- ⊙ Προλαμβάνουμε την οστεοπόρωση, το μεταβολικό σύνδρομο και διάφορες μορφές καρκίνου.
- ⊙ Τονώνουμε την άμυνα του οργανισμού μας.
- ⊙ Βελτιώνουμε την καλή λειτουργία του εντέρου.
- ⊙ Επιτύχουμε υγιή επίπεδα σωματικού βάρους και λίπους.
- ⊙ Ενισχύουμε το μεταβολισμό μας και τη λειτουργία του νευρικού συστήματος.

Καθημερινά θα πρέπει να λαμβάνονται 2-3 μερίδες γαλακτοκομικών. Μια μερίδα γαλακτοκομικών προϊόντων παρέχει 300mg ασβέστιο και μπορεί να ισοδυναμεί με ένα από τα ακόλουθα:

- ⊙ 1 φλιτζάνι γάλα (250ml)
- ⊙ 200γρ. γιαούρτι
- ⊙ 30γρ. τυρί

Διευθυντής Οικονομικών



46. Το επενδυτικό μας πλάνο για την τριετία 2016-2018

Για την περίοδο 2015-2018, ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. εκπόνησε ένα επενδυτικό πρόγραμμα το οποίο εντάσσεται στο πλαίσιο της στρατηγικής της ενδυνάμωσης της στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων και της ισχυροποίησης του κύκλου εργασιών της. Πιο συγκεκριμένα περιλαμβάνει τις παρακάτω ενέργειες:

Εκσυγχρονισμός και επέκταση κτιριακών εγκαταστάσεων: Η Εταιρεία έχει προγραμματίσει τον εκσυγχρονισμό και την επέκταση των κτιριακών της εγκαταστάσεων με σκοπό την βελτίωση της παραγωγικής ικανότητας, την βελτίωση των συνθηκών εργασίας των εργαζομένων καθώς επίσης και την προστασία του περιβάλλοντος. Οι επενδύσεις σε κτιριακές εγκαταστάσεις αφορούν κυρίως την κατασκευή νέων αποθηκών εμβαδού 1.000 m²-€ 234 χιλ., καθώς επίσης την κατασκευή χώρων για βοηθητικές υπηρεσίες, χώρων προσωπικού και την κατασκευή γραφείων συνολικής επιφάνειας 350 m². Οι συνολικές επενδύσεις της κατηγορίας αυτής θα ανέλθουν σε € 750 χιλ. και θα πραγματοποιηθούν σταδιακά έως και το 2018. Στόχος είναι η βελτίωση της λειτουργικότητας της επιχείρησης.

Επενδύσεις σε συμπληρωματικές στην παραγωγική διαδικασία υπηρεσίες: Η κατηγορία αυτή αφορά επενδύσεις σε εξοπλισμό και υπηρεσίες που σκοπό έχουν την καλύτερη λειτουργία της παραγωγής καθώς και την ασφάλεια εργαζομένων και περιβάλλοντος. Συγκεκριμένα, θα επενδυθούν € 345 χιλ. εκ των οποίων € 135 χιλ. θα αποτελούν μέρος της αναμενόμενης αύξησης κεφαλαίου, ενώ τα υπόλοιπα € 210 χιλ. θα επενδυθούν το 2018 με συνδυασμό ιδίων κεφαλαίων και μεσομακροπρόθεσμου δανεισμού. Συγκεκριμένα, οι επενδύσεις αφορούν:

1. Μετεγκατάσταση ηλεκτροστασίου - μετασχηματιστής - πίνακες - σταθεροποιητής τάσης, € 45 χιλ.
2. Μετεγκατάσταση λεβητοστασίου παγωτού - δίκτυα ατμού, € 10 χιλ.

3. Επέκταση Βιολογικού καθαρισμού, € 30 χιλ.
4. Διαχείριση στερεών αποβλήτων, € 5 χιλ.
5. Εξοπλισμός ατμού, ψύξης κ.λ.π. € 120 χιλ.

Δημιουργία εργαστηρίου για την έρευνα και ανάπτυξη νέων προϊόντων : Η Εταιρία με στόχο την έρευνα και ανάπτυξη νέων προϊόντων, καθώς επίσης και την πιστοποίηση κατά ISO 9001, θα προβεί στην δημιουργία τμήματος εργαστηριακής έρευνας. Η εν λόγω επένδυση αποτελείται από όργανα - μηχανήματα που σκοπό έχουν τον καλύτερο έλεγχο και κατ επέκταση την βελτίωση των παραγόμενων προϊόντων. Η συνολική επένδυση ανέρχεται στα € 58,6 χιλ. και θα καλυφθεί εξ ολοκλήρου από την αύξηση κεφαλαίου που έχει προγραμματισθεί.

Ενδυνάμωση δικτύου διανομής και πωλήσεων : Η Εταιρεία, έχοντας ως στόχο την παγκόσμια κάλυψη της αγοράς παιδικού γάλακτος και την διεύρυνση του δικτύου διάθεσης του σε όλο το κόσμο, έχει προγραμματίσει την αγορά εξοπλισμού για το δίκτυο διανομής και πωλήσεων με σκοπό τη διεύρυνση και επέκταση του αριθμού σημείων πώλησης των προϊόντων της και την επίτευξη συνεργασιών με νέους αντιπροσώπους. Σημαντικό μέρος του εξοπλισμού για το δίκτυο διανομής αποτελούν τα ψυγεία παγωτού και γιαούρτης τα οποία θα προωθηθούν στα σημεία πώλησης μέσω χρησιδανείων. Το συνολικό ύψος της επένδυσης αφορά κυρίως στην προμήθεια 3.900 ψυγείων παγωτού και γιαούρτης, και το οποίο θα ανέλθει σε € 2.494 χιλ., εκ των οποίων το 70% θα προέλθει από την παρούσα αύξηση κεφαλαίου και θα επενδυθεί τμηματικά μέχρι και το 2018, ενώ το υπόλοιπο 30% θα επενδυθεί το 2018.

Αναβάθμιση μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγικής διαδικασίας και γραφείων : Η Εταιρία προτίθεται να εκσυγχρονίσει τον μηχανολογικό εξοπλισμό γραφείων αλλά και παραγωγής με νέα τεχνολογία η οποία θα συμβάλλει αποφασιστικά στην αποδοτικότητα της εργασίας και στην αύξηση της παραγωγικότητας των δραστηριοτήτων θα επενδυθούν συνολικά € 145 χιλ. τα οποία θα προέλθουν από την παρούσα αύξηση κεφαλαίου. Συγκεκριμένα οι επενδύσεις αφορούν:

1. Εκσυγχρονισμό - ανάπτυξη με νέα τεχνολογία σε συστήματα παρακολούθησης και διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας (Logistics) συνολικού ύψους, € 113 χιλ.
2. Φορητά τιμολόγησης επί αυτοκινήτων, € 24 χιλ.
3. Εκτυπωτές γραμμής, Macintosh, € 8 χιλ.

Διευθυντής Δημοσίων σχέσεων



4ε. Η Περιβαλλοντική πολιτική μας.

Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., από την πρώτη στιγμή της ίδρυσής της, είναι ευαισθητοποιημένη σε θέματα που αφορούν στην προστασία του περιβάλλοντος. Σεβόμενη τους εργαζόμενούς της και τους κατοίκους της περιοχής και σε πλήρη συμμόρφωση με την κείμενη νομοθεσία έλαβε εξ αρχής μέτρα για τη διασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής και για την προστασία του οικοσυστήματος. Όλα αυτά τα χρόνια η εταιρεία επενδύει δυναμικά προς αυτή την κατεύθυνση και η περιβαλλοντική πολιτική της περιλαμβάνει αρκετές πρακτικές.

Από τις αρχές του 2009 λειτουργεί στις εγκαταστάσεις του εργοστασίου μας πλήρως εξοπλισμένη μονάδα βιολογικού καθαρισμού, η οποία εκσυγχρονίζεται διαρκώς και επεκτείνεται ανάλογα με τις ανάγκες. Συμπληρωματικά προς τη λειτουργία του βιολογικού καθαρισμού και πάντα με γνώμονα την αποφυγή της ρύπανσης υπόγειων και επιφανειακών υδάτων, η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., πρώτη από όλες τις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες, προχώρησε σε ένα πρόσθετο μέτρο για την προστασία του περιβάλλοντος, στην κατασκευή και λειτουργία μονάδας συμπύκνωσης τυρόγαλου. Το τυρόγαλο είναι ένα από τα πλέον ρυπογόνα απόβλητα των βιομηχανιών γάλακτος. Η μονάδα συμπύκνωσης τυρόγαλου της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. συμπυκνώνει κατά 5 φορές τον όγκο του απόβλητου τυρόγαλου, το οποίο οδηγείται στη συνέχεια σε εγκαταστάσεις άλλων

μονάδων προς πλήρη αξιοποίησή του. Η συγκεκριμένη μονάδα συμπύκνωσης της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. και η σημαντική συμβολή της στην προστασία του περιβάλλοντος παρουσιάστηκε μεταξύ άλλων σε ημερίδα με θέμα «Βήματα προς μία βιώσιμη κοινωνία», η οποία συνδιοργανώθηκε από τη Νομαρχία Πειραιά-Αντινομαρχία Περιβάλλοντος και το National Geographic. Επιπλέον, προστατεύοντας τον «κύκλο του νερού», η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. εφαρμόζει σύστημα εξοικονόμησης νερού στις παραγωγικές της διαδικασίες.

Στο πλαίσιο των περιβαλλοντικών δράσεων γενικότερα η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. έχει συνεργαστεί με την ΜΚΟ ΑΡΚΤΟΥΡΟΣ για τη δενδροφύτευση αναδασωτέας δασικής έκτασης στην Πεντέλη, σε μια προσπάθεια αποκατάστασης των τεράστιων αρνητικών επιπτώσεων από τις πυρκαγιές που έπληξαν επανειλημμένα την περιοχή.

Διευθύντρια

Μάρκετινγκ



4στ. Δημιουργία ερωτηματολογίου για νέα προϊόντα

Ερωτηματολόγιο για δημιουργία νέας σειράς παιδικών γαλάτων

Φύλο: Άνδρας Γυναίκα
Ηλικία: < 15 16-20 20-30 30-40 >40

Πόσο συχνά καταναλώνετε σοκολατούχο γάλα;

- Καθόλου
- Λίγες φορές τον χρόνο
- Λίγες φορές την εβδομάδα
- Λίγες φορές τον μήνα
- Καθημερινά

Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής είναι η Τιμή για την αγορά ενός παιδικού γάλακτος;

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

Πως χαρακτηρίζετε την τιμή των παιδικών γαλάτων ;

- Πολύ φτηνή
- Φτηνή
- Ούτε φτηνή – ούτε ακριβή
- Ακριβή
- Πολύ ακριβή

4. Ποια Συσκευασία προτιμάτε κατά την αγορά ενός παιδικού γάλακτος;

- Πλαστική
- Χάρτινη
- Γυάλινη

5. Πόσο σημαντικό είναι για την αγορά ενός παιδικού γάλακτος η Μάρκα του;

- Καθόλου

- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

6. Πόσο σημαντικό κριτήριο αγοράς παιδικού γάλακτος είναι οι Προσφορές που προτείνονται στους καταναλωτές ;

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

7. Ποιοι 2 από τους παρακάτω λόγους κρίνεται σημαντικούς για την αγορά ενός παιδικού γάλακτος;

- Έχει ωραία γεύση
- Είναι δροσιστικό
- Είναι θρεπτικό
- Είναι ελαφρύ
- Είναι υγιεινό
- Είναι κατάλληλο για δίαιτα
- Είναι χορταστικό
- Είναι δυναμωτικό
- Είναι ένα αγνό-φυσικό προϊόν

Σας ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας
ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Διευθυντής Πωλήσεων



4ζ. Η δραστηριότητα των πωλήσεων στην ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.

Η δραστηριότητα των πωλήσεων, διακρίνεται σε τρεις διαφορετικές λειτουργίες:

α) Η Αναζήτηση και ο Εντοπισμός Νέων Πελατών

Σε αυτή την περίπτωση ο βασικός σκοπός του πωλητή, είναι να περάσει το μήνυμα ότι η εταιρία είναι σοβαρή και υπεύθυνη. Επίσης, για να αναλάβει ένας πωλητής την παραπάνω λειτουργία θα πρέπει να διαθέτει κάποια αυξημένα προσόντα όπως:

- ⊙ να τοποθετεί σωστές ποσότητες στα ράφια,
- ⊙ τα προϊόντα που πουλάει να είναι περισσότερα από τις επιστροφές,
- ⊙ να είναι καλός στην επικοινωνία και να μπορεί να πείθει τους πελάτες για το προϊόν,
- ⊙ να είναι ενημερωμένος για το προϊόν και να μπορεί να απαντά σε όλες τις ερωτήσεις,
- ⊙ να έχει εμπειρία,
- ⊙ να είναι πληροφορημένος στο επίπεδο που αφορά την αγορά,
- ⊙ να έχει πλατύ μυαλό,
- ⊙ να παίρνει πρωτοβουλίες και επίσης,
- ⊙ σημαντικό ρόλο στις μέρες μας είναι η εξωτερική εμφάνιση του πωλητή.

β) Η Υποστήριξη Του Πελάτη Κατά και Μετά Την Πώληση

Η εταιρία υποστηρίζει με διάφορες παροχές τους πελάτες της, τοποθετώντας φυλλάδια π.χ. στα σούπερ μάρκετ, δίνοντας εκπαιδευτικά κουπόνια ή περισσότερη ποσότητα προϊόντος στην ίδια τιμή, αλλά κυρίως χρησιμοποιεί το Merchandising για το οποίο αναφερθήκαμε παραπάνω.

Ο κορμός στην διαδικασία των πωλήσεων, είναι τα στάδια που πρέπει να ακολουθούνται σε μία πώληση. Οι πωλητές μπορούν να πάρουν πρωτοβουλίες και να συγχωνεύσουν ή ακόμη και να παραλείψουν κάποια στάδια, τα οποία είναι τα εξής:

1. Ο εντοπισμός των υποψηφίων πελατών
2. Η πρώτη επαφή και προσέγγιση
3. Η παρουσίαση
4. Το δοκιμαστικό κλείσιμο της συμφωνίας της πώλησης και η αντιμετώπιση των αντιρρήσεων
5. Το κλείσιμο της συμφωνίας
6. Η μετέπειτα παρακολούθηση.

Κάθε τέλος της χρονιάς, γίνεται καταγραφή του λιανικού εμπορίου, την οποία η εταιρία την αγοράζει από το επιχειρηματικό περιοδικό " Τρόφιμα και Ποτά" και έπειτα, αφού επιλέξει τους υποψήφιους πελάτες της προσεγγίζει. Έτσι, γίνεται ο εντοπισμός των υποψήφιων πελατών.

γ) Η Εκπαίδευση Των Πωλητών

Ένας από τους κυριότερους κορμούς της πώλησης είναι η παρουσίαση, όπου οι πωλητές της εταιρίας ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. ενημερώνουν τον πελάτη για τα πλεονεκτήματα του σε σχέση με τα ανταγωνιστικά προϊόντα, το όφελος που θα αποκομίσει με τη χρήση του προϊόντος, τη χρησιμότητα του, και τέλος να του δημιουργήσει την εντύπωση ότι το προϊόν του είναι απαραίτητο, καθώς και την επιθυμία να το αγοράσει.

Επίσης, κρίνεται απαραίτητη η συνεχής εκπαίδευση των πωλητών, η οποία θα του επιτρέψει να αναπτύξει πρωτοβουλία και υπεύθυνη δραστηριότητα.

Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ, κάνει συχνά σεμινάρια για την εκπαίδευση των πωλητών είτε εξωτερικά, είτε εσωτερικά (δηλαδή, σεμινάρια μέσα στην εταιρία, π.χ. για να προσαρμόζονται οι νέοι πωλητές, να γνωρίζουν τις τιμές, κ.α.). Τον πρώτο καιρό, βέβαια, οι πωλητές έχουν την υποστήριξη των παλαιών πωλητών ή προϊσταμένων.

Ένα επίσης θέμα που συνδέεται με την εργασία του πωλητή, είναι και η αμοιβή του. Η εταιρία αμείβει τους πωλητές της με βασικό μισθό και όχι με ποσοστά, καθώς επίσης τους παρέχει bonus, από τον προϋπολογισμό της εταιρίας, προκειμένου να τους δώσει κίνητρα να πραγματοποιήσουν μεγαλύτερες πωλήσεις.

Τέλος, ως κυριότεροι λόγοι αποτυχίας των πωλητών, αναφέρονται ο ανεπαρκής σχεδιασμός και οργάνωση, η έλλειψη πρωτοβουλίας, η έλλειψη ενθουσιασμού και κινήτρων, η ανεπαρκής γνώση των προϊόντων και κυρίως η έλλειψη εκπαίδευσης

Διευθυντής Παραγωγής



4η. Παραγωγική διαδικασία παστεριωμένου γάλακτος

Ως πρώτη ύλη, το γάλα, συλλέγεται από τους σταθμούς συλλογής σε διάφορα σημεία της Ελλάδος, μεταφέρεται όσο το δυνατό συντομότερα στις εγκαταστάσεις του εργοστασίου μας με ειδικά ισόθερμα βυτία τα οποία εξασφαλίζουν χαμηλή θερμοκρασία μεταφοράς. Το προϊόν που φτάνει στις εγκαταστάσεις μας συνοδεύεται από έγγραφα ποιοτικού και ποσοτικού ελέγχου. Κατά την παραλαβή του γάλακτος, αυτό ζυγίζεται και ελέγχεται ξανά ποιοτικά (χημικά και μικροβιολογικά) όχι μόνο πριν, αλλά και μετά την μεταφορά του.

Στη συνέχεια το γάλα μεταφέρεται σε δεξαμενές, όπου γίνεται η προετοιμασία των διαφόρων προϊόντων. Κατά την προετοιμασία αυτή τα προϊόντα ελέγχονται και πάλι ποιοτικά και οδηγούνται μέσω «γραμμών» μεταφοράς προς επεξεργασία. Κατά την διαδικασία της επεξεργασίας του, το γάλα υφίσταται μηχανική απομάκρυνση του φυσικού βακτηριακού του φορτίου. Οι διαδικασίες αυτές καθώς και αυτές που περιγράφονται παρακάτω γίνονται με φυσικό τρόπο και δεν επιβαρύνουν σε καμία περίπτωση το γάλα. Αναλόγως του τελικού επιθυμητού προϊόντος, το γάλα εν συνεχεία υφίσταται περαιτέρω φυσικές διαδικασίες όπως:

- ⊙ Ομογενοποίηση, για την καλύτερη εμφάνιση και υφή του τελικού προϊόντος
- ⊙ Παστερίωση, ήπια θερμική επεξεργασία στους 72-79°C, που του επιτρέπει να διατηρεί αναλλοίωτα όλα τα πολύτιμα θρεπτικά συστατικά του, στην ποσότητα που η φύση έχει προβλέψει
- ⊙ Αποκορύφωση προς παραγωγή κρέμας και άπαχου γάλακτος
- ⊙ Ανάμειξη με άλλα υλικά (κακάο, ζάχαρη κλπ), βάσει προδιαγραφών και συνταγών σε κατάλληλους βραστήρες
- ⊙ Ψύξη, Αποθήκευση

Κατά τις παραπάνω διαδικασίες τα προϊόντα επιβάλλονται σε επιπρόσθετους ποιοτικούς ελέγχους, τόσο χημικούς όσο και μικροβιολογικούς.

Το τελικό προϊόν μεταφέρεται σε δεξαμενές προσωρινής αποθήκευσης υπό ψύξη (2 C), μέχρι να οδηγηθεί προς εμφιάλωση. Πριν την εμφιάλωση το τελικό προϊόν ελέγχεται και πάλι ποιοτικά.

Οι μηχανές εμφιάλωσης συσκευάζουν σε συσκευασίες χωρητικότητας 0.25, 0.5, 0.75, 1 και 2lt. Κατά τη διάρκεια της εμφιάλωσης και σε τακτά χρονικά διαστήματα, το τμήμα ποιοτικού ελέγχου λαμβάνει δείγματα και πραγματοποιεί πλήθος χημικών και μικροβιολογικών ελέγχων με σκοπό τη διασφάλιση άριστης ποιότητας. Οι χάρτινες συσκευασίες οδηγούνται αυτόματα σε συσκευαστικές μηχανές καλαθιών τα οποία γεμίζονται ανάλογα με το μέγεθος της συσκευασίας με τον απαραίτητο αριθμό φιαλών. Τα καλάθια οδηγούνται στη συνέχεια σε χώρους ψύξεως όπου η θερμοκρασία δεν υπερβαίνει τους 3 C και από εκεί ειδικά φορτηγά ψυγεία τα διανέμουν υπό ψύξη (4 C) στα σημεία πώλησης.

ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

- ⊙ Όλες οι διαδικασίες παραγωγής και επεξεργασίας ρυθμίζονται και ελέγχονται από ηλεκτρονικούς υπολογιστές και είναι πλήρως αυτοματοποιημένες, με αποτέλεσμα το γάλα να μην έρχεται σε επαφή με τον άνθρωπο σε καμία περίπτωση.
- ⊙ Όλος ο εξοπλισμός, αποθήκευσης, μεταφοράς, και επεξεργασίας του γάλακτος καθαρίζεται και εξυγιανείται πριν από την χρήση του μέσω ενός αυτόματου συστήματος καθαρισμού και απολύμανσης.
- ⊙ Το έμπειρο και εκπαιδευμένο προσωπικό του εργοστασίου ακολουθεί όλους τους κανόνες υγιεινής και ενημερώνεται τακτικά σε θέματα καθαριότητας.
- ⊙ Οι παραπάνω διαδικασίες καταγράφονται λεπτομερώς από σύστημα Η/Υ σε καθημερινή βάση και τηρείται αρχείο με πλήθος πληροφοριών όσον αφορά στον χρόνο, τις συνθήκες και τα αποτελέσματά τους.

Συσκευασία

Η συσκευασία έχει ως σκοπό την πλήρη απομόνωση του τελικού προϊόντος από το εξωτερικό περιβάλλον και τους παράγοντες που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την διατηρησιμότητά του. Αυτό επιτυγχάνεται με ένα αδρανές υλικό στο εσωτερικό του κουτιού, το οποίο χωρίς να επηρεάζει το προϊόν, το προστατεύει και το διατηρεί. Εξωτερικά, η συσκευασία πληροφορεί τους καταναλωτές για τις προδιαγραφές του προϊόντος, την ημερομηνία λήξης του, καθώς επίσης αναφέρει όλα τα στοιχεία εκείνα που πρέπει σύμφωνα με τον Κώδικα Τροφίμων και Ποτών.

Συνθήκες συμπεριφοράς στο τελικό προϊόν

Για τη σωστή διατήρηση των γαλακτοκομικών προϊόντων, δύο παράγοντες είναι πολύ σημαντικοί:

- ✓ Ελαχιστοποίηση των μηχανικών καταπονήσεων

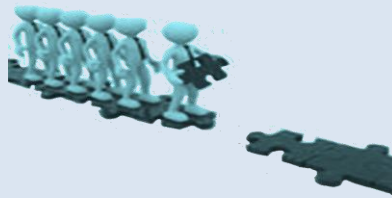
Οι φιάλες θα πρέπει να μεταφέρονται και να χειρίζονται με τη μεγαλύτερη δυνατή προσοχή, έτσι ώστε να αποφεύγεται η φθορά της συσκευασίας. Κάθε φθορά της συσκευασίας -εκτός από προβλήματα στην εμφάνιση- πιθανόν να προκαλέσει και μείωση στη διατηρησιμότητα του προϊόντος.

- ✓ Μεταφορά και χειρισμός υπό συνεχή ψύξη

Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δίνεται σε κάθε διαδικασία διακίνησης και χειρισμού του τελικού προϊόντος, έτσι ώστε αυτό να τελεί πάντα υπό συνθήκες ψύξης. Διατηρώντας το γάλα σε χαμηλές θερμοκρασίες σε κάθε στάδιο διακίνησής του, από την παράδοσή του στους χώρους πώλησης μέχρι τη φύλαξή του στα οικιακά ψυγεία, αυξάνεται η διατηρησιμότητά του και μειώνεται η πιθανότητα απώλειας κάποιων από τα χαρακτηριστικά του.

Για το σκοπό αυτό η επιχείρησή μας εφαρμόζει το σύστημα παρακολούθησης της θερμοκρασίας ψύξης των θαλάμων σε φορτηγά διακίνησης ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., μέσω δορυφορικού σήματος (GPRS).

Διευθύντρια Σχεδίασης προϊόντων



4θ. Ιδέες για νέα καινοτόμα προϊόντα

Η διαδικασία αυτή έχει σκοπό το σχεδιασμό και την ανάπτυξη νέων προϊόντων. Πιο συγκεκριμένα:

- ⊙ Τον έλεγχο στα διάφορα στάδια σχεδιασμού και ανάπτυξης ότι το προϊόν ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του καταναλωτή,
- ⊙ Την ενεργό συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων φορέων (υποστήριξη πωλήσεων - μάρκετινγκ, R&D, παραγωγή),
- ⊙ Την καλύτερη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων της εταιρείας, τόσο των υλικοτεχνικών όσο και των ανθρωπίνων.

Σχεδιασμός

Ο σχεδιασμός ενός νέου προϊόντος μπορεί να ξεκινήσει από δύο πηγές:

- ⊙ Ζήτηση προϊόντος με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά από συγκεκριμένο πελάτη,
- ⊙ Εσωτερικά λόγω διαπίστωσης ανάγκης για την κάλυψη της αγοράς.

Η υποστήριξη πωλήσεων (μέσω του τμήματος marketing) ενημερώνει τον εκάστοτε υπεύθυνο σχεδιασμού σχετικά με την ανάγκη δημιουργίας νέου προϊόντος και συμπληρώνει στην πρόταση για ανάπτυξη νέου προϊόντος τα παρακάτω στοιχεία:

- ⊙ Το είδος του προϊόντος,
- ⊙ Τον πελάτη ή τους πιθανούς πελάτες,
- ⊙ Τα χαρακτηριστικά που θέλει ο πελάτης να έχει το τελικό του προϊόν,
- ⊙ Τον αναμενόμενο όγκο πωλήσεων,
- ⊙ Το σκεπτικό ανάπτυξης.

