



Νομός Αχαΐας

Πτυχιακή Εργασία

Ελένης Τσίρου

**Θέμα: Ποιά είναι
η προοπτική ανάπτυξης
των βιομηχανικών
επιχειρήσεων του νομού
Αχαΐας και ποιο
ρόλο παίζει η
διοίκηση ολικής ποιότητας
στην ανωτέρω ανάπτυξη.**

Προτείνων και επιβλέπων εκπαιδευτικός
Βασιλόπουλος Λάμπρος
Ανώτατο Τεχνολογικό
Εκπαιδευτικό Ιδρύμα Πάτρας
Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας
Τμήμα: Διοίκηση Επιχειρήσεων

Έτος 2007

ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ

ISO

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ
ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

ΑΧΑΪΑ

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

ΕΛΕΓΧΟΣ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Πτυχιακή Εργασία

Ελένης Τσίρου

- **Θέμα:** Ποιά είναι η προοπτική ανάπτυξης των **βιομηχανικών** επιχειρήσεων του νομού **Αχαΐας** και ποιο ρόλο παίζει η **διοίκηση οδικής ποιότητας** στην ανωτέρω ανάπτυξη.

**Ανώτατο Τεχνολογικό
Εκπαιδευτικό Ιδρύμα Πάτρας**
Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας
Τμήμα: Διοίκηση Επιχειρήσεων

Προτείνων και επιβλέπων εκπαιδευτικός
Βασιλόπουλος Λάμπρος

Εικαστική επιμέλεια:
Βοηθικάκη Στεφανία



Περιεχόμενα

Θεματολογία Εργασίας	6	⊙ Οι αρχές διοίκησης ολικής ποιότητας
Πρόλογος	7	⊙ Ανάπτυξη νέων προϊόντων
Ενότητα 1.	9 - 14	Ενότητα 5. 45 - 64
Ο Νομός Αχαΐας του σήμερα και του χθές.		Διαγραμματική απεικόνιση της
⊙ Δημογραφικά στοιχεία		διοίκησης ολικής ποιότητας
⊙ Πάτρα		Ενότητα 6. 65 - 71
Ο νομός Αχαΐας του χθές		Πως η καινοτομία καθορίζει την
⊙ Εισαγωγικά στοιχεία για την Αχαϊκή		ανάπτυξη
βιομηχανία κατά τα έτη 1840 - 1940		⊙ Το επιχειρηματικό περιβάλλον σήμερα
⊙ Το Λιμάνι της Πάτρας		⊙ Μια επιτυχώς ανταποκρινόμενη
⊙ Η πρώτη βιομηχανική προσπάθεια στο		επιχειρηματική στρατηγική
Νομό Αχαΐας .		⊙ Η σημασία της καινοτομίας
⊙ Πως καθορίζεται η εξέλιξη της βιομηχανίας		⊙ Οι ανάγκες του πελάτη
στο Ν. Αχαΐας τα χρόνια 1835 - 1935.		⊙ Συμπεράσματα
Ενότητα 2. 15 - 19		Ενότητα 7. 72 - 76
Οι διακυμάνσεις της βιομηχανίας		Προοπτικές ανάπτυξης
⊙ Βιομηχανική εξέλιξη		⊙ Προϋποθέσεις και προτεραιότητες
⊙ Αποβιομηχάνιση : παρακμή ή προσαρμογή ;		Ενότητα 8. 77 - 83
⊙ Παγκοσμιοποίηση: απειλή ή ευκαιρία ;		Έρευνα στις βιομηχανίες Λούξ - Καγιάς
⊙ Τι και τις πταίει;		Ενότητα 9. 84 - 91
⊙ Προοπτικές: ποιές , πώς;		Προβλήματα και προοπτικές
Ενότητα 3. 20 - 26		⊙ Η βιομηχανική δραστηριότητα στην
Οικονομικά μεγέθη που επηρεάζουν και		περιφέρεια Δυτ. Ελλάδας
συντελούν στη διαμόρφωση της Αχαϊκής		⊙ Τεχνολογική υποδομή των
βιομηχανίας		βιομηχανικών επιχειρήσεων στη Π.Δ.Ε.
⊙ Οικονομική δραστηριότητα-Μακροοικονομικά		⊙ Ενίσχυση βιομηχανικών επιχειρήσεων
μεγέθη		⊙ Προβλήματα επιχειρηματικής
⊙ Η διάρθρωση της περιφερειακής οικονομίας.		κοινότητας στη Π.Δ.Ε.
⊙ Οι επιχειρήσεις της περιφέρειας (ΑΕ-ΕΠΕ)		Ενότητα 10. 92 - 93
Ενότητα 4. 27 - 44		Γενικά συμπεράσματα
Εισαγωγή στη διοίκηση ολικής ποιότητας		Ενότητα 11. 94 - 95
⊙ Η ποιότητα και ο ποιοτικός έλεγχος ,		Επίλογος
προϋπόθεση για την ανάπτυξη και επιβίωση		
μιας σύγχρονης επιχείρησης , μιας σύγχρονης		
κοινωνίας .		
⊙ Τυποποίηση-Πιστοποίηση-Διαπίστευση		
⊙ Συστήματα διασφάλισης ποιότητας		
⊙ Γενικά στοιχεία για τη διοίκηση ποιότητας		
⊙ Διοίκηση ποιότητας - Διασφάλιση		
ποιότητας και Συστήματα διοίκησης ποιότητας		
Βιβλιογραφία. 96		



■ Θεματολογία Εργασίας

Ο στόχος της παρούσας εργασίας είναι να μελετήσει τη βιομηχανία και ειδικότερα τη βιομηχανία της Πάτρας και τις προοπτικές ανάπτυξης σε συσχετισμό με την διοίκηση ολικής ποιότητας .

Μέσω μιας ιστορικής αναδρομής παρουσιάζονται οι πρώτες βιομηχανικές προσπάθειες του Νομού Αχαΐας .Μεταφερόμαστε στο παρόν και πραγματοποιείται μια παρατήρηση στην περιφέρεια. Δηλαδή γίνεται μια σύγκριση ανάμεσα στην Αχαΐα, την Ηλεία και την Αιτωλοακαρνανία σε οικονομικούς δείκτες όπως το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν, η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία, η διάρθρωση του πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή τομέα που διαμορφώνουν την οικονομία του Νομού Αχαΐας και επηρεάζουν την βιομηχανία του . Επίσης παρουσιάζεται η εξέλιξη του βιομηχανικού κλάδου , οι απαιτήσεις που καλούνται να ικανοποιήσουν οι επιχειρήσεις , οι καινούριες μέθοδοι και στρατηγικές .

Εξηγείται η διοίκηση ολικής ποιότητας μια σχετικά καινούρια στρατηγική για τα σύγχρονα ελληνικά δεδομένα όχι όμως για την αρχαία Ελλάδα . Δηλαδή μέσω πηγών μαθαίνουμε ότι η ποιότητα , η πιστοποίηση και η τυποποίηση απασχολούσε τους προγόνους μας . Ερωτήματα όπως , τι είναι η ολική ποιότητα , πως εφαρμόζεται στη βιομηχανία , τι ρόλο παίζει στην ανάπτυξη και την προώθηση νέων προϊόντων , πως την αποδέχεται η ελληνική επιχειρηματική πραγματικότητα , απαντώνται . Με την βοήθεια σχημάτων και διαγραμμάτων γίνεται μια προσπάθεια να καταλάβει ο αναγνώστης την έννοια **διοίκηση ολικής ποιότητας** και πώς αυτή συνεισφέρει στην ανάπτυξη της βιομηχανίας.

Παρουσιάζονται οι προοπτικές ανάπτυξης οι οποίες ενισχύουν την βιομηχανία και οι προσπάθειες που γίνονται για την αναβάθμιση της . Η πραγματοποίηση έρευνας σε βιομηχανίες που εδρεύουν και αναπτύσσονται στη Πάτρα μας δίνει πληροφορίες για τη στρατηγική που ακολουθούν , το κλειδί της επιτυχίας αλλά και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν στη Πάτρα .

■ Πρόλογος

Τα δέκα τελευταία , χρόνια , με αφετηρία τις ΗΠΑ , συνειδητοποιείται από επιχειρηματίες και στελέχη επιχειρήσεων η φύση της νέας βιομηχανικής μεταβολής , η οποία , κατά κύριο λόγο στηρίζεται στην μικροηλεκτρονική , στην ρομποτική και στις τεχνολογίες της πληροφορίας . Πρόκειται για βιομηχανική επανάσταση , όμοια με αυτές που γίνονται μια φορά στα εκατό χρόνια .

Οι βιομηχανικές επιχειρήσεις του 2000 αντιμετωπίζουν , σε χώρες όπως η Ελλάδα , δυο σοβαρές προκλήσεις . Η πρώτη είναι αυτή της παγκόσμιας ενσωμάτωσης των λειτουργιών τους , δηλαδή της διεθνοποίησής τους και η άλλη έγκειται στον εξορθολογισμό των επιμέρους παραγωγικών μονάδων τους . Μια άλλη επίσης σημαντική πρόκληση για τις ελληνικές βιομηχανίες είναι ο κορεσμός της εγχώριας αγοράς σε παραδοσιακά άμεσα και ημιδιαρκή καταναλωτικά αγαθά , με συνακόλουθο φαινόμενο τη στασιμότητα της σχετικής κατανάλωσης .

Με άλλα λόγια οι καταναλωτικές ανάγκες που τροφοδότησαν και δημιούργησαν τη βιομηχανική ανάπτυξη των δεκατιών του '60 και του '70 είναι , εδώ και καιρό , κορεσμένες από αυτό φαίνεται στις δυσκολίες που αντιμετώπισαν και αντιμετωπίζουν οι βιομηχανίες οικιακού εξοπλισμού , ρούχων , υποδημάτων , ορισμένων ειδών διατροφής μεταλλικών κατασκευών και ορυκτών .

Αντίθετα , η ανάδυση νέων αναγκών δημιουργεί νέες αγορές , οι οποίες κυριαρχούνται από την πληροφορική , την κινητή τηλεφωνία , την τουριστική βιομηχανία , την υγεία και τις νέες τεχνικές απόκτησης γνώσεων και πληροφοριών , την βιοτεχνολογία , την αεροναυπηγική και την βιοχημεία , η οποία επηρεάζει άμεσα και τα νέα φαρμακευτικά προϊόντα .

Αυτές οι βαθιές μεταβολές στο βιομηχανικό ιστό των χωρών με υψηλά και μεσαία επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης φυσικό ήταν να δημιουργήσει νέες ανταγωνιστικές πιέσεις , με ταυτόχρονη όμως αλλαγή των όρων ανταγωνισμού .

Οι νέοι συντελεστές βελτίωσης και ισχυροποίησης της ανταγωνιστικότητας μιας βιομηχανικής επιχείρησης για να ξεφύγει από τον ανταγωνισμό των τιμών είναι :

■ Η παραγωγικότητα του κεφαλαίου , η οποία εξαρτάται από τον όγκο των συσσωρευμένων παραγωγικών επενδύσεων , από την ηλικία του κεφαλαιοχικού εξοπλισμού και από τις τεχνικές παραγωγής .

■ Η παραγωγικότητα της εκπαίδευσης και της εργασίας . Οι δυο αυτοί παράγοντες σχετίζονται άμεσα με το επίπεδο εκπαίδευσης των ανθρώπων , καθώς και τη συμβατότητα αυτών των προσόντων τους με τη βιομηχανία .

■ Η κερκτική εμπειρία , η οποία επιτρέπει μειώσεις κόστους παραγωγής ,



χάρη στις οικονομίες κλίμακος που πραγματοποιούνται στην έρευνα , στη διαφήμιση , στις μεταφορές , στη διανομή και κυρίως στην οργάνωση της παραγωγής .

■ Ο νεωτερισμός και η ανάπτυξη προϊόντων . Είναι γνωστό , ότι ο μέσος χρόνος ζωής των προϊόντων έχει περιορισθεί δραματικά . Από 20 χρόνια , που ήταν αρχές του αιώνα , σήμερα έχει σημειωθεί σε 10 μήνες .

Είναι λοιπόν σαφές , από αυτά που προηγούνται , ότι η βιομηχανική αντίληψη του 21ου αιώνα θα διαφέρει ριζικά από την αντίστοιχη των αρχών του 20ού , η οποία άλλαξε με αφορμή τις διαδοχικές ενεργειακές κρίσεις από τη μία και την ανάδυση της μαζικής κατανάλωσης από την άλλη .

Υπό αυτές τις συνθήκες , μπορούμε να αναφέρουμε , ότι με αφορμή τις σοβαρές βιομηχανικές ανακατατάξεις και την γενίκευση της οικονομικής παγκοσμιοποίησης , η νέα αντίληψη περί βιομηχανικού ανταγωνισμού αποτελεί και τη μεγάλη εφεύρεση του αιώνα που φεύγει .

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

■ Ο ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑ ΚΑΙ ΤΟΥ ΧΘΕΣ

● Δημογραφικά Στοιχεία

○ Νομός Αχαΐας βρίσκεται στη βορειοδυτική Πελοπόννησο. Έχει έκταση 3.271 τετραγωνικά χιλιόμετρα, πληθυσμό 327316 κατοίκους (2001) και αποτελεί τη βασική πύλη σύνδεσης της Ελλάδας με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μέσω του λιμανιού της Πάτρας. Ο Νομός Αχαΐας διοικητικά ανήκει στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας μαζί με τους νομούς Αιτωλοακαρνανίας και Ηλείας. Αποτελεί το γεωγραφικό κέντρο βάρους της περιφέρειας, καθώς κατέχει το 29% της συνολικής έκτασης και το 43% του συνολικού πληθυσμού της. Αποτελείται από τις επαρχίες Πατρών, Αιγιάλειας και Καλαβρύτων και διαιρείται σε 21 Δήμους και 2 Κοινότητες. Πρωτεύουσα του νομού είναι η πόλη της Πάτρας η οποία είναι το τρίτο σε μέγεθος αστικό κέντρο της χώρας. Η Αχαΐα συνδυάζει φυσική ομορφιά και πολιτιστική ανάπτυξη. Αποτελεί ένα κομμάτι Ελληνικής γης που αναδεικνύει την ιστορική κληρονομιά και πόλη του μυθικού Πατρέα, είναι το λιμάνι που συνδέει την Ελλάδα με τη Δυτική Ευρώπη και ξεχωρίζει για την αρχιτεκτονική και τη ρυμοτομία της. Η πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά της Πάτρας, καθώς και ο γεμάτος ζωντάνια σύγχρονος ρυθμός ζωής της, της δίνουν έναν ξεχωριστό χαρακτήρα. Το Πατρινό Καρναβάλι, το Διεθνές Φεστιβάλ που κάθε καλοκαίρι φιλοξενεί αξιόλογα δείγματα καλλιτεχνικής έκφρασης και το Δημοτικό Περιφερειακό Θέατρο της πόλης, με τη δραστήρια παρουσία του εκφράζουν τις βαθιές καλλιτεχνικές παραδόσεις των πατρινών.

Ο Νομός Αχαΐας αποτελεί τη δυτική πύλη της Ελλάδας στην Ευρώπη προσφέροντας εύκολη πρόσβαση στους σημαντικότερους αρχαιολογικούς τόπους της χώρας: Αρχαία Ολυμπία, Δελφούς, Επίδαυρο, Ναό Επικούρειου Απόλλωνα, Μυκήνες, Αθήνα. Ο χρόνος μετάβασης από την Πάτρα, πρωτεύουσα του Νομού, στους χώρους που προαναφέρθηκαν κυμαίνονται από μια έως δυόμιση (2,5) ώρες μέσω εθνικού οδικού δικτύου ταχείας κυκλοφορίας, γεγονός που διευκολύνει την επιστροφή αυθημερόν.

Το ήπιο και εύκρατο κλίμα του νομού, η εναλλαγή των φυσικών τοπίων, βουνά, θάλασσα, λίμνες, ποτάμια, φαράγγια, σπήλαια, καταρράκτες, βιότοποι, δάση κλπ. δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη να απολαμβάνει τις φυσικές του ομορφιές στις 4 εποχές του χρόνου.

● Πάτρα

Απασχολημένος λιμένας, με τις υπηρεσίες αυτοκίνητο - πορθμείων προς και από την Ιταλία. Η απόσταση από την Αθήνα είναι 215 χλμ Δ, 94 χλμ ΒΑ του Πύργου, 7 χλμ ΝΔ του Ρίο, 134 χλμ ελαφρώς Δ της Κορίνθου, 77 χλμ ΒΔ των Καλαβρύτων και 144 χλμ ΒΔ της Τρίπολης.



Πληθυσμός

Έτος	Κοινοτικός Πληθυσμός	Αλλαγή	Δημοτικός Πληθυσμός	Αλλαγή
1991	161,782	-	190,463	-
2001	171,616	9,834/6,08%	210,494	20,031/10,52%

■ Κοινότητες

Ο Δήμος περιλαμβάνει τις ακόλουθες κοινότητες:

Μοίρα (73), **Σούλι** (900) και **Ελεκίστρα** (1,401) μαζί με περιοχές στους πρόποδες του Παναχαϊκού όρους.

Η Αστική περιοχή της Πάτρας περιλαμβάνει επίσης τις πόλεις:

ΡΙΟΝ (12,674)

ΠΑΡΑΛΙΑ (9,153)

ΒΡΑΧΝΕΪΚΑ (4,805)

ΜΕΣΣΑΤΙΔΑ (12,246)

Αυτές είναι το 18,5% του αστικού πληθυσμού.



Πανοραμική θέα της Αγ. Νικολάου

■ Ο ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ ΤΟΥ ΧΘΕΣ

● *Εισαγωγικά στοιχεία για την Αχαϊκή βιομηχανία κατά τα έτη 1840 – 1940.*

Πριν ανεφερθούν τα στοιχεία για τη πρώτη βιομηχανική προσπάθεια θα περιγραφούν οι οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες που συντέλεσαν στη δημιουργία ενός νέου βιομηχανικού κέντρου.

Στην Ελληνική ύπαιθρο του 19^{ου} αιώνα έχουμε από τη μια μεριά, μια ζώνη όπου εμμένει η οικογενειακή οικονομία έντονα αυτοκαταναλωτική, η οποία προβάλλει αντίσταση στον εκχρηματισμό και στην εμπορευματοποίηση της παραγωγής (εδώ περιλαμβάνεται η κεντρική, ανατολική και νότια Πελοπόννησος και γενικότερα οι πιο άγονες και ορεινές περιοχές). Από την άλλη μεριά, μια ζώνη (περιλαμβάνει κατ'έξοχήν τη βόρεια και δυτική Πελοπόννησο) που εκχρηματίζεται γοργά και ευθυγραμμίζει την παραγωγή της με την παγκόσμια αγορά, εντείνοντας την καλλιέργεια εμπορευματοποιημένων προϊόντων, και κυρίως της σταφίδας (που γι'αυτήν αποτελεί ότι ο καφές για τη βραζιλία).

Στις ζώνες της προϊούσης εμπορευματοποίησης, το μεγαλύτερο ποσοστό του πλεονάσματος περνάει βαθμιαία στα χέρια των εμπορικών κυκλωμάτων που ελέγχουν το εξαγωγικό εμπόριο, πράγμα που οδηγεί στη διάπλαση μιας εύρωστης ομάδας εμπόρων στη βόρεια και δυτική Πελοπόννησο με κέντρο την Πάτρα. Παράλληλα, στον ορεινό εσωτερικό χώρο « διατηρούνται τοπικές αγορές – παζάρια, χωρίς ιδιαίτερη παραγωγή που να τις ανεξαρτητοποιήσει από τον μικρό αγροτικό τους περίγυρο ».

Πηγές μιλούν με σαφήνεια για συγκέντρωση του Πελοποννησιακού εμπορίου τα τελευταία χρόνια της Τουρκοκρατίας στην Πάτρα. Γενικά, το μεγαλύτερο ποσοστό των εμπορικών ανταλλαγών της Πάτρας γινόταν με τις Ιταλικές πόλεις και τον ελλαδικό χώρο, μέχρι την εισβολή των άγγλων. Κύριο εξαγωγίμο προϊόν είναι η σταφίδα (και για τη χώρα ολόκληρη), πράγμα που αύξησε την ισχύ των εμπορικών κυκλωμάτων που την έλεγχαν μέσα στη διαδικασία ιδιοποίησης του αγροτικού πλεονάσματος και δευτερευόντως δέματα, βελανίδια, κουκούλια, λάδι, δημητριακά, τυριά και κρασιά.

Εισάγονται υφάσματα, καπνός, προϊόντα μετάλλου, καφές και ζάχαρη. Η εξάρτηση της οικονομίας της Β.Πελοποννήσου από ένα μόνο προϊόν τη σταφίδα, την έκανε αρκετά δυσκίνητη και εύθραστη. Αυτό καθόρισε και τις τέσσερις περιόδους εξέλιξης του εμπορίου της περιοχής: από το 1830 – 1866 που βρισκόταν σε ακμή και υπολείπονταν μόνον από το λιμάνι της Σύρου, από το 1866 – 1892, που άρχισε να υποχωρεί προ του εμπορίου του Πειραιά, την κακή περίοδο 1892 – 1904 λόγω της σταφιδικής καταστροφής και των πολλών πτωχεύσεων και από την 1904 οπότε άρχισε μια εξυγίανση και εξέλιξη.

● *Το λιμάνι της Πάτρας.*

Η ανάπτυξη του λιμανιού της Πάτρας συνδέεται με τη μετατροπή της σε



διαμετακομιστικό κέντρο του εμπορίου του Δυτικοελλαδικού χώρου με την πολιτική και εμπορική δραστηριοποίηση της Αγγλίας σ' ολόκληρη την Ανατολική Μεσόγειο . Μετά την απελευθέρωση (κι από το 1842) η Πάτρα (που από 31.5.1836 απέκτησε Επιμελητήριο απασχολούμενο με την κίνηση του λιμανιού) , ο Πειραιάς και η Σύρο διεκδικούν η κάθε μια για τον εαυτό της το προνόμιο να γίνει ελεύθερο λιμάνι . Η εφημερίδα « Καρτερία » της Πάτρας (22.11.1842) γράφει: « ...η Πάτρα τόπος ανέκαθεν εμπορικός και γνωστός πανταχόθεν δια τούτο , κείμενος εις το στόμιον ούτως ειπείν της εσπερίας Ευρώπης , έχων απέναντι και πέριξ αυτού την Δυτικήν και Ανατολικήν Ελλάδα και τας Ιονίους νήσους , είναι ο μόνος τόπος εις τον οποίον δύναται να δοθή το προνόμιον της λιμενικής ατελείας » .Η κυβέρνηση μπροστά στον ανταγωνισμό των πόλεων αναγκάσθηκε ν' αφήσει άλυτο το ζήτημα . Ο Πειραιάς όμως , ύστερα από λίγα χρόνια κατέλαβε την πρώτη θέση (η διώρυγα του Σουέζ , 1869 , και της Κορίνθου , 1893 , ενίσχυσαν τον κεντρικό ρόλο του) .Οι Πατρινοί μεγαλέμποροι , σε συνεργασία με τα κινδυνασφαλιστικά καταστήματα Πατρών και Κέρκυρας και με την ενθάρυνση οικονομικών κύκλων της Αθήνας και του Λονδίνου , αναγγέλουν στις 30 Οκτωβρίου 1853 τη συγκρότηση ελληνικής Ατμοπλοΐας στην Πάτρα (επειδή αισθάνονται τις επιζήμιες συνέπειες από την παντελή έλλειψη εγχώριας ατμοπλοΐας , αλλά επειδή πιστεύουν ότι η δημιουργία νέων επιχειρήσεων είναι η μόνη κατάλληλη να αντιμετωπίσει με επιτυχία την πρόκληση εξαιτίας των άτυχων περιπετειών των εθνικών προϊόντων) .

Η έλλειψη κεφαλαίων αποτελεί από τους σημαντικότερους λόγους της υπανάπτυξης της οικονομίας , υπήρχε ανεπάρκεια στις επενδύσεις , στην υποδομή (αναπτυξιακά δημόσια έργα) και τη μεταποίηση . Ένα από τα αίτια στάθηκε η αδυναμία του Ελληνικού Δημοσίου να δανεισθεί ξένα κεφάλαια για ένα διάστημα μετά την απελευθέρωση : από το 1827 ως το 1878 η Ελλάδα είχε αποκλεισθεί από τα δυτικά χρηματιστήρια , λόγω των γνωστών δανεισμών κατά την επαναστατική περίοδο . « Η σπανιότης χρήματος αύξησε την πραγματικήν του αξίαν και κατήντησε τον τόκον υπέρμετρον και ολέθριον . Ο δανειζόμενος επί ενεχύρω πληρώνει τόκον 25 – 30 % όθεν δυσκόλως θέλει προοδεύσει η γεωργία μας και να βελτιωθεί η βιομηχανία μας » .

Το κενό έρχεται να καλύψει δειλά η λειτουργία της Εθνικής Τράπεζας την 22.1.1842 και αργότερα (1844) της Εμπορικής με καταστήματα στην Πάτρα και τον Πειραιά . Κατά τα έτη 1860 – 1864 ιδρύονται στη Πάτρα και η Ελληνική Ναυτική Τράπεζα , η Εμπορική Τράπεζα Αργοναύτης και η Ναυτική και Εμπορική Τράπεζα « Η Πηνελόπη » , που μετά λίγο χρονικό διάστημα διέκοψαν τις εργασίες τους ή διαλύθηκαν . Από τα αναφερόμενα καταστήματα , άλλα φέρονται σαν ασφαλιστικά , άλλα σαν τραπεζικοί οργανισμοί ή και εταιρείες με εμπορικό σκοπό . Ο Βερναδάκης γράφει ότι « τινά τούτων κάμνουσι και άλλας εργασίας , μάλιστα δε ναυτοδάνεια και προεξοφλήσεις » .

● Η πρώτη βιομηχανική προσπάθεια στο Νομό Αχαΐας .

Την 25^η Ιανουαρίου 1837 θεσπίζεται ο πρώτος νόμος « περί συστάσεως επιτροπής

επί της εμψυχώσεως της εθνικής βιομηχανίας » , κατά το πρότυπο δυτικών θεσμών . Οι προθέσεις όμως του υπό διαμόρφωση Ελληνικού κράτους δεν ήταν αρκετές για να καλύψουν την απόσταση που τις χώριζε από τη χαμηλή οικονομική και κοινωνική πραγματικότητα της χώρας .

Η πρώτη μονάδα που λειτούργησε με τον παραπάνω νόμο είναι το υδροκίνητο κλωστήριο του Π.Φωτεινού το 1846 στην Πάτρα . Την ίδια περίοδο η πρώτη ατμοκίνητη μηχανή εγκαθίσταται στο εργοστάσιο του Γ.Κόγκου 1857 που κατασκεύαζε γιάμπεζη (οπός γλυκυρρίζης) . Το εργοστάσιο αυτό μετατράπηκε σε νηματοποιείο , που το διαδέχτηκαν δύο τελειότερα : των υιών Τριάντη και του Κλεάρχου Παπαθεοδώρου . Επίσης , λειτουργεί και ατμοκίνητο υφαντήριο του Αντωνίου Γιαννακόπουλου , που παράγει δρίλια , κατάλληλα για ενδύματα εργασίας.

Η διεθνής συγκυρία , που ορίσθηκε από τον εμφύλιο πόλεμο στις ΗΠΑ (1862 – 1867) , επέστρεψε τη ζήτηση βάμβακος των αγγλικών υφαντουργείων προς τις βαμβακερές πρώτες ύλες των νέων χωρών , όπως της Ελλάδας . Την ίδια εποχή ιδρύθηκαν , χάριν και της υψηλής δασμολόγησης των εισαγόμενων αλεύρων , και αναπτύχθηκαν για να καλύψουν την εσωτερική αγορά η αλευροποιία και η παραγωγή ζυμαρικών . Το 1870 έχουμε : τα καταστήματα των Αφών Λιάλιου (ένα ατμοκίνητο και παράρτημά του υδροκίνητο δίπλα στο ποταμό Γλαύκο) , τον αλευρόμυλο Τριάντη και την αλευροποιία – μακαροποιία του Β.Καράμπελα . Στο ίδιο πλαίσιο κινούνται η ζαχαροπλαστική και η τυροκομία με τα καταστήματα των Δ.Πάνου και Α.Παναγόπουλου . Τα βυρσοδεψεία είχαν μια κάποια παρουσία στην επεξεργασία δερμάτων κι αντίστοιχα , για τα δικά τους προϊόντα , τα ελαιοτριβεία (1 μεγάλο στο Αίγιο) .

Το 1861 ιδρύεται η Ανώνυμη Ελληνική Χαρτοποιία . Ανάπτυξη μηχανουργιών την περίοδο αυτή δεν έχουμε . Αυτό οφείλεται κυρίως στην αντιφατική πολιτική , που στα πλαίσια ενίσχυσης της γεωργικής παραγωγής απάλλαξε από τελωνειακούς δασμούς τα εισαγόμενα αγροτικά εργαλεία . Αρκετά αργότερα (1893) ιδρύεται η μονάδα των Αφών Πραπόπουλου .

Ο πλέον συνήθης και βασικός μηχανισμός με τον οποίο προχώρησε η πρωτόγονη εκβιομηχάνιση στην Β.Πελοπόννησο συνδέθηκε με τη χρόνια κρίση της σταφίδας . Από το 1850 και μετά ακολουθεί η δημιουργία οινοποιείων και οινοπνευματοποιείων . Έτσι η Πάτρα , πρωτεύουσα της σταφιδικής οικονομίας , είναι η πρώτη που στράφηκε προς τις δραστηριότητες μιας βιομηχανικής μετατροπής . Η πρώτη μεγάλη οινοποιία ιδρύθηκε στην Πάτρα το 1858 με σκοπό να βγάλει τη σταφιδική οικονομία από την κρίση . Μεσολαβεί η μικρή μονάδα του Α. Σύψωμου (1860) και το 1873 έχουμε την ίδρυση της μεγάλης εταιρείας του Γ.Κλάους « Αχάϊα » . Από τη σταφίδα εκτός από τη δημιουργία οινοποιείων εξαρτάται και παραγωγή η ξυλοκιβωτίων . Πρώτη τέτοια μονάδα είναι του Γ.Παπανικολάου .

Μετά την κρίση του 1929 παρατηρείται ανάκαμψη και ταχεία εξέλιξη . Η « Πατραϊκή Εμποροβιομηχανική Εταιρεία » συγχωνεύεται με την « Πειραιϊκή Πατραϊκή ΑΕ » (1932) . Επίσης θεμελιώνεται η Χαρτοποιία του Γ.Λαδόπουλου στη



θέση Κρύα Πατρών . Εξαιρετική ανάπτυξη διαπιστώνεται στην Υδροηλεκτρική Εταιρεία « Γλαύκος » που από το 1935 κινεί με ρεύμα και τα εργοστάσια . Είναι η πρώτη και τελευταία στην περιοχή προσπάθεια εκμετάλλευσης των υδατοπτώσεων .

● **Η εξέλιξη της βιομηχανίας στο Ν. Αχαΐας τα χρόνια 1835 – 1935 καθορίζεται :**

- Από τον εμπορικό , εξαγωγικό χαρακτήρα της πόλης των Πατρών και του λιμανιού της . (τουλάχιστον μέχρι την επικράτηση του Πειραιά)
- Από τη χρονιά κρίση της σταφίδας , του κατ ' εξοχήν προϊόντος της περιοχής .
- Από τις ευρύτερες πολιτικές ή οικονομικές συγκυρίες (εθνικά δάνεια , πτώχευση , πόλεμοι , δειλός αστισμός , δασμολόγια κ.λ.π)
- Από την ανάπτυξη εκτός της οινοποιίας – οινοπνευματοποιίας και άλλων κλάδων π.χ κλωστοϋφαντουργίας , χάρτου κ.λ.π , μετά το 1925 κυρίως .
- Από την αντίφαση ανάμεσα στην ευημερία μιας μειοψηφίας και τη βιωσιμότητα της βιομηχανίας και τη διατήρηση ενός επιπέδου ζωής των εργαζομένων .
- Από την έλλειψη κεντρικού προγραμματισμού βιομηχανικής ανάπτυξης , σ ' όλη την περίοδο .



ΕΝΟΤΗΤΑ 2

■ ΟΙ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΕΙΣ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

● Βιομηχανική Εξέλιξη

Η Ελληνική Βιομηχανία , στην προσπάθειά της να βελτιώσει τη διεθνή ανταγωνιστικότητά της και έτσι να συμβάλει στην αύξηση της απασχόλησης , αισθάνεται εξαιρετικά πιεστική την ανάγκη να εκσυγχρονίσει την παραγωγική διαδικασία και να εισαγάγει νέα προϊόντα . Όταν μιλάμε για Ελληνική Βιομηχανία εννοούμε , παραδοσιακές βιομηχανίες , βιομηχανίες ενέργειας και αμυντικού εξοπλισμού , βιομηχανίες παραγωγής ηλεκτρονικών και τηλεπικοινωνιακών συστημάτων και κατασκευαστικές εταιρείες .

Σήμερα η τεχνολογία τρέχει με τέτοιους ρυθμούς που καθίσταται επιτακτικό να εξασφαλιστεί μεγάλη ταχύτητα προσαρμογής του παραγωγικού εξοπλισμού , των προϊόντων και του προσωπικού , λαμβάνοντας πάντα υπ ' όψη την ιδιαιτερότητα και εσωτερική δυνατότητα για ανάπτυξη τεχνολογίας κάθε βιομηχανίας . Οι τεχνολογίες που καλούνται να θεραπεύσουν τις ανωτέρω ανάγκες των βιομηχανιών είναι τεχνολογίες αιχμής διότι εμπεριέχουν πληροφοριακά και επικοινωνιακά συστήματα , μεθόδους αυτοματοποίησης της παραγωγικής διαδικασίας , προγραμματιζόμενα ηλεκτρονικά συστήματα υψηλής ολοκλήρωσης και καινοτομικά προϊόντα βασισμένα στις τεχνολογίες αυτές .

Την τελευταία 25ετία η συμμετοχή της βιομηχανικής δραστηριότητας στο συνολικό ΑΕΠ της χώρας , μειώθηκε περίπου κατά 40% (από ~19% το 1980 σε ~ 11% στις μέρες μας) . Η μείωση αυτή συμπαρασύρει σειρά προβλημάτων , κοινωνικών (π.χ. στην απασχόληση) , οικονομικών (π .χ. στο εμπορικό ισοζύγιο της χώρας) ή άλλων (π.χ. εκπαιδευτικών) κλπ . Κάποια ουσιώδη ερωτήματα είναι αναπόφευκτα:

● Αποβιομηχάνιση : παρακμή ή προσαρμογή ;

■ Βεβαίως , το γεγονός της μείωσης δεν εντυπωσιάζει . Το φαινόμενο της αποβιομηχάνισης , αγγίζει σχεδόν όλες τις αναπτυγμένες χώρες . Είτε λόγω της μετατόπισης παραγωγικών δραστηριοτήτων στις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες χαμηλότερου κόστους , είτε λόγω ταχύτερης ανάπτυξης των υπηρεσιών στις αναπτυγμένες χώρες , είτε και για τους δύο αυτούς λόγους .

■ Εκείνο που μας ανησυχεί είναι η έκταση και η φύση του φαινομένου. Η βιομηχανική δραστηριότητα στη χώρα μας μειώνεται συγκριτικά πολύ γρήγορα . Η συμβολή της στο ΑΕΠ είναι η μικρότερη σε σύγκριση με τις αναπτυγμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης . Και η εικόνα είναι ακόμα χειρότερη αν ξεχωρίσουμε το τμήμα της που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί (σύμφωνα με τις διεθνείς προδιαγραφές) ως υψηλής & μάλλον υψηλής τεχνολογίας .

■ Ας επισημάνουμε ότι σε ορισμένες αναπτυγμένες χώρες που συνηθίσαμε να παρακολουθούμε ως πρότυπα προς μίμηση , η συμβολή της βιομηχανίας στο ΑΕΠ παρουσιάζει σχετική σταθερότητα (Φινλανδία) ή ακόμα και αύξηση (Ιρλανδία) .



Σε όλες πάντως τις αναπτυγμένες χώρες , η αποβιομηχάνιση συμβαδίζει με ανάλογη αναδιάρθρωση , υπέρ των δραστηριοτήτων υψηλής & μάλλον υψηλής τεχνολογίας.

- Η Ευρωπαϊκή μεταποιητική βιομηχανία δαπανά το 80% των ιδιωτικών δαπανών έρευνας . Στην Ελλάδα το 85% της έρευνας παράγεται στα πανεπιστήμια , σε δύσκολες συνθήκες , ούτως ή άλλως με πολύ χαμηλή χρηματοδότηση και παραγκωνισμό της βασικής έρευνας .