Ο υπεύθυνος σχεδιασμού σε συνεργασία με τον διευθυντή παραγωγής, τον διευθυντή ποιοτικού ελέγχου και μάρκετινγκ καθορίζουν τα στοιχεία του προϊόντος, το οποίο εκτιμούν ότι θα δώσει το απαιτούμενο τελικό προϊόν. Η εκτίμηση βασίζεται σε επιστημονικά στοιχεία, όπως βιβλιογραφία, σχετική τεχνογνωσία από προμηθευτές και προηγούμενη εμπειρία.

Ακολούθως ο υπεύθυνος σχεδιασμού συμπληρώνει στην πρόταση για ανάπτυξη νέου προϊόντος τα επιθυμητά χαρακτηριστικά (οργανοληπτικά χαρακτηριστικά, βάρος, είδος συσκευασίας κλπ.) .

Στη συνέχεια η διεύθυνση οικονομικών προχωρά σε συνεργασία με τον υπεύθυνο σχεδιασμού και την διεύθυνση παραγωγής σε μία αρχική εκτίμηση του κόστους του προϊόντος. Σε περίπτωση που απαιτείται η πραγματοποίηση επένδυσης για την παραγωγή του προϊόντος, η διεύθυνση οικονομικών συνεργάζεται με τους υπευθύνους της διεύθυνσης παραγωγής, ώστε να προσδιορισθεί το ύψος αυτής και να συνηυπολογιστεί στο κόστος του προϊόντος. Τα στοιχεία αυτά τίθενται υπόψη του συμβουλίου διεύθυνσης, το οποίο και αποφασίζει για το αν θα προχωρήσει η ανάπτυξη του προϊόντος ή όχι. Επίσης σε ορισμένες περιπτώσεις το συμβούλιο διεύθυνσης κρίνει ότι μία πρόταση πρέπει να επανεξεταστεί ύστερα από συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Μετά την παρέλευση του συγκεκριμένου διαστήματος ο υπεύθυνος σχεδιασμού υποβάλλει εκ νέου την πρόταση για ανάπτυξη νέου προϊόντος με αναθεωρημένα πιθανώς στοιχεία.

Υλοποίηση

Ο υπεύθυνος σχεδιασμού λαμβάνει από το συμβούλιο διεύθυνσης την εντολή να προχωρήσει στην ανάπτυξη του νέου προϊόντος. Για το σκοπό αυτό συνεργάζεται με την διεύθυνση παραγωγής και τα τμήματα πωλήσεων και μάρκετινγκ και προχωρούν στην εργαστηριακή ή βιομηχανική παραγωγή του προϊόντος. Το δείγμα ελέγχεται από τον ποιοτικό έλεγχο και αποστέλλεται στον πελάτη για δοκιμή. Όλα τα παραπάνω στοιχεία καταγράφονται στο έντυπο αξιολόγησης δείγματος δοκιμών.

- ⊙ Εφόσον το δείγμα ικανοποιήσει τον πελάτη, ο υπεύθυνος σχεδιασμού συμπληρώνει στο έντυπο αξιολόγησης δείγματος δοκιμών τα αποτελέσματα της δοκιμής από τον πελάτη, συντάσσει την προδιαγραφή του προϊόντος, εγκρίνει την βιομηχανική παραγωγή του προϊόντος και ενημερώνει τις πωλήσεις και το τμήμα παραγωγής,

© Εφόσον το δείγμα δεν ικανοποιήσει τον πελάτη, η διαδικασία επαναλαμβάνεται από το στάδιο του σχεδιασμού.

Έλεγχος

Στο τέλος του χρόνου ο υπεύθυνος σχεδιασμού σε συνεργασία με τις διευθύνσεις μάρκετινγκ και πωλήσεων συντάσσει αναφορά σύμφωνα με την ετήσια αξιολόγηση πορείας προϊόντος, για κάθε προϊόν που δημιουργήθηκε το προηγούμενο χρόνο, στην οποία αποτιμάται η εξέλιξη των πωλήσεων του προϊόντος και αν αυτό χρήζει βελτίωσης ή μη. Ομοίως η διεύθυνση παραγωγής αναλύει την εξέλιξη του κόστους του προϊόντος σε σχέση με το προϋπολογισθέν και προτείνει τις αντίστοιχες αλλαγές αν το κρίνει σκόπιμο.

Αξιολόγηση και συνεχής βελτίωση

Η ετήσια αξιολόγηση κοινοποιείται στο συμβούλιο διεύθυνσης κατά την ετήσια ανασκόπηση από την διοίκηση. Το τελευταίο αποφασίζει, εάν θα δοθεί εντολή στον εκάστοτε υπεύθυνο σχεδιασμού για τροποποίηση του προϊόντος, η οποία ακολουθεί την ανωτέρω διαδικασία από το στάδιο της ανάπτυξης.

Διευθυντής Προμηθειών



4i. Ο ρόλος της αποθήκης στην σύγχρονη επιχείρηση

Γίνεται φανερό ότι η αποθήκη σήμερα καταλαμβάνει μια νευραλγική θέση στην επιχείρηση. Κάποιοι τη θεωρούν -και όχι άδικα- ως την «καρδιά» της επιχείρησης, γιατί όπως η καρδιά ρυθμίζει τη ροή του αίματος, έτσι και η αποθήκη που περιλαμβάνει και αποστέλλει προϊόντα, ρυθμίζει τη ροή τους από την απόκτηση (προμήθεια), την παραγωγή, έως τη μεταφορά τη διανομή τους και την κατανάλωση.

Ειδικότερα, η σημαντικότητα της αποθήκης καθορίζεται από τους παρακάτω παράγοντες:

Αποθήκη και αποθέματα Η αποθήκη αποτελεί το χώρο διατήρησης των αποθεμάτων των προϊόντων. Αν η επιχείρηση γνώριζε εκ των προτέρων τη ζήτηση της αγοράς δεν θα υπήρχε η ανάγκη διατήρησης αποθεμάτων. Συνεπώς, η αποθήκη σχετίζεται με τα αποθέματα και την κάλυψη του χώρου (απόστασης) και του αντίστοιχου χρόνου κάλυψης αυτής της απόστασης (place - time gap) μεταξύ των σημείων παραγωγής και των σημείων πώλησης / κατανάλωσης των προϊόντων. Με τη διατήρηση αποθεμάτων σε αποθηκευτικούς χώρους κοντά στα σημεία ζήτησης επιτυγχάνεται ο έγκαιρος και αποτελεσματικός ανεφοδιασμός της αγοράς.

Αποθήκη και εκτέλεση παραγγελιών :Στο χώρο της αποθήκης εκτελούνται μερικές από τις βασικότερες εργασίες της Διοίκησης Logistics. Αν σκεφτούμε ότι ο βασικός στόχος της Διοίκησης Logistics είναι η εκτέλεση των παραγγελιών των πελατών, στην αποθήκη λαμβάνουν χώρα μερικές από τις εργασίες - κλειδιά για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό, εκτέλεση, παρακολούθηση και έλεγχο των παραγγελιών. Εργασίες όπως: η διαδικασία παραλαβής προϊόντων στην αποθήκη, η διαδικασία τακτοποίησης και ανατακτοποίησης προϊόντων, η ετικετοποίηση, η διαδικασία συλλογής και ελέγχου παραγγελιών, η διαδικασία φόρτωσης και αποστολής, η διαδικασία χειρισμού επιστροφών, οι απογραφές, κλπ. υλοποιούνται στους χώρους της αποθήκης. Και εδώ βρίσκεται και η δεύτερη σημαντική διαφορά μεταξύ της παραδοσιακής με τη σύγχρονη αποθήκη. Ενώ παραδοσιακά η φύση της λειτουργίας της αποθήκης ήταν εντάσεως εργασίας (δηλαδή απαιτούσε πολύ και βαριά χειρωνακτική εργασία από τους αποθηκάρους για τη φορτοεκφόρτωση και στοίβαξη των προϊόντων και την περισυλλογή τους για την εκτέλεση των παραγγελιών) σήμερα απαιτεί άτομα με ιδιαίτερες γνώσεις και δεξιότητες για να διαχειριστούν πολύπλοκες και σύνθετες εργασίες. Άτομα που χειρίζονται μηχανήματα, εργαλεία και ακριβό εξοπλισμό για να εκτελέσουν εργασίες ακριβείας. Επίσης, ένα συντονιστή (υπεύθυνο αποθήκης) που θα συντονίζει τις ανωτέρω εργασίες που εκτελούνται στο χώρο τα αποθήκης, το ανθρώπινο δυναμικό και τον εξοπλισμό. Επίσης, σήμερα η φύση της λειτουργίας της αποθήκης θεωρείται ως εντάσεως πληροφορίας γιατί η διακινούμενη πληροφορία (που αφορά: το επίπεδο αποθεμάτων, οι θέσεις αποθήκευσης των προϊόντων, οι ημερομηνίες εισαγωγής και λήξης των προϊόντων, οι κινήσεις που εκτελούνται ή πρόκειται να εκτελεστούν, οι εισερχόμενες και εξερχόμενες αποστολές, δεδομένα που αφορούν τους πελάτες και προμηθευτές καθώς επίσης και το προσωπικό) είναι σημαντικά για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης.

Αποθήκη και παραγωγή προϊόντων: Στην αποθήκη μιας μονάδας παραγωγής συγκεντρώνονται και

αποθηκεύονται οι πρώτες ύλες ή τα ημιέτοιμα προϊόντα για την παραγωγή ή τη συναρμολόγηση τους σε τελικά προϊόντα. Επίσης, χρησιμοποιείται για την αποθήκευση των τελευταίων και τη διάθεση τους στην αγορά

Αποθήκη και οικονομίες κλίμακας: Οι μονάδες παραγωγής θέλοντας να εκμεταλλευτούν τις οικονομίες κλίμακας μπορούν να παράγουν και να αποθηκεύσουν μεγάλες ποσότητες μειώνοντας με αυτό τον τρόπο το κόστος παραγωγής. Παρόμοια, οι εμπορικές επιχειρήσεις μπορούν να προμηθευτούν μεγάλες ποσότητες προϊόντων επιτυγχάνοντας μειωμένες τιμές αγοράς.

Αποθήκη και λειτουργικό κόστος: Η αποθήκη περιλαμβάνει επιχειρηματικούς πόρους (εξειδικευμένο προσωπικό, αποθηκευτικούς χώρους, ηλεκτρομηχανολογικό εξοπλισμό, πληροφοριακά συστήματα και τεχνολογίες) η διαχείριση των οποίων στην υλοποίηση των επιχειρηματικών διαδικασιών είναι κοστοβόρα.

Αποθήκη και εποχικότητα προϊόντων: Υπάρχουν προϊόντα η ζήτηση των οποίων (εποχικότητα ζήτησης) ή η παραγωγή (π.χ. συγκομιδή) τους (εποχικότητα παραγωγής) αφορά σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα μέσα σε ένα έτος. Συνεπώς, υπάρχει η ανάγκη αποθήκευσης και διάθεσής τους στον κατάλληλο χρόνο.

Αποθήκη και τιμές αγαθών: Στην αποθήκη διατηρείται το απαιτούμενο απόθεμα ώστε να διατηρούνται οι τιμές των αγαθών στην αγορά σταθερές. Πιθανή έλλειψη του επιπέδου αποθέματος ενός προϊόντος προκαλεί αύξηση της τιμής του στην αγορά και το αντίστροφο.

Διευθύντρια

Ποιοτικού

Ελέγχου



4ια. Η ποιότητα και η πιστοποίηση συστημάτων στην Ασπρούλης Α.Ε.

Πρωτεύων στόχος της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. είναι να προσφέρει στους Έλληνες καταναλωτές τη δυνατότητα να μεγαλώνουν, να ζουν και να απολαμβάνουν καθημερινά μία ποιοτικά και διατροφικά ανώτερη τροφή.

Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. , γνωρίζοντας ότι η υψηλή ποιότητα των προϊόντων είναι το κλειδί για την ανάπτυξη οποιασδήποτε επιχείρησης, εφαρμόζει, μέσα από τη Διεύθυνση Διασφάλισης Ποιότητας (ΔΔΠ), το πλέον προηγμένο Σύστημα Διαχείρισης της Ποιότητας σε όλους τους τομείς των δραστηριοτήτων της.

Κύριος στόχος αλλά και δέσμευση της Διεύθυνσης Διασφάλισης Ποιότητας είναι όχι μόνο η τήρηση των ελληνικών και ευρωπαϊκών ποιοτικών προδιαγραφών για τα προϊόντα ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., αλλά και η συνεχής βελτίωση του υψηλού επιπέδου ποιότητας και ασφάλειας των προϊόντων ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., με μεθόδους καινοτόμες, αποτελεσματικές και πλήρως τεκμηριωμένες επιστημονικά.

Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. . εφαρμόζει, στο εργοστάσιο της διάφορα συστήματα ποιότητα όπως:

- ⊙ Σύστημα Διαχείρισης της Ασφάλειας Τροφίμων (ΕΛΟΤ EN ISO 22000)
- ⊙ Safety Programs της AIB International)
- ⊙ Σύστημα Υγιεινής και Ασφάλειας Τροφίμων (Consolidated Standards for Inspection: Prerequisite and Food
- ⊙ BRC – Global Standards for Food Safety
- ⊙ IFS – International Featured Standards (for Food safety)
- ⊙ Σύστημα Διαχείρισης της Ποιότητας (ΕΛΟΤ EN ISO 9001)
- ⊙ Σύστημα Διαχείρισης της Υγείας και της Ασφάλειας στην Εργασία (ΕΛΟΤ 1801)
- ⊙ Σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης (ΕΛΟΤ 14001)

Διευθυντής

Υγιεινής και Ασφάλειας



4ιβ. Ενημέρωση - Εκπαίδευση Εργαζομένων για την ασφαλή χρήση του εξοπλισμού της επιχείρησης

Στην ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. ιδιαίτερη σημασία έχει η παροχή όλων των απαραίτητων πληροφοριών ασφαλούς χειρισμού του εξοπλισμού στους εργαζόμενους, οι οποίες πρέπει να τους δίνονται εγγράφως και να είναι απόλυτα κατανοητές ώστε να επιτυγχάνεται ο στόχος τους και στην πράξη.

Επίσης η κάθε αρμόδια διεύθυνση δίνει γραπτές οδηγίες σχετικά με:

- ⊙ Τις συνθήκες χρήσης του εξοπλισμού εργασίας.
- ⊙ Τις προβλεπτές έκτακτες καταστάσεις που πιθανόν να προκύψουν.
- ⊙ Τα συμπεράσματα που συνάγονται από την πείρα στη χρήση του εξοπλισμού μέσα στην επιχείρηση.
- ⊙ Οι οδηγίες αυτές εξασφαλίζουμε ότι είναι κατανοητές από τους εργαζομένους. Επιπλέον, για κάθε είδος – μονάδα εξοπλισμού πρέπει να υπάρχουν γραπτώς καταχωρημένες οι κατάλληλες πληροφορίες για τις προδιαγραφές, τις συνθήκες λειτουργίας και τις αναγκαίες προσαρμογές. Επίσης σημαντικό θέμα της κατάρτισης και εκπαίδευσης των εργαζομένων σε θέματα ασφαλούς χρήσης του εξοπλισμού είναι ότι η επιχείρησή μας να διασφαλίζει τα ακόλουθα:
- ⊙ Οι εργαζόμενοι στους οποίους ανατίθεται η χρήση του εξοπλισμού έχουν εκπαιδευτεί επαρκώς ιδιαίτερα για τους κινδύνους από τη χρήση τους. Ο τρόπος και το επίπεδο της εκπαίδευσης επαφίενται στον εκάστοτε αρμόδιο τμηματάρχη
- ⊙ Οι εργαζόμενοι που ασχολούνται με εργασίες επισκευής, μετατροπής, προληπτικού ελέγχου και συντήρησης του εξοπλισμού εργασίας εκπαιδεύονται επαρκώς για τις συγκεκριμένες εργασίες. Ο όρος αυτός δεν ισχύει μόνο για τα είδη εξοπλισμού για τον οποίο τα προσόντα του ελεγκτή προβλέπονται από τη νομοθεσία, αλλά και για απλούστερο εξοπλισμό. Επιπρόσθετα μέτρα, τα οποία εξασφαλίζουν την κατάλληλη ενημέρωση των εργαζομένων σε θέματα ασφαλούς χρήσης του εξοπλισμού
- ⊙ Οι εργαζόμενοι χρειάζεται να λαμβάνουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες και πληροφοριακό υλικό (οδηγίες, εγχειρίδια, κλπ.) και να ελέγχεται αν τα καταλαβαίνουν. Ο έλεγχος της κατανόησης είναι ιδιαίτερα σημαντικός για τον λόγο ότι εξασφαλίζει στην πράξη τη γνώση των εργαζομένων προτού αυτοί εργαστούν στο συγκεκριμένο εξοπλισμό.
- ⊙ Να δίνονται σαφείς και πρακτικές οδηγίες για την αποφυγή κινδύνων. Πέραν της επισήμανσης των κινδύνων πρέπει να αναπτύσσονται οδηγίες ή διαδικασίες ασφαλούς χρήσης του εξοπλισμού.
- ⊙ Εργαζόμενοι χωρίς εμπειρία μπορεί να χρειαστούν οδηγίες για τη χρήση εργαλείων χειρός. Γενικότερα κατά την εκπαίδευση προσωπικού δεν πρέπει να αφήνονται ασάφειες ως προς τις προαπαιτούμενες γνώσεις του εργαζόμενου και να λαμβάνεται υπόψη ότι ειδικά οι νεότεροι εργαζόμενοι μπορούν να έχουν σημαντικά κενά.
- ⊙ Μόνο υπεύθυνοι και ικανοί εργαζόμενοι επιτρέπεται να χειρίζονται μηχανολογικό εξοπλισμό. Ο χειρισμός του μηχανολογικού εξοπλισμού είναι μία εργασία που εμπεριέχει κινδύνους και απαιτεί υπευθυνότητα και προσωπικές ικανότητες. Η ανάθεση του εξετάζεται προσεκτικά εξασφαλίζεται η πειθαρχία και ικανότητα αυτού που θα τον χειριστεί.
- ⊙ Σε καμία περίπτωση δεν εκλαμβάνεται ως δεδομένο ότι ο εργαζόμενος μπορεί να χειριστεί ασφαλώς τον εξοπλισμό. Ακόμη και εάν πρόκειται για έμπειρο προσωπικό, ο σχεδιασμός γίνεται με βάση για τη χειρότερη περίπτωση ώστε να καλύπτει τον άπειρο και απρόσεκτο εργαζόμενο. Για το λόγο αυτό οι οδηγίες δίνονται με βάση το ενδεχόμενο αυτό.

Διευθυντής Μηχανογράφησης



4γ. Ο ιστότοπός μας – μενού «Η εταιρεία μας» > υπομενού «Η περιβαλλοντική πολιτική μας»



Αναζήτηση

Η εταιρεία μας > Η περιβαλλοντική πολιτική μας

Η Περιβαλλοντική πολιτική μας.

Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., από την πρώτη στιγμή της ίδρυσής της, είναι ευαισθητοποιημένη σε θέματα που αφορούν στην προστασία του περιβάλλοντος. Ιερόμενη τους εργαζόμενούς της και τους κατοίκους της περιοχής και σε πλήρη συμμόρφωση με την κείμενη νομοθεσία έλαβε εξ αρχής μέτρα για τη διασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής και για την προστασία του οικοσυστήματος. Όλα αυτά τα χρόνια η εταιρεία επενδύει δυναμικά προς αυτή την κατεύθυνση και η περιβαλλοντική πολιτική της περιλαμβάνει αρκετές πρακτικές.

Από τις αρχές του 2009 λειτουργεί στις εγκαταστάσεις του εργοστασίου μας πλήρως εξοπλισμένη μονάδα βιολογικού καθαρισμού, η οποία εκσυγχρονίζεται διαρκώς και επεκτείνεται ανάλογα με τις ανάγκες.

Συμπληρωματικά προς τη λειτουργία του βιολογικού καθαρισμού και πάντα με γνώμονα την αποφυγή της ρύπανσης υπόγειων και επιφανειακών υδάτων, η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., πρώτη από όλες τις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες, προχώρησε σε ένα πρόσθετο μέτρο για την προστασία του περιβάλλοντος, στην κατασκευή και λειτουργία μονάδας συμπύκνωσης τυρογάλαου. Το τυρογάλαο είναι ένα από τα πλέον ρυπογόνα απόβλητα των βιομηχανιών γάλακτος. Η μονάδα συμπύκνωσης τυρογάλαου της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. συμπυκνώνει κατά 5 φορές τον όγκο του απόβλητου τυρογάλαου, το οποίο οδηγείται στη συνέχεια σε εγκαταστάσεις άλλων μονάδων προς πλήρη αξιοποίησή του. Η συγκεκριμένη μονάδα συμπύκνωσης της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. και η σημαντική συμβολή της στην προστασία του περιβάλλοντος παρουσιάστηκε μεταξύ άλλων σε ημερίδα με θέμα «Βήματα προς μία βιώσιμη κοινωνία», η οποία συνδιοργανώθηκε από τη Νομαρχία Πειραιά-Αντινομαρχία Περιβάλλοντος και το National Geographic. Επιπλέον, προστατεύοντας τον «κύκλο του νερού», η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. εφαρμόζει σύστημα εξοικονόμησης νερού στις παραγωγικές της διαδικασίες. Στο πλαίσιο των περιβαλλοντικών δράσεων γενικότερα η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. έχει συνεργαστεί με την ΜΚΟ ΑΡΚΤΟΥΡΟΣ για τη δενδροφύτευση αναδασοτικής δασικής έκτασης στην Πεντέλη, σε μια προσπάθεια αποκατάστασης των τεράστιων αρνητικών επιπτώσεων από τις πυρκαγιές που έπληξαν επανειλημμένα την περιοχή.





Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Ηπικώκη 4θ - Αγ.Ι.Ρέντης - Τ.Κ. 152 3
ΤΗλ.2104821220-3 email: info@ asproulis.gr
www.asproulis.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο :
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ
ΤΗΣ ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.



Γενικός Διευθυντής



5α. Έγκριση εισηγητικών προτάσεων τμημάτων Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.

Προς Δ/ντή Προσωπικού και Δ/ντρια Εκπαίδευσης

Η εισήγησή σας για την αξιολόγηση του προσωπικού γίνεται δεκτή . Οι προαγωγές και τοποθετήσεις σε θέση ευθύνης και των 5 συνεργατών που προτείνετε, επίσης εγκρίνεται. Παρακαλώ να γίνει έγκαιρη ενημέρωση στους προτεινόμενους για προαγωγή και να ληφθεί μέριμνα για την αναλυτική και πλήρη εκπαίδευση τους στην λήψη των νέων τους καθηκόντων.

Σας ευχαριστώ για την συνεργασία.

Προς Δ/ντρια ποιοτικού ελέγχου και Διευθύντρια σχεδίασης προϊόντων

Η εισήγησή σας για την πρόταση δημιουργίας 2 νέων προϊόντων με βάση και την συμμόρφωση στα διεθνή πρότυπα γίνεται δεκτή. Να ληφθεί μέριμνα για αποτελεσματική συνεργασία με τα τμήματα παραγωγής- μάρκετινγκ και πωλήσεων για τον έγκαιρο προγραμματισμό της παραγωγής – διαφήμισης και προώθησής τους στην αγορά.

Σας ευχαριστώ για την συνεργασία.

Προς Δ/ντή προμηθειών

Η εισήγησή σας για την αναδιοργάνωση των αποθηκευτικών χώρων του εργοστασίου μας , σύμφωνα και με το εβδομαδιαίο πλάνο διανομής των προϊόντων μας, εγκρίνεται. Παρακαλώ βέβαια να υπάρχει συνεχής ενημέρωση του τμήματός σας, μετά και την κυκλοφορία των 2 νέων μας προϊόντων με τα υπόλοιπα τμήματα , για την απρόσκοπτη λειτουργία όλου του φάσματος των ενεργειών που περιλαμβάνονται στον κύκλο των προμηθειών.

Σας ευχαριστώ για την συνεργασία.

Προς Δ/ντή οικονομικών

Η εισήγησή σας για το επενδυτικό πλάνο της επιχείρησής μας για την τριετία 2016-2018 , κρίνεται εξαιρετική και σύμφωνη με τα οικονομικά δεδομένα που προβλέπονται από τις προοπτικές ανάπτυξης της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. Για οποιαδήποτε απρόβλεπτη εξέλιξη των οικονομικών μεγεθών σχετίζονται με το συγκεκριμένο πλάνο , παρακαλώ να επικοινωνήσετε άμεσα μαζί μου.

Σας ευχαριστώ για την συνεργασία.

Προς Δ/ντρια μάρκετινγκ και Δ/ντή πωλήσεων

Η εισήγησή σας για τον προγραμματισμό της διαφημιστικής καμπάνιας της επιχείρησής μας για την θερινή περίοδο, καθώς και η επέκταση του δικτύου πωλήσεων μας, κρίνεται απόλυτα ακριβής και εφικτή για τις δυνατότητες μας. Επόμενη ενέργειά σας είναι η πίστη και η αποφασιστικότητα που σας διακρίνει να μεταδοθεί και σ'ολο το προσωπικό των τμημάτων σας.

Σας ευχαριστώ για την συνεργασία.

Διευθυντής Προσωπικού



5β. Δημιουργία αγγελίας για πρόσληψη υψηλόβαθμου στελέχους .