- Τίθεται επομένως το ζήτημα αν η χώρα μας έχει ή μπορεί να έχει μια κρίσιμη μάζα βιομηχανικών δραστηριοτήτων έντασης τεχνολογίας . Το ζήτημα είναι κρίσιμο όχι μόνο καθαυτό , αλλά γιατί ακόμα σχετίζεται στενά με την όλη εξέλιξη της οικονομίας και της κοινωνίας . Η πορεία προς τη μεταβιομηχανική οικονομία και κοινωνία των υπηρεσιών ή με σύγχρονους όρους προς την οικονομία και κοινωνία της γνώσης , δεν θεμελιώνεται στο κενό . Αποτελεί φυσική μετεξέλιξη εκείνων των κοινωνιών που έχουν μάθει να ενσωματώνουν την γνώση και να τη μετατρέπουν σε καινοτομία και σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα .

- Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι η χώρα μας μειονεκτεί σε δραστηριότητες έντασης γνώσης και τεχνολογίας όχι μόνο στον τομέα της βιομηχανικής παραγωγής αλλά και στους τομείς της γεωργίας ή των υπηρεσιών . Με προφανείς δυσμενείς επιπτώσεις στα εισοδήματα , στην απασχόληση , στο εμπορικό ισοζύγιο. Αγγίζουμε επομένως το συνολικό πρόβλημα της χαμηλής ανταγωνιστικότητας της χώρας.

- Από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 , υπάρχουν βεβαίως κάποιες δειλές θετικές ενδείξεις , σε περίοδο όμως που συγκέντρωσε ευνοϊκούς όρους ανάπτυξης . Αλλά ακόμα , η διαχείριση της αποβιομηχάνισης , η αναστροφή της παρακμής και η επιτάχυνση της προσαρμογής , αποτελεί μείζον ζήτημα για τη χώρα .

● **Παγκοσμιοποίηση: απειλή ή ευκαιρία ;**

- Κάθε προσπάθεια για την ανάκαμψη και την προσαρμογή της ελληνικής βιομηχανίας στα σύγχρονα δεδομένα , δεν μπορεί φυσικά να αγνοήσει τη διεθνή πραγματικότητα . Το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης έχει τύχει πολλαπλών αναγνώσεων. Ανεξάρτητα πάντως από τον τρόπο που θα το προσεγγίσει ο καθένας , δύσκολο να διαφωνήσουμε ότι συνιστά ένα πλέγμα περιορισμών και ευκαιριών , η ύπαρξη του οποίου δεν είναι δυνατόν να αγνοηθεί .

- Δεν είναι επομένως ειδικότερα στο σύνολο των βιομηχανικών αγαθών , ότι η διεθνοποίηση της κατανάλωσης και η εισαγωγική διείδυση συνεχίζουν την αυξητική τους τάση , ενώ την ίδια στιγμή η διεθνοποίηση και η εξωστρέφεια της εγχώριας βιομηχανικής παραγωγής υστερεί εμφανώς τόσο σε απόλυτους όρους όσο και σε σύγκριση με άλλες μικρές σε μέγεθος αναπτυγμένες χώρες .

- Η απώλεια μεριδίων στην εσωτερική αγορά σε συνδυασμό με την αδυναμία αναπλήρωσής τους με αντίστοιχα κέρδη στις διεθνείς αγορές , δημιουργεί ένα διευρυνόμενο χάσμα το οποίο αντανακλά τα διαρθρωτικά προβλήματα , την φοβική εσωστρέφεια και τη φθίνουσα ανταγωνιστικότητα της εγχώριας

βιομηχανικής παραγωγής . Και αυτό την τοποθετεί στη δυσμενέστερη θέση μεταξύ των 15 εταίρων μας , σε πολλές περιπτώσεις μάλιστα βλέπει τις πλάτες και πολλών από τις 10 νέες χώρες μέλη της Ε.Ε .

■ Η προσεκτική παρατήρηση μπορεί να εντοπίσει μικρούς πυρήνες επιχειρήσεων με διαφορετικά χαρακτηριστικά και δυναμικές συμπεριφορές . Το ευχάριστο είναι ότι φαίνεται να αφορούν σε δραστηριότητες έντασης τεχνολογίας υψηλότερης από τα συνήθη δεδομένα . Το πρόβλημα είναι ότι « τα καλά νέα » αφορούν ακόμα σε λίγες επιχειρήσεις , σε λίγα αγαθά και σε λίγες αγορές , κυρίως της βαλκανικής , των παραεξιείνων και τις χώρες της Μέσης Ανατολής , της κεντρικής - ανατολικής Ευρώπης . Χώρες κατά το πλείστον με γεωγραφική εγγύτητα και πολιτισμική προσέγγιση . Το ερώτημα είναι αν οι δραστηριότητες αυτές αποτελούν « παράδειγμα » που μπορεί να γενικευτεί και να συμπαρασύρει την εγχώρια βιομηχανική παραγωγή σε νέους και επιθυμητούς δρόμους .

● **Τι και τις πταίει ;**

Εξ ορισμού βεβαίως η κύρια ευθύνη ανήκει στην πολιτική ηγεσία της χώρας . Η βιομηχανική στρατηγική της χώρας δεν είχε ποτέ μακροχρόνιους ορίζοντες , οι βιομηχανικές πολιτικές που ασκήθηκαν δεν είχαν ουδέτερο αποτέλεσμα .

■ Οι μεγάλες διεθνείς βιομηχανικές επενδύσεις της περιόδου 1958-73 δεν είχαν τη θετική δομική επίδραση που προσδοκούσαν οι εμπνευστές τους παρά το υψηλό (για την εποχή) τεχνολογικό τους υπόβαθρο.

■ Η υπέρμετρη στροφή - τη δεκαετία του 1970 - της εγχώριας βιομηχανικής παραγωγής σε πλέον συμβατικά αγαθά απευθυνόμενα σε συγκεκριμένες αγορές οδήγησε σχετικά γρήγορα σε οδυνηρά αδιέξοδα .

■ Η πληθωρική προσκόλληση της ελληνικής βιομηχανίας - τη δεκαετία του 1980 (της ένταξης) - σε δραστηριότητες φασόν για λογαριασμό ευρωπαϊκών επιχειρήσεων (που αναζητούσαν χαμηλό εργατικό κόστος) αποτελεί την πηγή πολλών από τις εμφανείς ενδείξεις μιας κρίσης με οδυνηρές κοινωνικές επιπτώσεις κατά την τελευταία δεκαετία .

■ Για μεγάλη χρονική περίοδο κυριάρχησαν στρατηγικές και πολιτικές πρακτικές βραχυπρόθεσμης εμβέλειας . Οι πολιτικές δυνάμεις της χώρας προσπάθησαν να διαχειριστούν την (υπάρχουσα και επερχόμενη) κρίση , αλλά δεν κατάφεραν να θέσουν (πολύ περισσότερο να προωθήσουν) το ζήτημα της προσαρμογής της εγχώριας βιομηχανικής παραγωγής στα σύγχρονα δεδομένα και στις ήδη ορατές διεθνείς τάσεις . Στην πράξη έγιναν μέρος του προβλήματος .

■ Αλλά ούτε και το επιχειρηματικό δυναμικό της χώρας ανταποκρίθηκε στις περιστάσεις . Με ελάχιστες εξαιρέσεις , οι μεταποιητικές επιχειρήσεις της χώρας επαναπαύτηκαν στη θαλπωρή ενός (τυπικού ή άτυπου) προστατευτισμού. Αξιοποίησαν βραχυπρόθεσμες ευκαιρίες αλλά δεν οικοδόμησαν μακροπρόθεσμες στρατηγικές. Δεν επένδυσαν επαρκώς στη γνώση και στο ανθρώπινο κεφάλαιο , δεν αξιοποίησαν υπαρκτές ευκαιρίες για καινοτομικές συνεργασίες .

■ Στις συνθήκες αυτές , ο παραγωγικός ιστός της χώρας δεν προετοιμάστηκε να



αντιμετωπίσει τον κοινοτικό και το διεθνή ανταγωνισμό και να αξιοποιήσει νέες ευκαιρίες , δεν φάνηκε ικανός να στοιχηματίσει στην καινοτομία και να δημιουργήσει νέα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα . Υπό την πίεση του διεθνούς ανταγωνισμού υποχώρησε και περιορίστηκε σε δραστηριότητες χαμηλού περιεχομένου σε γνώση και ασθενούς (εγχώριας ή διεθνούς) ζήτησης .

■ Πολλά ασφαλώς τα επιμέρους προβλήματα . Δυσλειτουργία της δημόσιας διοίκησης , γραφειοκρατία , πολυνομία , αδιαφάνεια , διαφθορά κλπ. Ανεπάρκεια του επιχειρηματικού μάντζεμντ , ολιγωρία στην παραχώρηση ζωτικού χώρου στις νέες δυνάμεις της γνώσης , κλπ. Χρειάζεται σίγουρα να εμβαθύνουμε σε όλα αυτά. Πάνω από όλα όμως υπάρχει η αίσθηση – αν όχι η βεβαιότητα - ότι υστερούμε πολύ στο επίπεδο της μακροπρόθεσμης στρατηγικής , μας λείπει ένα ευρύτερα αποδεκτό συνολικό σχέδιο για τις εφικτές προοπτικές του εγχώριου παραγωγικού δυναμικού , λαμβάνοντας υπόψη τις δικές μας δυνατότητες και εκείνες που δημιουργούνται στον σύγχρονο κόσμο . Από αυτή την αφετηρία θα είναι πιο εύκολο να ξετυλίξουμε το κουβάρι των επιμέρους προβλημάτων , να αναζητήσουμε λύσεις , να συνδιαμορφώσουμε τις πολιτικές που είναι αναγκαίες .

● **Προοπτικές: ποιες, πώς ;**

■ Εύκολα λόγια που δύσκολα πραγματώνονται . Απολύτως κατανοητές οι όποιες ενστάσεις . Αλλά το πρόβλημά μας δεν είναι να προσδιορίσουμε οριστικά και ανελαστικά , με μαθηματική δηλαδή ακρίβεια το τι και το πως για το ορατό μέλλον. Δεν μπορεί και δεν πρέπει να αναζητήσουμε τη μία, μοναδική και κυρίαρχη άποψη. Η μονοκαλλιέργεια των επιλογών ήταν πάντα και παραμένει πάντα επικίνδυνη. Οφείλουμε όμως να αναζητήσουμε κατηγορίες των στόχων ευρείας αποδοχής που σηματοδοτούν ρεαλιστικά την προσαρμογή και την αναβάθμιση του εγχώριου παραγωγικού δυναμικού. Οφείλουμε επίσης να επικεντρωθούμε στους βασικούς μηχανισμούς που είναι αναγκαίοι για να κάνουν τα πράγματα να κινηθούν προς αυτή την κατεύθυνση. Αξίζει να προσπαθήσουμε και έχουμε το χρέος να κάνουμε:

α. Να προσδιορίσουμε, με γνώση και ρεαλισμό, τα πεδία των νέων τεχνολογιών, όπου συντρέχουν (ή μπορεί να συντρέξουν) οι προϋποθέσεις, ώστε να συμμετάσχει και η χώρα μας στην έρευνα, την ανάπτυξη και την παραγωγική αξιοποίησή τους.

β. Να αναδείξουμε με σαφήνεια τη μέγιστη σημασία που έχει η διάδοση και χρήση της νέας γνώσης και των νέων τεχνολογιών σε όλο το σώμα των αποκαλούμενων «παραδοσιακών δραστηριοτήτων» ειδικότερα στη βιομηχανία, γενικότερα στο σύνολο της κοινωνίας και οικονομίας.

γ. Να εντοπίσουμε με συνέπεια το είδος της επιχειρηματικότητας που έχουμε σήμερα ανάγκη. Να περάσουμε από την επιχειρηματικότητα της ανάγκης, του

χαμηλού κόστους, σε μια επιχειρηματικότητα ευκαιριών και προοπτικών, ικανή να απορροφά τη διαθέσιμη και συνεχώς εμπλουτιζόμενη νέα (ρητή και άρρητη) γνώση, να διακρίνεται στον τομέα της καινοτομίας, να δημιουργεί ισχυρά και μακράς διάρκειας ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

δ. Να μελετήσουμε την παρέμβαση μας στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στον τομέα της μεταποίησης. Ούτως ή άλλως στην Ευρώπη το 99% των εταιρειών που ασχολούνται στην μεταποιητική βιομηχανία είναι ΜΜΕ. Στην Ελλάδα αποδεικνύονται αρκετά ισχυρές για να επιβιώνουν, αλλά και ανίσχυρες για να πραγματοποιήσουν ένα ποιοτικό άλμα. Η μείωση της απασχόλησης στον μεταποιητικό τομέα θίγει κυρίως τους αυτοαπασχολούμενους. Θα πρέπει να μελετήσουμε ποιες μικρές ή ακόμα και πολύ μικρές μονάδες πριν από το δρόμο της εξαφάνισης είναι σκόπιμο να αναζητήσουν πλεονεκτήματα σε ευρωπαϊκό, εθνικό και τοπικό επίπεδο, αξιοποιώντας το μεγάλο επιστημονικό και τεχνικό δυναμικό της χώρας.

ε. Να προσδιορίσουμε με σωφροσύνη τις προσαρμογές που ζητάμε από τα Πανεπιστήμιά μας και ειδικότερα από τα Πολυτεχνεία μας. Να υποστηρίξουμε τα αυτονόητα, δηλαδή το δημόσιο, αυτοτελή και ακαδημαϊκό τους χαρακτήρα, αλλά και την ανάγκη να συμβάλλουν και σήμερα, όπως και στο πρόσφατο παρελθόν, στην καλύτερη δυνατή αντιμετώπιση των νέων κοινωνικών και οικονομικών αναγκών.

στ. Να απαιτήσουμε τη στήριξη μιας νέας προσπάθειας από ένα ευέλικτο, γρήγορο, διαφανή και αποτελεσματικό μηχανισμό δημόσιας διοίκησης.

Η Πάτρα υπέφερε από ένα μεγάλο πρόβλημα αποβιομηχανοποίησης κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '80 και της δεκαετίας του '90. Πολλές μεγάλες παραγωγικές μονάδες διέκοψαν την λειτουργία τους ή μια μετά από άλλη και το εργατικό δυναμικό ελαττώθηκε καθώς επίσης και η οικονομία της πόλης που έπρεπε τώρα να αναδιαρθρωθεί. Σε αυτό τον στόχο, το πανεπιστήμιο και ο δυναμικός τομέας των υπηρεσιών και τεχνολογίας έπαιξαν σημαντικό ρόλο. Η βιομηχανική περιοχή Πάτρας είναι 20 χλμ νότια δυτικά και βρίσκεται μεταξύ του 16ου χλμ των Εθνικών οδών GR-9 και Phares.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3

■ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΚΑΙ ΣΥΝΤΕΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΑΧΑΪΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

● Οικονομική δραστηριότητα :

Μακροοικονομικά μεγέθη .

Ο **πίνακας 1.2** παρουσιάζει την εξέλιξη του πραγματικού ΑΕΠ σε εκατομμύρια ευρώ στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας και το σύνολο της χώρας . Η συγκεκριμένη περιφέρεια παράγει το 5.1% του συνολικού ΑΕΠ ενώ την τελευταία πενταετία , 2000 – 2004 , παρουσίασε μέσο ρυθμό ανάπτυξης 4,8% ελαφρώς υψηλότερο από το αντίστοιχο μέγεθος για το σύνολο της χώρας (4,1%) .

Πίνακας 1.2

	Δυτ. Ελλάδα	Σύνολο Ελλάδας
2000	7.217	143.649
2001	7.553	148.425
2002	7.840	153.764
2003	8.231	161.029
2004	8.693	168.417
% στο σύνολο χώρας (2000-2004)	5,1%	100,0%
Μέσος ρυθμός ανάπτυξης (2000-2004)	4,8%	4,1%

Πηγή: Στοιχεία ΕΣΥΕ

Ο **πίνακας 1.3** επιμερίζει το συνολικό προϊόν της περιφέρειας σε επίπεδο νομού , από όπου παρατηρείται ότι ο νομός Αχαΐας παράγει το 50,1% του περιφερειακού ΑΕΠ (διάγραμμα 1.2) επιδεικνύοντας και το μεγαλύτερο μέσο ρυθμό ανάπτυξης , 5,3% .Ακολουθεί ο νομός Αιτωλοκαρνανίας με το 29,5% του προϊόντος και 3,7% μέσο ρυθμό ανάπτυξης και τέλος ο νομός Ηλείας , με 20,4% του προϊόντος και το μικρότερο ρυθμό ανάπτυξης 3,4% .

Πίνακας 1.3.

	Αιτωλοκαρνανία	Αχαΐα	Ηλεία	Δυτ. Ελλάδα
1999	2.056	3.420	1.441	6.918
2000	2.130	3.573	1.514	7.217
2001	2.247	3.772	1.533	7.553
2002	2.323	3.961	1.556	7.840
2003	2.375	4.208	1.649	8.231
% στην περιφέρεια (1999-2003)	29,5%	50,1%	20,4%	100%
Μέσος ρυθμός ανάπτυξης (1999-2003)	3,7%	5,3%	3,4%	4,4%

Πηγή: Στοιχεία ΕΣΥΕ

Διάγραμμα 1.2.



Τέλος ο **πίνακας 1.4** παραθέτει τα στοιχεία για το κατά κεφαλή ΑΕΠ σε σταθερές τιμές 2004 την περίοδο 2000-2004 , όπως αυτό προκύπτει από τους περιφερειακούς λογαριασμούς . Για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο το κατά κεφαλή ΑΕΠ παρουσίασε μέσο ρυθμό ανάπτυξης 4,4% σε αντίθεση με το 3,7% σε επίπεδο επικράτειας . Για τη τριετία 2002 – 2004 το κατά κεφαλή ΑΕΠ της Δυτικής Ελλάδας διαμορφώθηκε στο 77,5% του μέσου όρου της Ελλάδας . Το διάγραμμα 1.3 εστιάζει στις ενδοπεριφερειακές διαφορές και παρουσιάζει το μέσο κατά κεφαλήν ΑΕΠ της περιόδου 2001 – 2003 για κάθε νομό ως ποσοστό του αντίστοιχου περιφερειακού μεγέθους . Όπως είναι ανμενόμενο , η Αχαΐα είναι ο πλουσιότερος νομός της περιφέρειας με βάση το κατά κεφαλή ΑΕΠ , αφού βρίσκεται στο 113,5% του περιφερειακού μέσου , σε αντίθεση με την Ηλεία , η οποία υπολείπεται του μέσου κατά 20,2% .

Πίνακας 1.4.

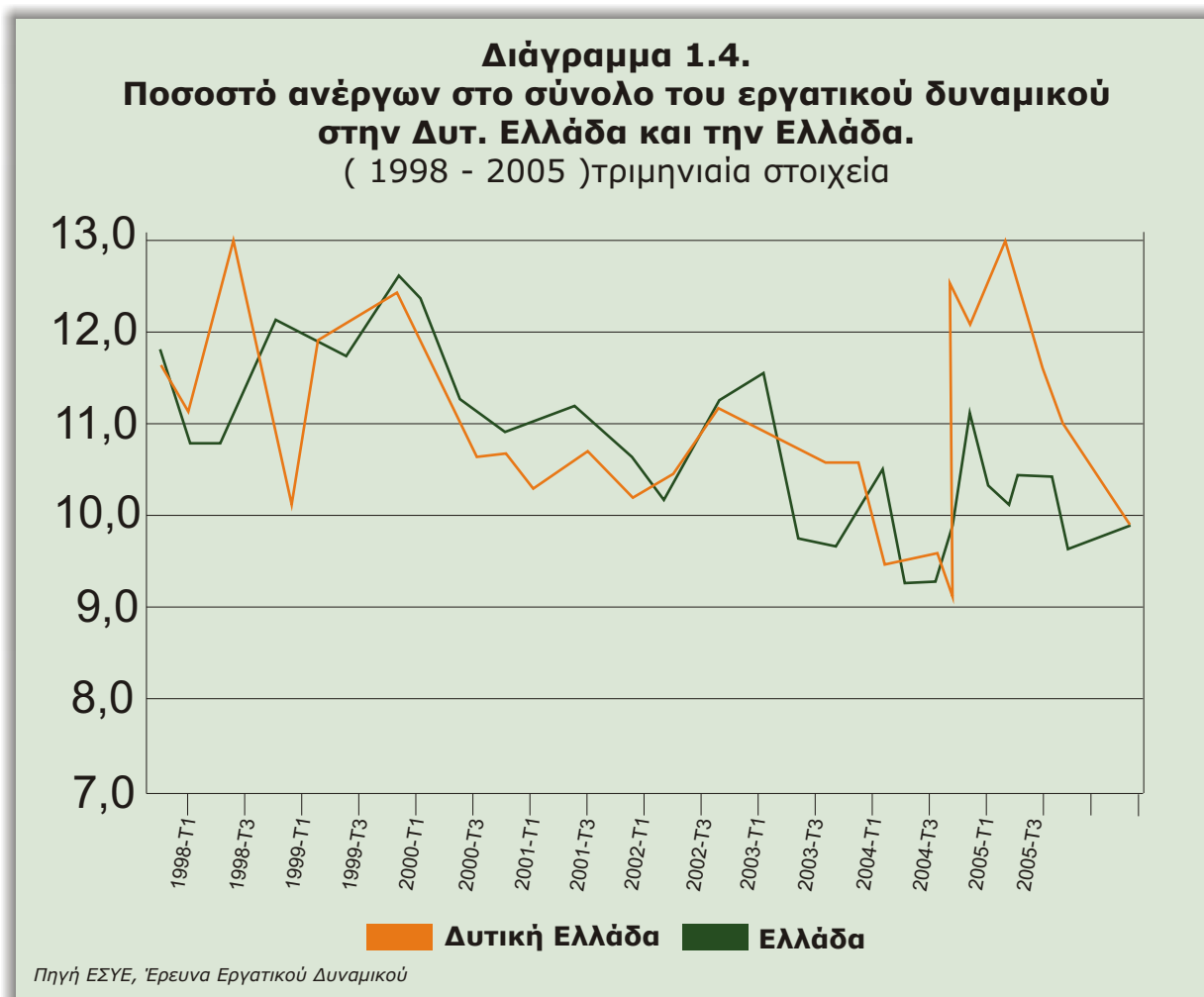
	Δυτική Ελλάδα	Σύνολο Ελλάδος
2000	9.996	13.157
2001	10.444	13.554
2002	10.793	13.995
2003	11.289	14.608
2004	11.885	15.222
% μέσου χώρας (2002-2004)	77,5%	100,0%
Μέσος ρυθμός ανάπτυξης (2000-2004)	4,4%	3,7%

Πηγή: Στοιχεία ΕΣΥΕ

Διάγραμμα 1.3.



Πριν κλείσουμε την ενότητα των μακροοικονομικών μεγεθών , οφείλουμε να αναφερθούμε και στην εξέλιξη της ανεργίας και στη περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας . Με βάση τα στοιχεία ΕΣΥΕ σε τριμηνιαία βάση από το 1998 έως το 2005 , η περιφέρεια παρουσίασε μέση ανεργία 11% , οριακά υψηλότερη από το σύνολο της χώρας 10,7% . Οι μεγαλύτερες αποκλίσεις σημειώθηκαν σε όλη τη διάρκεια του 2004 και τα δύο πρώτα τρίμηνα του 2005 . Από τότε η ανεργία στην περιφέρεια φαίνεται να μπαίνει σε τροχιά σύγκλισης με το σύνολο της χώρας , κλείνοντας το τελευταίο τρίμηνο το 2005 στο 9,7% ακριβώς όσο και το ποσοστό σε εθνικό επίπεδο (**διάγραμμα 1.4**)

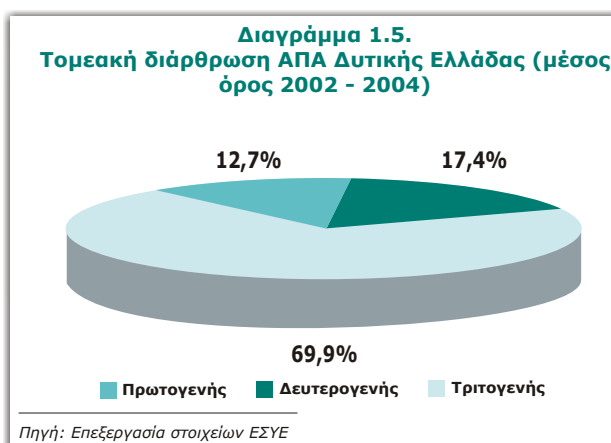


Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωση για το 2003 , η περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας , εμφάνισε το υψηλότερο ποσοστό μακροχρονίως ανέργων στην χώρα 68,4% . Για το 2004 που όπως προαναφέρθηκε και νωρίτερα ήταν μια δύσκολη χρονιά για τη περιφέρεια , η νεανική ανεργία έφτασε στο 44,4% έναντι 26,9% σε πανελλήνιο επίπεδο ενώ η γυναικεία ανεργία στο 25,7% σημειώνοντας το υψηλότερο επίπεδο σε όλη την επικράτεια .

● Η διάρθρωση της περιφερειακής οικονομίας .

Το **διάγραμμα 1.5** δίνει την τομεακή διάρθρωση της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας (ΑΠΑ) της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας για τη τριετία 2002 – 2004 .Το 69,9% της συνολικά παραγόμενης ποσότητας στην περιφέρεια προέρχεται από τον τριτογενή τομέα , ο οποίος όπως προκύπτει και από το πίνακα 1.6 προσφέρει απασχόληση στο 49,6% του εργατικού δυναμικού . Ο δευτερογενής τομέας συμβάλλει κατά 17,4% στην συνολική παραγωγή της περιφέρειας απασχολώντας το 18,8% του εργατικού δυναμικού ενώ ο πρωτογενής τομέας παράγοντας το 12,7% του περιφερειακού προϊόντος απασχολεί το 31,6% του εργατικού δυναμικού της περιφέρειας .

Διάγραμμα 1.5.



Ο **πίνακας 1.5** δίνει την διάρθρωση του πρωτογενή τομέα στο εσωτερικό της περιφέρειας . Σύμφωνα λοιπόν με τα πλέον πρόσφατα στοιχεία της ΕΣΥΕ , ο νομός Ηλείας έχει τον μεγαλύτερο πρωτογενή τομέα , εφόσον το 27% της συνολικής παραγωγής του νομού προέρχεται από αυτόν . Στο άλλο άκρο βρίσκεται ο νομός Αχαΐας , με μόλις το 6,2% του προϊόντος να προέρχεται από τον πρωτογενή τομέα . Τόσο στο νομό Ηλείας , όσο και στο νομό Αιτωλοκαρνανίας , περίπου το ήμισυ του εργατικού δυναμικού απασχολείται στην γεωργική παραγωγή , παρόλο που για τη πενταετία 1998 – 2002 , ο αριθμός των καλλιεργούμενων εκτάσεων ακολουθεί πτωτική πορεία τόσο για το σύνολο της περιφέρειας όσο και για κάθε νομό ξεχωριστά .

Πίνακας 1.5.

Πίνακας 1.5.
Διάρθρωση Πρωτογενούς Τομέα Δυτ. Ελλάδας

	Αιτωλοκαρνανία	Αχαΐα	Ηλεία	Δυτ.Ελλάδα	Ελλάδα
ΑΠΑ 2003	258	222	377	856	9.233
ως % συνόλου	12,8%	6,2%	27,0%	12,3%	6,8%
Απασχόληση 2002	32	19	24	75	634
ως % συνόλου	51,7%	14,8%	50,3%	31,6%	16,2%
Σύνολο καλλιεργειών (στρέμματα), 2002	1.041.697	716.235	1.227.234	2.985.166	34.563.825
% καλλιεργειών (1998 - 2000)	-5,3%	-7,4%	-4,2%	-5,4%	-3,2%

Πηγή: Στοιχεία ΕΣΥΕ

Ο **πίνακας 1.6** μας δίνει στοιχεία για το δευτερογενή τομέα σε κάθε νομό της περιφέρειας ξεχωριστά . Έτσι παρατηρούμε ότι στο νομό Αχαΐας το 20,2% της συνολικής παραγωγής προέρχεται από το δευτερογενή τομέα , ο οποίος προσφέρει απασχόληση στο 25,3% του εργατικού δυναμικού . Προχωρώντας την ανάλυση μας περαιτέρω , προκύπτει ότι ο τομέας της μεταποίησης συμβάλλει κατά 55,8% στην διαμόρφωση του συνολικού προϊόντος του δευτερογενή τομέα , με 2.094 επιχειρήσεις , σχεδόν όσες διαθέτουν οι άλλοι δύο νομοί μαζί . Ωστόσο , ο αριθμός των μεταποιητικών επιχειρήσεων στον νομό παρουσιάζει μικρότερο ρυθμό ανάπτυξης 6,2% σε σχέση με το νομό Ηλείας 7,3% αλλά και Αιτωλοακαρνανίας 13,3% .

Πίνακας 1.6.

Πίνακας 1.6.
Διάρθρωση Δευτερογενούς Τομέα Δυτικής Ελλάδας

	Αιτωλοακαρνανία	Αχαΐα	Ηλεία	Δυτ. Ελλάδα	Ελλάδα
ΑΠΑ 2003	289	719	156	1.164	29.990
ως % σύνολου	14,4%	20,2%	11,2%	16,7%	22,0%
Απασχόληση 2002	7	32	5	45	933
ως % σύνολου	11,4%	25,3%	11,1%	18,8%	23,8%
Μεταποίηση					
ΑΠΑ % του συνόλου 2003	25,8%	55,8%	22,9%	43,9%	49,7%
Αριθμός μεταποιητικών επιχειρήσεων 2002	1.088	2.094	986	4.168	94.372
% μεταποιητικών (2000 - 2002)	13,3%	6,2%	7,3%	8,2%	6,7%

Πηγή: Στοιχεία ΕΣΥΕ

Τέλος ο **πίνακας 1.7** παρουσιάζει του τριτογενή τομέα για κάθε νομό της περιφέρειας ξεχωριστά . Όπως είναι αναμενόμενο η παραγωγή και των τριών νομών στηρίζεται κατεξοχήν στον τομέα των υπηρεσιών . Στο νομό Αχαΐας το 59,9% του εργατικού δυναμικού απασχολείται στον τριτογενή τομέα . Αρκετά αναπτυγμένη είναι και η εμπορική δραστηριότητα σε όλους τους νομούς , επικεφαλής τον νομό Αιτωλοακαρνανίας , όπου το 24,6% του τριτογενή τομέα προέρχεται από την εμπορική δραστηριότητα . Οι επιχειρήσεις του κλάδου ακολουθούν αυξητική τάση , με θετικούς ρυθμούς μεταβολής , της τάξης του 6,8% για την Αιτωλοακαρνανία , 5,3% για την Αχαΐα και 4,9% για την Ηλεία . Ο αντίστοιχος δείκτης για το σύνολο της επικράτειας κυμαίνεται στο 3,4% .

Πίνακας 1.7.

Πίνακας 1.7.
Διάρθρωση Τριτογενούς Τομέα Δυτικής Ελλάδας

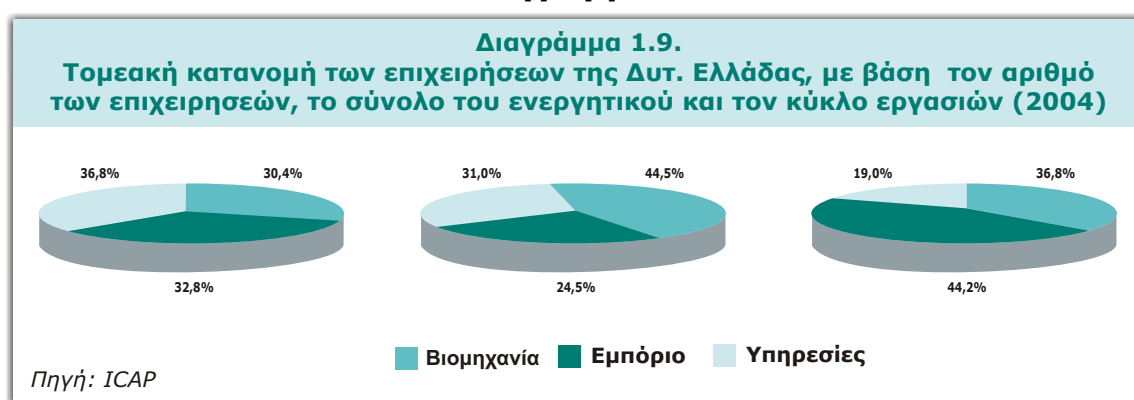
	Αιτωλοακαρνανία	Αχαΐα	Ηλεία	Δυτ. Ελλάδα	Ελλάδα
ΑΠΑ 2003	1.464	2.622	863	4.949	97.114
ως % συνόλου	72,8%	73,6%	61,8%	71,0%	71,2%
Απασχόληση 2002	23	77	19	118	2.358
ως % συνόλου	36,9%	59,9%	38,6%	49,6%	60,1%
Εμπόριο					
ΑΠΑ % του συνόλου 2003	22,6%	22,4%	18,4%	22,4%	18,6%
Αριθμός επιχειρήσεων 2002	5.255	7.758	3.959	16.972	300.395
% επιχειρήσεων (2000 - 2002)	6,8%	5,3%	4,9%	5,7%	3,4%

Πηγή: Στοιχεία ΕΣΥΕ

● **Οικονομική δραστηριότητα : Οι επιχειρήσεις της περιφέρειας (ΑΕ και ΕΠΕ) .**

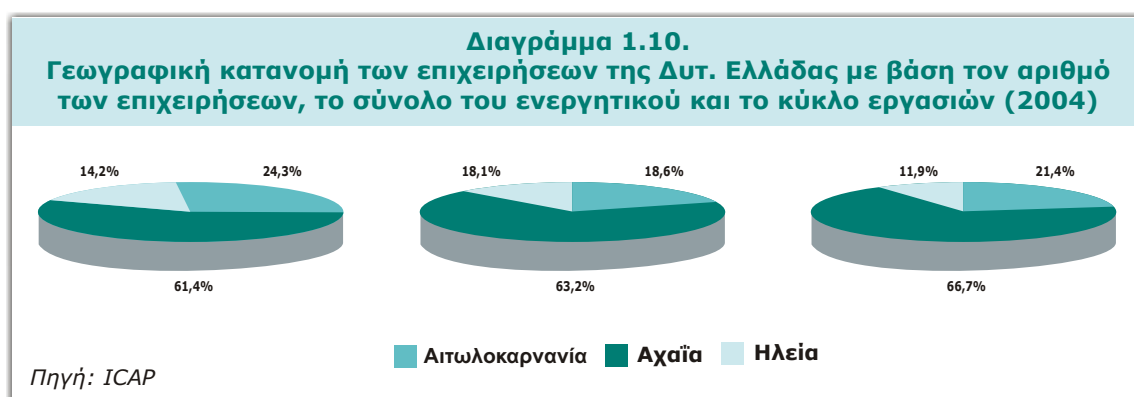
Στην υποενότητα αυτή χρησιμοποιούνται στοιχεία από τη βάση δεδομένων της ICAP για τις Ανώνυμες Εταιρείες (ΑΕ) και τις Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) που εδρεύουν στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας . Τα στοιχεία βασίζονται στους ισολογισμούς και τις καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης της πενταετίας 2000 – 2004 . Ξεκινώντας από την κατανομή των επιχειρήσεων το 2004 μεταξύ των δραστηριοποιούμενων στον τομέα της βιομηχανίας , του εμπορίου και των υπηρεσιών , το **διάγραμμα 1.9** δείχνει ότι οι επιχειρήσεις του τομέα υπηρεσιών υπερέρχουν αριθμητικά (36,8%) έναντι των εμπορικών επιχειρήσεων (32,8%) και των βιομηχανιών (30,4%) , αν και φυσικά η εικόνα αυτή αντιστρέφεται όταν ως κριτήριο χρησιμοποιηθεί το ενεργητικό όπου κυριαρχεί ο κλάδος της βιομηχανίας , ή η αξία των πωλήσεων όπου κυριαρχεί ο κλάδος του εμπορίου .

Διάγραμμα 1.9.



Η γεωγραφική κατανομή του συνόλου των επιχειρήσεων της περιφέρειας μεταξύ των νομών της παρουσιάζεται στο **διάγραμμα 1.10** όπου φαίνεται ξεκάθαρα η υπεροχή της Αχαΐας με το 61,4% των επιχειρήσεων , το 63,2% των κεφαλαίων και το 66,7% του κύκλου εργασιών του συνόλου της περιφέρειας . Ακολουθεί ο νομός Αιτωλοακαρνανίας και τελευταίος κατατάσσεται ο νομός Ηλείας .

Διάγραμμα 1.10



ΕΝΟΤΗΤΑ 4

■ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

- *Η ποιότητα και ο ποιοτικός έλεγχος , προϋπόθεση για την ανάπτυξη και επιβίωση μιας σύγχρονης επιχείρησης , μιας σύγχρονης κοινωνίας .*

Όπως είναι γνωστό , αντικειμενικός σκοπός και στόχος της ζωής μας είναι η ποιότητα . Ετυμολογικά η λέξη ποιότητα προέρχεται από την αρχαία ελληνική λέξη **ποιότης** (ποιος – τι λογής) , που σημαίνει : η φύση , η εσωτερική κατάσταση ή η υπόσταση προσώπου ή πράγματος , σε σχέση με την αξία του .