Από την γαλακτοβιομηχανία ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. ζητείται Τεχνικός Βάρδιας Παραγωγής με τις παρακάτω προϋποθέσεις:

Καθημερινά καθήκοντα:

- ⊙ Να υποστηρίζει τεχνικά τις γραμμές παραγωγής του εργοστασίου
- ⊙ Άμεση επίλυση τεχνικών θεμάτων – βλαβών
- ⊙ Συμμετοχή στις περιοδικές εργασίες προληπτικής συντήρησης

Απαιτήσεις

Προσόντα :

- ⊙ Πτυχίο Α.Ε.Ι. ή Τ.Ε.Ι κατεύθυνσης Μηχανολόγου, Ηλεκτρολόγου, Ηλεκτρονικού Μηχανικού
- ⊙ Επιθυμητή προϋπηρεσία σε αντίστοιχη θέση σε βιομηχανική παραγωγή
- ⊙ Επιθυμητή γνώση Η/Υ
- ⊙ Γνώση Αγγλικών
- ⊙ Από 28 έως 40 ετών
- ⊙ Απαραίτητη δυνατότητα εργασίας σε κυλιόμενο ωράριο (3 βάρδιες)

Προσφέρονται :

- ⊙ Αποδοχές ανάλογων προσόντων και εξειδικευμένη εκπαίδευση
- ⊙ Η αίτηση θα γίνεται αποδεκτή μόνο με πλήρη στοιχεία και με κωδικό TS 01/15 και με αποστολή βιογραφικού στο email : info@asproulis.gr

Διευθύντρια Εκπαίδευσης



5γ. Διοργάνωση ημερίδας με θέμα «Διαχείριση Αποβλήτων Γαλακτοβιομηχανιών» στην επιχείρηση μας

Στις 30 Ιανουαρίου 2015 , ημέρα Παρασκευή και ώρα 7.00μ.μ. ο «ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.» διοργάνωσε στην αίθουσα διαλέξεων του ημερίδα με θέμα «Διαχείριση Αποβλήτων Γαλακτοβιομηχανιών» με ομιλήτρια την τεχνικό περιβάλλοντος της επιχείρησης μας κ.Γκιώνη Παναγιώτα. Προηγήθηκε σύντομος χαιρετισμός από τον γενικό Διευθυντή της επιχείρησης μας κ. Μουκαντεμίδη Αχιλλέα . Ακολούθησε συζήτηση για το σημαντικό αυτό θέμα, όπου οι παρευρισκόμενοι τοποθετήθηκαν στην εισήγηση που έγινε και ακολούθησε και μία μικρή δεξίωση.

Τα κυριότερα σημεία και συμπεράσματα που εξήχθησαν περιγράφονται παρακάτω:

Τα απόβλητα της βιομηχανίας παραγωγής γάλακτος αποτελούν σήμερα μια αρκετά μεγάλη κατηγορία αποβλήτων στην Ελλάδα. Ως εκ τούτου είναι σημαντικό τα απόβλητα αυτά να διαχειρίζονται με ορθολογικό τρόπο για την αποφυγή δυσμενών περιβαλλοντικών επιπτώσεων, καθώς και τυχόν επακόλουθων κινδύνων για την ανθρώπινη υγεία. Όταν πρόκειται για νέα εγκατάσταση και σύμφωνα με τον περί Εκτίμησης των Επιπτώσεων στο Περιβάλλον από Ορισμένα Έργα Νόμο , οι γαλακτοβιομηχανίες εμπίπτουν στην κατηγορία των βιομηχανιών τροφίμων όπου θα πρέπει να υποβάλουν εκτός των άλλων και Προκαταρκτική Έκθεση Επιπτώσεων στο Περιβάλλον.

Για υφιστάμενες εγκαταστάσεις, η διαχείριση των υγρών αποβλήτων των γαλακτοβιομηχανιών γίνεται με τρόπο που να μην θέτει σε κίνδυνο την ανθρώπινη υγεία και δεν βλάπτει το περιβάλλον όπως τα νερά και το έδαφος σύμφωνα και με τους περί Ελέγχου της Ρύπανσης των Νερών Νόμων του 2002 μέχρι 2009. Απαγορεύεται οποιαδήποτε απόρριψη, εναπόθεση ή διάθεση τους σε ρυάκια και επιφανειακά νερά, σε κοίτες ποταμών, στο έδαφος ή σε υπεδαφικούς λάκκους όπου μπορεί να προκληθεί ρύπανση στα νερά ή στο έδαφος. Ο Φορέας Εκμετάλλευσης είναι υποχρεωμένος να διασφαλίσει Άδεια Απόρριψης Αποβλήτων η οποία χορηγείται από τον Υπουργείο Ανάπτυξης.

Τα υγρά απόβλητα που προκύπτουν από την παραγωγική διαδικασία επεξεργασίας γάλακτος είναι κατά κύριο λόγο ο ορρός γάλακτος, τα απόβλητα άλμης και τα ξεπλύματα από χώρους παραγωγής. Ο ορρός γάλακτος και τα απόβλητα άλμης θα πρέπει να αποθηκεύονται σε κατάλληλη στεγανή δεξαμενή και στη συνέχεια να διατίθενται σε κτηνοτροφικές μονάδες για χρήση του ως υγρή τροφή.

Τα υγρά απόβλητα μιας γαλακτοβιομηχανίας, όπως τα ξεπλύματα της παραγωγικής διαδικασίας, θα πρέπει λόγω του υψηλού φορτίου που περιέχουν να αποθηκεύονται αρχικά σε στεγανή δεξαμενή και στη συνέχεια να διατίθενται για επεξεργασία σε αδειοδοτημένη μονάδα επεξεργασίας υγρών αποβλήτων ιδιόκτητη ή μη. Τα απόβλητα αυτά, θα πρέπει να τύχουν κατάλληλης επεξεργασίας, για αφαίρεση των στερεών, λιπών και μείωση του οργανικού και μικροβιολογικού φορτίου.

Τα επεξεργασμένα υγρά απόβλητα μπορούν να διατίθενται για άρδευση αγροτεμαχίων σύμφωνα με τον Κώδικα Ορθής Γεωργικής Πρακτικής, ο οποίος αναφέρεται στη χρήση του ανακυκλωμένου νερού για σκοπούς άρδευσης. Τα εσχαρίσματα, τα απόβλητα που συλλέγονται στις λιποπαγίδες καθώς και άλλα στερεά υλικά τα οποία αφαιρούνται κατά την προ-επεξεργασία, πρέπει να μεταφέρονται σε εγκεκριμένο χώρο διαχείρισης ή απόρριψης. Η υγρή λάσπη που παράγεται κατά τη βιολογική επεξεργασία των αποβλήτων θα πρέπει είτε να τυγχάνει κατάλληλης επεξεργασίας και στη συνέχεια να διατίθεται ως εδαφοβελτιωτικό είτε να μεταφέρεται σε αδειοδοτημένη εγκατάσταση επεξεργασίας και διάθεσης της.

Όλες οι υφιστάμενες εγκαταστάσεις επεξεργασίας γάλακτος είναι υποχρεωμένες να λαμβάνουν όλα τα μέτρα και να διαχειρίζονται με τέτοιο τρόπο τα απόβλητα της εγκατάστασης ώστε να τηρούνται οι περί Ελέγχου της Ρύπανσης των Νερών Νόμοι και να διασφαλίζεται η προστασία του περιβάλλοντος και η ανθρώπινη υγεία.

Διευθυντής Οικονομικών



5δ. Δημιουργία τιμοκαταλόγου επιχείρησης

ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ 2015

ΟΝΟΜΑΣΙΑ - ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟ
Ολόφρεσκο γάλα - 1 λίτρο	0,92 €
Ο σοκολατούλης - 450 γραμ.	0,76 €
Συμπυκνωμένο γάλα 100% - 400γρ.	0,70 €

Στις τιμές δεν συμπεριλαμβάνεται Φ.Π.Α.

Διευθυντής Δημοσίων σχέσεων



48

5ε. Οι πρόσφατες κοινωνικές μας δράσεις

Η κοινωνική δράση της επιχείρησης «Ασπρούλης Α.Ε.» αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της της φιλοσοφίας της, αφού η εταιρεία επιτελεί σημαντικό κοινωνικό, πολιτιστικό και φιλανθρωπικό έργο τόσο στις τοπικές κοινωνίες όσο και πανελλαδικά. Οι 2 πρόσφατες κοινωνικές μας δράσεις ήταν οι εξής Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. βραβεύει τα παιδιά της! 06/10/2014

Μια ζεστή οικογενειακή γιορτή διοργάνωσε η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., για να τιμήσει τα παιδιά των εργαζομένων της που πέτυχαν στις Γενικές Εξετάσεις του 2014 και έτσι θα φοιτήσουν σε κάποιο από τα Ανώτατα ή Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα της χώρας. Ο Δ/νων Σύμβουλος της εταιρείας, κ. Μουκαντεμίδης Αχιλλέας, συνεχάρη προσωπικά και τους 32 επιτυχόντες και τους βράβευσε με χρηματικό έπαθλο 1000€ και αναμνηστικό έπαινο. Απευθυνόμενος στα παιδιά που βραβεύτηκαν τόνισε μεταξύ άλλων: «Είστε μέλη της μεγάλης οικογένειας της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. και θα ήθελα να σας μιλήσω σαν πατέρας, αφού και η κόρη μου ήταν στη δική σας θέση 2-3 χρόνια πριν. Μπαίνετε στην καλύτερη περίοδο της ζωής σας και να την απολαύσετε όσο μπορείτε, αλλά μη θεωρήσετε το πτυχίο ως το τέλος μιας διαδρομής. Αυτό είναι μόλις η αρχή του ταξιδιού. Επιτρέψτε μου να αισθανθώ κι εγώ συγκίνηση και περηφάνια μαζί με τους γονείς σας, γιατί είστε παιδιά μου.»

Ο θεσμός της βράβευσης των παιδιών των εργαζομένων μετράει ήδη 4 χρόνια στη ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. και αυτό αποδεικνύει τη διαρκή προτεραιότητα που δίνει η εταιρεία στη στήριξη του ανθρώπινου δυναμικού Στηρίζουμε το Χαμόγελο του Παιδιού - 24/11/2014

Για άλλη μια φορά η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. βρίσκεται δίπλα στο Χαμόγελο του Παιδιού και συνεισφέρει στους σκοπούς του φορέα.

Η τελευταία τους σύμπραξη αφορά το 1ο μεγάλο Ποδοσφαιρικό Τουρνουά που διοργανώθηκε στο στάδιο Νεαπόλεως στην Νίκαια 23 και 24 Νοεμβρίου με συμμετοχή ομάδων μαθητών, Ακαδημιών και παλαιμάχων ποδοσφαιριστών των ομάδων της περιοχής του Πειραιά.. Ο στόχος της συγκεκριμένης διοργάνωσης ήταν η ευαισθητοποίηση μαθητών και πολιτών σχετικά με το πολύπλευρο έργο που πραγματοποιεί ο συγκεκριμένος εθελοντικός φορέας και η οικονομική στήριξη των δράσεών του.

Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. με τη συμμετοχή της στη δράση αυτή ενδυναμώνει ακόμη περισσότερο την συνεργασία της με το Χαμόγελο του Παιδιού, αφού εδώ και 2 χρόνια έχει αναλάβει την καθημερινή χορηγία φρέσκου γάλακτος στις εγκαταστάσεις του σόλο τον Νομό Αττικής . Έτσι φροντίζουμε για τη σωστή διατροφή των παιδιών που φιλοξενούνται στο σπίτι του χαμόγελου στο Μοσχάτο και βοηθάμε το Χαμόγελο του Παιδιού να συνεχίσει απρόσκοπτα το έργο του.

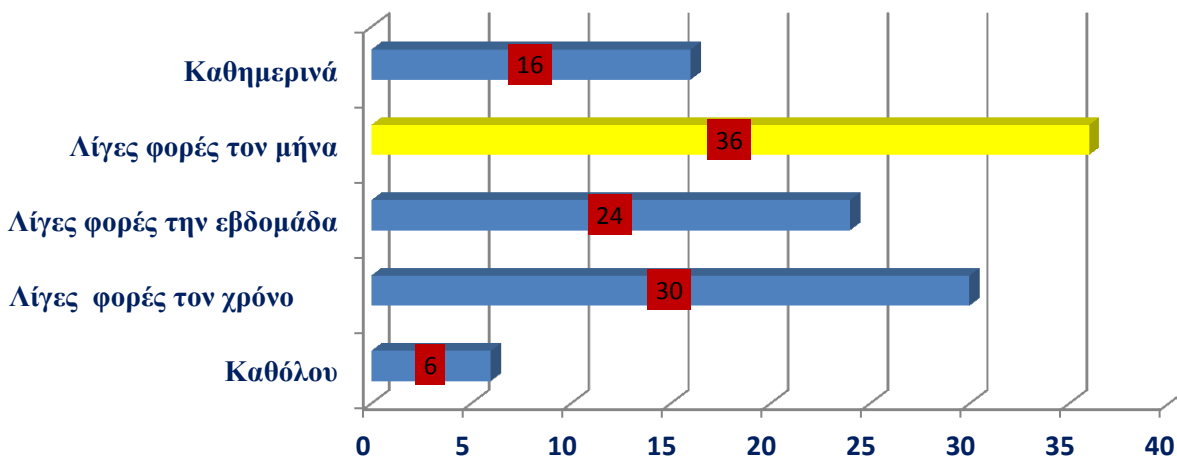
Διευθύντρια

Μάρκετινγκ

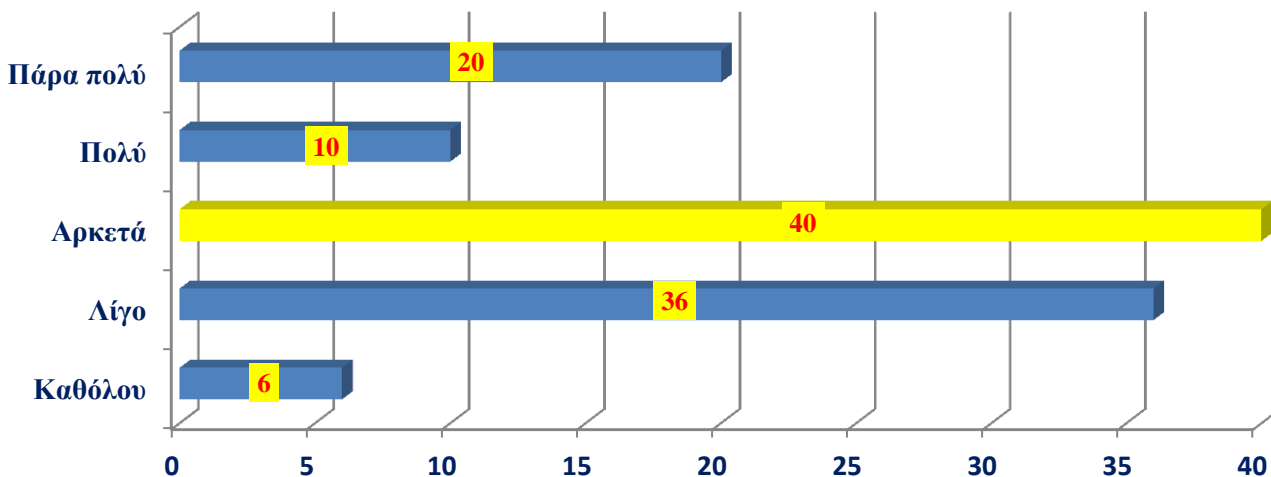


5στ. Επεξεργασία και αποτελέσματα έρευνας αγοράς

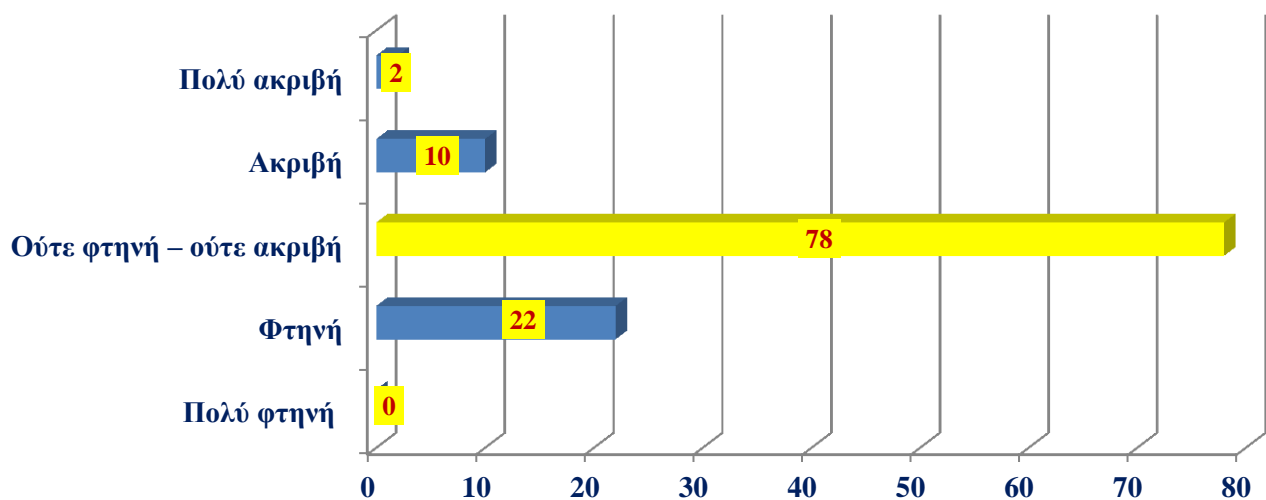
1. Πόσο συχνά καταναλώνετε σοκολατούχο γάλα



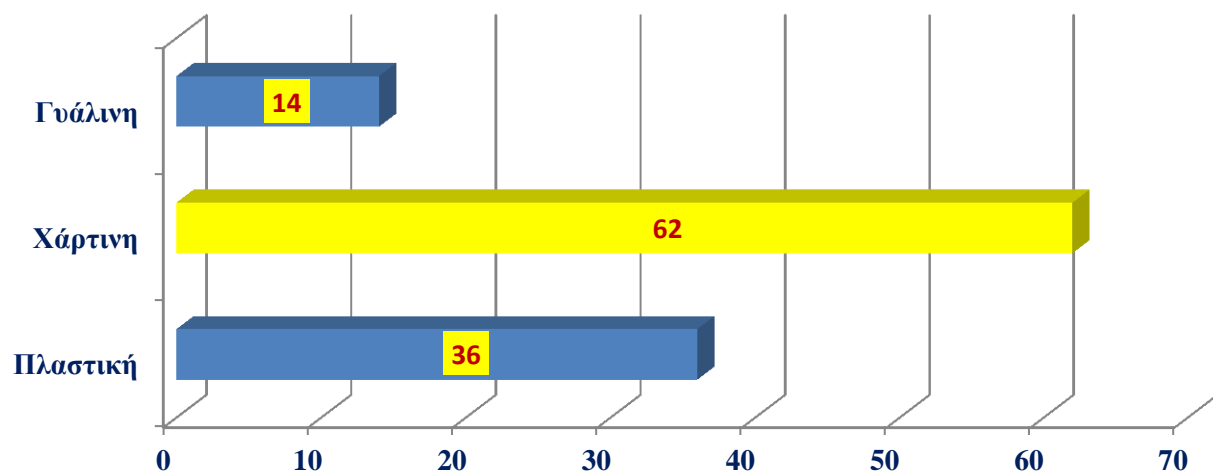
2. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής είναι η Τιμή για την αγορά ενός παιδικού γάλακτος;



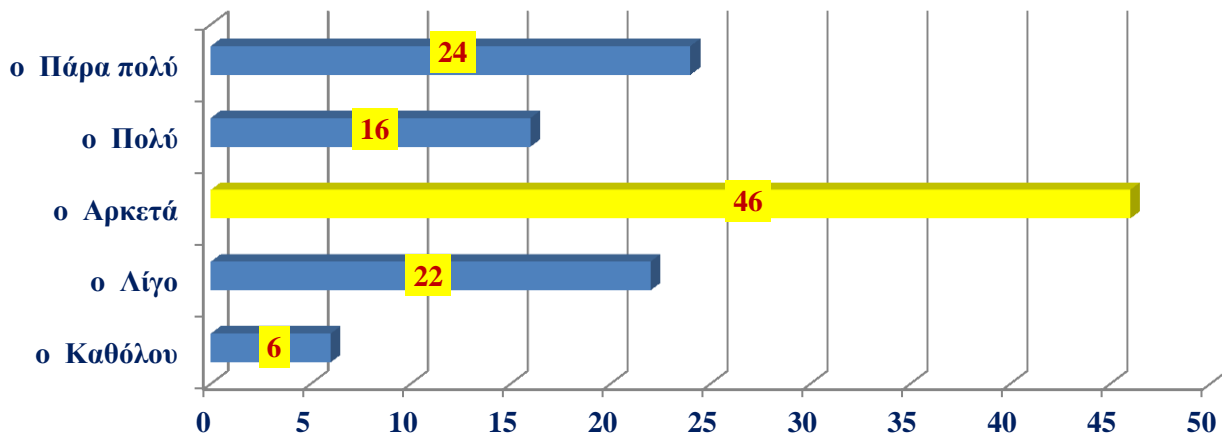
3. Πως χαρακτηρίζετε την τιμή των παιδικών γαλάτων ;



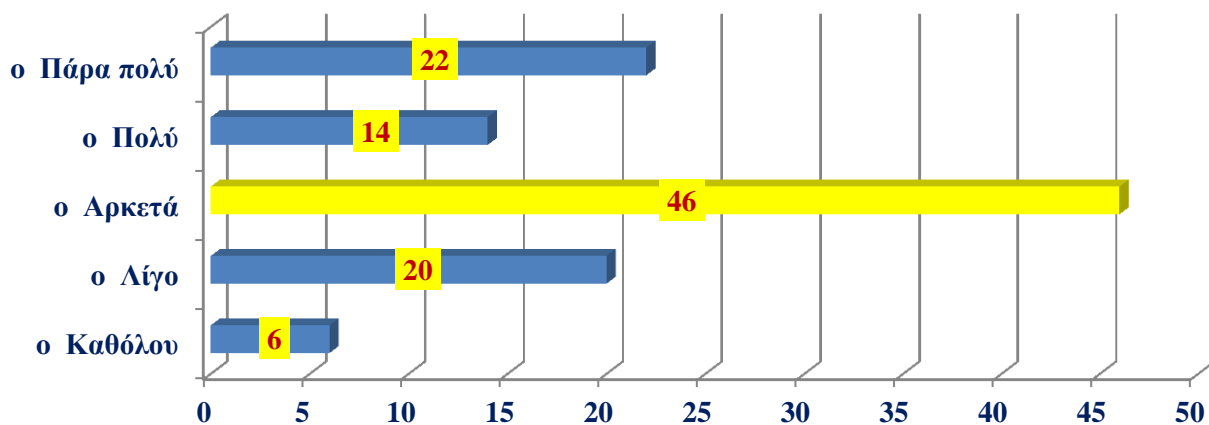
4. Ποια Συσκευασία προτιμάτε κατά την αγορά ενός παιδικού γάλακτος;



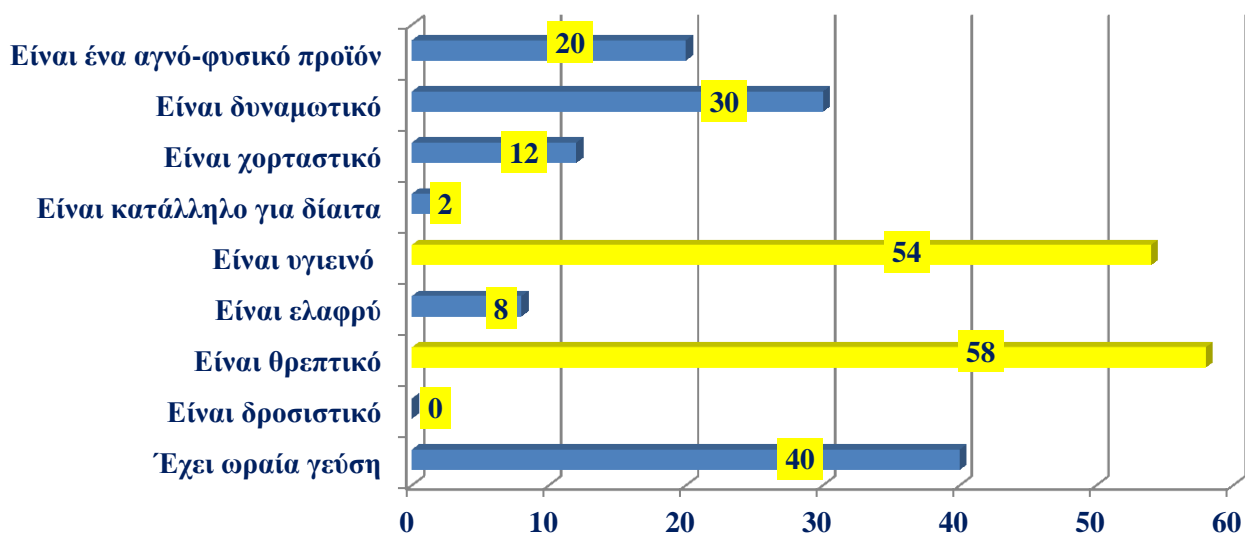
5. Πόσο σημαντικό είναι για την αγορά ενός παιδικού γάλακτος η Μάρκα του;



6. Πόσο σημαντικό κριτήριο αγοράς παιδικού γάλακτος είναι οι Προσφορές που προτείνονται στους καταναλωτές ;



7. Ποιοι 2 από τους παρακάτω λόγους κρίνεται σημαντικούς για την αγορά ενός παιδικού γάλακτος;



Διευθυντής
Πωλήσεων



57. Δημιουργία τιμολογίου πωλήσεων επιχείρησης

52



Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Ηπικάκη 40 - Αγ.Ι.Ρέντης - Τ.Κ. 152 3
ΤΗΛ.2104821220-3 email: info@asproulis.gr
www.asproulis.gr

Χρέωση σε:	OK MARKET	Τηλέφωνο:	2102720680	Αρ. τιμολογίου:	34901
Διεύθυνση:	17ης Νοεμβρίου 1973 Μελίσσια Αττικής	Φαξ:	2102720681	Ημερομηνία τιμολογίου:	19/5/2015
Ημερομηνία	Περιγραφή	Ποσότητα	Τιμή μονάδας	Έκπτωση	Σύνολο
19/5/2015	Ολόφρεσκο γάλα	70	0,92 €	0	64,40 €
19/5/2015	Σοκολατούλης	50	0,76 €	0	38,00 €
19/5/2015	Συμπυκνωμένο γάλα 100%	40	0,70 €	0	28,00 €
Μερικό σύνολο τιμολογίου					130,40 €

Επαφή: Γιώργος Μαυρίδης

Διευθυντής Παραγωγής



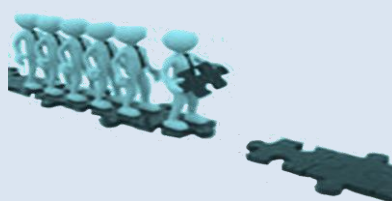
5η. Οι εγκαταστάσεις μας και οι συνθήκες παραγωγής του γάλακτος.