Η ποιότητα , όπως και η ομορφιά , είναι υποκειμενικοί όροι και εξαρτώνται κατά μεγάλο μέρος από τον κριτή . Στο πλαίσιο όμως της διασφάλισης της ποιότητας , η έννοια αυτή έχει ακριβή ορισμό . Κατά το Ευρωπαϊκό Πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 8402 : 1996 , ποιότητα είναι το σύνολο των χαρακτηριστικών μιας οντότητας (ενός προϊόντος ή υπηρεσίας) , που της αποδίδουν την ικανότητα να ικανοποιεί εκφρασμένες και συνεπαγόμενες ανάγκες του χρήστη (π.χ καταναλωτή) .

Με τον όρο προϊόν δεν εννοούμε μόνο κάτι υλικό . Προϊόν μπορεί να είναι ένα έργο , μια υπηρεσία ή και ένα δικαίωμα (διανόημα) . Γι ' αυτό η έννοια της ποιότητας δεν περιορίζεται μόνο στην τεχνολογία και την επιστήμη , αλλά μπορεί να τη συναντήσει κάποιος σε κάθε βήμα της ζωής μας , από τον προσωπικό βίο , μέχρι και την τελευταία έκφανση της ζωής .

Με τη σημερινή αλματώδη εξέλιξη της τεχνολογίας και ανάπτυξη της παραγωγής , τη διεθνοποίηση των αγορών και εμπορικών συναλλαγών , κατέστη αναγκαία η καθιέρωση κοινά αποδεκτών προτύπων όχι μόνο με την εναρμόνιση των υπαρχόντων , αλλά και σε ενιαία μορφή , αποτελούν απαραίτητα εργαλεία για τη διαχείριση κοινών αποδεκτών προτύπων .

Στις τεχνολογικά προηγμένες χώρες , έχει γίνει δεκτό ότι η ποιότητα σημαίνει επιβίωση για κάθε επιχείρηση , είτε αυτή ανήκει στον κατασκευαστικό και παραγωγικό τομέα είτε αφορά στην παροχή υπηρεσιών . Όλοι γνωρίζουν σήμερα ότι η διάθεση χρημάτων για την ποιότητα συνιστά μια από τις πλέον επικερδείς επενδύσεις . Η άποψη ότι η ποιότητα στοιχίζει στην επιχείρηση έχει πλέον καταρριφθεί . Ουσιαστικά δεν είναι η ποιότητα που κοστίζει αλλά η έλλειψη της ποιότητας . Τα ελλατωματικά υλικά , προϊόντα και κατασκευές κοστίζουν περισσότερο από ό,τι τα καλά .

Πίσω από τη λέξη ποιότητα κρύβεται ένας ολόκληρος μηχανισμός , μια φιλοσοφία και μια σειρά διαδικασιών . Η ποιότητα στην αρχαιότητα (η χρήση προτύπων , ο έλεγχος ποιότητας και η πιστοποίηση των προϊόντων στην Αρχαία Ελλάδα) . Η τυποποίηση , η πιστοποίηση , ο έλεγχος ποιότητας των προϊόντων και η προστασία του καταναλωτή δεν αποτελούν σύγχρονη ανακάλυψη του τεχνικού μας πολιτισμού , όσο και αν φαίνεται τούτο περίεργο . Οι εργασίες πολλών ερευνητών και αρχαιολόγων , στον τομέα αυτό δείχνουν ότι οι ρίζες των εννοιών αυτών φθάνουν στην πολύ μακρινή αρχαιότητα και αποτελούν χαρακτηριστικό



γνώρισμα κοινωνιών με υψηλό πολιτιστικό επίπεδο .

Η έρευνα γύρω από την αρχαία αλλά και τη σύγχρονη τεχνολογία οδηγεί στο ενδιαφέρον συμπέρασμα ότι στις οργανωμένες κοινωνίες κάθε εποχής από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα , όταν υπάρχει υψηλή πολιτισμική στάθμη , αυτή συνοδεύεται πάντα από μια αναπτυγμένη τεχνολογία . Και το πιο σημαντικό , η τελευταία λειτουργεί στη βάση ενός μηχανισμού , που διασφαλίζει τον έλεγχο της ποιότητας και την προστασία του καταναλωτή .

Χωρίς αναπτυγμένη τεχνολογία δεν κτίζονται Παρθενώνες και δε νοείται ανάπτυξη χωρίς εφαρμογή κανονισμών , που να διασφαλίζουν την υψηλή ποιότητα των υλικών που χρησιμοποιούνται , των καταναλωτικών αγαθών που παράγονται και των υπηρεσιών που παρέχονται .

Οι πρόγονοί μας μεγαλούργησαν όχι μόνο στους τομείς της φιλολογίας , της τέχνης , της φιλοσοφίας και του πολιτισμού γενικά , αλλά και στον τομέα της τεχνολογίας και ιδιαίτερα σε εκείνον της τυποποίησης , του ελέγχου και της πιστοποίησης της ποιότητας . Ο αρχαίος ελληνικός πολιτισμός όρισε το θεσμικό πλαίσιο για την ποιότητα , βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη και εξέλιξη των ανθρώπινων κοινωνιών . Για κάθε εμπορεύσιμο αγαθό , όπως και για τα τεχνολογικά προϊόντα των αρχαίων Ελλήνων , την παραγωγή ακολουθούσε ο ποιοτικός έλεγχος .

Αξίζει να αναφερθεί ότι αυτά ίσχυαν ακόμα και στους προϊστορικούς χρόνους και όχι μόνο στον ελλαδικό χώρο , αλλά και σε άλλες χώρες όπως π.χ στη Βαβυλώνα και στην Αρχαία Αίγυπτο . Για παράδειγμα , στην αρχαία Βαβυλώνα (την πρωτεύουσα της Μεσοποταμίας) , ανάμεσα στους νόμους του ξακουστού βασιλιά της , του Χαμουραμπί (1792 – 1750 π.Χ) , υπάρχει και ένας πολύ σημαντικός , που μπορεί να θεωρηθεί ως ο αρχαιότερος κανονισμός στον κόσμο , σχετικός με την οικοδομή , ο οποίος λέει , σε κάποιο σημείο : " Εάν ένας εργολάβος κτίσει μια κατοικία για κάποιον , αλλά δεν πραγματοποιήσει την εργασία του σύμφωνα με τους κανονισμούς (ή τα ισχύοντα πρότυπα) σε τρόπο που ένας τοίχος παρουσιάσει κάποια κλίση , τότε ο εργολάβος αυτός οφείλει να τον ενισχύσει με δικά του έξοδα..." Ο νόμος αυτός είναι χαραγμένος σε μια πέτρινη στήλη από βασάλτη , ανακαλύφθηκε το 1901 στα Σούσα της Περσίας , και εκτίθεται σήμερα στο Μουσείο του Λούβρου , στο Παρίσι .

Στην κλασική πάλι Ελλάδα, όπως προκύπτει από πληθώρα σωζόμενων επιγραφών , λειτουργούσε ένας μηχανισμός ελέγχου της ποιότητας και της πιστοποίησης όλων των τότε παραγόμενων και προσφερόμενων προϊόντων στον τόπο παραγωγής αλλά και στην αγορά . Τα εφαρμοζόμενα τότε πρότυπα περιείχαν πολύ αυστηρές προδιαγραφές και οι επιβαλλόμενες ποινές σε όποιον τολμούσε να μην τις σεβαστεί ήταν πολύ σκληρές .

Ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός ότι τα χρησιμοποιούμενα υπό των Αρχαίων Ελλήνων πρότυπα , κάλυπταν όλο το φάσμα των τότε παραγόμενων προϊόντων , από τα μέταλλα και τα κράματά τους μέχρι και τα γεωργικά προϊόντα , τρόφιμα και ποτά , όπως ο άκρατος οίνος , το ελαιόλαδο , το σιτάρι , το κριθάρι κ.α. Αξίζει να σημειώσουμε ότι ο Αριστοτέλης στο έργο του η "Αθηναίων Πολιτεία " αναφέρει

ότι η Πολιτεία όριζε με κλήρο 10 αγορανόμους , που έπρεπε να επιβλέπουν τα διακινούμενα στην αγορά αγαθά ώστε να είναι "καθαρά και ακίβδηλα " , δηλαδή να τηρούν τους όρους της υγιεινής και να είναι ανόθευτα .

Στις περιπτώσεις νοθείας επεβάλλοντο αυστηρά πρόστιμα τοσο στον παραγωγό όσο και στον έμπορο . Έτσι , το δημόσιο αλλά και ο καταναλωτής προστατεύονται από κάθε πιθανή νοθεία .

Παράδειγμα εφαρμογής του ποιοτικού ελέγχου στα τρόφιμα , αποτελούν οι σωζόμενες τρεις επιγραφές της Θάσου του 4^{ου} π.Χ αιώνα (420 – 400) , χαραγμένες σε μαρμαρίνες πλάκες , οι οποίες αποτελούσαν νόμους – οδηγίες και πρότυπα τα οποία καθόριζαν το εμπόριο και τη διακίνηση του οίνου και έκαναν λόγο για την ύπαρξη του ελέγχου και της πιστοποίησης της ποιότητάς του . Σε μια από αυτές αναφέρεται , μεταξύ άλλων : για όποιον αγοράζει κρασί (εννοεί τον άκρατο , δηλαδή τον ανόθευτον οίνο) σε πιθάρια , η αγορά θα είναι έγκυρη μόνον εάν τα πιθάρια έχουν σημανθεί , δηλαδή μόνον εάν φέρουν κατάλληλο σήμα (πιθανόν σφραγίδα) που να δηλώνει την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά του περιεχομένου σ' αυτά κρασιού .

Στην αρχαία Ελλάδα , οι μετρονόμοι ευθύνονταν για όλα τα μέτρα και τα σταθμά που χρησιμοποιούσαν στην αγορά και όφειλαν να μεριμνούν ώστε να ανταποκρίνονται στα πρότυπα μέτρα και σταθμά , που φυλάσσονταν στην Θόλο , ένα όμορφο κτίριο της Αρχαίας Αγοράς . Ο Αριστοτέλης επίσης αναφέρει ότι οι σιτοφύλακες , δεκαπέντε στον Πειραιά και είκοσι στην Αθήνα , διορισμένοι πάντα από την πολιτεία με κλήρο , έπρεπε να ελέγχουν το σιτάρι και το κριθάρι , πριν σταλούν για άλεσμα . Όφειλαν επίσης να ελέγχουν τους αρτοπώλες ώστε ο πωλούμενος άρτος να έχει το προβλεπόμενο από το νόμο βάρος . Με άλλα λόγια, θεωρούσαν ως νοθεία τον ελλιποβαρή άρτο .

Άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο έλεγχος της ποιότητας των αττικών αργυρών νομισμάτων από τους " δοκιμαστές " (αρχαία λέξη) , οι οποίοι σε περίπτωση διαπίστωσης νοθείας προέβαιναν στην κατάσχεση , τη χάραξη και τελικά την αφιέρωσή τους στο ναό της ναό της μητέρας των θεών , της Κυβέλης . Άλλοι δοκιμαστές προέβαιναν στον έλεγχο χρυσών νομισμάτων εφαρμόζοντας τη μέθοδο της Λυδίας Λίθου .

Χαρακτηριστική επίσης περίπτωση τυποποίησης στην αρχαιότητα αποτελεί η επιγραφή της Ελευσίνας του 4^{ου} π.Χ αιώνα , που είναι ένα πρότυπο χαραγμένο σε μια μαρμαρίνη πλάκα , η οποία εκτίθεται στο μουσείο της Ελευσίνας . Το κείμενο της περιέχει μια παραγγελία για την κατασκευή των μπρούντζινων συνδέσμων , πόλων και εμπολίων , που θα ετοποθετούντο ανάμεσα στους σπονδύλους των κιόνων της Φιλώνειας στοάς , ενός ωραίου κτίσματος που θα αναγειρόταν μπροστά στο Τελεστήριο της πόλης αυτής . Εντύπωση προκαλεί η αναφορά στη σύνθεση του μπρούντζου που θα αποτελούσε την πρώτη ύλη για την κατασκευή των συνδέσμων , καθώς και οι πολύ αυστηρές τεχνικές προδιαγραφές , με τις οποίες θα έπρεπε να συμμορφωθεί ο κατασκευαστής . Η επιγραφή αυτή αποτελεί το αρχαιότερο ευρωπαϊκό πρότυπο , με τις αυστηρότερες τεχνικές και χημικές προδιαγραφές που έχουν ποτέ βρεθεί . Αποδεικνύει δε εκτός από το προχωρημένο



επίπεδο ανάπτυξης της μεταλλουργίας και της οικοδομικής στην κλασσική Ελλάδα και την ιδιαίτερη σπουδαιότητα για τη Τυποποίηση . Όλα αυτά οδηγούν στο συμπέρασμα ότι στην αρχαία Ελλάδα η ποιότητα και ο ποιοτικός έλεγχος στην παραγωγική διαδικασία αλλά και σε κάθε εμπορική συναλλαγή , όπως και η προστασία του καταναλωτή αποτελούσαν ύψιστη φροντίδα και ευθύνη της Αθηναϊκής Πολιτείας και πραγματοποιούνταν κάτω από έναν πολύ καλά οργανωμένο και αυστηρό κρατικό μηχανισμό .

● **Τυποποίηση – Πιστοποίηση – Διαπίστευση :**

Οι έννοιες αυτές , οι οποίες θα αναλυθούν παρακάτω , παίζουν καθοριστικό ρόλο για την επίτευξη της ποιότητας .

■ **Τυποποίηση :** Είναι η διαδικασία με την οποία καθιερώνονται προδιαγραφές , δηλαδή κανονισμοί , οι οποίοι θέτουν τους απαραίτητους κανόνες για την παραγωγή , τη σύνθεση και τις ιδιότητες που πρέπει να έχει ένα προϊόν . Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Πρότυπο ΕΛΟΤ EN 45020 : 1996 . Πρότυπο είναι ένα έγγραφο που έχει καθιερωθεί με συναίνεση και έχει εγκριθεί από έναν αναγνωρισμένο φορέα , και παρέχει για κοινή και επαναλαμβανόμενη χρήση κανόνες , κατευθυντήριες γραμμές ή χαρακτηριστικά , για δραστηριότητες ή για αποτελέσματά τους και που αποσκοπεί στην επίτευξη του βέλτιστου βαθμού τάξης σ' ένα συγκεκριμένο πλαίσιο εφαρμογής .

Από τη στιγμή που δημιουργείται ένα προϊόν αρχίζει μια πρώτη προτυποποίηση του και όταν κυκλοφορήσει στην αγορά συνοδεύεται από κάποιες προδιαγραφές , τις προδιαγραφές του κατασκευαστή . Όμως κλαδικοί φορείς ή το κράτος , σε εθνικό , ευρωπαϊκό , ή και διεθνές επίπεδο , με τη βοήθεια ειδικών Τεχνικών Επιτροπών , έρχονται να δημιουργήσουν προδιαγραφές για το προϊόν αυτό , οι οποίες είναι όσον το δυνατόν αντικειμενικές , ώστε να καλύπτουν ομάδες ομοειδών προϊόντων αφενός και αφετέρου να εξασφαλίζουν τους χρήστες του προϊόντος .

Συνήθως τα πρότυπα αφορούν στην ασφάλεια των χρηστών των προϊόντων και δεν υπεισέρχονται σε κατασκευαστικά ή σχεδιαστικά θέματα , ώστε να μην επεμβαίνουν στη δημιουργικότητα , την ευρηματικότητα και την τεχνολογική κατάρτιση του κατασκευαστή . Υπάρχουν κλαδικά , κρατικά και εθνικά πρότυπα . Στην Ελλάδα αρμόδιος φορέας για την τυποποίηση είναι ο Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης , ο γνωστός μας ΕΛΟΤ , ο οποίος ιδρύθηκε το 1976 και επεξεργάζεται θέματα προς τυποποίηση σε Εθνικό , Ευρωπαϊκό (CEN/CENELEC) και διεθνές επίπεδο (ISO / IEC) , με τη βοήθεια τεχνικών επιτροπών , στελεχωμένων με ειδικούς επιστήμονες όλων των ειδικοτήτων . Ο ΕΛΟΤ διαθέτει βιβλιοθήκη με ενημερωμένα αρχεία όλων των ελληνικών , ευρωπαϊκών και διεθνών προτύπων . Σ' αυτήν υπάρχουν κατάλογοι προτύπων των περισσότερων Οργανισμών Τυποποίησης , ανά την υφήλιο και πρότυπα Οργανισμών

Τυποποίησης , τα οποία συνήθως χρησιμοποιούνται στον ελληνικό χώρο .

■ **Πιστοποίηση** : Είναι η επιβεβαίωση ότι ένα προϊόν ή υπηρεσία έχει παραχθεί σύμφωνα με ένα πρότυπο και ανταποκρίνεται στις περιεχόμενες σ' αυτό προδιαγραφές . Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Πρότυπο ΕΛΟΤ EN 45020 : 1996 , πιστοποίηση καλείται η διαδικασία με την οποία βεβαιώνεται η συμφωνία ή συμμόρφωση ενός προϊόντος προς προδιαγεγραμμένες απαιτήσεις . Η διαπίστωση της συμμόρφωσης ενός προϊόντος προς ένα πρότυπο μπορεί να είναι προαιρετική ή υποχρεωτική , ανάλογα με το ισχύον νομοθετικό καθεστώς κάθε χώρας .

● **Γενικώς υπάρχουν δυο ειδών πιστοποιήσεις :**

A) Η πιστοποίηση ενός προϊόντος ώστε να διαπιστώνεται η συμμόρφωσή του σε πρότυπα , κατά την οποία το προϊόν υποβάλλεται σε μια σειρά δοκιμών, σύμφωνα με αναγνωρισμένα πρότυπα , σε ένα εργαστήριο. Από το αποτέλεσμα των δοκιμών αυτών κρίνεται η συμμόρφωσή του ως προς τις απαιτήσεις του προτύπου . Εφόσον υφίσταται συμμόρφωση , χορηγείται πιστοποιητικό συμμόρφωσης του προϊόντος ως προς το πρότυπο . Η πιστοποίηση διακρίνεται σε δυο είδη : Σε αυτήν του υποχρεωτικού και σε αυτήν του προαιρετικού τομέα .

Στην πρώτη είναι απαραίτητη η πιστοποίηση διότι σε αντίθετη περίπτωση δεν επιτρέπεται η κυκλοφορία του προϊόντος . Εφαρμόζεται δε στους κλάδους όπου υφίστανται οδηγίες της Ε.Ε . Στην Ευρωπαϊκή Ένωση έχει καθιερωθεί η ενιαία γνωστή μας σήμανση CE , δηλαδή το σήμα συμμόρφωσης ενός προϊόντος , η οποία καταδεικνύει τη συμμόρφωσή του προς Ευρωπαϊκά πρότυπα και Οδηγίες . Στον μη υποχρεωτικό τομέα η πιστοποίηση γίνεται με πρωτοβουλία του κατασκευαστή ή του πελάτη .

Σήμερα στην Ελλάδα υπάρχουν πολλά εργαστήρια δοκιμών για πολλά είδη πιστοποιήσεων . Τέτοια είναι π.χ τα εργαστήρια του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου , το σημαντικότερο των οποίων είναι το Εργαστήριο Αντοχής των Υλικών , το αρχαιότερο και το μεγαλύτερο της χώρας , ιδρυθέν το 1910 και σήμερα πιστοποιημένο κατά ΕΛΟΤ EN ISO 9001 . Αυτό το εργαστήριο , εκτός από την εκπαίδευση των σπουδαστών και τη διεξαγωγή έρευνας , ασχολείται και με τον ποιοτικό έλεγχο των υλικών και κατασκευών , τόσο με καταστροφικές όσο και με σύγχρονες μη καταστροφικές μεθόδους , με τελικό στόχο την έκδοση πιστοποιητικών ποιότητας προϊόντων . Παρόμοια εργαστήρια είναι , τα εργαστήρια του ΕΛΟΤ (ηλεκτρικές οικιακές συσκευές , παιχνίδια και ηλεκτρικά) , του ΚΕΔΕ (Κέντρο Ερευνών Δημόσιων Έργων) , της ΕΒΕΤΑΜ στο Βόλο , του ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΥ κ.α.

B) Η πιστοποίηση ως προς την ποιότητα , σύμφωνα με την οποία εάν ένας κατασκευαστής επιθυμεί να πιστοποιήσει ότι ένα προϊόν του ή μια διαδικασία του , χαρακτηρίζεται από σταθερή και επαναλήψιμη ποιότητα , καταφεύγει στην αντίστοιχη πιστοποίησή του , σύμφωνα με τα Ευρωπαϊκά Πρότυπα της σειράς ΕΛΟΤ EN ISO 9000 , δηλαδή την εφαρμογή ενός συστήματος διαχείρισης της



ποιότητας .

Σύμφωνα με αυτά τα πρότυπα , ο κατασκευαστής αναπτύσσει ένα σύστημα διαδικασιών τέτοιων που να διασφαλίζουν αντικειμενικά ότι το προϊόν του και ενδεχομένως η παραγωγική διαδικασία την οποία ακολουθεί , (ανάλογα με το πρότυπο που εφαρμόζει) , έχουν σταθερή ποιότητα .

Για το σκοπό αυτό , σε κάθε χώρα , έχουν ιδρυθεί και λειτουργούν οι φορείς Πιστοποίησης . Επίσημος και διαπιστευμένος Ελληνικός Φορέας Πιστοποίησης είναι ΕΛΟΤ .

■ **Διαπίστευση** : Όλοι αυτοί οι φορείς πιστοποίησης και τα εργαστήρια δοκιμών και ελέγχου δεν είναι ανεξέλεγκτοι , αλλά πρέπει να διαπιστεύονται για τις υπηρεσίες τις οποίες προσφέρουν και να κατέχουν το Πιστοποιητικό Διαπίστευσης .

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Πρότυπο ΕΛΟΤ EN 45020 : 1996 , διαπίστευση είναι η διαδικασία με την οποία ένας αρμόδιος φορέας παρέχει επίσημη αναγνώριση , ότι ένας άλλος φορέας ή πρόσωπο είναι ικανός να πραγματοποιεί ειδικά έργα . Στην Ελλάδα αρμόδιος φορέας Διαπίστευσης είναι το Εθνικό Συμβούλιο Διαπίστευσης , το γνωστό μας ΕΣΥΔ , το οποίο ιδρύθηκε το 1994 και λειτουργεί στο υπουργείο Ανάπτυξης . Το ΕΣΥΔ παρέχει υπηρεσίες διαπίστευσης και δέχεται αιτήσεις για τη διαπίστευση εργαστηρίων δοκιμών και διακρίβωσης και φορέων πιστοποίησης και ελέγχου . Επίσης έχει καθιερώσει κριτήρια και οδηγίες για την προετοιμασία ενός φορέα , προκειμένου να διαπιστευθεί , αλλά και οδηγίες για τους αξιολογητές εκείνους οι οποίοι θα ελέγξουν τη συμμόρφωση των φορέων προς τα κριτήρια διαπίστευσης του ΕΣΥΔ .

Το έργο του Εθνικού Συμβουλίου Διαπίστευσης επικουρείται από δύο Γενικές Τεχνικές Επιτροπές : α.) τη Γενική Τεχνική Επιτροπή Φορέων ελέγχου και πιστοποίησης . β.) τη Γενική Τεχνική Επιτροπή Εργαστηρίων . Οι οποίες είναι αρμόδιες για τη διαπίστευση και τον έλεγχο φορέων πιστοποίησης και εργαστηρίων δοκιμών αντίστοιχα , καθώς και από Ειδικές Τεχνικές Επιτροπές και από ειδικούς αξιολογητές και εμπειρογνώμονες .

● **Συστήματα διασφάλισης ποιότητας – ISO 9000**

Πώς όμως αντιμετωπίζεται σήμερα η ποιότητα διεθνώς και στην Ελλάδα ; Η Τυποποίηση , η πρώτη και πλέον ισχυρή παράμετρος της ποιότητας , αναγνωρίστηκε , ως επιστήμη , σχετικά καθυστερημένα , στο δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα . Η προσπάθεια για την ποιότητα σήμερα ολοκληρώνεται με την εφαρμογή των μηχανισμών διαχείρισης και διασφάλισης της ποιότητας προϊόντων και παρεχόμενων υπηρεσιών .

Η διασφάλιση της ποιότητας και σύμφωνα με τα νέα δεδομένα (ISO 9000 : 2000) η διαχείριση της ποιότητας δεν αφορά μόνο τον ποιοτικό έλεγχο ή την επιθεώρηση των προϊόντων , αλλά καλύπτει ολόκληρο το κύκλο του προϊόντος

(της υπηρεσίας) , από τον σχεδιασμό μέχρι την κυκλοφορία του (της) .

Στόχος , συνεπώς , του συστήματος διαχείρισης / διασφάλισης της ποιότητας , είναι ο συντονισμός και η βελτιστοποίηση όλων των ενεργειών που έχουν σχέση ή επηρεάζουν την ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων ή των προσφερόμενων υπηρεσιών . Εννοείται ότι συμπεριλαμβάνονται όλες οι φάσεις από την αρχική διαπίστωση , μέχρι την τελική ικανοποίηση της ανάγκης ή της προσδοκίας του πελάτη .

Στην Αμερική η διασφάλιση της ποιότητας ξεκίνησε το 1920 με τον ποιοτικό έλεγχο να διεξάγεται στο τελικό προϊόν από τον παραγωγό και όχι από τον πελάτη , ενώ στην Ιαπωνία το 1950 , με τον ποιοτικό έλεγχο να εφαρμόζεται στη διαδικασία της παραγωγής και όχι στο τελικό προϊόν .

Την περίοδο 1960 – 1980 αρχίζει ο έντονος ανταγωνισμός για την ποιότητα μεταξύ ΗΠΑ και Ιαπωνίας με επικράτηση τελικά της Ιαπωνικής επανάστασης το 1980 με αιχμή την ποιότητα και το μειωμένο συνολικό κόστος των προϊόντων , η οποία στηριζόταν στην “ ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη / καταναλωτή ” .

Στη συνέχεια , η απάντηση στην ιαπωνική πρόκληση , έρχεται , με πρωτοβουλία των ΗΠΑ το 1987 , με την εισαγωγή και ανάπτυξη των συστημάτων διασφάλισης της ποιότητας , σε διεθνές επίπεδο , με την εκπόνηση των προτύπων της σειράς ISO 9000 , που αποτελούν ένα πρώτο βήμα προς την ολική ποιότητα . Σε αυτά είχε επιτευχθεί ο συγκερασμός όλων των γνωστών την εποχή εκείνη παραμέτρων , που συντελούν στο χαρακτηρισμό ενός συστήματος ως ποιοτικού αλλά και των τάσεων που εκφράζονταν μέσα από εθνικά ή κλαδικά (π.χ. στρατιωτικά) πρότυπα και κανονισμούς . Αργότερα τα πρότυπα αυτά υιοθετήθηκαν και σε ευρωπαϊκό επίπεδο ως πρότυπα της σειράς EN 29000 , ενώ στα μέσα της δεκαετίας του '90 κυκλοφόρησαν οι νέες εκδόσεις τους σε διεθνές και ευρωπαϊκό επίπεδο με κωδικούς αριθμούς αναγνώρισης ISO 9000 : 1994 και EN ISO , 9000 αντίστοιχα.

Στη χώρα μας οι όροι της ποιότητας , της ολικής ποιότητας , της ολικής διαχείρισης της ποιότητας και της διασφάλισης της ποιότητας , στη σύγχρονη μορφή τους , φθάνουν με αρκετή καθυστέρηση , την τελευταία κυρίως δεκαετία , παρόλο που σοβαρά στοιχεία από αρχαιολογικά ευρήματα , όπως είπαμε , αποδεικνύουν ότι οι όροι αυτοί ήσαν γνωστοί από την αρχαιότητα . Σήμερα σε περισσότερες από 800 επιχειρήσεις έχουν πιστοποιηθεί σύμφωνα με ένα από τα πρότυπα της σειράς ΕΛΟΤ EN ISO 9000 .

Αξιζει να σημειωθεί ότι για πρώτη φορά , πρόσφατα , στις 19 Ιανουαρίου 2000 , χορηγήθηκε πιστοποίηση σύμφωνα με το ΕΛΟΤ EN ISO 9001 , στον Κλάδο Δ της Διεύθυνσης Επιθεώρησης Εμπορικών Πλοίων του υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας από τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης , τον κυρίαρχο φορέα πιστοποίησης στην Ελλάδα .

Η διαχείριση και η διασφάλιση της ποιότητας μέσω της σειράς προτύπων ISO 9000 στην Ελλάδα εποπτεύεται από διάφορους κρατικούς φορείς όπως π.χ. είναι το υπουργείο Βιομηχανίας και ο ΕΛΟΤ , ή από τεχνικούς συμβούλους του κράτους , όπως το ΤΕΕ και υλοποιείται μέσω πολλών και ποικίλων εμπλεκόμενων με την



ποιότητα φορέων , όπως είναι οι φορείς πιστοποίησης και εκπαίδευσης , τα εργαστήρια δοκιμών , οι σύμβουλοι , οι πιστοποιημένες κατά ISO 9000 εταιρείες κ.ά. φορείς.

Με την ολοκλήρωση της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς , η πιστοποίηση κατά ISO αναμένεται ότι θα αποτελεί μια εναλλακτική προϋπόθεση για την ελεύθερη διακίνηση και αποδοχή των προϊόντων ανάμεσα στις χώρες - μέλη της Ε.Ε. Η σειρά αυτών των προτύπων περιγράφει γενικές διαδικασίες που εφαρμόζονται σε διάφορες επιχειρήσεις ή υπηρεσίες , και ορίζουν τις ελάχιστες απαιτήσεις που πρέπει να ικανοποιούν ώστε να διασφαλίζουν τους πελάτες τους σχετικά με το προσφερόμενο προϊόν . Επομένως τα πρότυπα αυτής της σειράς αποτελούν μόνο τα θεμέλια του συστήματος διασφάλισης της ποιότητας .

Το σύστημα διαχείρισης της ποιότητας παρέχει έναν τυποποιημένο και συστηματικό τρόπο ελέγχου του σχεδιασμού , των παραγωγικών διαδικασιών , των τελικών και ενδιάμεσων ελέγχων και των επακόλουθων της παραγωγής διεργασιών , καθώς και αντικειμενικά αποδεικτικά στοιχεία , ότι οι σχετικές με την ποιότητα , δηλωμένες , δραστηριότητες έχουν διεξαχθεί ορθά και συνεχώς .

Οι βιομηχανικά και τεχνολογικά αναπτυγμένες χώρες χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό όλη αυτή τη διαδικασία , που οδηγεί στην έκδοση ενός πιστοποιητικού διασφάλισης της ποιότητας. Προϊόν χωρίς ποιοτική ταυτότητα, είναι ουσιαστικά ανύπαρκτο σε μια διεθνή ανώνυμη κοινωνία και Οικονομία . Η παραδοσιακή τακτική για την αποφυγή παραγωγής προϊόντων κακής ποιότητας στηριζόταν στον εκ των υστέρων έλεγχο , γεγονός όμως που συνεπάγεται άσκοπη δαπάνη χρόνου και χρήματος , χωρίς προστιθέμενη αξία .

Η εγκατάσταση και λειτουργία ενός Συστήματος Διασφάλισης της Ποιότητας προϋποθέτει την πλήρη κατανόηση και δέσμευση τόσο από τη Διοίκηση , όσο και από όλο το προσωπικό της επιχείρησης για την υποστήριξη της ανάπτυξης και διατήρησής του . Η υιοθέτηση ενός προτύπου ποιότητας με επιτυχία , προετοιμάζει την επιχείρηση για την εφαρμογή της Ολικής Διαχείρισης της Ποιότητας .

Τελικά όλες αυτές οι προσπάθειες οδηγούν στην καλούμενη " ολική ποιότητα " (total quality) , που σημαίνει έλεγχο της ποιότητας , προσδιορισμό του κόστους και της τιμής του προϊόντος σε άμεση συνάρτηση με την ποιότητα - όπως αυτή ορίζεται αντικειμενικά - , εξασφάλιση γρήγορης και αξιόπιστης παράδοσης, εξυπηρέτηση του καταναλωτή, υποστήριξη του προϊόντος μετά την παράδοσή του και συνεχή βελτίωση της ποιότητας, με συμμετοχή στις διαδικασίες αυτές όλων των εμπλεκομένων στην αλυσίδα της ζωής του προϊόντος (προμηθευτών, παραγωγών, παραγωγικού δυναμικού, πελατών, καταναλωτών κ.λπ.) .

Ολική ποιότητα , με απλά λόγια , σημαίνει ποιότητα σε όλα , δηλαδή ανάπτυξη κουλτούρας ποιότητας στην επιχείρηση και στον πελάτη .

Η διασφάλιση της ποιότητας είναι ένα μεγάλο βήμα για κάθε παραγωγική μονάδα ώστε να κατακτήσει την αγορά , να συνεχίσει να υπάρχει στην Αγορά , να μπορέσει να είναι ανταγωνιστική , να καταφέρει να παράγει ένα επώνυμο και διεθνώς αναγνωρισμένο προϊόν . Το ενδιαφέρον και η προσοχή όλων στρέφονται από καιρό στη σημασία της ποιότητας και στα συστήματα διασφάλισης της , τόσο

στον τομέα παραγωγής υλικών αγαθών (προϊόντων) , όσο και στην παροχή υπηρεσιών .

Πρόσφατες έρευνες στην Ευρώπη , την Αμερική και την Ιαπωνία , ανέδειξαν την ποιότητα ως το πρώτο κριτήριο θετικού επηρεασμού του πελάτη και ότι αυτή αποτελεί τον πλέον σημαντικό παράγοντα επιτυχίας της επιχείρησης και όχι η τιμή του τελικού προϊόντος . Η μείωση του κόστους ταυτόχρονα με τη βελτίωση της ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών , αποτελούν έναν επιτυχημένο συνδυασμό όταν λάβει κάποιος υπόψη του ότι το κόστος των ελαττωματικών προϊόντων , δηλαδή το κόστος της μη ποιότητας ανέρχεται στο 10 % του κύκλου εργασιών μιας επιχείρησης που δεν εφαρμόζει ένα σύστημα διαχείρισης της ποιότητας .

Κατά το έτος 2000 αναμένεται να ολοκληρωθεί η αναθεώρηση των προτύπων της σειράς ISO 9000 όπου επιτελείται συγκερασμός της αποκτηθείσης εμπειρίας από την υπερδεκαετή εφαρμογή των προηγούμενων εκδόσεών τους (1987 & 1994) με την ταυτόχρονη ενσωμάτωση αρχών ολικής διαχείρισης της ποιότητας αλλά και περιβαλλοντικών πτυχών. Όλο το θεσμικό πλαίσιο των κανονισμών, εκτός από τη σταθερή και καλή ποιότητα των εκτελούμενων έργων, των προσφερόμενων προϊόντων και παρεχόμενων υπηρεσιών, διασφαλίζει και την υγιεινή διατροφή, το υγιεινό περιβάλλον και γενικά την υγεία, την ασφάλεια και την ποιότητα της ζωής του απλού καταναλωτή .

Χαρακτηριστικό παράδειγμα καλής ποιότητας , αποτελεί η ποιότητα της περίφημης Μεσογειακής και ιδιαίτερα Κρητικής διαίτας , η οποία στηρίζεται , ή τουλάχιστον στηριζόταν , σε φυσικές , υγιεινές , χωρίς διοξίνες και ορμόνες , μη μεταλλαγμένες και μη μολυσμένες τροφές . Το πολύ καλό φυσικό περιβάλλον , μαζί με τις κατάλληλες ήπιες και ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες της περιοχής (ήλιος , μέση ημερήσια και ετήσια θερμοκρασία , θάλασσα κ.λπ.) , ευνοούν τη φυσική παραγωγή όλων των αναγκαίων και βασικών θρεπτικών ειδών διατροφής (φρούτα , λαχανικά , όσπρια , κρέατα , σιτάρι , λάδι , κρασί κ.ά.) , διασφαλίζοντας έτσι αφενός την υγιεινή διατροφή και φυσική άσκηση του ανθρώπου καθ' όλο το έτος , και αφετέρου τις ιδανικές συνθήκες για την ανάπτυξη του ανθρώπινου οργανισμού και πνεύματος . Η διαίτα αυτή έχει σαν συνέπεια όχι μόνον την επιβίωση ή τη μακροβιότητα των λαών της περιοχής αυτής , αλλά και την ανάπτυξη , πρώτα σ' αυτήν την περιοχή , πολιτισμού υψηλού επιπέδου από τους προϊστορικούς ακόμη χρόνους . Και τούτο γιατί , όπως η επιστήμη έχει αποδείξει σήμερα , η διατροφή δεν προσκομίζει απλώς θρεπτικά συστατικά και ενέργεια στον ανθρώπινο οργανισμό , αλλά παίζει σημαντικό ρόλο και στη φυσική , την πνευματική και την ψυχολογική ανάπτυξη του ανθρώπου .