Η εταιρία μας παράγει τα προϊόντα της στο υπερσύγχρονο εργοστάσιό της στο Αγ.Ι.Ρέντη. Έχει έκταση 16, 5 στρέμματα και 5 σιλό χωρητικότητας 240 τόνων το ένα και 4 δεξαμενές χωρητικότητας 30 τόνων η κάθε μία. Οι σωληνώσεις του ξεπερνούν τα 38 χιλιόμετρα. Περιλαμβάνει 4 μηχανήματα ομογενοποίησης – 5 γραμμές παστερίωσης και 10 γραμμές εμφιάλωσης.

Οι συνθήκες παραγωγής του γάλακτος γίνονται σε απόλυτα ιδανικές συνθήκες υγιεινής με σταθερό σύστημα ψύξης του γάλακτος στους 2° C. Εκεί το γάλα παστεριώνεται στους 72°- 79° C , ενώ ήδη το μικροβιακό του φορτίο έχει μειωθεί από τις υψηλής τεχνολογίας εγκαταστάσεις που υπάρχουν στους σταθμούς συλλογής της επιχείρησής μας. Μ' αυτό πετυχαίνουμε την μεγαλύτερη διάρκεια ζωής του , μετά την εμφιάλωσή του.

Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. λαμβάνει μέριμνα επίσης να διατηρεί το φρέσκο γάλα σε χαμηλές θερμοκρασίες. Η ψυκτική μας αλυσίδα ξεκινά από την στιγμή που το γάλα αρμέγεται. Η θερμοκρασία του αυτόματα διαμορφώνεται στους 2-4° C , η οποία και διατηρείται σταθερή σε όλη τη διαδικασία μέχρι να φθάσει στους καταναλωτές. Μ' αυτόν τον τρόπο εμποδίζεται η ανάπτυξη μικροοργανισμών στο γάλα και επιτυγχάνεται και διατηρείται ένα απόλυτα ασφαλές και υγιεινό φρέσκο γάλα.

Διευθύντρια Σχεδίασης προϊόντων



5θ. Προτάσεις για την βελτίωση των συσκευασιών φρέσκου γάλακτος

Ορισμένες προτάσεις που θα μπορούσαν να συνεισφέρουν στην βελτίωση των συσκευασιών του φρέσκου γάλακτος είναι οι εξής :

- ⊙ Η αύξηση της ανθεκτικότητας της χάρτινης συσκευασίας με την δημιουργία πιο γερής βάσης ώστε αν βραχεί να μην σκίζεται και έτσι να πετύχουμε αποφυγή διαρροών του γάλακτος.
- ⊙ Οι εταιρείες παραγωγής συσκευασιών για το φρέσκο γάλα μπορούν να βελτιώσουν το σχήμα της πλαστικής συσκευασίας για πιο εύκολη αποθήκευση και μεταφορά του.
- ⊙ Να χρησιμοποιούνται υλικά συσκευασίας που να είναι φιλικά προς το περιβάλλον και προς την ανακύκλωση , χωρίς να αποτελούνται από πολλά στρώματα διαφορετικών υλικών.

Η πλαστική συσκευασία φαίνεται πως είναι αρκετά «παρεξηγημένη» και αυτό γιατί είναι η μόνη που φτιάχνεται από ένα μόνο υλικό. Επιπλέον, η χάρτινη συσκευασία δεν είναι πανάκεια για το περιβάλλον, καθώς και η μέθοδος της ανακύκλωσης δεν είναι πάντοτε αποτελεσματική και ούτε χρησιμοποιείται για το σύνολο των χάρτινων συσκευασιών.

Το ποσοστό των ανακυκλωμένων συσκευασιών θα μπορούσε να αυξηθεί στην Ελλάδα και αφού υπάρχουν οι κατάλληλες εγκαταστάσεις, πρέπει να αξιοποιηθούν.

Η τάση για διαχωρισμό των υλικών – γυαλί, πλαστικό και χαρτί – σε ειδικούς κάδους, πρέπει να υποστηριχθεί και αξιοποιηθεί.

Διευθυντής Προμηθειών



51. Ρόλοι και αρμοδιότητες στους αποθηκευτικούς χώρους

Γενικά, διακρίνουμε δύο κύριους ρόλους σε μία αποθήκη: τον υπεύθυνο αποθήκης και τον αποθηκάριο.

Οι αρμοδιότητες του υπεύθυνου αποθήκης προκύπτουν από τους κύριους στόχους της διεύθυνση προμηθειών, δηλαδή την ελαχιστοποίηση του συνολικού κόστους λειτουργίας της αποθήκης με την ταυτόχρονη παροχή του υψηλότερου δυνατού επιπέδου εξυπηρέτησης στους πελάτες της επιχείρησης. Συνεπώς, ο υπεύθυνος αποθήκης επιδιώκει να εξασφαλίζει τους σχετικούς ανθρώπινους και κεφαλαιακούς πόρους για την εκτέλεση των καθημερινών εργασιών, να ικανοποιεί τις απαιτήσεις των διαφόρων επιστασιών, διευθύνσεων ή τμημάτων της επιχείρησης παραλαμβάνοντας και αποστέλλοντας τα προϊόντα που απαιτούνται και τέλος να σχεδιάζει, να επιβλέπει και να αξιοποιεί τους διαθέσιμους πόρους για να παράγει συνεχώς μια αποτελεσματική υπηρεσία με χαμηλό λειτουργικό κόστος.

Επιπρόσθετα, ο υπεύθυνος μιας αποθήκης είναι υπεύθυνος για τα εξής :

- ⊙ Αποτελεσματική χρήση και αξιοποίηση του διαθέσιμου ανθρώπινου δυναμικού, των μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού, και του διαθέσιμου χώρου
- ⊙ Αποτελεσματική διαχείριση του όγκου των προϊόντων που παραλαμβάνει, αποθηκεύει και αποστέλλει
- ⊙ Διατήρηση συστημάτων διοίκησης και ελέγχου όλων των εργασιών της αποθήκης
- ⊙ Φύλαξη και διατήρηση της ποιότητας και της ποσότητας (άρα και της αξίας) των προϊόντων που παραλαμβάνει
- ⊙ Εξασφάλιση της ασφάλειας των εργαζομένων και της αποφυγής ατυχημάτων.

Στις γενικές αρμοδιότητες των αποθηκάρων περιλαμβάνονται τα εξής: αρχικά, οι αποθηκάριοι πρέπει να μεριμνούν για την έγκαιρη παραλαβή όλων των προμηθευόμενων υλικών από τις αρμόδιες επιτροπές και για την εισαγωγή τους στην αποθήκη ή κατά περίπτωση, για την απευθείας παράδοση αυτών στις υπηρεσίες, να καταρτίζουν τα πρωτόκολλα παραλαβής (υλικών) και να φροντίζουν για την υπογραφή τους από τους αρμόδιους, να διαχειρίζονται όλα τα υλικά της αποθήκης, να τηρούν βιβλία δοσοληψίας (χρεωπίστωσης) υλικών ή να ενημερώνουν τις αντίστοιχες καρτέλες υλικών, για τις μεταξύ των αποθηκών και των διαφόρων υπηρεσιών δοσοληψίες, να ενημερώνουν το αντίστοιχο αρχείο με το οποίο θα ελέγχουν τη χρέωση των προμηθευόμενων υλικών. Επίσης, στα καθήκοντα των αποθηκάρων περιλαμβάνονται τα εξής:

- ⊙ Εύρυθμη λειτουργία της αποθήκης.
- ⊙ Σωστή διαχείριση των αποθεμάτων των πελατών σύμφωνα με τις υποδείξεις του Υπεύθυνου Logistics.
- ⊙ Εκπαίδευση νέων αποθηκάρων στις διαδικασίες αποθήκευσης.
- ⊙ Τήρηση κανόνων υγιεινής και ασφάλειας από το προσωπικό της αποθήκης.
- ⊙ Καθαριότητα αποθηκών.
- ⊙ Σωστή κατανομή του προσωπικού στις εργασίες, σύμφωνα με την ημερήσια κίνηση του κάθε πελάτη.

- ⊙ Συντονισμός των εργασιών στις αποθήκες σε συνεργασία με τον Υπεύθυνο Logistics.
- ⊙ Σωστή κατανομή των παραλαβών στους κατάλληλους χώρους της αποθήκης.
- ⊙ Επίβλεψη του προσωπικού για τη σωστή διεκπεραίωση των εργασιών
- ⊙ Συνεχής παρακολούθηση των εργασιών στην αποθήκη
- ⊙ Αξιολόγηση προσωπικού.

Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση των αποφάσεων που καλείται να πάρουν οι υπεύθυνοι αποθήκης πρέπει να τονιστεί ότι κάθε απόφαση τους σχετίζεται άμεσα με τις υπόλοιπες. Τις επηρεάζουν και επηρεάζονται από αυτές. Η αποθήκη μπορεί να θεωρηθεί ως ένα δυναμικό και ανοικτό σύστημα που επηρεάζεται από το περιβάλλον και το επηρεάζει ταυτόχρονα.

Επίσης, στην αποθήκη ισχύει η συστημική προσέγγιση όπου κάθε τμήμα της αποτελεί από μόνο του ένα υποσύστημα. Δεν μας ενδιαφέρει η υψηλή απόδοση και αποτελεσματικότητα κάθε τμήματος / λειτουργικού χώρου ξεχωριστά αλλά ο συντονισμός των υποσυστημάτων / λειτουργικών μερών της αποθήκης για την επίτευξη των στόχων του συστήματος προμηθειών και κατ' επέκταση των στόχων της επιχείρησης.

Διευθύντρια

Ποιοτικού

Ελέγχου



5ια. Το Εργαστήριο Μοριακής Μικροβιολογίας μας

Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. διαθέτει Εργαστήριο Μοριακής Μικροβιολογίας, το οποίο είναι και το μοναδικό σε γαλακτοβιομηχανία στην Ελλάδα. Το εργαστήριο αυτό αναπτύσσει και εφαρμόζει καινοτόμες μεθόδους μοριακής μικροβιολογίας στα εργοστάσια του κλάδου, με στόχο τη βελτίωση της μικροβιολογικής ασφάλειας των προϊόντων. Επίσης, αναλύονται σε ελάχιστο χρόνο, με την χρήση μηχανημάτων τελευταίας τεχνολογίας, παρτίδες προϊόντων για εντοπισμό μικροβιολογικών εκτροπών, μείωση καταστροφών, μείωση παραπόνων.

Πραγματοποιούνται με ταχείες μεθόδους ταυτοποιήσεις μικροοργανισμών σε επίπεδο είδους, δημιουργώντας έτσι μια μοναδική τράπεζα με μικροσκοπικές φωτογραφίες μικροοργανισμών όλων των κατηγοριών καθώς και ταυτοποιήσεις εντόμων με τεχνολογία DNA. Επιπλέον, αναλύονται δεκάδες δείγματα για παρουσία/απουσία γενετικά τροποποιημένων οργανισμών, εξασφαλίζοντας απουσία σε όλα τα στάδια από τη ζωοτροφή έως το τελικό προϊόν.

Το προσωπικό του εργαστηρίου συμμετέχει σε επιστημονικά προγράμματα, μαζί με την πανεπιστημιακή κοινότητα, εξασφαλίζοντας τεχνογνωσία και καινοτομία για την εταιρεία, η οποία και μεταφέρεται στα στελέχη των Ποιοτικών Ελέγχων των Εργοστασίων αλλά και στους υπόλοιπους εργαζομένους μέσω τακτικών εκπαιδεύσεων. Μεγάλη σπουδαιότητα δίνεται και στη βασική έρευνα δημιουργώντας νέα γνώση στο χώρο της επιστήμης τροφίμων η οποία και δημοσιεύεται σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά και παρουσιάζεται σε ελληνικά και παγκόσμια συνέδρια.

Τα παραπάνω, σε συνδυασμό με εφαρμογές που συνεχίζουν να αναπτύσσονται, αποτελούν σημαντική συνεισφορά στη συνεχή προσπάθεια του κλάδου για βελτίωση της μικροβιολογικής ποιότητας των προϊόντων που είναι και δέσμευση του ΑΣΠΡΟΥΛΗ απέναντι στους καταναλωτές. Παράλληλα, φαίνονται τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει μία εταιρεία εισάγοντας και αξιοποιώντας σύγχρονες τεχνολογίες και τεχνογνωσία, έχοντας πάντα ως γνώμονα την ασφάλεια και την ποιότητα των προϊόντων της.

Διευθυντής Υγιεινής και Ασφάλειας



5ιβ. Υπηρεσίες ιατρού εργασίας

Στις επιχειρήσεις που απασχολούν εν γένει 50 και άνω εργαζόμενους ο εργοδότης έχει την υποχρέωση να χρησιμοποιεί πέραν των υπηρεσιών του τεχνικού ασφάλειας και τις υπηρεσίες ιατρού εργασίας (ΙΕ).

Η προβλεπόμενη βεβαίωση καταλληλότητας των εργαζομένων για συγκεκριμένη θέση εργασίας εκδίδεται από τον ιατρό εργασίας της επιχείρησης ο οποίος προβαίνει σε ιατρικό έλεγχο των εργαζομένων, σχετικό με τη θέση εργασίας τους μετά την πρόσληψή τους ή την αλλαγή θέσης εργασίας καθώς και σε περιοδικό ιατρικό έλεγχο κατά την κρίση του επιθεωρητή εργασίας ύστερα από αίτημα μετά από διαβούλευση με την Επιτροπή Υγείας και Ασφάλειας των Εργαζομένων (ΕΥΑΕ) όταν αυτό δεν ορίζεται από το νόμο.

Επίσης ο ιατρός εργασίας μεριμνά για την διενέργεια ιατρικών εξετάσεων και μετρήσεων παραγόντων του εργασιακού περιβάλλοντος, σε εφαρμογή των διατάξεων που ισχύουν κάθε φορά ενώ εκτιμά την καταλληλότητα των εργαζομένων για τη συγκεκριμένη εργασία, αξιολογεί και καταχωρεί τα αποτελέσματα των εξετάσεων, εκδίδει βεβαίωση των παραπάνω εκτιμήσεων και την κοινοποιεί στον εργοδότη.

Το περιεχόμενο της βεβαίωσης πρέπει να εξασφαλίζει το ιατρικό απόρρητο υπέρ του εργαζόμενου και να μπορεί να ελεγχθεί από τους υγειονομικούς επιθεωρητές εργασίας του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Πρόνοιας.

Επίσης στις υποχρεώσεις εργαζομένων περιλαμβάνεται ότι αυτοί δεν μπορούν να φέρουν στο χώρο εργασίας ή να πίνουν οινοπνευματώδη ποτά κατά τη διάρκεια της εργασίας περιλαμβανομένων και των διαλειμμάτων.

Άλλες διατάξεις για τη χρήση αλκοόλ, τοξικών ουσιών και φαρμάκων προβλέπουν ότι επανεκτίμηση της καταλληλότητας του εργαζόμενου γίνεται μετά από ενδεχόμενη αλλαγή θέσης εργασίας ή σε συνάρτηση με τις ιατρικές εξετάσεις μετά από ιατρικό έλεγχο.

Σε κάθε περίπτωση τηρούνται τα προβλεπόμενα που αφορούν το ιατρικό απόρρητο και την προστασία των προσωπικών δεδομένων σε συνδυασμό με τις διατάξεις του Κώδικα Ιατρικής Δεοντολογίας.

Επίσης μετά την πρόσληψη και προ της τοποθέτησης σε θέση εργασίας, κάθε εργαζόμενος θα πρέπει με ευθύνη του άμεσου εργοδότη του να δει τον ιατρό εργασίας της επιχείρησης.

Ο ιατρός εργασίας θα πρέπει, για να κρίνει την καταλληλότητα του εργαζόμενου για συγκεκριμένη θέση εργασίας, να λαμβάνει πλήρες αναμνηστικό (γενικό, εργασίας, ενοχλήματα). Ο ιατρός εργασίας θα πρέπει σε κάθε εργαζόμενο και πριν την τοποθέτησή του σε θέση εργασίας να κάνει πλήρη κλινική εξέταση και να τον παραπέμπει για τις παρακάτω εξετάσεις:

Πέραν αυτών, για εργαζόμενους που εκτίθενται σε συγκεκριμένους φυσικούς ή χημικούς παράγοντες ισχύουν τα προβλεπόμενα από τις σχετικές διατάξεις.

Ο ιατρός εργασίας δύναται κατά την κρίση του να παραπέμπει τους εργαζόμενους για συχνότερες ή για άλλες ειδικές εξετάσεις.

Οι παραπάνω εξετάσεις επαναλαμβάνονται ανά διετία και οι δαπάνες βαρύνουν αποκλειστικά τον κάθε εργοδότη.

Η έλλειψη ιατρού εργασίας δεν απαλλάσσει τον κάθε εργοδότη από την υποχρέωση εφαρμογής των παραπάνω.

Τα συμπεράσματα που αναφέρει η εγκύκλιος σχετικά με την νομοθεσία είναι τα παρακάτω:

⊙ Οι προβλέψεις της νομοθεσίας για την ασφάλεια και την υγεία των εργαζομένων σκοπό έχουν την πρόληψη και την προστασία από τον επαγγελματικό κίνδυνο, ως προς όλες τις πτυχές της εργασίας, των εργαζομένων αλλά ακόμα και τρίτων που βρίσκονται στο χώρο εργασίας.

⊙ Η υποχρέωση λήψης όλων των απαραίτητων μέτρων υπάγεται στον εργοδότη.

Παράλληλα από τη νομοθεσία προσδιορίζονται και οι αρμοδιότητες – υποχρεώσεις των άλλων παραγόντων της παραγωγικής διαδικασίας όπως του τεχνικού ασφάλειας, του ιατρού εργασίας, των εργαζομένων.

Η ίδια η νομοθεσία για την αποτελεσματική προστασία των εργαζομένων προβλέπει την ύπαρξη και άλλων θεσμών όπως η Επιτροπή Υγείας και Ασφάλειας των Εργαζομένων

Η διενέργεια ιατρικών εξετάσεων σύμφωνα με τη νομοθεσία ή κατά την κρίση του ΙΕ ή του επιθεωρητή εργασίας ή μετά από αίτημα της Ε.Υ.Α.Ε. είναι απαραίτητη προκειμένου να υπάρχει πλήρης εικόνα της κατάστασης της υγείας των εργαζομένων και της διαπίστωσης της ικανότητάς τους κατά περίπτωση να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της θέσης εργασίας τους.

Ειδικότερα για την επίβλεψη της υγείας των εργαζομένων πέραν της γενικής πρόβλεψης για την προστασία προσωπικών δεδομένων που αφορά το σύνολο των πολιτών ισχύει και το ιατρικό απόρρητο παράλληλα με την αρχή του σεβασμού του ατόμου και την αρχή της τήρησης διακριτικότητας και την προστασία του δημοσίου συμφέροντος.

Ο σκοπός όπως προαναφέρθηκε είναι ένας και μοναδικός:

Η λήψη όλων των απαραίτητων μέτρων για την αποτελεσματική προστασία των εργαζομένων

Για την επίτευξη του σκοπού αυτού πρέπει να συμβάλλουν στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων και υποχρεώσεών τους όλοι οι εμπλεκόμενοι με θετικό πνεύμα και την απαραίτητη συνεργασία.

Η νομοθεσία δεν προβλέπει ρητές ρυθμίσεις στην ενδεχόμενη περίπτωση κατά την οποία εργαζόμενος αρνείται να προβεί στη διενέργεια ιατρικών εξετάσεων.

Εν τούτοις υπάρχουν περιπτώσεις όπου λόγω της φύσης των εργασιών ή του αυξημένου επαγγελματικού κινδύνου όπως αυτός προκύπτει και από την εκτίμηση κινδύνου η μη διενέργεια ιατρικών εξετάσεων μπορεί να μην επιτρέπει την έκδοση βεβαίωσης καταλληλότητας οπότε ως φυσικό επακόλουθο δεν μπορούν να ανατεθούν καθήκοντα σε εργαζόμενους για συγκεκριμένες θέσεις εργασίας ή συγκεκριμένες εργασίες.

Εργαζόμενος σε «δύσκολες ή ευαίσθητες» θέσεις εργασίας ο οποίος δεν διαθέτει, έστω και προσωρινά, την «ικανότητα» να εργάζεται με ασφάλεια, ενδεχόμενα προκαλεί κίνδυνο για τον ίδιο αλλά και για άλλους εργαζόμενους ή και τρίτους στο χώρο εργασίας (ως χώρος εργασίας νοείται όπου βρίσκεται ο εργαζόμενος εξαιτίας της εργασίας του).

Διευθυντής Μηχανογράφησης



51γ. Ο ιστότοπός μας – μενού «Το προσωπικό μας»



Αναζήτηση

Η αντίληψη για το προσωπικό μας

Η ΑΣΠΡΟΥΑΝΣΙ Α.Ε. είναι οι άνθρωποι της. Εργαζόμενοι και συνεργάτες αποτελούν μια δεμένη ομάδα που αλληλεπιδρά, μοιράζεται και απολαμβάνει με ίσους όρους αρμονική συνεργασία και αξιοκρατία. Οι άνθρωποι της ΑΣΠΡΟΥΑΝΣΙ Α.Ε. είναι ο μοχλός και η κινητήρια δύναμη για την επίτευξη των εταιρικών στόχων.

Στη ΑΣΠΡΟΥΑΝΣΙ Α.Ε. απασχολούνται περίπου 1100 εργαζόμενοι στους τομείς διοίκησης και ανάπτυξης, παραγωγής και πωλήσεων. Οι άνθρωποι της ΑΣΠΡΟΥΑΝΣΙ Α.Ε. είναι εξειδικευμένοι επιστήμονες, έμπειροι τεχνικοί, άνθρωποι που αγαπούν και αφοσιώνονται στο αντικείμενο της δουλειάς τους, διαμορφώνουν και μοιράζονται τις αξίες της εταιρείας και εργάζονται με γνώμονα την τήρηση και διαφύλαξή τους.

Η επαγγελματική και προσωπική ανάπτυξη κάθε εργαζόμενου αποτελεί θεμελιώδες μέλημα της εταιρείας. Για αυτό το λόγο, η ΑΣΠΡΟΥΑΝΣΙ Α.Ε. στηρίζει τη περαιτέρω εκπαίδευση και κατάρτιση των στελεχών της με επιδότηση προπτυχιακών και μεταπτυχιακών πανεπιστημιακών σπουδών καθώς και με υποστήριξη στην εκμάθηση ξένων γλωσσών και προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Επίσης, παρέχει στους εργαζομένους πλήρη ιδιωτική ασφάλιση, αναγνώριση και επιβράβευση της παραγωγικότητας τους, ποιοτικές και ασφαλείς συνθήκες εργασίας.

Στην οικογένεια της ΑΣΠΡΟΥΑΝΣΙ Α.Ε. ανήκουν και οι οικογένειες των εργαζομένων. Η εταιρεία βρίσκεται πάντα δίπλα σε κάθε εργαζόμενο, με κατανόηση, ευελιξία και ειλικρινή φροντίδα. Κάθε χρόνο, επιβραβεύει τα παιδιά των εργαζομένων που εισάγονται σε σχολές της Ανώτερης και Ανώτατης Εκπαίδευσης, στηρίζει με επιδότηση τις οικογένειες που αποκτούν τρίτο παιδί, ενώ διοργανώνει εορταστικές ψυχαγωγικές εκδηλώσεις και προσφέρει δώρα στα παιδιά.





Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Ηπικώκη 4θ - Αγ.Ι.Ρέντης - Τ.Κ. 152 3
ΤΗλ.2104821220-3 email: info@ asproulis.gr
www.asproulis.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο :

ΑΝΑΠΤΥΞΗ

ΤΗΣ ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.



Γενικός Διευθυντής



6α. Έκθεση προόδου τμημάτων επιχείρησης

Στην προγραμματισμένη συνάντηση του γενικού διευθυντή με το Δ.Σ. την Τετάρτη 11 Μαρτίου 2015 , παραδόθηκε έκθεση προόδου των τμημάτων της επιχείρησης για το 1^ο δίμηνο του 2015. Τα κυριότερα σημεία της περιγράφονται παρακάτω :

- ⊙ Τα ζητήματα που αφορούν τις προαγωγές και τοποθετήσεις προσωπικού , προχώρησαν σύμφωνα με τις πρακτικές της επιχείρησής μας και ήδη τα νέα μας στελέχη εργάζονται στις νέες θέσεις τους. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα μας προχωρούν σύμφωνα με τον προγραμματισμό που είχε χαραχθεί από τον ετήσιο σχεδιασμό της επιχείρησής μας.
- ⊙ Ο σχεδιασμός των 2 νέων μας προϊόντων μας ολοκληρώνεται σύντομα και σύντομα τα σχετικά τμήματα θα είναι σε θέση να υλοποιήσουν τόσο την παραγωγή του όσο και τους τρόπους προώθησής τους στην αγορά.
- ⊙ Η αναδιοργάνωση των αποθηκευτικών χώρων του εργοστασίου μας, επιτρέπει την αρτιότερη και αποτελεσματικότερη διανομή και προώθηση των προϊόντων μας.
- ⊙ Το επενδυτικό πλάνο της επιχείρησής μας για την τριετία 2016-2018 που εισηγήθηκε το τμήμα οικονομικών της επιχείρησής μας , διακρίνεται για την επάρκειά του και δημιουργεί αισιοδοξία για το μέλλον του ΑΣΠΡΟΥΛΗ.
- ⊙ Η διαφημιστική μας καμπάνια κρίνεται επιτυχημένη , αφού παρουσιάζεται αύξηση των πωλήσεων μας κατά 6,4% σε σχέση με το 2014 και σ' αυτό βοηθά και η ενίσχυση του δικτύου πωλήσεων μας τόσο στις παραδοσιακές αγορές , όσο και η είσοδος μας σε νέες αγορές

60

Διευθυντής Προσωπικού



6β. Το εργασιακό περιβάλλον και οι ανθρώπινες σχέσεις στην επιχείρησή μας

Με την έννοια Ανθρώπινες Σχέσεις εννοούμε το σύνολο των τυπικών ή άτυπων σχέσεων, οι οποίες αναπτύσσονται μέσα στο εργασιακό περιβάλλον, δημιουργώντας θετικές ή αρνητικές συνθήκες εργασίας οι οποίες επηρεάζουν ανάλογα την απόδοση του οργανισμού.

Οι Ανθρώπινες Σχέσεις , έχουν ως αντικείμενο την δημιουργία των διαδικασιών αυτών που διατηρούν και υποκινούν το προσωπικό σε εργασία. Αυτές διαμορφώνονται κατά ένα πολύ μεγάλο ποσοστό μέσω των άτυπων σχέσεων οι οποίες στο σύνολο τους αποτελούν τους παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν έντονα την ψυχολογική κατάσταση των εργαζομένων . Η ψυχολογική αυτή κατάσταση των εργαζομένων εκδηλώνεται με τη μορφή της διάθεσης, του ηθικού, του επιπέδου φιλοδοξίας, της συμμετοχής και της ευχαρίστησης ή μη από την εργασία. Η ποιότητα των Ανθρώπινων Σχέσεων επηρεάζει θετικά ή αρνητικά το κλίμα που αναπτύσσεται στο εσωτερικό του οργανισμού και έχει επιπτώσεις στην αποτελεσματικότητα του οργανισμού .

Οι περισσότεροι εργαζόμενοι αλλά και τα διευθυντικά στελέχη , ακόμη και εκείνοι με ιδιαίτερη εργασιακή πείρα, υποτιμούν την αξία των ανθρώπινων σχέσεων και την επιρροή που ασκούν στην προσπάθειά τους για επαγγελματική καταξίωση και ανάπτυξη. Άλλοι προσπερνούν το ζήτημα ισχυριζόμενοι ότι οι ανθρώπινες σχέσεις στην επιχείρηση είναι κατάσταση «αυτονόητη» και άλλοι το απορρίπτουν επειδή απλά δεν έχουν τη δυνατότητα να το αντιληφθούν. Στην απλούστερη εκδοχή τους οι ανθρώπινες σχέσεις στην επιχείρηση θεωρούνται το status , το πλέγμα σχέσεων, με το οποίο αποφεύγονται οι ενδοεπιχειρησιακές συγκρούσεις και κυρίως οι τριβές ανάμεσα στους εργαζομένους.

Μέσω των ανθρώπινων σχέσεων οικοδομούνται και διατηρούνται πολυεπίπεδοι, σύνθετοι και πολλών κατευθύνσεων δεσμοί ανάμεσα σε πολλές ομάδες ανθρώπων σε «θετικά» και «αρνητικά» εργασιακά περιβάλλοντα. Η οικοδόμηση ενός πλέγματος θετικών εργασιακών ανθρώπινων σχέσεων οδηγεί:

- ⊙ στην επίλυση δύσκολων προβλημάτων όταν και όπου εμφανίζονται
- ⊙ στη δυνατότητα για προσαρμογή του ανθρώπινου δυναμικού στις απαιτήσεις «δύστροπων» και πολλές φορές «άδικων» προϊσταμένων.
- ⊙ στην αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων στο εργασιακό περιβάλλον.
- ⊙ στην ανάπτυξη συστήματος «αυτοδιάγνωσης και ενδοσκοπήσης» του εργασιακού χώρου.
- ⊙ στη διαμόρφωση ευκρινούς πλέγματος επικοινωνίας και ενδοεπικοινωνίας των ομάδων εργασίας.
- ⊙ στην οικοδόμηση μακροχρόνιων και αποτελεσματικών σχέσεων ανάμεσα στους εργαζόμενους.
- ⊙ στην αποκατάσταση και ομαλοποίηση ήδη διαταραγμένων εργασιακών σχέσεων.
- ⊙ στη δυνατότητα προσαρμογής εργαζομένων με ειδικά προβλήματα στο περιβάλλον εργασίας και στην «προφύλαξη» των συνεργατών τους από μια πιθανή μετάγγιση των προβλημάτων αυτών.
- ⊙ στη διαμόρφωση «θετικής στάσης» από την πλευρά των εργαζομένων σε όλο το φάσμα της επιχείρησης.

Όταν παύουν οι ανθρώπινες σχέσεις τότε αρχίζουν να κάνουν την εμφάνισή τους συγκρούσεις μεταξύ των εργαζομένων, απογοητεύσεις, παράπονα, παραιτήσεις προσωπικού, μείωση της ποιοτικής και ποσοτικής απόδοσης του προσωπικού, και πτώση ανταγωνιστικότητας, έχοντας ως τελικό αποτέλεσμα την κατάρρευση του οργανισμού.

Αξιολογικά καλός χαρακτηρίζεται ο οργανισμός του οποίου όλα τα μέρη συντονίζονται και συσχετίζονται κατά τρόπο ικανοποιητικό προς την κατεύθυνση της προώθησης των γενικών αντικειμενικών σκοπών και είναι ικανός να ανταποκριθεί στις εσωτερικές και εξωτερικές ανάγκες για αλλαγή και πρόοδο. Οι πλέον παραγωγικοί εργαζόμενοι σε οποιοδήποτε εργασιακό περιβάλλον είναι αυτοί που φανερώνουν «θετική συμπεριφορά» , με άλλα λόγια αποπνέουν και ενισχύουν το θετικό κλίμα στην εργασία.

Διευθύντρια Εκπαίδευσης



6γ. Οργάνωση Εκπαίδευσης Προσωπικού και Μέθοδοι Εκπαίδευσης

Η εκπαίδευση του προσωπικού είναι μια σημαντική λειτουργία έτσι και η οργάνωση της εκπαίδευσης είναι εξίσου σημαντική και πρέπει να γίνεται με τη συμμετοχή ανώτερων στελεχών της διοίκησης. Η διαδικασία της οργάνωσης της εκπαίδευσης περιλαμβάνει τα παρακάτω 3 στάδια :

1ο Στάδιο :Διευκρίνιση Εκπαιδευτικών Αναγκών: Είναι το πρώτο στάδιο και πολύ σημαντικό και σκοπό έχει να εντοπίσει ποιες ακριβώς είναι οι εκπαιδευτικές ανάγκες αυτές, ότι είναι όντως υπαρκτές και όχι αόριστες. Οπότε η ανάλυση των εκπαιδευτικών αναγκών είναι προϋπόθεση για να μπορέσουν να εφαρμοστούν τα αναγκαία μέτρα για να έχει αποτέλεσμα η εκπαιδευτική διαδικασία.

2ο Στάδιο : Σχεδιασμός Εκπαιδευτικών Δραστηριοτήτων: Αυτό το στάδιο ακολουθεί τη διαδικασία εντοπισμού των εκπαιδευτικών αναγκών. Σκοπό έχει το στάδιο αυτό να γίνει σχεδιασμός και να επιλεγούν και να καθοριστούν το περιεχόμενο και οι στόχοι της εκπαίδευσης , των μεθόδων που θα χρησιμοποιηθούν , το που θα γίνει η εκπαιδευτική διαδικασία, ποτέ και πόσο διάστημα θα διαρκέσει, ποιοι θα είναι οι εκπαιδευτές και ποιοι οι στόχοι τους .

3ο Στάδιο : Μέθοδοι Εκπαίδευσης: Στο στάδιο αυτό λόγω του ότι υπάρχουν δυο βασικοί τρόποι για την οργάνωση της εκπαίδευσης του προσωπικού μιας επιχείρησης θα πρέπει πρώτα να διευκρινιστεί στο πως θα

γίνει η εκπαίδευση . Αν θα είναι Εκπαίδευση στη Θέση Εργασίας ή αν θα είναι Εκπαίδευση Εκτός Θέσης Εργασίας .

Εκπαίδευση στη Θέση Εργασίας : Αν επιλεγεί η εκπαίδευση στη θέση εργασίας αυτό σημαίνει ότι ο εργαζόμενος μαθαίνει κάνοντας εξάσκηση πάνω στο αντικείμενο του, στο πραγματικό χώρο εργασίας και χρησιμοποιώντας τα αληθινά μέσα εργασίας. Οι μέθοδοι που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στη περίπτωση εκπαίδευσης στη θέση εργασίας είναι οι εξής:

- ⊙ Εκπαίδευση μέσω καθοδήγησης : πράγμα που σημαίνει ότι ο εργαζόμενος εκπαιδεύεται την ώρα της εργασίας από κάποιον παλαιότερο εργαζόμενο . Έτσι με την καθοδήγηση του παλαιότερου υπαλλήλου και τις συμβουλές που θα του δώσει είναι σε θέση να αντιληφθεί καλύτερα τον τρόπο που πρέπει να χειρίζεται τις οποίες καταστάσεις μπορεί να προκύψουν.
- ⊙ Επίδειξη : η μέθοδος αυτή χρησιμοποιείται κυρίως σε δραστηριότητες οι οποίες γίνονται με μια συγκεκριμένη σειρά , δηλαδή βήμα προς βήμα. Ο πιο παλιός εργαζόμενος εκπαιδεύει τον νέο και του δείχνει ποτέ πρέπει να γίνετε τι, σε ποια χρονική στιγμή και γιατί γίνετε η κάθε δραστηριότητα.
- ⊙ Εκπαίδευση μέσω Μέντορα : η μέθοδος αυτή πραγματοποιείται μόνο από ειδικά εκπαιδευμένα άτομα τα οποία είναι εκεί για να δίνουν συμβουλές και βοήθεια στους νέους υπαλλήλους που τους φέρονται σαν προστατευόμενους τους . Τα άτομα αυτά καθοδηγούνται για θέματα ικανοτήτων, συμβουλευονται τον Μέντορα για θέματα διοικητικά, διαπροσωπικά τα οποία μπορεί να προκύψουν στην αρχή τουλάχιστον, επίσης παροχή συμβουλών για αυτό-ανάπτυξη και ενημέρωση για την επιχειρησιακή κουλτούρα της επιχείρησης. Η μέθοδος αυτή χρησιμοποιείται ως άτυπο συμπλήρωμα στην επίσημη εκπαίδευση του εργαζόμενου.
- ⊙ Πρακτική Άσκηση : η μέθοδος αυτή παρέχετε κύριος σε σπουδαστές και τους δίνει την ευκαιρία να δουν στην πράξη πως λειτουργούν οι οργανισμοί ή οι επιχειρήσεις και να αποκτήσουν εμπειρία στο αντικείμενο που σπούδασαν .
- ⊙ Εναλλαγή Θέσεων Εργασίας : εδώ οι εργαζόμενοι εναλλάσσονται σε μια σειρά θέσεων οι οποίες έχουν διαφορετικό αντικείμενο , ούτως ώστε να γίνει γνωστής ενός ευρέος φάσματος εργασιών. Αυτή η μέθοδος είναι ένας τρόπος εκπαίδευσης των στελεχών για προαγωγή.
- ⊙ Εμπλουτισμός Θέσεων Εργασίας : στην περίπτωση αυτή αυξάνονται σταδιακά οι αρμοδιότητες των εργαζομένων κατόπιν πάντα σχεδιασμού αυτή η διαδικασία. Έτσι λοιπόν η θέση γίνετε περισσότερο ενδιαφέρουσα για το κάτοχο της , ακόμα πραγματοποιείται με αυτή τη μέθοδο προετοιμασία στελεχών για ανάληψη υψηλών θέσεων εργασίας.

Εκπαίδευση Εκτός Θέσης Εργασίας : αν επιλεγεί να γίνει η εκπαίδευση εκτός θέσης εργασίας τότε οι μέθοδοι που μπορούν να χρησιμοποιηθούν είναι οι παρακάτω :

- ⊙ Διαλέξεις η Σεμινάρια : σαν μέθοδοι έχουν συμμετοχικό χαρακτήρα , αν και τα σεμινάρια ίσως έχουν λίγο μεγαλύτερο .Στόχο έχουν τη μετάδοση γνώσεων και διαμόρφωση αντιλήψεων . Παρουσιάζετε το εκάστοτε θέμα και ο εκπαιδευτής το εξηγεί αναλύοντας όλες τις πτυχές του. Στις διαλέξεις το κοινό είναι μόνο ακροατές ενώ στα σεμινάρια συμμετέχει το κοινό με ερωτήσεις αλλά και με απόψεις , κι έτσι είναι καλύτερη η κατανόηση του θέματος με τη συμμετοχή.
- ⊙ Μελέτη Περιπτώσεων : στη μέθοδο αυτή οι εκπαιδευόμενοι αναλύουν τις συνθήκες μιας περίπτωση σ ή ενός γεγονότος και καλούνται να βρουν λύσεις η βελτιώσεις στα προβλήματα που παρουσιάζονται. Η συζήτηση κατευθύνετε σωστά από κάποιον έμπειρο εκπαιδευτή και η όλη διαδικασία βοηθάει στη κατανόηση του επιχειρησιακού περιβάλλοντος που είναι πολύ σημαντικό και στην ανταλλαγή ιδεών και προσωπικών εμπειριών .
- ⊙ Επιχειρηματικά παιχνίδια : τα οποία παίζονται ως εξής, χωρίζονται οι εκπαιδευόμενοι σε ομάδες όπου κάθε ομάδα αναλαμβάνει ένα στόχο και γνωρίζοντας από την αρχή τους περιορισμούς που έχουν σε σχέση με τις αποφάσεις που θα πάρουν. Τα επιχειρηματικά παιχνίδια μπορεί να φέρουν θετικό αποτέλεσμα στο επίπεδο ομαδικότητας , συνεργατικότητας , και στην ανάπτυξη ηγετικών ικανοτήτων σε κάποιους εργαζόμενους .
- ⊙ Ανάληψη ρόλων : στη περίπτωση αυτής της μεθόδου οι εργαζόμενοι υποδύονται ένα ρόλο (διευθυντή, προϊστάμενου, πελάτη, υπαλλήλου) ο οποίος εμπλέκετε σε ένα υποτιθέμενο περιστατικό. Η διαδικασία αυτή χρησιμοποιείται για να δώσει τη δυνατότητα στο προσωπικό να αποκτήσει κάποια εμπειρία στην εφαρμογή πρακτικών που απαιτούν ταυτόχρονη δράση από δυο και πάνω άτομων.
- ⊙ Προσομοίωση : εδώ ο εκπαιδευόμενος υποβάλλετε σε συνθήκες που θα ήταν ίδιες με τις πραγματικές εργασίας που θα αντιμετωπίσει στην πράξη. Με τη μέθοδο αυτή εξοικειώνετε ο εργαζόμενος καλύτερα με το περιβάλλον εργασίας και έτσι μειώνει τον κίνδυνο λάθους χειρισμού.

- ⊙ Δυναμική Ομάδων και Ομαδικές Ασκήσεις : σκοπός της μεθόδου να μάθουν οι εργαζόμενοι να αντιμετωπίζουν καταστάσεις και να λύνουν προβλήματα ομαδικά και συλλογικά .
- ⊙ Εκπαίδευση Υπαιθρου : η μέθοδος αυτή πραγματοποιείται σε εξωτερικούς χώρους και σκοπός είναι η ενδυνάμωση των σχέσεων και των δεσμών της εργασιακής ομάδας και εξάσκηση των εργαζομένων να λειτουργούν με πιο αποδοτικό τρόπο κάτω από συνθήκες άγχους

Διευθυντής Οικονομικών



6δ. Έννοια του προϋπολογισμού

Ο προϋπολογισμός είναι ένα σχέδιο με το οποίο μπορείτε...

- ⊙ να εξασφαλίσετε ότι υπάρχουν χρήματα για μελλοντικές δραστηριότητες
- ⊙ να έχετε έλεγχο των οικονομικών
- ⊙ να πάρετε 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.

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, κάποιοι από τους υπολογισμούς σας θα είναι βάσιμοι, π.χ. τα κόστη, και κάποιοι 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.λπ.)

Διευθυντής Δημοσίων σχέσεων



6ε. Στηρίζουμε την ανακύκλωση όλων των συσκευασιών μας

Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. εφαρμόζει εδώ και πολλά χρόνια την εντός των εγκαταστάσεών της ανακύκλωση όλων των υλικών συσκευασίας που χρησιμοποιεί στις παραγωγικές της διαδικασίες. Με την πλήρη συμμετοχή των εργαζομένων της συγκεντρώνει όλο τον όγκο των απόβλητων ανακυκλώσιμων υλικών (πλαστικά, χαρτί, μέταλλο, ξύλο κ.λπ.) καθώς και ηλεκτρικές/ηλεκτρονικές συσκευές και τα κενά δοχεία μελάνης των εκτυπωτών γραφείου και τα προωθεί σε αδειοδοτημένες εταιρείες ανακύκλωσης.

Σε ό,τι αφορά το θέμα των απόβλητων συσκευασιών της, υπήρξε ιδρυτικό μέλος της Ελληνικής Εταιρείας Αξιοποίησης Ανακύκλωσης (ΕΕΑΑ), που συστάθηκε σύμφωνα με το νόμο 2939/2001. Ο νόμος αυτός ήρθε,

κατ' επιταγή της Ευρωπαϊκής Εγκυκλίου ΕΚ 94/62, να τονίσει προς όλους τη λογική «Ο ρυπαίνων πληρώνει» και να συμβάλλει σε τεράστιο βαθμό στην προστασία του περιβάλλοντος.

Στην μπλε τσάντα της ανακύκλωσης ή σε οποιαδήποτε τσάντα που έχουμε στο σπίτι μας συλλέγουμε:

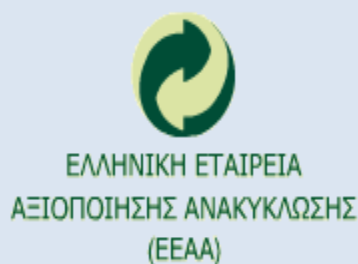
- **Πλαστικές συσκευασίες:** π.χ. από αναψυκτικά, νερό, τρόφιμα, απορρυπαντικά, σαμπουάν, πλαστικές σακούλες ή φιλμ περιτυλίγματος κ.α.
- **Γυάλινες συσκευασίες:** π.χ. από νερό, χυμό, ποτά, βαζάκια τροφίμων κ.α.
- **Χάρτινες συσκευασίες:** π.χ. από απορρυπαντικά, χυμό, γάλα, τρόφιμα, κουτιά συσκευών κ.α.
- **Αλουμινένιες και λευκοσιδηρές συσκευασίες:** π.χ. κουτάκια από μπίρες, αναψυκτικά, γάλα, κονσέρβες τροφίμων, καφέ κ.α.



Αδειάζουμε όλα τα υλικά στους **μπλε** κάδους της ανακύκλωσης.

ΔΕΝ ΞΕΧΝΑΜΕ:

- Να έχουμε **αδειάσει** εντελώς τις συσκευασίες φροντίζοντας να μην έχουν υπολείμματα
- Να συμπιέζουμε, τσακίζουμε ή διπλώνουμε όσες συσκευασίες μπορούμε.
- Να ρίχνουμε τα υλικά ανακύκλωσης **χύμα** στους μπλε κάδους.
- **ΔΕΝ ΡΙΧΝΟΥΜΕ ΚΟΙΝΑ ΣΚΟΥΠΙΔΙΑ**



**Διευθύντρια
Μάρκετινγκ**



6στ. Δημιουργία διαφημιστικής πρότασης για την νέα σειρά προϊόντων μας



**Μαζί του
μεγαλώσαμε
την οικογένεια μας**



Ο πρώτος μας φίλος



Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ



**Δοκιμάστε τα προϊόντα της
νέας μας συλλογής 2015**

Ξεχωρίζουν σε 1500 σημεία πώλησης



**Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Ηπικύκη 4Θ - Αγ.Ι.Ρέντης - Τ.Κ. 152 3
ΤΗλ.2104821220-3 email: info@asproyulis.gr
www.asproyulis.gr**

Διευθυντής Πωλήσεων



6ζ. Μέθοδοι προώθησης των προϊόντων μας

Υπάρχουν διάφοροι μέθοδοι προώθησης. Οι πιο βασικές είναι η προσωπική πώληση, η μαζική πώληση και η προώθηση πωλήσεων και στον ΑΣΠΡΟΥΛΗ τις ακολουθούμε όλες. Πιο αναλυτικά :

α) Προσωπική πώληση: Πρόκειται για την άμεση ή πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία με στόχο την πώλησή ενός προϊόντος, ανάμεσα στον πωλητή και τον καταναλωτή. Η μέθοδος αυτή έχει το σημαντικό πλεονέκτημα ότι ο πωλητής βλέπει τις αντιδράσεις του πιθανού αγοραστή και μπορεί να προσαρμοστεί αποτελεσματικά. Η μέθοδος αυτή διακρίνεται από ευελιξία, αλλά χαρακτηρίζεται και από υψηλό κόστος. Για το λόγο αυτό χρειάζεται να συμπληρώνεται από τις δραστηριότητες της μαζικής πώλησης και της προώθησης πωλήσεων.

β) Μαζική πώληση: Με τη μαζική πώληση επικοινωνούμε με τεράστιους αριθμούς καταναλωτών την ίδια στιγμή. Σαν μέθοδος είναι λιγότερο ευέλικτη , αλλά όταν η αγορά είναι μεγάλη και διάσπαρτη, μπορεί να αποβεί λιγότερο ακριβή. Οι δύο μορφές αυτής είναι η διαφήμιση και η δημοσιότητα. Πιο συγκεκριμένα :

- ⊙ **Διαφήμιση:** ονομάζεται οποιαδήποτε πληρωμένη μορφή μη προσωπικής παρουσίασης ιδεών, αγαθών ή υπηρεσιών από μια σαφώς προσδιορισμένη πηγή. Περιλαμβάνει τη χρήση μέσων όπως περιοδικά, εφημερίδες, ραδιόφωνο, τηλεόραση, πινακίδες, επιγραφές, αφίσες και direct mail.
- ⊙ **Δημοσιότητα:** είναι δωρεάν παρουσίαση ιδεών, αγαθών ή υπηρεσιών. Είναι *απαλλαγμένη από το κόστος των μέσων*. Πρόκειται για πιο αποτελεσματική μέθοδο από αυτή της διαφήμισης, όταν η επιχείρηση έχει να στείλει ένα πραγματικό μήνυμα προς τους καταναλωτές. Ένας πιθανός αγοραστής μπορεί να "αγνοήσει" μια διαφήμιση, αλλά να διαβάσει προσεκτικά ένα άρθρο στο αγαπημένο του περιοδικό πάνω στο ίδιο θέμα.

γ) Προώθηση πωλήσεων: περιλαμβάνει εκείνες τις δραστηριότητες που κεντρίζουν το ενδιαφέρον και οδηγούν σε δοκιμή ή αγορά. Στόχος της μπορεί να είναι ο τελικός καταναλωτής, οι μεσάζοντες ή ακόμα και το προσωπικό πωλήσεων της ίδιας της επιχείρησης. Συμπληρώνει τις μεθόδους της μαζικής και προσωπικής πώλησης, οι οποίες θεωρούνται βασικές μέθοδοι, σε αντίθεση με την προώθηση πωλήσεων που είναι βραχυπρόθεσμη και συμβάλλει στη δημιουργία άμεσου ενδιαφέροντος. Οι διαφορετικές μορφές προώθησης μπορούν να θεωρηθούν σαν διαφορετικές μορφές επικοινωνίας. Το ζητούμενο είναι η διοχέτευση και παροχή πληροφοριών προς τους καταναλωτές και γενικότερα ο κοινός στόχος που θα οδηγήσει την επιχείρηση σε ευνοϊκές συνθήκες. Άρα, ο στόχος είναι η επιρροή επάνω στη συμπεριφορά του καταναλωτή. Παραδείγματος χάρη, εάν υπάρχει μια καλή προσφορά από τους επαγγελματίες του μάρκετινγκ προς μια αγορά – στόχο, τότε είναι πιθανότερο να αγοράσουν οι πληροφορημένοι πελάτες.

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, τα στελέχη του μάρκετινγκ και των πωλήσεων είναι ανάγκη να ενδιαφέρονται για δύο κυρίως πράγματα:

- 1) Να ενισχύσουν υπάρχουσες αντιλήψεις, οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν σε ευνοϊκή συμπεριφορά, και
- 2) να αλλάξουν τις αντιλήψεις και τη συμπεριφορά της αγοράς – στόχο της επιχείρησης.

Συμπερασματικά οι βασικοί στόχοι της προώθησης είναι τρεις:

- 1) Να πληροφορήσει,
- 2) να πείσει,
- 3) να υπενθυμίσει

τους καταναλωτές – στόχο σχετικά με την επιχείρηση και το μείγμα του μάρκετινγκ. Το σωστό μείγμα των ενεργειών προώθησης (promotion blend) εξαρτάται από το τι θέλει να επιτύχει η επιχείρηση.

Αναλυτικότερα, ο στόχος του να πληροφορήσουμε είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Οι καταναλωτές πρέπει να γνωρίζουν κάτι για ένα προϊόν προκειμένου να το αγοράσουν.

Αν μια επιχείρηση έχει ένα εντελώς νέο διαφορετικό προϊόν, ίσως το μόνο που χρειάζεται να κάνει είναι να πληροφορήσει και να ενημερώσει τους καταναλωτές σχετικά με το προϊόν αυτό και να δείξει ότι είναι καλύτερο.

Το γεγονός και μόνο ότι το προϊόν είναι καινούριο και μοναδικό μπορεί να απλοποιήσει το έργο της προώθησης. Μπορεί ακόμα και να προσφέρει δωρεάν δημοσιότητα για την επιχείρηση.

Το να πείσουμε σημαίνει ότι θα δημιουργήσουμε ή θα ενισχύσουμε ένα ήδη υπάρχον ευνοϊκό σύνολο αντιλήψεων, με σκοπό να επηρεάσουμε και την αγοραστική συμπεριφορά.

Το να υπενθυμίσουμε, τίθεται σαν στόχος όταν οι καταναλωτές έχουν ήδη θετικές αντιλήψεις για το προϊόν της επιχείρησης και το έχουν τουλάχιστον δοκιμάσει.Τα στάδια αυτό είναι εξαιρετικά σημαντικό γιατί ακόμα και όταν οι καταναλωτές έχουν αγοράσει το προϊόν μια ή δύο φορές εξακολουθούν να δέχονται τις επιδράσεις του ανταγωνισμού.