Με την ανάπτυξη του πολιτισμού , των επιστημών και της τεχνολογίας και την εφαρμογή της ποιότητας , ο μέσος όρος ζωής αυξάνει . Στη Ρωμαϊκή εποχή π.χ. , ο μέσος όρος ζωής ήταν 22 χρόνια , ενώ σήμερα ξεπερνά τα 60 χρόνια και πιστεύεται ότι , με την εξέλιξη της βιολογίας και της γενετικής , σε πενήντα περίπου χρόνια θα έχει φθάσει τα 102 χρόνια . Στόχος βέβαια σήμερα της ζωής μας δεν είναι μόνο η διάρκεια αλλά και η ποιότητά της . Υπάρχει όμως μια σύγχυση ανάμεσα στις έννοιες του πολιτισμού και της ποιότητας . Δηλαδή , θεωρείται ότι όπου υπάρχει πολιτισμός υπάρχει και η ποιότητα ζωής . Αυτό δεν



είναι αληθές , γιατί εάν π.χ. συνέπεια της ποιότητας θεωρηθεί η μακροβιότητα , όλοι γνωρίζουμε ότι οι αιωνόβιοι ευδοκιμούν εκεί όπου συνήθως δεν ανθίζει ο πολιτισμός . Μη θεωρηθεί όμως ότι η ποιότητα είναι προνόμιο του ανθρώπινου μόνο είδους και ότι η επίτευξή της προϋποθέτει την ανθρώπινη σοφία . Αν ψάξουμε γύρω μας , στη φύση , θα δούμε ότι πολλοί ζωικοί οργανισμοί την εφαρμόζουν για την ύπαρξη και διατήρησή τους. Τα πουλιά π.χ. χτίζουν τις φωλιές τους σε τοίχους ή πάνω σε δέντρα, έτσι ώστε να είναι στέρεες και ανθεκτικές στις δύσκολες καιρικές συνθήκες , ενώ ταυτόχρονα τις διατηρούν καθαρές . Παρόμοια παραδείγματα έχουμε από την κοινωνία των μελισσών και άλλων ζωικών οργανισμών.

Η ποιότητα δεν επιτυγχάνεται εύκολα . Πίσω απ' αυτήν κρύβεται μια ολόκληρη φιλοσοφία . Όμως αποτελεί μοναδικό μέσο για την επιτυχία , την ευημερία, την ασφάλεια και την επιβίωση μιας σύγχρονης κοινωνίας .



● **Γενικά στοιχεία για τη Διοίκηση Ποιότητας .**

Η έννοια της Διοίκησης ή Διαχείρισης Ποιότητας (Quality Management) περιλαμβάνει ένα σύνολο οργανωτικών δραστηριοτήτων στα πλαίσια λειτουργίας ενός οργανισμού όπως είναι μια επιχείρηση , μια δημόσια υπηρεσία , μια μονάδα υγείας , μια βιομηχανία . Πρακτικά , η εισαγωγή των οργανωτικών αυτών δραστηριοτήτων έχει ως απώτερο στόχο να εξασφαλίσει ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται από τον φορέα , θα πληρούν όλες τις υφιστάμενες σχετικές προδιαγραφές ποιότητας , σε συνεχή βάση και με αξιοπιστία .

Το αποτέλεσμα της εισαγωγής των παραπάνω οργανωτικών δραστηριοτήτων στα πλαίσια της λειτουργίας του φορέα είναι η δημιουργία ενός (συνήθως πολύπλοκου) οργανωτικού μηχανισμού που καλύπτει ένα σύνολο επιχειρησιακών διεργασιών και ονομάζεται Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας ή Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας (**Quality Management System**) .

Ο γενικός στόχος του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας είναι η τήρηση και η βελτίωση των προδιαγραφών (χαρακτηριστικών) των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρει ο οργανισμός έτσι ώστε να καλύπτονται οι συνεχώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις των πελατών .

Ο όρος « πελάτης » χρησιμοποιείται εδώ με την γενική έννοια του χρήστη των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσφέρει ο οργανισμός (δηλαδή ο πελάτης στην περίπτωση μιας επιχείρησης , ο ασθενής στην περίπτωση της μονάδας υγείας , ο πολίτης στην περίπτωση μιας δημόσιας υπηρεσίας) .

Η Ποιότητα (Qyality) ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας ορίζεται ως το σύνολο των χαρακτηριστικών που καθορίζουν την δυνατότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας να ικανοποιήσει ρητές ή εννοούμενες ανάγκες .

Η τήρηση και βελτίωση των προδιαγραφών του προϊόντος ή της υπηρεσίας σημαίνει ότι θα πρέπει να υλοποιούνται τα εξής :

- Καθορισμός και τήρηση ενός προδιαγεγραμμένου (standard) τρόπου λειτουργίας του οργανισμού .
- Έχουν τεθεί στόχοι βελτίωσης λειτουργίας του οργανισμού σύμφωνα με τις απαιτήσεις των χρηστών (π.χ της αγοράς στην περίπτωση μιας επιχείρησης) , ή στόχοι βελτίωσης που τίθενται από εσωτερικές ανάγκες βελτίωσης της λειτουργίας του οργανισμού .

Η Διοίκηση Ποιότητας δεν θα πρέπει να συγχέεται με τις ενέργειες που αφορούν τον έλεγχο της ποιότητας ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή μιας υπηρεσίας . Δηλαδή Διοίκηση Ποιότητας δεν σημαίνει ποιοτικός έλεγχος ενός προϊόντος ούτε αφορά την ποιότητα κατασκευής π.χ ενός αυτοκινήτου . Η Διοίκηση Ποιότητας είναι πολύ ευρύτερη σαν έννοια και αφορά τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας της όλης επιχείρησης . Για το λόγο αυτό στην περίπτωση που μια επιχείρηση είναι πιστοποιημένη κατά ISO , αυτό σημαίνει ότι είναι πιστοποιημένη η ποιότητα της συνολικής λειτουργίας της επιχείρησης και όχι η ποιότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών που αυτή παρέχει προς τους πελάτες.



Η θέσπιση προδιαγραφών ποιότητας για το τελικό προϊόν ή την υπηρεσία απαιτεί τον καθορισμό όλων των εμπλεκομένων και των πόρων που χρησιμοποιούνται για την υλοποίηση του προϊόντος . Δηλαδή απαιτεί την κατάρτιση προδιαγραφών για όλα τα στάδια ανάπτυξης του προϊόντος ή της υπηρεσίας . Κατά την έννοια αυτή η ποιότητα ενσωματώνεται στο προϊόν ή την υπηρεσία σταδιακά και σε όλα τα στάδια ανάπτυξης ή παραγωγής . Άρα όλες οι λειτουργίες της επιχείρησης μπορούν να επηρεάσουν την ποιότητα του τελικού προϊόντος ή της υπηρεσίας και ακριβώς γι' αυτόν το λόγο απαιτείται η κατάρτιση προδιαγραφών για όλα τα στάδια ανάπτυξης .

Τα παραπάνω αναπαρίστανται γραφικά στο επόμενο **σχήμα** όπου η Ποιότητα εμφανίζεται ως η συνισταμένη πολλών επιμέρους στοιχείων της λειτουργίας της επιχείρησης και των πόρων που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή του προϊόντος ή της υπηρεσίας .



Μια από τις λανθασμένες απόψεις που ίσχυαν παλαιότερα ήταν ότι η ποιότητα είναι κάτι μη μετρήσιμο ή απροσδιόριστο . Σήμερα , σαν αποτέλεσμα των εξελίξεων και της διάδοσης των Αρχών Διοίκησης Ολικής Ποιότητας , είναι πλέον αποδεκτό , ότι η ποιότητα της λειτουργίας ενός φορέα είναι μετρήσιμη και βελτιώσιμη . Η ποιότητα μπορεί να αναλυθεί σε επιμέρους χαρακτηριστικά τα οποία λειτουργούν σαν συνιστώσες και τα οποία ο φορέας μπορεί με συστηματικό και μεθοδικό τρόπο να παρακολουθήσει και να βελτιώσει .

Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο θα πρέπει να τίθενται στόχοι βελτίωσης της λειτουργίας του φορέα σύμφωνα με τις απαιτήσεις των χρηστών , όπως έχει αναφερθεί .

Η εισαγωγή και πιστοποίηση ενός Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας σε έναν οργανισμό επιφέρει πολλαπλά οφέλη . Τα οφέλη αυτά μπορεί να είναι εσωτερικά και να προκύπτουν από την καλύτερη εσωτερική λειτουργία του οργανισμού ,

αλλά και εξωτερικά , δηλαδή οφέλη σε σχέση με τις συναλλαγές του οργανισμού με το περιβάλλον του (πελάτες , προμηθευτές , κλπ) . Ενδεικτικά παραδείγματα οφέλους σε σχέση με τις συναλλαγές του οργανισμού με το περιβάλλον του είναι π.χ τα εξής : καλύτερα εμπορικά αποτελέσματα , ανάπτυξη εργασιών και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας , βελτίωση του γοήτρου και της αξιοπιστίας του οργανισμού .

● **Διοίκηση Ποιότητας , Διασφάλιση Ποιότητας και Συστήματα Διοίκησης Ποιότητας .**

Η Διοίκηση ή Διαχείριση Ποιότητας αφορά την εισαγωγή και υιοθέτηση ενός συνόλου οργανωτικών δραστηριοτήτων στα πλαίσια λειτουργίας ενός φορέα . Ένας άλλος γνωστός όρος είναι ο όρος : Διασφάλιση Ποιότητας .

Οι όροι : Διοίκηση Ποιότητας (Quality Management) και Διασφάλιση Ποιότητας (Quality Assurance) σχετίζονται στενά αλλά δεν ταυτίζονται . Η ακριβής έννοια του κάθε όρου συνοψίζεται ως εξής :

■ **Διοίκηση Ποιότητας (Quality Management) :**

Το σύνολο των Διοικητικών λειτουργιών που :

α . καθορίζουν την πολιτική , τους στόχους και τις αρμοδιότητες σχετικά με την ποιότητα .

β . υλοποιούν τα παραπάνω με ελέγχους ποιότητας , προγράμματα ποιότητας , μηχανισμούς διασφάλισης ποιότητας και δραστηριότητες βελτιώσεων ποιότητας .

■ **Διασφάλιση Ποιότητας (Quality Assurance) :**

Το σύνολο όλων των προγραμματισμένων και συστηματικών ενεργειών που πρέπει να υλοποιηθούν με τρόπο τέτοιο ώστε να μπορούν να επιδειχθούν ή να αποδειχθούν , και που έχουν ως στόχο να δημιουργηθεί η εμπιστοσύνη , ότι μια οντότητα δηλαδή ένα προϊόν ή μια υπηρεσία , μπορεί να ικανοποιήσει συγκεκριμένες απαιτήσεις ποιότητας .

Από τους παραπάνω ορισμούς προκύπτει εύκολα ότι η Διοίκηση Ποιότητας είναι υπερσύνολο της Διασφάλισης Ποιότητας . Η Διασφάλιση Ποιότητας είναι ιστορικά προγενέστερη και συμβατή με τα προγενέστερα πρότυπα ISO 9001 : 1994 , ISO 9002 : 1994 και ISO 9003 : 1994 . Η εξέλιξη των προτύπων αυτών οδήγησε στο πρότυπο ISO 9001 : 2000 στο οποίο προβλέπονται τα επί πλέον ISO 9001 : 2004 , ISO 9002 : 1994 και ISO 9003 : 1994 οι λειτουργίες του φορέα αντιμετωπίζονται σε υψηλότερο επίπεδο και επιπλέον έχει εισαχθεί η έννοια της στοχοθέτησης βάσει της οποίας μεταβάλλονται οι τυποποιημένες δραστηριότητες του φορέα . Αντίθετα , τα προγενέστερα πρότυπα ήταν πιο στατικά και εστιασμένα σε συγκεκριμένες περιοχές λειτουργίας οι οποίες έπρεπε μόνον να είναι τυποποιημένες και τεκμηριωμένες .

Το αποτέλεσμα της εισαγωγής των δραστηριοτήτων Διοίκησης Ποιότητας στα



πλαίσια της λειτουργίας του φορέα είναι η δημιουργία ενός (συνήθως πολύπλοκου) οργανωτικού μηχανισμού που καλύπτει ένα σύνολο επιχειρησιακών διεργασιών και ονομάζεται Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας ή Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας (Quality Management System) .

Στο διεθνές πρότυπο ISO 8402 : 1994 Quality management and quality assurance - vocabulary , δόθηκε αρχικά ο τυπικός ορισμός του Συστήματος Ποιότητας ως εξής : **Σύστημα Ποιότητας** (Quality System) είναι η οργανωτική δομή , οι αρμοδιότητες , οι διαδικασίες , οι διεργασίες και οι πόροι που χρησιμοποιούνται για την υλοποίηση της Διοίκησης Ποιότητας . Το πρότυπο αυτό αντικαταστάθηκε από το πρότυπο ISO 9000 : 2000 Quality Management Systems – Fundamentals and Vocabulary στο οποίο δίνεται ο ορισμός του **Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας** (Quality Management Systems – QMS) ως εξής : Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας είναι ένα σύστημα διοίκησης και ελέγχου ενός οργανισμού για την καθιέρωση πολιτικής και στόχων για την ποιότητα καθώς και για την επίτευξη των στόχων αυτών (δηλαδή ένα σύστημα για την υλοποίηση της Διοίκησης Ποιότητας) .

Εδώ ο όρος Σύστημα Ποιότητας (Quality System) είναι ισοδύναμος με τον όρο Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας (Quality Management System) . Συχνά , τα Συστήματα Ποιότητας αναφέρονται και σαν Συστήματα Διασφάλισης Ποιότητας αν και αυτό είναι λανθασμένο επειδή οι δυο έννοιες δεν ταυτίζονται απολύτως .

Στην παρούσα περιγραφή θα χρησιμοποιείται στο εξής ο όρος Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας (Quality Management System) .

Ένα Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας μπορεί να ορισθεί πιο συνεκτικά ως εξής : Το σύνολο των τυποποιημένων διεργασιών και των χρησιμοποιούμενων πόρων (οργάνωση , ανθρώπινοι πόροι , υποδομές και εξοπλισμός) για την επίτευξη των τιθέμενων στόχων ποιότητας . Η έννοια της διεργασίας προσδιορίζεται ως εξής : Διεργασία (Process) είναι μια δραστηριότητα που μετασχηματίζει εισερχόμενα δεδομένα (inputs) σε εξερχόμενα αποτελέσματα (outputs) . Οι διεργασίες περιλαμβάνουν επιμέρους Διαδικασίες (Procedures) οι οποίες ελέγχουν τις διάφορες λειτουργίες του οργανισμού .



● **Οι Αρχές Διοίκησης Ολικής Ποιότητας .**

Οι Αρχές Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (Total Quality Management) είναι ένα σύνολο κατευθυντήριων αρχών που αφορούν την εφαρμογή Συστημάτων Διοίκησης Ποιότητας . Οι αρχές αυτές δεν προσδιορίζουν ένα διαφορετικό τύπο Διοίκησης Ποιότητας αλλά είναι ένα σύνολο συστάσεων οι οποίες προτείνονται προς ενσωμάτωση στα Συστήματα Διοίκησης Ποιότητας . Δηλαδή δεν υπάρχει η έννοια " Σύστημα Διοίκησης Ολικής Ποιότητας " , απλώς ένα Σύστημα Διοίκησης Ποιότητας μπορεί να εφαρμόζει τις Αρχές Διοίκησης Ολικής Ποιότητας .

Η ενσωμάτωση των Αρχών Διοίκησης Ολικής Ποιότητας οδηγεί σε συνεκτικά και καλώς οργανωμένα συστήματα για την ικανοποίηση εσωτερικών και εξωτερικών πελατών (χρηστών) ή προμηθευτών μέσω της ολοκλήρωσης (ενοποίησης) του επιχειρησιακού περιβάλλοντος και της συνεχούς βελτίωσης μέσω κύκλων ανάπτυξης , βελτίωσης και συντήρησης , ώστε να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις ενός συνεχώς μεταβαλλόμενου περιβάλλοντος . Επίσης η βελτίωση μπορεί να κριθεί αναγκαία όχι από εξωτερικά αίτια (π.χ απαιτήσεις πελατών ή απαιτήσεις της αγοράς) , αλλά από εσωτερικές ανάγκες βελτίωσης της λειτουργίας του φορέα .

● **Οι Αρχές Διοίκησης Ολικής Ποιότητας συνοψίζονται ως εξής :**

- Εστίαση στο πελάτη .
- Ηγεσία .
- Ενεργός συμμετοχή του προσωπικού .
- Προσέγγιση βασισμένη σε διεργασίες .
- Συστηματική προσέγγιση της διοίκησης .
- Συνεχής βελτίωση .
- Λήψη αποφάσεων βασισμένη σε αντικειμενικά στοιχεία .
- Σχέσεις αμοιβαίου οφέλους με τους προμηθευτές .

● **Συνεχείς Βελτίωση και Στόχοι Ποιότητας .**

Για την ανάγκη της συνεχούς βελτίωσης , η οποία είναι πάντα ένα σημαντικό και απαραίτητο αντικείμενο του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας , απαιτείται να τεθούν Στόχοι Ποιότητας .

Οι Στόχοι Ποιότητας συσχετίζουν την επιθυμία της διοίκησης με την καθημερινή λειτουργία του φορέα και αφορούν κυρίως σε θέματα συνεχούς βελτίωσης της λειτουργίας του φορέα για την συνεχή ικανοποίηση των μεταβαλλόμενων απαιτήσεων των πελατών του .



Η συνεχής βελτίωση του φορέα επιτυγχάνεται μέσω των κύκλων βελτίωσης .
Ένας κύκλος βελτίωσης περιλαμβάνει τα εξής στάδια :

- Προσδιορισμός στόχων Ποιότητας .
- Λειτουργία του φορέα .
- Μέτρηση στοιχείων που σχετίζονται με την παρακολούθηση των Στόχων Ποιότητας .
- Αξιολόγηση των μετρήσεων .

Στη συνέχεια ο κύκλος επαναλαμβάνεται θέτοντας κατ ' αρχήν νέες τιμές των Στόχων Ποιότητας για τον επόμενο κύκλο .

Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό των κύκλων βελτίωσης είναι ότι μπορούν να εφαρμοσθούν σε επίπεδο Συστήματος αλλά και σε κατώτερα επίπεδα όπως στο επίπεδο των Διεργασιών ή και στο επίπεδο των επιμέρους Διαδικασιών .