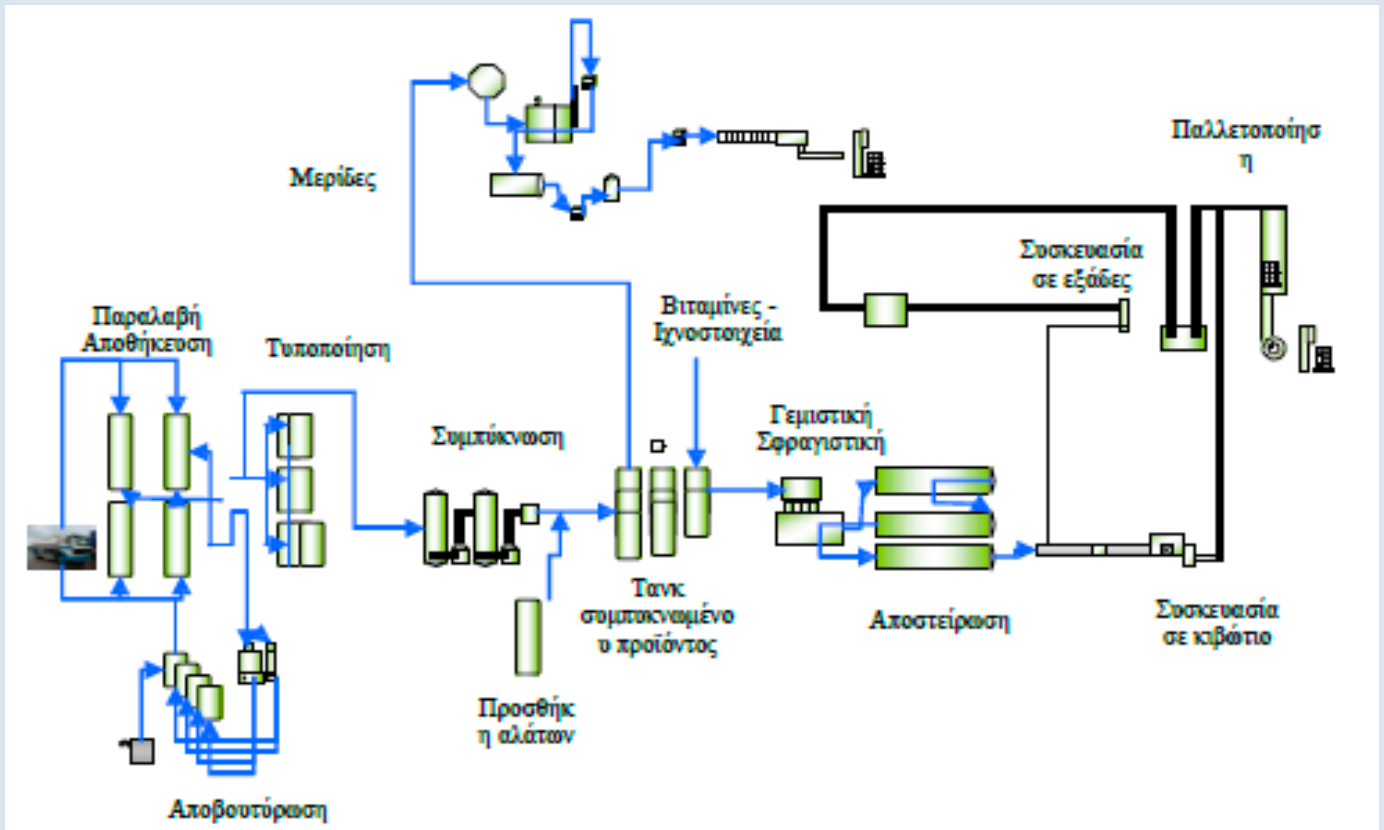
Διευθυντής Παραγωγής



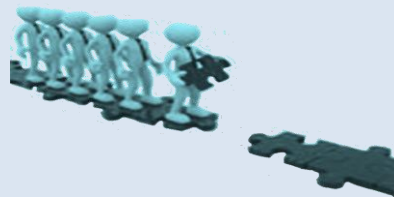
6η. Παραγωγική διαδικασία συμπυκνωμένου γάλακτος

Τα στάδια παραγωγής του συμπυκνωμένου γάλακτος έχουν ως εξής :

Παραγωγική διαδικασία	Έλεγχοι Ποιότητας
Συλλογή φρέσκου γάλακτος	Σύνθεση, μικροβιολογία, αντιβίωση, αφλατοξίνες, φυτοφάρμακα, ζωοτροφές, ιχνηλασιμότητα
Παραλαβή στο εργοστάσιο (ψύξη – αποθήκευση)	
Τυποποίηση (συνταγή με συγκεκριμένο ποσοστό λίπους & στερεών)	Σύνθεση
Επεξεργασία (συμπύκνωση, ομογενοποίηση, προσθήκη βιταμινών, αποθήκευση)	Θερμοκρασία, χρόνος, βαθμός ομογενοποίησης, σύνθεση, μικροβιολογία, σταθερότητα
Εγκυτίωση (παραγωγή κουτιού, γέμισμα, σφράγιση)	Βάρος, παράμετροι σφράγισης, καθαρισμός κουτιού
Αποστείρωση (προθέρμανση, αποστείρωση, ψύξη)	Θερμοκρασία, χρόνος, υγιεινή νερού ψύξης κουτιού, σπορρίψεις ελαττωματικών κουτιών
Συσκευασία (ετικέτα, κωδικός παραγωγής, shrink film, κιβώτιο ή δίσκος, παλετοποίηση)	Εμφάνιση συσκευασίας
Αποθήκευση	Σύνθεση, βιταμίνες, ιχνοστοιχεία, γεύση, ιχνηλασιμότητα, τεστ ελέγχου στειρότητας, παρακολούθηση στη διάρκεια ζωής του
Διανομή	



Διευθύντρια Σχεδίασης προϊόντων



60. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα πλαστικής συσκευασίας

Πλεονεκτήματα

- ⊙ Η πλαστική συσκευασία είναι ανθεκτική. Δε σπάει εύκολα και δεν υπάρχουν διαρροές.
- ⊙ Η πλαστική συσκευασία με το σταθερό σχήμα που έχει είναι ελκυστική για τον καταναλωτή.
- ⊙ Η πλαστική συσκευασία μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τον καταναλωτή και αφού τελειώσει το προϊόν το οποίο συσκευάστηκε αρχικά, για τη φύλαξη άλλων υγρών τροφίμων, όπως το νερό.
- ⊙ Η πλαστική συσκευασία κατασκευάζεται χωρίς να είναι αναγκαία η παρουσία άλλων υλικών, όπως το αλουμίνιο ή το χαρτί.
- ⊙ Με την πλαστική συσκευασία υπάρχει δυνατότητα σημαντικής ανάκτησης σε ενέργεια.

Μειονεκτήματα

- ⊙ Το σχήμα μπουκαλιού της πλαστικής συσκευασίας, καταλαμβάνει πολύ χώρο καθώς και δυσκολεύει τη μεταφορά του.
- ⊙ Το πλαστικό, δεν εκτυπώνεται και πιθανόν να μην παρέχει στον καταναλωτή όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται να γνωρίζει για το προϊόν.
- ⊙ Οι μεγάλες ποσότητες πλαστικών απορριμμάτων επιβαρύνουν το περιβάλλον και παράλληλα δε γίνεται ανακύκλωση μεγάλων ποσοτήτων πλαστικής συσκευασίας.

Διευθυντής Προμηθειών



βι. Λήψη και οργάνωση παραγγελιών

Κάθε πρωί, ο υπεύθυνος προμηθειών συμπληρώνει την κατάσταση αποθεμάτων τελικών προϊόντων και την οποία αποστέλλει στον υπεύθυνο λήψης παραγγελιών και στον υπεύθυνο παραγωγής, για να γνωρίζουν τα υπόλοιπα των προϊόντων κάθε ημέρας.

Επίσης κάθε πρωί ο υπεύθυνος παραγωγής αποστέλλει την κατάσταση αποθεμάτων των διαφόρων συσκευασιών γάλακτος στον υπεύθυνο φορτώσεων για να γνωρίζει τα αποθέματα των τελικών προϊόντων και να μπορεί με βάση τα αποθέματα, να προγραμματίζει την σειρά φόρτωσης των φορτηγών.

Η διεύθυνση πωλήσεων δέχεται παραγγελίες είτε τηλεφωνικά είτε με fax είτε με e-mail. Τα στοιχεία κάθε παραγγελίας καταγράφονται είτε από τον υπεύθυνο λήψης παραγγελιών κατά την τηλεφωνική επικοινωνία (στην περίπτωση αυτή ο υπεύθυνος λήψης παραγγελιών επαναλαμβάνει προφορικά τα στοιχεία στον πελάτη προς αποφυγή λαθών), είτε από τον ίδιο τον πελάτη, στην περίπτωση που ο πελάτης αποστέλλει την παραγγελία με fax ή με e-mail. Τα κυριότερα στοιχεία που περιλαμβάνει μια παραγγελία είναι τα παρακάτω:

- ⊙ Είδος προϊόντος,
- ⊙ Ποσότητα προϊόντος,
- ⊙ Ημέρα και ώρα παράδοσης (εφόσον απαιτείται),
- ⊙ Σειρά φόρτωσης και εκφόρτωσης του προϊόντος κατά την παράδοση (εφόσον απαιτείται).

Εφόσον το ζητούμενο προϊόν δεν έχει σε επαρκές απόθεμα, ο υπεύθυνος λήψης παραγγελιών επικοινωνεί άμεσα με τον υπεύθυνο παραγωγής προκειμένου να ενημερωθεί για την δυνατότητα ικανοποίησης της παραγγελίας. Για την εκτίμηση του απαιτούμενου χρόνου εξυπηρέτησης που δεν υπερβαίνει τις 24 ώρες ενημερώνεται άμεσα το τμήμα παραγωγής και ανάλογα τροποποιεί σε περιπτώσεις μεγάλης ζήτησης το πρόγραμμα του. Ακολουθεί νέα επικοινωνία των πωλητών με τον πελάτη με σκοπό να του γνωστοποιήσουν το συντομότερο δυνατό χρόνο εξυπηρέτησής του και να οριστικοποιήσουν την παραγγελία.

Για κάθε παραγγελία που οριστικοποιείται καταγράφεται από τον υπεύθυνο λήψης παραγγελιών στην κατάσταση αποθεμάτων ανά κωδικό, και ενημερώνονται αυτόματα τα όλα τα σχετικά πληροφοριακά συστήματα εφοδιασμού της επιχείρησης. Στη συνέχεια ο υπεύθυνος λήψης παραγγελιών ομαδοποιεί ανά δρομολόγιο τις δοθείσες παραγγελίες και καταγράφει για κάθε παραγγελία στο δελτίο φόρτωσης τελικών το όνομα και τον κωδικό του πελάτη, τον τύπο και την ποσότητα του προϊόντος, την ημέρα παράδοσης, το αυτοκίνητο, τον οδηγό, και την επιθυμητή ώρα αναχώρησης (καθώς και οποιαδήποτε άλλη πληροφορία που θα πρέπει να δοθεί στον οδηγό του οχήματος-επιταγές κ.λ.π) και παραδίδει το έντυπο στον υπεύθυνο παραγωγής, στον υπεύθυνο φορτώσεων και στον υπεύθυνο προμηθειών.

Η δρομολόγηση των προϊόντων γίνεται από την έδρα της επιχείρησης ή/και από ενδιάμεσους αποθηκευτικούς χώρους, για τους οποίους υπάρχουν συμφωνητικά για συγκεκριμένους όγκους αλλά και συνθήκες αποθήκευσης. Κάθε δοθείσα παραγγελία καταχωρείται κατά την διάρκεια της ημέρας από τον υπεύθυνο λήψης παραγγελιών στο μηχανογραφικό σύστημα της εταιρείας με τον κωδικό του πελάτη και οι εργαζόμενοι στο λογιστήριο, έχοντας τον κωδικό του πελάτη, εκδίδουν το τιμολόγιο πώλησης, χωρίς να χρειάζεται να πληκτρολογούν την παραγγελία. Οι παραγγελίες ελέγχονται από την διεύθυνση παραγωγής και ενημερώνεται ο υπεύθυνος λήψης παραγγελιών και ο υπεύθυνος φορτώσεων σε περίπτωση πιστωτικού προβλήματος.

Κατά την διάρκεια της ημέρας, ο υπεύθυνος λήψης παραγγελιών ενημερώνει τον υπεύθυνο παραγωγής με την εκτίμηση αποθεμάτων τελικών για τις ληφθείσες παραγγελίες, που αφορούν τον προγραμματισμό της παραγωγής της επόμενης ημέρας.

Στο τέλος της ημέρας, υπάρχει εκ νέου τηλεφωνική επικοινωνία μεταξύ τους για επιβεβαίωση της επάρκειας των προϊόντων.

Διευθύντρια Ποιοτικού Ελέγχου



βια. Λειτουργία Κέντρου ενημέρωσης ΑΣΠΡΟΥΛΗ Α.Ε

Η Διεύθυνση ποιοτικού ελέγχου έχει στην ευθύνη της τη λειτουργία του Κέντρου Ενημέρωσης Το Κέντρο Ενημέρωσης ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. δημιουργήθηκε το 2012 και στελεχώνεται από επιστημονικό προσωπικό στον τομέα των τροφίμων. Στόχος του είναι η αμφίδρομη επικοινωνία των καταναλωτών και της αγοράς με τη . Από το 2013 αποτελεί τμήμα της λειτουργίας της Διασφάλισης Ποιότητας της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. και η εξυπηρέτηση που παρέχει είναι 24ωρη.

Μέσω της τηλεφωνικής γραμμής **800-11-99-480** (τηλ. χωρίς χρέωση) ή της ηλεκτρονικής διεύθυνσης info2@asploulis.gr , το Κέντρο Ενημέρωσης ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. είναι αρμόδιο για τη διαχείριση των παρακάτω:

- ⊙ διατροφικές απορίες
- ⊙ προωθητικές ενέργειες (διαγωνισμούς, προσφορές, events κτλ)
- ⊙ έρευνες αγοράς
- ⊙ ερωτήσεις που αφορούν σε προϊόντα ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., την Εταιρεία ή τον κλάδο των τροφίμων
- ⊙ το Έντυπο Τεχνολογίας με χρήσιμες πληροφορίες για τη ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. και τα εργοστάσιά της
- ⊙ ξεναγήσεις στα εργοστάσια της ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.



Το πρόγραμμα επισκέψεων στα Νηπιαγωγεία. Οι Σύμβουλοι Ενημέρωσης του ΚΕΔ επισκέπτονται Νηπιαγωγεία και Παιδικούς σταθμούς με στόχο να εκπαιδεύσουν τα μικρά παιδιά σε θέματα ισορροπημένης διατροφής. Μέσα από τη διαδραστική αφήγηση ενός παραμυθιού και την ενεργή συμμετοχή τους σε δραστηριότητες, τα παιδιά μαθαίνουν πώς ένα υγιεινό και νόστιμο πρωινό προσφέρει την ενέργεια και τα θρεπτικά συστατικά που χρειάζονται για να ξεκινήσουν σωστά την ημέρα τους. Το πρόγραμμα επιτυγχάνει παράλληλα την ψυχαγωγία τους και την ανάπτυξη δεξιοτήτων, όπως ομαδικότητα, δημιουργική σκέψη, παρακίνηση, συμμετοχή, συνεργασία.

Τα Συστήματα στη ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε. έχουν αναπτυχθεί από τους ίδιους τους εργαζόμενους και για αυτό είναι λειτουργικά, ενσωματώνονται στο γενικότερο τρόπο λειτουργίας της εταιρείας και αποτελούν τρόπο καθημερινής εργασίας. Είναι δυναμικά, ελέγχονται, αξιολογούνται και εξελίσσονται ανάλογα με τις ανάγκες που απορρέουν από τη δημιουργία νέων προϊόντων ή διαδικασιών. Παράλληλα, δημιουργούν τις προϋποθέσεις για έρευνα και ανάπτυξη δομών, ανθρώπων και συστημάτων, και καλλιεργούν ορθές και αρμονικές συνεργασίες με πελάτες και προμηθευτές.

Διευθυντής Υγιεινής και Ασφάλειας



βιβ. Αρμοδιότητες Επιτροπής Υγείας και Ασφάλειας των Εργαζομένων και εκπροσώπου εργαζομένων (Ε.Υ.Α.Ε.)

Η Ε.Υ.Α.Ε. ή ο εκπρόσωπος είναι όργανο συμβουλευτικό και έχει τις εξής αρμοδιότητες:

α) μελετά τις συνθήκες εργασίας στην επιχείρηση, προτείνει μέτρα για τη βελτίωση τους και του περιβάλλοντος εργασίας, παρακολουθεί την τήρηση των μέτρων για την υγεία και την ασφάλεια και συμβάλλει στην εφαρμογή τους από τους εργαζομένους,

β) σε περιπτώσεις σοβαρών εργατικών ατυχημάτων ή σχετικών συμβάντων προτείνει τα κατάλληλα μέτρα για την αποτροπή επανάληψής τους,

γ) επισημαίνει τον επαγγελματικό κίνδυνο στους χώρους ή θέσεις εργασίας και προτείνει μέτρα για την αντιμετώπισή του, συμμετέχοντας έτσι στη διαμόρφωση της πολιτικής της επιχείρησης, για την πρόληψη του επαγγελματικού κινδύνου,

δ) ενημερώνεται από τη διοίκηση της επιχείρησης για τα στοιχεία των εργατικών ατυχημάτων και των επαγγελματικών ασθενειών που συμβαίνουν σε αυτήν,

ε) ενημερώνεται για την εισαγωγή στην επιχείρηση νέων παραγωγικών διαδικασιών, μηχανημάτων, εργαλείων και υλικών ή για τη λειτουργία νέων εγκαταστάσεων σε αυτή, στο μέτρο που επηρεάζουν τις συνθήκες υγείας και ασφάλειας της εργασίας,

στ) σε περίπτωση άμεσου και σοβαρού κινδύνου καλεί τον εργοδότη να λάβει τα ενδεικνυόμενα μέτρα, χωρίς να αποκλείεται και η διακοπή λειτουργίας μηχανήματος ή εγκατάστασης ή παραγωγικής διαδικασίας,

ζ) μπορεί να ζητεί τη συνδρομή εμπειρογνομόνων για θέματα υγείας και ασφάλειας των εργαζομένων, ύστερα από σύμφωνη γνώμη του εργοδότη.

Η Ε.Υ.Α.Ε. ή ο εκπρόσωπος συνεδριάζει με τον εργοδότη ή τον εκπρόσωπο του μέσα στο πρώτο δεκαήμερο κάθε τριμήνου, σε ημέρα και ώρα που ορίζεται από κοινού, για τη διευθέτηση των θεμάτων που ανακύπτουν μέσα στην επιχείρηση και σχετίζονται με τις αρμοδιότητες της προηγούμενης παραγράφου. Στις κοινές συνεδριάσεις μετέχουν ο τεχνικός ασφάλειας και ο ιατρός εργασίας της επιχείρησης. Πριν από την ημέρα της κοινής συνεδρίασης, η Ε.Υ.Α.Ε. ή ο εκπρόσωπος καθορίζει τα θέματα τα οποία θα συζητήσει και τα γνωστοποιεί στον εργοδότη τρεις (3) τουλάχιστον εργάσιμες ημέρες νωρίτερα. Ο εργοδότης γνωστοποιεί στην Ε.Υ.Α.Ε. ή στον εκπρόσωπο τα θέματα που επιθυμεί να συζητηθούν στην κοινή συνεδρίαση τρεις (3) τουλάχιστον εργάσιμες ημέρες πριν από την ημέρα πραγματοποίησής της. Οι παραπάνω γνωστοποιήσεις απευθύνονται επίσης μέσα στις ίδιες προθεσμίες και προς τον τεχνικό ασφάλειας και τον ιατρό εργασίας της επιχείρησης. Στις συνεδριάσεις αυτές συντάσσονται πρακτικά εις διπλούν και τηρούνται το ένα αντίτυπο από τον εργοδότη και το άλλο από την επιτροπή ή τον εκπρόσωπο.

Διευθυντής

Μηχανογράφησης



διγ.Ο ιστότοπός μας – μενού «Διατροφή και υγεία »-υπομενού «Η σημασία των γαλακτοκομικών στην υγεία»



Αναζήτηση Διατροφή και υγεία > Η σημασία των γαλακτοκομικών στην υγεία

Η σημασία των γαλακτοκομικών στην υγεία

Τα γαλακτοκομικά (γάλα, γιαούρτι, τυρί) αποτελούν ιδιαίτερα θρεπτικά τρόφιμα και η αναγκαιότητα της καθημερινής κατανάλωσής τους αποδεικνύεται από την εξέχουσα θέση που κατέχουν στην πυραμίδα της μεσογειακής διατροφής. Περιέχουν όλα τα μακροθρεπτικά συστατικά (υδατάνθρακες, λίπη, πρωτεΐνες), τις αναγκαίες βιταμίνες (Α, Β, D), σημαντικά μέταλλα (ασβέστιο) και ιχνοστοιχεία για τη δόμηση ενός γερού οργανισμού. Επίσης, συντελούν στη δημιουργία υγιών οστών και δοντιών, μειώνουν τον κίνδυνο για αρτηριακή υπέρταση, για καρδιαγγειακά νοσήματα, για παχυσαρκία και για διάφορες μορφές καρκίνου. Η υπεροχή της διατροφικής αξίας των γαλακτοκομικών οφείλεται στο υψηλό περιεχόμενό τους στα παρακάτω αναντικατάστατα θρεπτικά συστατικά:

Πρωτεΐνες Υψηλής Βιολογικής Αξίας: αποτελούν τα σημαντικότερα "δομικά" συστατικά για την ανάπτυξη των ιστών, των διάφορων βιολογικών οργάνων και κυρίως για την ανάπτυξη των μυών. **Βιταμίνη Α:** Απαραίτητη για την όραση την ανάπτυξη, την αναπαραγωγή, τη μορφοποίηση των οστών και το ανοσοποιητικό σύστημα.

Βιταμίνες της Ομάδας Β: Συμβάλλουν σημαντικά στη γρήγορη ανάπτυξη των παιδιών, στην καλή λειτουργία του νευρικού συστήματος και του μεταβολισμού.

Βιταμίνη D: Ρυθμίζει τα επίπεδα ασβεστίου και φωσφόρου και συμβάλλει στην ισορροπία του ανοσοποιητικού συστήματος.

Ασβέστιο: Διαδραματίζει το σημαντικότερο ρόλο στη δημιουργία γερών και υγιών οστών, δοντιών και αποτρέπει τον κίνδυνο της οστεοπόρωσης.

Τα γαλακτοκομικά αποτελούν τρόφιμα πλήρη σε θρεπτικά συστατικά, απαραίτητα σε όλα τα στάδια της ζωής και τα οποία ασκούν πολλαπλά θετική επίδραση στη υγεία. Η ημερήσια διατροφική πρόσληψη των γαλακτοκομικών είναι αναγκαία προκειμένου να:

Έχουμε υγιή οστά & δόντια.

Υπολαμβάνουμε την οστεοπόρωση, το μεταβολικό σύνδρομο και διάφορες μορφές καρκίνου.

Υτονώνουμε την άμυνα του οργανισμού μας.

Υβελτιώνουμε την καλή λειτουργία του εντέρου.

Υεπιτύχουμε υγιή επίπεδα σωματικού βάρους και λίπους.

Υενισχύουμε το μεταβολισμό μας και τη λειτουργία του νευρικού συστήματος.

Καθημερινά θα πρέπει να λαμβάνονται 2-3 μερίδες γαλακτοκομικών. Μια μερίδα γαλακτοκομικών προϊόντων παρέχει 300mg ασβέστιο και μπορεί να ισοδυναμεί με ένα από τα ακόλουθα:

¥1 φλιτζάνι γάλα (250ml)

¥200γρ. γιαούρτι

¥30γρ. τυρί





Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Ηπικώκη 4θ - Αγ.Ι.Ρέντης - Τ.Κ. 152 3
ΤΗλ.2104821220-3 email: info@ asproulis.gr
www.asproulis.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο :
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ
ΤΗΣ ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.



Γενικός Διευθυντής



7α. Αρχές –στρατηγικοί στόχοι και όραμα της επιχείρησής μας

Αρχές:

- ⊙ Αναπτυσσόμαστε με σεβασμό προς τους καταναλωτές μας, τους εργαζομένους μας, την κοινωνία και το περιβάλλον.
- ⊙ Δημιουργούμε κάθε μέρα με πάθος για καινοτομία και αδιαπραγμάτευτη δέσμευση για ποιότητα.
- ⊙ Προσφέρουμε προστιθέμενη αξία στον καταναλωτή μέσα από κάθε προϊόν και υπηρεσία.
- ⊙ Επενδύουμε ενεργά στην ελληνική οικονομία, αγορά και κοινωνία.

Στρατηγικοί στόχοι

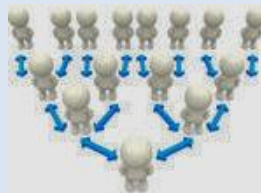
- ⊙ Διατηρούμε και εδραιώνουμε την ηγετική μας θέση, μέσα από την πορεία ανάπτυξης, καινοτομίας, ποιότητας και συνεισφοράς στο κοινωνικό σύνολο που έχουμε ήδη χαράξει.
- ⊙ Ενδυναμώνουμε το διεθνές προφίλ του Ομίλου μέσα από στρατηγικές συμμαχίες, συνέργειες και εξαγωγική επέκταση του δικτύου μας.
- ⊙ Προάγουμε την προστιθέμενη αξία σε κάθε μας δραστηριότητα και επενδύουμε σε καινοτομία, ποιότητα και ασφάλεια προϊόντων και υπηρεσιών.
- ⊙ Στηρίζουμε την κοινωνία και τους εργαζομένους μας ενάντια στις συγκυρίες των εποχών.

Όραμα

Με ένα ανθρώπινο δυναμικό το οποίο ξεπερνά τους 1.200 εργαζομένους και με συλλογή πρωτοπόρων γαλακτοκομικών ελληνικών προϊόντων γάλακτος, κατάλληλων για την παιδική και εφηβική ηλικία, αναπτύσσεται σταθερά με επενδύσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, στηρίζοντας την εγχώρια αγορά και την ελληνική οικονομία και προσφέροντας στην κοινωνία με δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας.

Στόχος και όραμά της εταιρείας «Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε.» είναι να συνεχίσουμε να επενδύουμε στην ελληνική επιχειρηματικότητα, στην καινοτομία, στην ποιότητα, και να στεκόμαστε υπεύθυνα απέναντι στους καταναλωτές προσφέροντας, καθημερινά, προϊόντα προστιθέμενης αξίας.

Διευθυντής Προσωπικού



7β. Παράγοντες αξιολόγησης του προσωπικού μας

Η εργασιακή απόδοση του προσωπικού μας επηρεάζεται από έναν αριθμό παραγόντων. Η εξαιρετική απόδοση είναι πιθανό να επιτευχθεί, ως αποτέλεσμα συγκεκριμένων συνθηκών. Κατά συνέπεια, η εξαιρετική απόδοση προϋποθέτει την εύρυθμη λειτουργία ΟΛΩΝ των παραγόντων που επηρεάζουν τη συμπεριφορά. Το επίπεδο της απόδοσης επηρεάζεται από τους εξής 7 παράγοντες:

- 1) **Κλίση:** είναι η γενετήσια ικανότητα ενός ατόμου να εκτελεί μία ή περισσότερες εργασίες.
- 2) **Επίπεδο δεξιοτήτων:** η διαφορά τους από την κλίση είναι ότι μπορούν να διδαχθούν μέχρι το σημείο που επιβάλλει η κλίση.
- 3) **Κατανόηση εργασίας:** Η διαχείριση της απόδοσης είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος για τη μετάδοση της κατανόησης μιας εργασίας.

- 4) **Προσπάθεια:** Αν ένα άτομο, παρ'όλο που έχει κλίση, δεξιότητες και κατανόηση, δεν αποδίδει όπως πρέπει, ίσως να ευθύνονται άλλοι παράγοντες γι'αυτό. Για την ορθή αξιολόγηση του προβλήματος πρέπει να εξετασθούν άλλες ενδείξεις (συστηματική αποχή, έλλειψη συμμετοχής σε συναντήσεις) ή άλλους παράγοντες που σχετίζονται με το πρόβλημα των κινήτρων.
 - 5) **Βαθμός προσπάθειας:** Ένας υπάλληλος μπορεί να κάνει περιορισμένη προσπάθεια και κατά συνέπεια να παράγει χαμηλά αποτελέσματα.
 - 6) **Επιμονή:** Η απόδοση απαιτεί συνεχή προσπάθεια.
 - 7) **Εξωγενείς παράγοντες:** Η απόδοση μπορεί να μειωθεί λόγω εξωγενών παραγόντων, δηλαδή παραγόντων που δεν ελέγχονται από το άτομο. Η ίδια η εταιρεία μπορεί να θέτει εμπόδια στην απόδοση ή μη συνεργάσιμοι συνάδελφοι και διευθυντές να συμβάλλουν σ' αυτό.
- Είναι σημαντικό τα προβλήματα απόδοσης να επιλύονται αμέσως μόλις εμφανιστούν και να εξετάζονται οι προαναφερθέντες παράγοντες για την ενδεχόμενη συμβολή τους στο πρόβλημα.

Διευθύντρια Εκπαίδευσης



7γ. Αξιολόγηση Εκπαίδευσης Προσωπικού

Η αξιολόγηση είναι ένα σημαντικό κομμάτι της εκπαιδευτικής διαδικασίας, κι αυτό διότι ουσιαστικά είναι η απόφαση για το αν η εκπαίδευση που έγινε στο προσωπικό άξιζε την προσπάθεια. Αν τα χρήματα τα οποία δαπανηθήκαν έπιασαν τόπο, αν το εκπαιδευόμενο προσωπικό επωφελήθηκε από τη διαδικασία εκπαίδευσης, αν επιτευχθήκαν οι στόχοι που είχε η επιχείρηση ορίσει, και αν είναι σκόπιμο να συνεχίσει η επιχείρηση να επενδύει στην εκπαίδευση. Κατά την διαδικασία διευκρίνησης αναγκών, σχεδιασμού εκπαίδευσης αλλά και υλοποίησης του προγράμματος πολύ πιθανόν να προκύψουν προβλήματα, τα προβλήματα αυτά καλείτε η Αξιολόγηση εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων να τα εντοπίσει με στόχο την βελτίωση της εκπαίδευσης.

Σε σχέση με τα μοντέλα αξιολόγησης προσωπικού αυτό το οποίο έχει επηρεάσει περισσότερο τη διαδικασία αυτή είναι αυτό του Kirkpatrick το οποίο λέει ότι οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες είναι καλύτερο να κρίνονται τέσσερα κριτήρια :

1. **Τις Αντιδράσεις:** στο επίπεδο αυτό εξετάζονται οι αντιδράσεις και οι εντυπώσεις των εκπαιδευομένων, κατά ποσό δηλαδή θεωρούν ότι ήταν χρήσιμη η διαδικασία της εκπαίδευσης.
2. **Μάθηση:** εδώ αξιολογείτε αν πράγματι οι εκπαιδευόμενοι απέκτησαν γνώσεις και δεξιότητες που αυτός ήταν και ο στόχος της εκπαίδευσης.
3. **Εργασιακή Συμπεριφορά:** στο σημείο αυτό διερευνάτε αν αυτά τα οποία έμαθαν οι εκπαιδευόμενοι τα κάνουν πράξη στο χώρο εργασίας τους.
4. **Συνολικά Αποτελέσματα:** εδώ εκτιμάτε ποια ήταν η συνολική επίδραση της εκπαίδευσης στην επιχείρηση. Αν υπήρχε βελτίωση και που, σε πιο τομείς και ποσό συντέλεσε η εκπαίδευση στην αλλαγή αυτή.

Διευθυντής Οικονομικών



7δ. Έννοια και ερμηνεία ισολογισμού επιχείρησης

Ο Ισολογισμός είναι η κύρια οικονομική κατάσταση που απεικονίζει, σε μια δεδομένη στιγμή (συνήθως 31/12 ή 30/6 κάθε έτους), σαν φωτογραφία, την οικονομική κατάσταση της Επιχείρησης.

Αποτελείται από δύο στήλες, που η μέν πρώτη ονομάζεται Ενεργητικό και η δεύτερη ονομάζεται Παθητικό.

Το Παθητικό απεικονίζει τις πηγές προέλευσης των κεφαλαίων που διαχειρίζεται η Επιχείρηση, και το Ενεργητικό το που είναι επενδεδυμένα.

Υπό άλλη έννοια, παθητικό είναι το που χρωστάει η Επιχείρηση και Ενεργητικό το που έχει τοποθετήσει αυτά τα χρήματα.

Με αυτήν την λογική, η Επιχείρηση χρωστάει:

- ⊙ Στους μετόχους, το κεφάλαιο που κατέβαλλαν
- ⊙ Επίσης στους μετόχους, τα κέρδη που δεν διένειμε (αποθεματικά)
- ⊙ Στις Τράπεζες, τα μακροπρόθεσμα Δάνεια που της χορήγησαν
- ⊙ Επίσης στις Τράπεζες, τα βραχυπρόθεσμα Δάνεια (κεφαλαίου κίνησης)
- ⊙ Στους Προμηθευτές, τα Προϊόντα και Υπηρεσίες που αγόρασε
- ⊙ Στο Δημόσιο τους φόρους που έχει υποχρέωση να καταβάλλει κ.α.

Στην ίδια λογική, η Επιχείρηση έχει τοποθετήσει τα παραπάνω χρήματα σε:

- ⊙ • Σε Πάγια Στοιχεία (κτίρια, μηχανήματα, λογισμικά κα)
- ⊙ • Σε Συμμετοχές σε άλλες Επιχειρήσεις
- ⊙ • Σε Αποθέματα (εμπορεύματα, ύλες, προϊόντα)
- ⊙ • Σε Απαιτήσεις (π.χ. από πελάτες στους οποίους πώλησε προϊόντα επί πιστώσει και απαιτεί το ποσό της πώλησης)
- ⊙ • Σε Χρεόγραφα (μετοχές, ομόλογα κα)
- ⊙ • Στο Ταμείο

Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι το Ενεργητικό και το Παθητικό είναι ίσα.

Στο σημείο αυτό, είναι χρήσιμο να αναφερθεί το τι είναι η Επιχείρηση και επαγωγικά να καταλήξει κανείς στην δομή των λογαριασμών του Ισολογισμού:

Η Επιχείρηση γενικά

Η Επιχείρηση, απέναντι στον νόμο, είναι νομικό πρόσωπο, κατ' αναλογία προς την έννοια του φυσικού προσώπου.

Γεννιέται νομικά με κάποιο συμβόλαιο, καταχωρείται σε βιβλία που τηρούνται από το κράτος, ζει, αποκτά περιουσία, διέπεται από νόμους κλπ και πεθαίνει σε προκαθορισμένη ημερομηνία ή εάν το θελήσουν οι γεννητόρες της ή εάν δεν μπορεί να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις της.

Από τη σύστασή της αποκτά και τα πρώτα της χρήματα δηλαδή το αρχικό της κεφάλαιο, τα οποία όμως χρωστάει στη λήξη της σε αυτούς που της τα έδωσαν, δηλαδή στους μετόχους της. Στους μετόχους της, χρωστάει επίσης, τα κέρδη που πραγματοποιεί κάθε χρόνο, καθώς και όσα χρήματα δεν μοιράζει που προέρχονται από τα κέρδη της και ονομάζονται αποθεματικά.

Κατά τη λειτουργία της, συμβαίνει να δανείζεται χρήματα από τράπεζες και άλλους. Τα χρήματα αυτά τα χρωστάει σε αυτούς από τους οποίους δανείστηκε, σε προκαθορισμένο χρονικό διάστημα. Αν το διάστημα αυτό είναι μεγάλο, διαρκεί κάποια έτη, ονομάζεται μακροπρόθεσμος δανεισμός, εάν τα χρωστά σε μικρό χρονικό διάστημα, ονομάζονται βραχυπρόθεσμος δανεισμός.

Χρωστάει επίσης και σε όποιους της κάνουν κάποιες διευκολύνσεις, δηλαδή σε αυτούς που θα έπρεπε να πληρώσει γιατί αγόρασε κάτι, και ενώ έπρεπε να τους πληρώσει, τους χρωστάει. Είναι σαν να της δανείζουν

αυτοί με ένα ποσό ίσο με το ποσό της αξίας της αγοράς, η επιχείρηση να τους ξεχρεώνει την ώρα της αγοράς και να τους χρωστάει το 'δάνειο' που της έκαναν. Αυτοί ονομάζονται προμηθευτές.

Με αυτό το μηχανισμό βλέπουμε ότι η επιχείρηση μαζεύει χρήματα, από τους μετόχους της, από τράπεζες, από προμηθευτές της και από άλλους που για κάποιον λόγο της δίνουν χρήματα.

Όλα αυτά τα χρήματα, που η επιχείρηση, τα χρωστάει, ονομάζονται Παθητικό.

Τα χρήματα που μάζεψε η επιχείρηση, κάπου τα τοποθετεί. Τα τοποθετεί στο ταμείο, σε πράγματα που αγόρασε για να πραγματοποιήσει το σκοπό για τον οποίο συστάθηκε και ονομάζονται πάγια, σε εμπορεύματα που αγοράζει, σε ομόλογα, σε συμμετοχές σε άλλες επιχειρήσεις, σε διευκολύνσεις προς τους πελάτες της από τις πωλήσεις που πραγματοποιεί, κατ' αναλογία προς τον μηχανισμό των προμηθευτών προς αυτήν και γενικά τα χρήματα που μαζεύει, τα τοποθετεί 'κάπου' και αυτό το 'κάπου' της τα χρωστάει.

Όλα αυτά τα χρήματα, που η επιχείρηση, τοποθέτησε κάπου και της τα χρωστάνε, ονομάζονται Ενεργητικό.

Από τα στοιχεία αυτά συγκροτείται ο Ισολογισμός, στην δομή που παρουσιάζεται πιο κάτω και απεικονίζει την περιουσιακή διάρθρωση της επιχείρησης.

Άρα ο ισολογισμός, είναι μία οικονομική κατάσταση, που παρουσιάζει την οικονομική θέση της επιχείρησης, μιά και παρουσιάζει το τί κατέχει η επιχείρηση και το τι χρωστάει.

Στο παθητικό φαίνονται οι πηγές προέλευσης των κεφαλαίων της επιχείρησης και στο ενεργητικό φαίνονται οι χρήσεις τους δηλαδή οι επενδύσεις της επιχείρησης.

Διευθυντής Δημοσίων σχέσεων



7ε. Η επικοινωνιακή και οικονομική σημασία των χορηγιών των επιχειρήσεων

Η χορηγία έχει αναπτυχθεί σε ένα σημαντικό εργαλείο των δημοσίων σχέσεων, του μάρκετινγκ και συγκεκριμένα αυτό της επικοινωνίας της επιχείρησης με το κοινωνικό σύνολο. Ενώ το 2001 είχαν δαπανηθεί παγκοσμίως 2 δισ. ευρώ σε χορηγίες, σήμερα αυτό το ποσό ανέρχεται σε 40 δισ. ευρώ. Τα ερωτήματα που προκύπτουν είναι αρχικά πώς μπορεί η επιχείρηση να μετρήσει την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα της χορηγίας; Ποιους στόχους επιδιώκουν οι επιχειρήσεις με τις χορηγίες τους; Πώς μπορούν να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι; Τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων και του μάρκετινγκ πρέπει να δικαιολογήσουν την απόδοση της επένδυσης των χορηγιών στην ανώτατη διοίκηση της επιχείρησης, η οποία θεωρεί τη χορηγία περισσότερο ως δαπάνη, ενώ τα στελέχη των 2 αυτών τμημάτων τη θεωρούν περισσότερο ως επένδυση. Επιπλέον, περισσότερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απαντήσεις στα παρακάτω ερωτήματα:

- 1) Με ποιους παράγοντες και προκλήσεις πρέπει οι επιχειρήσεις να αντιπαρατεθούν, ώστε να εξασφαλίσουν την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα των χορηγιών;
- 2) Πώς μπορεί να γίνει ο προγραμματισμός του ύψους του προϋπολογισμού των χορηγιών;
- 3) Ποια εργαλεία και δείκτες πρέπει να χρησιμοποιηθούν στο πλαίσιο του ελέγχου των χορηγιών;

Για να μπορέσουμε να μετρήσουμε την επιτυχία των χορηγιών, πρέπει πριν από την πραγματοποίηση μιας χορηγίας να ορισθούν από όλα τα σχετικά τμήματα ξεκάθαρα οι μετρήσιμοι στόχοι του μάρκετινγκ. Στη θεωρία και στην πράξη έχουμε τη διάκριση μεταξύ χρηματικών στόχων της χορηγίας, όπως, για παράδειγμα, αύξηση των πωλήσεων και του κύκλου εργασιών, καθώς και των ψυχολογικών στόχων της χορηγίας, όπως βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης, αύξηση της αναγνωρισιμότητας και υποκίνηση συνεργατών. Από εμπειρικές έρευνες προκύπτει ότι το 50% των υπευθύνων για τις χορηγίες στοχεύει στην αύξηση της γνωστοποίησης της επιχείρησης, της μάρκας ή ενός προϊόντος, το 30% στοχεύει σε μια βελτιστοποίηση της εικόνας της επιχείρησης και το υπόλοιπο 20% των υπευθύνων της χορηγίας στοχεύει σε μια αύξηση των πωλήσεων και των κερδών. Παρακάτω αναφέρεται μια εμπειρική ιεράρχηση των στόχων των χορηγιών:

- 1) Αύξηση της αναγνωρισιμότητας.
- 2) Βελτίωση της εικόνας.
- 3) Δέσιμο με υφιστάμενους πελάτες.

- 4) Εύρεση νέων πελατών.
- 5) Φροντίδα της επαφής με καθοδηγητές γνώμης.
- 6) Αύξηση των πωλήσεων και του κέρδους.
- 7) Φροντίδα της επαφής με τους εμπόρους.
- 8) Κοινωνική ευθύνη.
- 9) Δέσιμο με τους συνεργάτες/υποκίνηση.
- 10) Απήχηση των μέσων επικοινωνίας ποσοτική.
- 11) Ποιοτικά υψηλής αξίας απήχηση των μέσων επικοινωνίας.
- 12) Φροντίδα της επαφής με τους συνεταιίρους της διανομής.
- 13) Απόκτηση προσωπικού.

Σε ό,τι αφορά τον έλεγχο των χορηγιών, υπάρχουν ορισμένα προβλήματα. Το πρώτο πρόβλημα που προκύπτει βρίσκεται στη μέτρηση των στόχων. Ενώ η αναγνωρισιμότητα και η εικόνα της επιχείρησης μπορούν κατά κάποιο τρόπο να μετρηθούν με πριν και μετά συνεντεύξεις της έρευνας αγοράς για ένα γεγονός, είναι ωστόσο αρκετά δύσκολο να απομονώσουμε την επίδραση αυτού του εργαλείου επικοινωνίας στα αποτελέσματα των πωλήσεων και του κέρδους. Ένα άλλο πρόβλημα που προκύπτει διεθνώς είναι η σύγκριση της αποτελεσματικότητας της χορηγίας με τον ανταγωνισμό.

Διευθύντρια Μάρκετινγκ



7στ. Παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση του γάλακτος

- ⊙ Πληθυσμιακές μεταβολές
 - Μετανάστευση : προκαλεί αύξηση του αριθμού των εθνικοτήτων εντός μιας χώρας, η οποία με τη σειρά της δημιουργεί ευκαιρίες ανάπτυξης νέων τροφίμων, νέων αγορών για υπάρχοντα τρόφιμα και νέων σημείων διανομής.
 - Ηλικιακή διάρθρωση του πληθυσμού : καθορίζει τη ζήτηση για αγροτικά προϊόντα και τρόφιμα (π.χ. η αύξηση του μέσου όρου ηλικίας μιας χώρας αναμένεται να έχει αρνητική επίδραση στη ζήτηση κρέατος και τυριών).
 - Πληθυσμιακή συγκέντρωση σε μεγάλα αστικά κέντρα : παρότι έχει αρνητικές σε άλλα επίπεδα , μειώνει το κόστος διανομής αγροτικών προϊόντων και τροφίμων, καθώς είναι οικονομικότερο να εφοδιασθεί ένας γεωγραφικά συγκεντρωμένος πληθυσμός παρά ένας γεωγραφικά διασκορπισμένος πληθυσμός (π.χ. οι υπεραγορές τροφίμων παρουσίασαν μεγάλη άνθηση καθώς η πληθυσμιακή συγκέντρωση σε μεγάλες πόλεις αυξανόταν).
- ⊙ Μεταβολές σε επίπεδο νοικοκυριού
 - Μέγεθος νοικοκυριού σε σύγκριση με παλαιότερες εποχές σήμερα το μέγεθος του μέσου νοικοκυριού είναι μικρότερο σε πολλές χώρες. Αυτό δημιούργησε την ανάγκη για μικρότερο μέγεθος αγροτικών προϊόντων, για μικρότερες συσκευασίες και για μεγαλύτερη διάρκεια διατήρησης τυποποιημένων τροφίμων.
 - Αλλαγές στους ρόλους των μελών του νοικοκυριού : σε πολλές χώρες σήμερα παρατηρείται αύξηση στον αριθμό των νοικοκυριών που τον κυρίαρχο ρόλο διαδραματίζει η εργαζόμενη γυναίκα, ή κάποιο μέλος με δυο δουλειές ταυτόχρονα. Αυτή η τάση δημιούργησε την ανάγκη για τυποποιημένα τρόφιμα ευκολίας.
- ⊙ Εισόδημα
 - Μεταβολές στο ύψος του εισοδήματος ενός καταναλωτή έχουν επίδραση στο ύψος της ζήτησης αγροτικών προϊόντων και τροφίμων. Π.χ. αυξανόμενου του εισοδήματος ενός καταναλωτή, αυξάνεται η ζήτηση για ορισμένα αγροτικά προϊόντα και τρόφιμα, αλλά μειώνεται η ζήτηση για άλλα αγροτικά προϊόντα και τα τρόφιμα.

© Τάση προς υγιεινή διατροφή

Σε επίπεδο παραγωγής, η ανωτέρω τάση ώθησε αγρότες και κτηνοτρόφους στις εναλλακτικές καλλιέργειες οι οποίες δεν χρησιμοποιούν χημικά και άλλα επιβλαβή πρόσθετα, με αποτέλεσμα να παράγονται βιολογικά αγροτικά προϊόντα. Σε επίπεδο επεξεργασίας, η ανωτέρω τάση ώθησε τις επιχειρήσεις τυποποίησης τροφίμων να τονίσουν κατά τη διαφημιστική τους εκστρατεία το γεγονός ότι παράγουν και βιολογικά προϊόντα. Τέλος σε επίπεδο λιανεμπορίου η ανωτέρω τάση δημιούργησε χώρο για νέα λιανεμπορικά καταστήματα μικρού μεγέθους, που εξειδικεύονται μόνο σε βιολογικά προϊόντα.

Διευθυντής

Πωλήσεων



7ζ. Προβληματισμοί για το πλάνο προώθησης των προϊόντων μας

Οι ενέργειες προώθησης χρειάζεται να προσελκύσουν την προσοχή του κοινού στόχου και να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά και διαφορετικά. Είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη ότι το ίδιο μήνυμα μπορεί να ειρηνευθεί με πολλούς τρόπους. Ακόμα, και η ίδια η λέξη μπορεί να σημαίνει διαφορετικά πράγματα σε διαφορετικούς ανθρώπους.

Είναι γνωστό ότι οι καταναλωτές δεν αξιολογούν μόνο το μήνυμα, αλλά και τον πομπό που μπορεί να στείλει ένα μήνυμα μέσα από πολλά κανάλια. Στην προσωπική πώληση ο πομπός-πηγή, δηλαδή ο πωλητής μπορεί να βλέπει την άμεση αντίδραση του δέκτη και σύμφωνα με αυτό να κρίνει πώς λαμβάνεται το μήνυμα και να το διαφοροποιεί αν αυτό είναι αναγκαίο. Ενώ στη μαζική πώληση η επιχείρηση εξαρτάται από τα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς ή από τα στοιχεία των πωλήσεων για να γνωρίζει τις αντιδράσεις των καταναλωτών και αυτό είναι χρονοβόρο.

Μελετώντας μια αγορά σαν σύνολο παρατηρούμε ότι διαφορετικοί καταναλωτές συμπεριφέρονται διαφορετικά. Κάποιοι πρωτοστατούν στην δοκιμή νέων προϊόντων και στη συνέχεια επηρεάζουν άλλους. Κάποιοι άλλοι πάλι δεν μπαίνουν στην διαδικασία να αλλάξουν τα προϊόντα τα οποία χρησιμοποιούν με καινούρια αν δεν πεισθούν ότι τα καινούρια είναι πολύ καλύτερα. Γι' αυτό το λόγο κάθε ξεχωριστό τμήμα της αγοράς μπορεί να χρειάζεται ένα ξεχωριστό μείγμα του μάρκετινγκ και των πωλήσεων και μια ξεχωριστή σύνθεση στόχων και ενεργειών προώθησης. Η στόχευση των μεγάλων αγορών είναι το επιθυμητό σε ορισμένες περιπτώσεις όμως, ενέργειες προώθησης που απευθύνονται σε όλους καταλήγουν να μη φτάνουν σε κανένα.

Η σύσταση κάθε πλάνου προώθησης είναι ανάγκη να σχεδιάζεται για να επιτύχει τους συγκεκριμένους στόχους προώθησης του συγκεκριμένου προϊόντος μας. Αυτό εξαρτάται από :

- 1) το κονδύλι που διατίθεται για προώθηση
- 2) Το στάδιο που βρίσκεται το προϊόν στο κύκλο της ζωής του
- 3) Την φύση του ανταγωνισμού
- 4) Το κοινό – στόχο της προώθησης
- 5) Την φύση του προϊόντος.

Διευθυντής

Παραγωγής



7η. Μέθοδοι θερμικής επεξεργασίας νωπού γάλακτος

Σύμφωνα με τον Κώδικα Τροφίμων και Ποτών (2009) «θερμικά επεξεργασμένο γάλα» χαρακτηρίζεται το γάλα που είναι κατάλληλο για ανθρώπινη κατανάλωση και παράγεται με θερμική

νωπό γάλα και το οποίο έχει τη μορφή γάλακτος παστεριωμένου και γάλακτος μακράς διάρκειας (αποστειρωμένου ή υπερυψηλής θέρμανσης - Ultra High Temperature). «Θερμική επεξεργασία» νοείται κάθε επεξεργασία με θέρμανση που έχει ως αποτέλεσμα, αμέσως μετά την εφαρμογή της, αρνητική αντίδραση στη δοκιμασία φωσφατάσης.

Ανάλογα, λοιπόν, με τη θερμική επεξεργασία που εφαρμόζεται, το γάλα κατατάσσεται στις εξής κατηγορίες:

Παστεριωμένο γάλα, που είναι το γάλα στο οποίο έχει εφαρμοστεί η τεχνική της παστερίωσης. Υπάρχουν δυο ισοδύναμοι τρόποι θερμικής επεξεργασίας για την παστερίωση του γάλακτος :

α) η εφαρμογή χαμηλής θερμοκρασίας (63o C) για μακρό χρονικό διάστημα (Low-Temperature Long-Time, LTLT) περίπου 30 λεπτών που γίνεται σε δεξαμενές με διπλά τοιχώματα, και

β) η εφαρμογή υψηλής θερμοκρασίας (71,7o C) για βραχύ χρονικό διάστημα περίπου 15 δευτερολέπτων (High Temperature Short Time, HTST), που γίνεται συνήθως σε πλακοειδείς εναλλάκτες θερμότητας. Τα εργοστάσια και οι μικρές βιοτεχνίες, που παράγουν παστεριωμένο γάλα, συνήθως επιλέγουν τη δεύτερη μέθοδο παστερίωσης αφού είναι εξοπλισμένα με τους πλακοειδείς εναλλάκτες, που απαιτούνται για την παστερίωση αυτή. Βέβαια, είναι δυνατόν να εφαρμοστεί και διαφορετικός συνδυασμός χρόνου και θερμοκρασίας για την παστερίωση του γάλακτος, θα πρέπει όμως να επιτευχθεί ισοδύναμο αποτέλεσμα.

Γενικά, με την παστερίωση όλοι οι μύκητες, οι ζύμες και η πλειοψηφία των αλλοιογόνων βακτηρίων θανατώνονται, και πολλά ενδογενή ένζυμα μετουσιώνονται. Οι θερμοκρασίες και οι χρόνοι παστερίωσης έχουν επιλεγεί, έτσι ώστε να εξασφαλίζουν την καταστροφή και των θερμοαντόχων, μη σπορογόνων παθογόνων μικροοργανισμών κυρίως του *Mycobacterium tuberculosis* (βακτήριο της φυματίωσης) αλλά και των *Coxiella burnetii* (βακτήριο που προκαλεί τον πυρετό Q) και *Listeria monocytogenes* (προκαλεί λιστερίωση). Άλλα λιγότερο θερμοάντοχα παθογόνα, όπως είναι τα *Brucella*, *Staphylococcus aureus*, *Salmonella*, *Campylobacter* και *Escherichia coli* O157:H7, μπορεί να αδρανοποιηθούν και σε χαμηλότερες της παστερίωσης θερμοκρασίες. Όμως, κάποια θερμοάντοχα μη σπορογόνα (π.χ. *Lactobacillus* και *Streptococcus*) αλλά και κάποια σπορογόνα βακτήρια (π.χ. *Bacillus* και *Clostridium*) μπορεί να επιζήσουν της παστερίωσης.

Σε αυτές τις θερμοκρασίες, οι αλλαγές που εμφανίζουν τα συστατικά και τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του γάλακτος, είναι πολύ μικρές. Είναι δυνατόν να υπάρξει με την παστερίωση μια μετουσίωση των πρωτεϊνών του ορού κατά 3-5%, όπως και μια μικρή απώλεια των βιταμινών (π.χ. η απώλεια των βιταμινών A και D είναι αμελητέα, ενώ η απώλεια των B1, B6, B9, B12 και C είναι της τάξης του 10%, 1-5%, 3-5%, 1-10% και 5-20%, αντίστοιχα).

Ωστόσο, το παστεριωμένο γάλα έχει περιορισμένη διάρκεια ζωής (self life), γι' αυτό είναι αναγκαία η ταχεία ψύξη του σε χαμηλές θερμοκρασίες που δεν υπερβαίνουν τους 6o C κατά τη διακίνησή του και μέχρι την κατανάλωσή του. Η διάρκεια ζωής του εξαρτάται κυρίως από την ποιότητα της πρώτης ύλης, δηλαδή τη μικροβιολογική (ολικό φορτίο και σωματικά κύτταρα) και τη χημική (κυρίως μέταλλα και ελεύθερα λιπαρά οξέα) ποιότητα του νωπού γάλακτος και από τον τρόπο επεξεργασίας της πρώτης ύλης (συλλογή, θερμική επεξεργασία, θερμοκρασία αποθήκευσης, έκθεση στο φως, είδος συσκευασίας, επιμολύνσεις μετά την παστερίωση από μέταλλα και μικροοργανισμούς, κ.ά.)

Η καλή ή κακή ποιότητα του παστεριωμένου γάλακτος γίνεται αντιληπτή από τους καταναλωτές, κυρίως μέσω των οργανοληπτικών του χαρακτηριστικών. Τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά βέβαια είναι άμεσα συνδεδεμένα με τη χημική και μικροβιολογική ποιότητα του γάλακτος. Χημικές και ενζυμικές αντιδράσεις δημιουργούν άσχημη οσμή –γεύση στο φρέσκο παστεριωμένο γάλα, το οποίο μετά από κάποιο χρόνο αποθήκευσης δεν είναι αποδεκτό από τον καταναλωτή. Για παράδειγμα, μπορεί να αναπτυχθεί «καμένη» ή «χάρτινη» γεύση λόγω αποικοδόμησης των θειούχων αμινοξέων των πρωτεϊνών του ορού γάλακτος ή της οξειδωσης του λίπους του γάλακτος αντίστοιχα, ή ανεπιθύμητη οσμή- γεύση λόγω αύξησης του μικροβιακού φορτίου (κυρίως ψυχρότροφα βακτήρια) του παστεριωμένου γάλακτος.

Από ερευνητικά αποτελέσματα του Ινστιτούτου Γάλακτος σε συνεργασία με το Εργαστήριο Χημείας Τροφίμων του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων, σχετικά με την ποιότητα του φρέσκου παστεριωμένου (15 δευτερόλεπτα στους 72°C) γάλακτος, συσκευασμένου σε χαρτοκουτίο που παρέμεινε στους 4± 0,5°C για 7 ημέρες, φαίνεται ότι οι δείκτες ποιότητας του παστεριωμένου γάλακτος (πρωτεόλυση, λιπόλυση, οξείδωση λίπους, ψυχρότροφα και μεσόφιλα βακτήρια) αυξάνονταν με μικρό ρυθμό μετά την παστερίωση έως την 5^η ημέρα συντήρησης και με πολύ μεγαλύτερο από την 5^η έως την 7^η ημέρα.

Δυστυχώς, δεν έχουν θεσπιστεί όρια για τους παραπάνω δείκτες, ώστε να μπορεί εύκολα να καθοριστεί ο χρόνος ζωής του παστεριωμένου γάλακτος και το σημαντικότερο κριτήριο παραμένει η αποδοχή του από τον καταναλωτή. Κάποιες χώρες έχουν θεσπίσει ως χρόνο ζωής του γάλακτος, το διάστημα κατά το οποίο το μικροβιακό του φορτίο θα φτάσει την τιμή των 20.000 μικροβίων/ml, όταν αυτό συντηρείται στην οριακή θερμοκρασία των 7°C.

Το γάλα μακράς διάρκειας υφίσταται θερμική επεξεργασία είτε με την κλασική μέθοδο αποστείρωσης (π.χ. 115-125°C για 20-30 λεπτά) ή με τη μέθοδο της υπερυψηλής θέρμανσης (Ultra High Temperature- UHT) και σύμφωνα με τον Κώδικα Τροφίμων και Ποτών (2009) η θέρμανσή του είναι στους 135°C (η ελάχιστη) επί 1 τουλάχιστον δευτερόλεπτο και έχει ως σκοπό την καταστροφή όλων των υπολειπομένων μικροοργανισμών και των σπορίων τους. Το γάλα αυτό συσκευάζεται υπό ασηπτικές συνθήκες σε αδιαφανή δοχεία, κατά τρόπο όμως ώστε να μειώνονται στο ελάχιστο οι χημικές, φυσικές και οργανοληπτικές μεταβολές. Με τον τρόπο αυτό διασφαλίζεται μεγαλύτερη διάρκεια ζωής από το παστεριωμένο γάλα. Οι παραπάνω συνδυασμοί θερμοκρασίας - χρόνου του γάλακτος προκαλούν τη θανάτωση όλων των μικροοργανισμών και των σπορίων τους, όμως επηρεάζουν και τη φυσικοχημική σταθερότητα, το χρώμα και τη γεύση του καθώς και τη θρεπτική αξία του. Κάποιες από τις αλλαγές είναι αντιστρεπτές και κάποιες όχι. Οι αλλαγές αυτές είναι ηπιότερες όταν χρησιμοποιείται η μέθοδος UHT, γι' αυτό και προτιμάται έναντι της κλασικής αποστείρωσης.

Διευθύντρια Σχεδίασης προϊόντων



7θ. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της σύνθετης χάρτινης συσκευασίας

Η απαίτηση των καταναλωτών για καλύτερη ποιότητα στη ζωή, τους οδήγησε στην αναζήτηση υγιεινότερων και φρεσκότερων τροφών. Αυτή η απαίτηση με τη σειρά της οδήγησε τους παραγωγούς στην αναζήτηση νέων μεθόδων συσκευασίας. Η χάρτινη συσκευασία έδωσε τη λύση αφού προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα και ελάχιστα μειονεκτήματα στον παραγωγό και στον καταναλωτή.

Πλεονεκτήματα

- ⊙ Η χάρτινη συσκευασία επιτρέπει στο φρέσκο γάλα να διατηρείται καλύτερα και για μεγαλύτερη διάρκεια από ότι με την πλαστική και τη γυάλινη συσκευασία.
- ⊙ Το χαρτί παρέχει ένα σταθερό σχήμα και κάνει τη συσκευασία ελκυστική για τον καταναλωτή, αφού το χαρτί έχει τη δυνατότητα να εκτυπώνεται.
- ⊙ Με την χάρτινη συσκευασία γίνεται εφικτή η κατανάλωση προϊόντων που πριν ήταν δύσκολο να διακινηθούν αλλά και να διατεθούν, για οικονομικούς λόγους.
- ⊙ Το σχήμα των χάρτινων συσκευασιών εξοικονομεί χώρο στα ράφια των καταστημάτων των καταναλωτών, αλλά και στα μεταφορικά μέσα. Επίσης, μειώνεται το κόστος μεταφοράς των προϊόντων, αφού η χάρτινη συσκευασία σε σχέση με τη πλαστική και τη γυάλινη καταλαμβάνει 30% λιγότερο χώρο.

- ⊙ Η χάρτινη συσκευασία είναι μικρή σε μέγεθος , δεν είναι εύκολο να χαλάσει – δεν μπορεί π.χ. να σπάσει και έχει μεγάλη διάρκεια ζωής.
- ⊙ Ως προς το περιβάλλον , η χάρτινη συσκευασία είναι φιλική , αφού προέρχεται από μια ανανεώσιμη πηγή , το ξύλο, και αποσυντίθεται εύκολα. Επιπλέον, σαν χαρτί μπορεί να ανακυκλωθεί.

Μειονεκτήματα

- ⊙ Το χαρτί από μόνο του δε θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για τη συσκευασία υγρών τροφίμων, αφού δεν είναι αδιάβροχο.
- ⊙ Στην Ελλάδα σε σχέση με τις άλλες χώρες της Ευρώπης, η χάρτινη συσκευασία είναι ακριβή. Η Ελλάδα εισάγει όλα τα υλικά που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία της σύνθετης χάρτινης συσκευασίας, κάνει την εκτύπωση της στο εξωτερικό και στο τέλος το κόστος της μεταφοράς των συσκευασιών κάνουν την τιμή να αυξάνεται. Επιπλέον, στην Ελλάδα η ανακύκλωση των σύνθετων χάρτινων συσκευασιών είναι ελάχιστη σε σχέση με άλλες Ευρωπαϊκές χώρες.

Διευθυντής Προμηθειών



7ι. Φόρτωση και αποστολή παραγγελιών

Ο υπεύθυνος φορτώσεων ενημερώνεται από την κατάσταση παραγγελιών εργοστασίου για τις δοθείσες παραγγελίες, φροντίζει να ομαδοποιήσει τις παραγγελίες ανά φορτηγό παράδοσης και προετοιμάζει το πρόγραμμα φορτώσεων της επόμενης μέρας με βάση το έντυπο κατάσταση παραγγελιών επόμενης.

Για την δημιουργία του προγράμματος φορτώσεων, λαμβάνει υπόψη του τους ακόλουθους περιορισμούς:

- ⊙ Τον αριθμό των διαθέσιμων οδηγών, φορτηγών και δρομολογίων,
- ⊙ Τον τρόπο φόρτωσης και εκφόρτωσης κάθε συγκεκριμένης παραγγελίας (Είναι σε παλέτες, απαιτούνται εργάτες για την εκφόρτωση ή όχι; Μπορεί ο ίδιος ο οδηγός να ξεφορτώσει αν χρειαστεί;),
- ⊙ Τον βαθμό στον οποίο κάθε οδηγός γνωρίζει την περιοχή αποστολής (π.χ. δύσβατες περιοχές),
- ⊙ Τη δυνατότητα προσέγγισης των σημείων εκφόρτωσης (π.χ. πολύ στενοί δρόμοι) κάθε φορτηγού.
- ⊙ Το βάρος του φορτίου,
- ⊙ Το χρόνο παράδοσης,
- ⊙ Τη σειρά εκφόρτωσης (καθότι αυτή προσδιορίζει τη σειρά φόρτωσης),
- ⊙ Την επάρκεια αποθέματος .

Ο υπεύθυνος φορτώσεων, λαμβάνοντας υπόψη του , όλα τα παραπάνω στοιχεία, εκδίδει στη συνέχεια τα δελτία φόρτωσης εις διπλούν για :

- ⊙ Τον οδηγό του οχήματος,
- ⊙ Τον χειριστή περονοφόρου .

Στο δελτίο φόρτωσης (ένα ανά φορτηγό) προσδιορίζονται:

- ⊙ Τα ονόματα των πελατών,
- ⊙ Ο τύπος του προϊόντος,
- ⊙ Η ποσότητα του προϊόντος,
- ⊙ Ο τύπος του φορτηγού ή το όνομα του μεταφορέα.

Στο τέλος της διαδικασίας φόρτωσης, το δελτίο φόρτωσης επιστρέφεται στον υπεύθυνο φορτώσεων, ο οποίος σε συνεργασία με το λογιστήριο εκδίδει το κατάλληλο παραστατικό για κάθε πελάτη, το οποίο

παραλαμβάνεται από τον οδηγό, που θα μεταφέρει την συγκεκριμένη παραγγελία. Τα παραστατικά ομαδοποιούνται σύμφωνα με τη σειρά παράδοσης στους πελάτες και χρησιμεύουν στον οδηγό ως ένδειξη της σειράς παράδοσης.

Κάθε φορτηγό ελέγχεται πριν την αναχώρηση του. Ο υπεύθυνος αποστολών επιβεβαιώνει ότι ο οδηγός έχει μαζί του τα παραστατικά του φορτίου που μεταφέρει, συγκρίνει τα στοιχεία των παραστατικών αποστολής και εφόσον διαπιστωθεί τυχόν απόκλιση, ενημερώνει τον υπεύθυνο φορτώσεων, ο οποίος πραγματοποιεί τις ακόλουθες ενέργειες:

- ⊙ Ελέγχει τα παραστατικά έναντι του δελτίου φόρτωσης τελικών ώστε να διαπιστωθεί αν έγινε λάθος στην τιμολόγηση και ταυτόχρονα ελέγχει το φορτίο στο φορτηγό (εφόσον το φορτίο είναι μικρό και είναι εφικτός ο έλεγχος),
- ⊙ Αν το φορτίο είναι μεγάλο και η διαφορά είναι μικρότερη του 1% ειδοποιείται ο οδηγός να παρακολουθεί την εκφόρτωση ώστε να εντοπίσει το λάθος και σε περίπτωση που παραδοθούν λιγότερα από τα τιμολογημένα προϊόντα, ειδοποιεί ώστε να εκδοθεί πιστωτικό τιμολόγιο στον πελάτη,
- ⊙ Αν το φορτίο είναι μεγάλο και η διαφορά είναι μεγαλύτερη του 1% τότε γίνεται εκφόρτωση του φορτίου και επαναφόρτωσή του.

Ο οδηγός είναι υπεύθυνος για την επιστροφή του παραστατικού υπογεγραμμένου από τον πελάτη στο λογιστήριο.

Διευθύντρια

Ποιοτικού

Ελέγχου



7ια. Παρουσίαση πιστοποιητικών ποιότητας

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ

Σύστημα Διαχείρισης σύμφωνα με
EN ISO 9001 : 2008

Βάσει των διαδικασιών TÜV NORD CERT, πιστοποιείται ότι η επιχείρηση

**Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α. Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Μπιχάκη 40 - ΑΓ. Ι. ΡΕΝΤΗ - Τ.Κ. 152 33
ΕΛΛΑΔΑ**

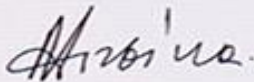
Συμπριλαμβανομένων των υποκαταστημάτων που αναφέρονται στο συνημμένο παράρτημα

Εφαρμόζει σύστημα διαχείρισης ποιότητας σύμφωνα με το παραπάνω πρότυπο για το εξής πεδίο εφαρμογής

**Παραγωγή , αποθήκευση και εμπορία
γαλακτοκομικών προϊόντων**

Αριθμός Μητρώου Πιστοποιητικού 08 208 235891
Έκθεση επιθεώρησης με αρ. GR - 1763/2013

Ισχύει μέχρι 2016-06-24
Αρχική Πιστοποίηση 2008



Φορέας Πιστοποίησης
του Οργανισμού TÜV NORD CERT GmbH

Αθήνα, 2011-10-17

Η πιστοποίηση πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με τις διαδικασίες επιθεώρησης και πιστοποίησης του TÜV NORD CERT και υπόκειται σε τακτικές επιθεωρήσεις επιτήρησης.

TÜV NORD CERT GmbH Langemarckstrasse 20 45141 Essen www.tuev-nord-cert.com



TGA-ZM-07-06-00

Πιστοποιητικό διαχείρισης ποιότητας EN ISO 9001:2008

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ

Σύστημα Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων σύμφωνα με το
EN ISO 22000 : 2005

Απαιτήσεις για τους οργανισμούς της αλυσίδας τροφίμων

Βάσει των διαδικασιών TÜV HELLAS (TÜV NORD) A.E., πιστοποιείται ότι η επιχείρηση

**Ο ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α. Ε.
ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΡΕΝΤΗ
Μπιχάκη 40 - ΑΓ. Ι. ΡΕΝΤΗ - Τ.Κ. 152 33
ΕΛΛΑΔΑ**

Εφαρμόζει ένα Σύστημα Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων σύμφωνα με το παραπάνω πρότυπο για το εξής πεδίο εφαρμογής

**Παραγωγή , αποθήκευση και εμπορία
γαλακτοκομικών προϊόντων**

Αριθμός Μητρώου Πιστοποιητικού 064250904
Έκδοση επιθεώρησης με αρ. CR - 2672/2012

Ισχύει μέχρι 2016-10-06

TÜV HELLAS (TÜV NORD) A.E Φορέας Πιστοποίησης

Αθήνα, 2013-05-03

Η πιστοποίηση πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με τις διαδικασίες επιθεώρησης και πιστοποίησης της TÜV HELLAS A.E. και υπόκειται σε τακτικές επιθεωρήσεις επιτήρησης.



TÜV HELLAS A.E., Λ. Μεσογείων 282, 15562, Χολαργός, Αθήνα, Ελλάδα

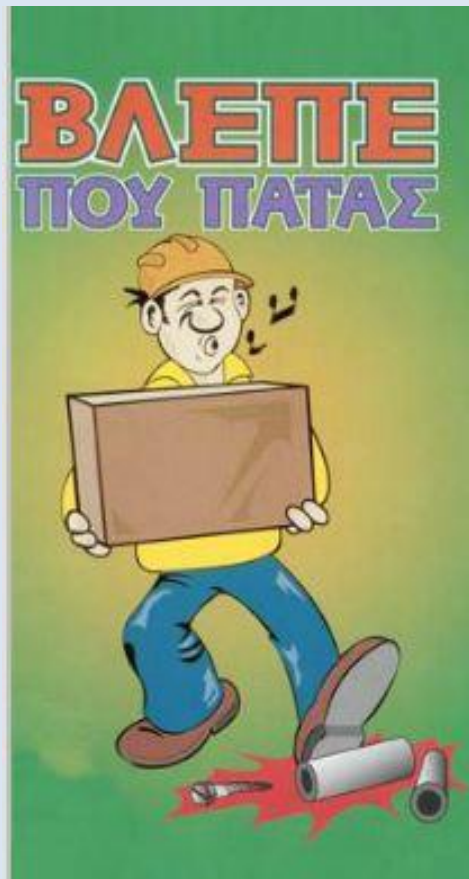
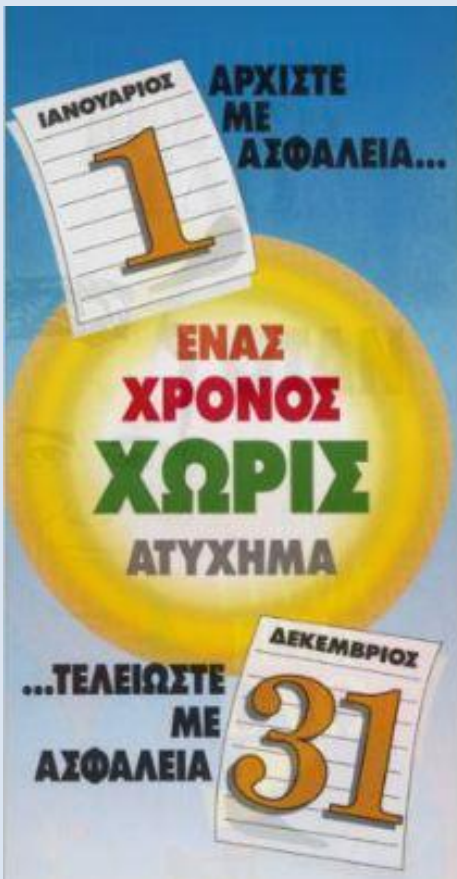
Πιστοποιητικό EN ISO 22000: 2005 για την διαχείριση ασφάλειας τροφίμων

Διευθυντής Υγιεινής και Ασφάλειας



7ιβ. Δημιουργία αφισών ασφαλείας στην επιχείρησή μας

Ορισμένες από τις αφίσες που είναι αναρτημένες στα κατάλληλα σημεία της επιχείρησής είναι και οι παρακάτω :



86

Διευθυντής Μηχανογράφησης



7ιγ. Ο ιστότοπός μας – μενού «Κοινωνική ευθύνη»-υπομενού «Η ανακύκλωση των συσκευασιών μας»



Αναζήτηση Κοινωνική ευθύνη > Η ανακύκλωση των συσκευασιών μας

Στηρίζουμε την ανακύκλωση των συσκευασιών μας

Η ΑΣΠΡΟΥΛΗΣ Α.Ε., εφαρμόζει εδώ και πολλά χρόνια την εντός των εγκαταστάσεών της ανακύκλωση όλων των υλικών συσκευασιών που χρησιμοποιεί στις παραγωγικές της διαδικασίες. Με την πλήρη συμμετοχή των εργαζομένων της συγκεντρώνει όλο τον όγκο των απόβλητων ανακυκλώσιμων υλικών (πλαστικό, χαρτί, μέταλλο, ξύλο κ.λ.π) καθώς και ηλεκτρικές/ηλεκτρονικές συσκευές και τα κενά δοχεία μελάνης των εκτυπωτών γραφείου και τα προωθεί σε αδειοδοτημένες εταιρείες ανακύκλωσης.

Σε ό,τι αφορά το θέμα των απόβλητων συσκευασιών της, υπήρξε ιδρυτικό μέλος της Ελληνικής Εταιρείας Αξιοποίησης Ανακύκλωσης (ΕΕΑΑ), που συστάθηκε σύμφωνα με το νόμο 2939/2001. Ο νόμος αυτός ήρθε, κατ'επιταγή της Ευρωπαϊκής Εγκυκλίου ΕΚ 94/62, να τονίσει προς όλους τη λογική «Ο ρυπαίνων πληρώνει» και να συμβάλει σε τεράστιο βαθμό στην προστασία του περιβάλλοντος.



Στην μέση τράπεζα της ανακύκλωσης, ή σε ανακυκλωτές πόλεως που έχουμε στο σπίτι μας συλλέγονται:

- Γυαλιστερά ανακυκλώσιμα: π.χ. από συσκευασίες υγρών τροφίμων, αναψυκτικών, σαμπάνιας, πλαστικές φιάλες, ή από περιτυλίξεις κ.ο.
- Ξυλινές συσκευασίες: π.χ. από κάρτες, κάρτες από διάφορα τροφίμων κ.ο.
- Χαρτινές συσκευασίες: π.χ. από αναψυκτικά, κάρτες γάλα, τσάνες, κούπες, συσκευασίες κ.ο.
- Αλουμινοένες και λαμινωμένες συσκευασίες: π.χ. κούπες από γάλα, αναψυκτικά, υγρά, κωνοφόρες τροφίμων, κάρτες κ.ο.



Αποβάλλουμε στο το υλικό στους μπλέ κάδους της ανακύκλωσης.

ΔΕΝ ΣΕΚΝΑΜΕ!

- Τα ελαστικά, ελαστικά οχήματα, τις αυτοκινητοκίνητα, μηχανήματα, τα γέφυρα, τα γέφυρα, τα αυτοκίνητα, τα αυτοκίνητα, μηχανήματα.
- Τα αβράκια, τα υλικά ανακύκλωσης, πλάκα στους μπλε κάδους.

• ΔΕΝ ΡΥΠΑΙΝΟΥΜΕ ΚΟΥΡΑ ΣΥΝΕΤΗΛΙΑ!





Πηγές πληροφόρησης

- ☺ http://www.vivartia.com/?page_id=648
- ☺ <http://greece.fage.eu/>
- ☺ http://www.dodoni.eu/page/protogeneis_ules
- ☺ <http://www.olympus.gr/etairiki-koinoniki-eithini/>
- ☺ <http://www.neogal.gr/>
- ☺ <http://www.mevgal.gr/frontend/index.php>
- ☺ <http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/4372/Kalaitzis.pdf?sequence=1>
- ☺ http://www.kariera.gr/GR/jobseeker/jspage.aspx?pagever=sector_search
- ☺ <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/ba/2012/GouvaGeorgia/attached-document-1360136015-712526-20196/GouvaGeorgia2012.pdf>
- ☺ <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%B1%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%84%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1>
- ☺ <http://www.bizhelp365.com/sales-and-production-budgets/>
- ☺ http://www.specisoft.gr/home/news/docs/Arthro_Isologismos_Erminia.pdf
- ☺ <http://www.monochrom.gr/UserFiles/parliarou.pdf>
- ☺ <http://www.diatrofi.gr/index.php/food/food/item/607-%CE%B3%CE%AC%CE%BB%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CF%8D%CF%80%CE%BF%CE%B9-%CE%B3%CE%AC%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%BF%CF%82>
- ☺ <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/stef/mhx/2012/ChatziiliadisThomas/attached-document-1338968604-379794-17207/Chatziiliadis2012.pdf>
- ☺ <http://www.sev.org.gr/Uploads/pdf/N3850.pdf>
- ☺ <http://www.kathimerini.gr/752846/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/h-xorghia-ws-ergaleio-epikoinwnias>
- ☺ http://meleagros.iep.edu.gr/uploaded_files/ORGANOSI_KAI_DIAXEIRISI_A_POTHIKON.pdf

- ☺ <http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/2389/TZOURA.pdf?sequence=1>
- ☺ <http://www.moa.gov.cy/moa/environment/environment.nsf/All/A5FC70466CBC06E8C225794B004381FA?OpenDocument>
- ☺ <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/ba/2012/KaratziAgapi/attached-document-1360580248-859070-21563/KaratziAgapi2012.pdf>
- ☺ <http://el.wikiversity.org/wiki/%CE%95%CE%B9%CF%83%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%AE%CF%83%CF%84%CE%B1%CF%80%CE%BB%CE%B7%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AC%CF%83%CF%85%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1>
- ☺ <http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/3134/Koufopoulou Mouselimi.pdf?sequence=2>