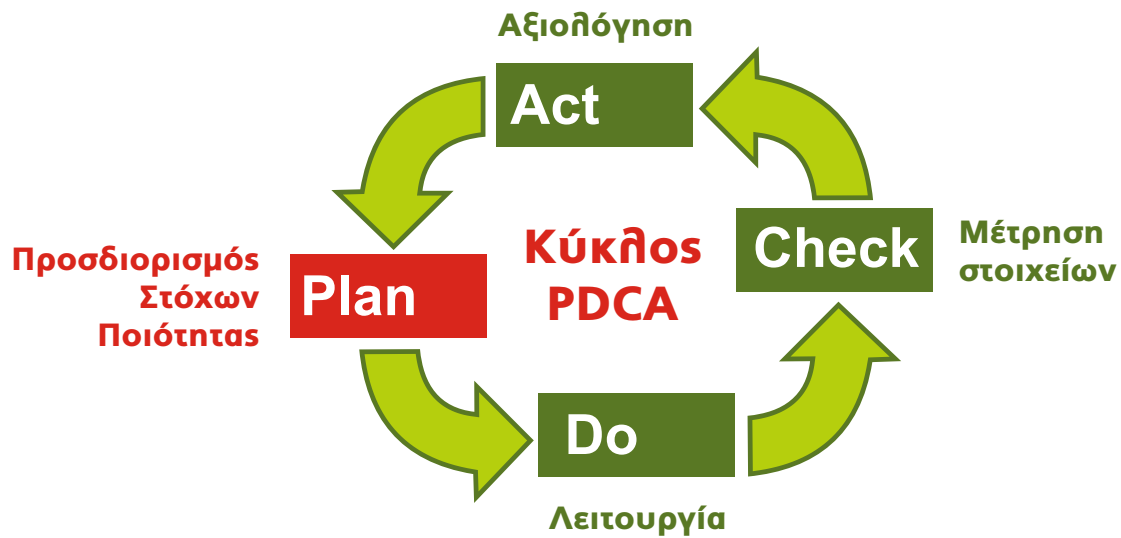
Μια πολύ γνωστή κωδικοποίηση του παραπάνω κύκλου είναι ο λεγόμενος **Κύκλος PDCA** .

Τα στοιχεία PDCA αντιστοιχούν στις αγγλικές λέξεις :

- **Plan** (αντιστοιχεί στον προσδιορισμό Στόχων Ποιότητας) .
- **Do** (αντιστοιχεί στη λειτουργία του φορέα) .
- **Check** (αντιστοιχεί στην μέτρηση στοιχείων που σχετίζονται με την παρακολούθηση των Στόχων Ποιότητας) .
- **Act** (αντιστοιχεί στην αξιολόγηση των μετρήσεων και των προσδιορισμό νέων τιμών των Στόχων Ποιότητας) .

Ο **Κύκλος PDCA** μπορεί να εφαρμοσθεί σε επίπεδο Συστήματος αλλά και σε κατώτερα επίπεδα όπως στο επίπεδο των Διεργασιών ή και στο επίπεδο των επιμέρους Διαδικασιών . Στο επίπεδο Συστήματος η φάση Act του Κύκλου PDCA περιλαμβάνει τον προσδιορισμό νέων στόχων . Όταν ο Κύκλος PDCA εφαρμόζεται στα κατώτερα επίπεδα , η φάση Act μπορεί να περιλαμβάνει και ευρύτερες διορθωτικές ενέργειες όπως η ανασχεδίαση Διεργασιών ή επιμέρους Διαδικασιών .

Ο **Κύκλος PDCA** σε επίπεδο Συστήματος αναπαρίσταται γραφικά στο επόμενο σχήμα .



Από την παραπάνω περιγραφή προκύπτει ότι ο **Κύκλος PDCA** και γενικότερα οι κύκλοι βελτίωσης της ποιότητας , αποτελούν κλασικά παραδείγματα συστημάτων με ανάδραση (feedback) . Ο Κύκλος PDCA σε επίπεδο Συστήματος , έχει προκαθορισμένη διάρκεια δηλαδή καλύπτει μια σταθερή χρονική περίοδο και οι μετρήσεις των στοιχείων λαμβάνονται στα πλαίσια της χρονικής αυτής περιόδου.

Δεν υπάρχει συγκεκριμένη σύσταση για την ακριβή διάρκεια της χρονικής αυτής περιόδου αλλά στις περισσότερες περιπτώσεις έχει εξαμηνιαία ή δωδεκάμηνη διάρκεια . Το βασικό ζητούμενο εδώ είναι , να υπάρξει επαρκής χρόνος στα πλαίσια του κύκλου βελτίωσης , ώστε να λειτουργήσει ο φορέας και να συλλεχθούν επαρκή στοιχεία . Από την άλλη πλευρά η υπερβολική επιμήκυνση της διάρκειας του κύκλου βελτίωσης , μπορεί να οδηγήσει σε καθυστέρηση απόκρισης του φορέα σε αλλαγές του περιβάλλοντός του , σε απώλεια της οργανωσής του , σε απώλεια της ευελιξίας του , σε καθυστέρηση καταγραφής εσωτερικών του προβλημάτων , και άλλες παρόμοιες αρνητικές επιπτώσεις .

Η διάρκεια του κύκλου βελτίωσης καθορίζεται με σαφήνεια στην τεκμηρίωση του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας . Ο φορέας είναι σε θέση να τροποποιεί την διάρκεια του κύκλου βελτίωσης , εφ' όσον υπάρξει , τέτοια ανάγκη μέσω των προβλεπόμενων διαδικασιών τροποποίησης του Συστήματος Διοίκησης Ποιότητας.

● **Ανάπτυξη νέων προϊόντων .**

Η ύπαρξη και η πορεία μια επιχείρησης, ανεξάρτητα από το μέγεθός της, είναι άμεσα συνδεδεμένη με την πορεία των προϊόντων της. Ο σκοπός κάθε επιχειρησιακής μονάδας είναι να πουλά προϊόντα . Όσο οι πωλήσεις πάνε καλά τόσο και η πορεία της μονάδας βελτιώνεται. Κάθε προϊόν έχει ένα συγκεκριμένο κύκλο ζωής τον οποίο περνά και στο τέλος του οποίου το προϊόν "πεθαίνει" . Πολλά προϊόντα τα οποία ήταν κάποτε πάρα πολύ γνωστά στο καταναλωτικό κοινό

, κλείνοντας τον κύκλο ζωής τους , σιγά – σιγά εξαφανίστηκαν . Λόγω αυτού του γεγονότος η μακροπρόθεσμη καλή λειτουργία μιας επιχείρησης εξαρτάται από την συνεχή ανάπτυξη νέων προϊόντων .

Οι επιχειρήσεις για να αναπτυχθούν στο σύγχρονο περιβάλλον των αλλαγών και του ανταγωνισμού οφείλουν να εστιάσουν σε ορισμένα σημεία κλειδιά όπως τη καινοτομία και στην αποτελεσματική εκμετάλλευση νέων ιδεών .



Γέννηση Ιδεών

Διαδικασία παραγωγής ιδεών για νέα προϊόντα

Αξιολόγηση

Μέθοδοι σύγκρισης και αξιολόγησης ιδεών

Ανάπτυξη

Ο ρόλος των τμημάτων Έρευνας & Ανάπτυξης

Κατασκευή

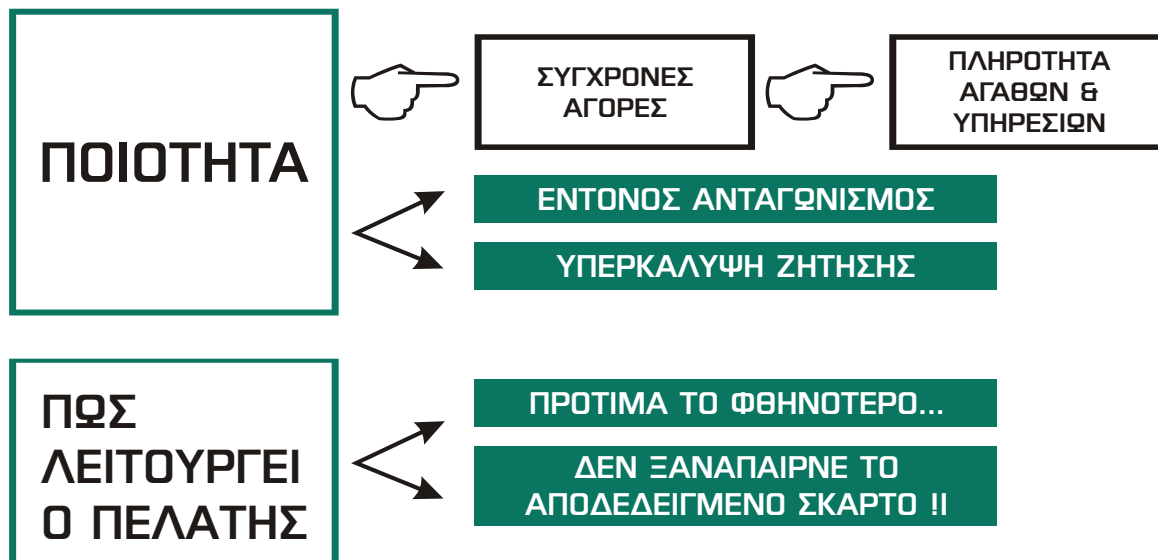
Πρωτοτυπία, έλεγχος και αξιολόγηση του

Προώθηση

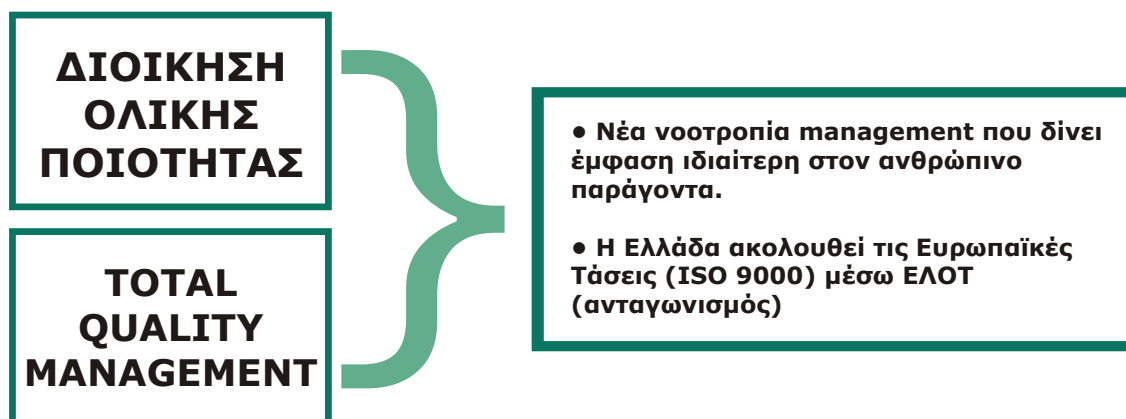
Εισαγωγή του προϊόντος στη αγορά

ΕΝΟΤΗΤΑ 5

■ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ



- *Καταναλωτές: Ευαίσθητη στην ποιότητα. Εταιρείες : Προσπαθούν να προσαρμοστούν.*



● **Έννοια και σημασία της ποιότητας .**

Προσφορά ➔ Ζήτηση ➔ Έντονος Ανταγωνισμός

- ◆ «Το δισ εξαμαρτείν ουκ ανδρός σοφού ».
- ◆ Κατάρτιση προγραμμάτων ποιότητας .
- ◆ Επιχειρήσεις " τρίτου τύπου " ολοκληρωτικά στη ποιότητα .

ΙΑΠΩΝΙΑ : 1^η σε επιτυχή παραδείγματα ανάκαμψης εταιρειών λόγω ποιότητας.

Για να κινηθούμε προς την ποιότητα :

- ❖ Αναγνώριση και κατανόηση στόχων .
- ❖ Διερεύνηση του τι κάνει τον πελάτη ευτυχή .

Αρχικά :

**Υψηλή ασφάλεια
και αξιοπιστία** } **Ποιότητα στον
πελάτη**

Ποιότητα σημαίνει :

- Καλύπτουμε / ξεπερνάμε τις προσδοκίες του πελάτη .
- Τα χαρακτηριστικά ενός προϊόντος να ικανοποιούν τις προδιαγραφές .
- Πελατοκεντρικό σύστημα μάρκετινγκ , παραγωγής της εταιρείας .
- Σύγχρονη και αποτελεσματική διοίκηση της επιχείρησης .
- Καταλληλότητα για χρήση .
- Να πληρώνεις για αυτό που πραγματικά παίρνεις .

- **Η ποιότητα είναι καθαρό κέρδος .**

Τι πρέπει να ελεγχεί :

1. Χαρακτηριστικά προϊόντος

- ⊙ Από τεχνικές απαιτήσεις στη μεταποιητική διαδικασία.
- ⊙ Από ειδικότερους στόχους του οργανισμού στην αγορά .

2. Σχεδιασμός:

- ⊙ Καθορισμός χαρακτηριστικών δομής προϊόντων
- ⊙ Οδηγός μετάφρασης " αναγκών των πελατών " .
- ⊙ Στάδια επεξεργασίας , τύποι μέσων παραγωγής .

3. Ικανότητα Διαδικασίας :

- ⊙ Ικανότητα παραγωγής βάσει των απαιτήσεων σχεδιασμού .

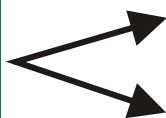
Ποιότητα στις προηγμένες βιομηχανικά χώρες :

Εκπλήρωση συγκεκριμένων απαιτήσεων πελατών με βάση τον ορθολογικότερο τρόπο και σε ανεκτό κόστος .

Ειδικότερες απαιτήσεις :

- ⊙ Προδιαγραφές διαστάσεων και λειτουργίας χαρακτηριστικών .
- ⊙ Στόχοι διάρκειας ζωής και αξιοπιστίας .
- ⊙ Απαιτήσεις ασφαλείας .
- ⊙ Ακολουθούμενα πρότυπα .
- ⊙ Κόστη : δομικά , μηχανικά , κατασκευαστικά , ποιοτικά .
- ⊙ Συνθήκες παραγωγής .
- ⊙ Στόχοι εγκατάστασης , συντήρησης , επισκευής .
- ⊙ Ενεργειακή χρήση , υλικά .
- ⊙ Περιβαλλοντικές επιδράσεις .
- ⊙ Κόστη εξυπηρέτησης πελατών .

**Αναζήτηση
Ισορροπίας**



Κόστους προϊόντων

Ανταποδοτικής αξίας στον πελάτη



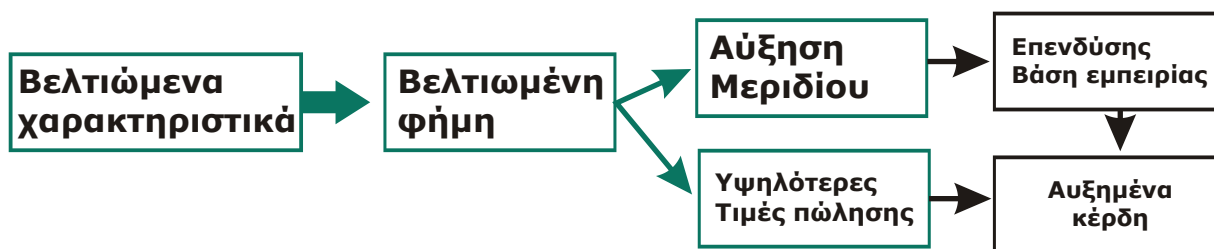
● **Σημασία της ποιότητας για την επιχείρηση .**

1. Για την επιχείρηση :

- ⊙ Καθαρό κέρδος .
- ⊙ Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα .
- ⊙ Φήμη .
- ⊙ Κόστος και μερίδιο αγοράς .
- ⊙ Υπευθυνότητα για το προϊόν
- ⊙ Διεθνής εικόνα .

2. Για τον πελάτη :

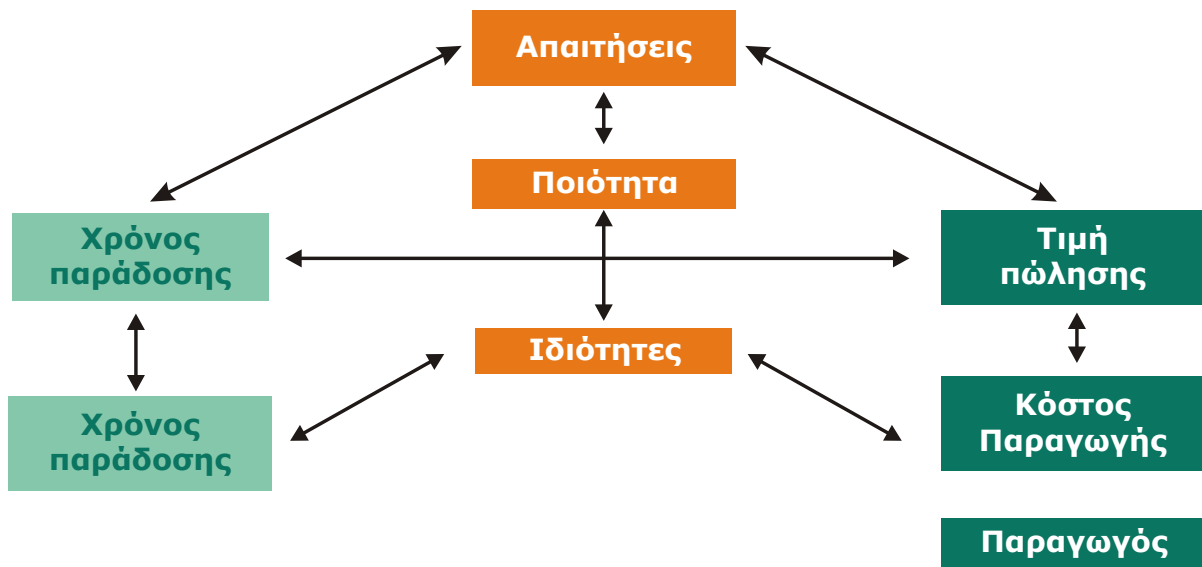
- ⊙ Ένας δυσαρεστημένος πελάτης διώχνει άλλους 22 !
- ⊙ Ένας ευχαριστημένος πελάτης φέρνει άλλους 8 !



Κέρδη από την μείωση κόστους.



● **Αλληλεπίδραση ενδιαφερόντων παραγωγού - πελάτη .**



Διαστάσεις της ποιότητας .

- ⊙ Η βελτίωση απαιτεί « μέτρηση » .
- ⊙ Για " μέτρηση " ποιότητας : ορισμός « διαστάσεων » .
- ⊙ Ποιότητα προϊόντος ποσοτικές ή και ποιοτικές διαστάσεις .
- ⊙ Καθορισμός βαρύτητας διαστάσεων : μέσο πελάτη .

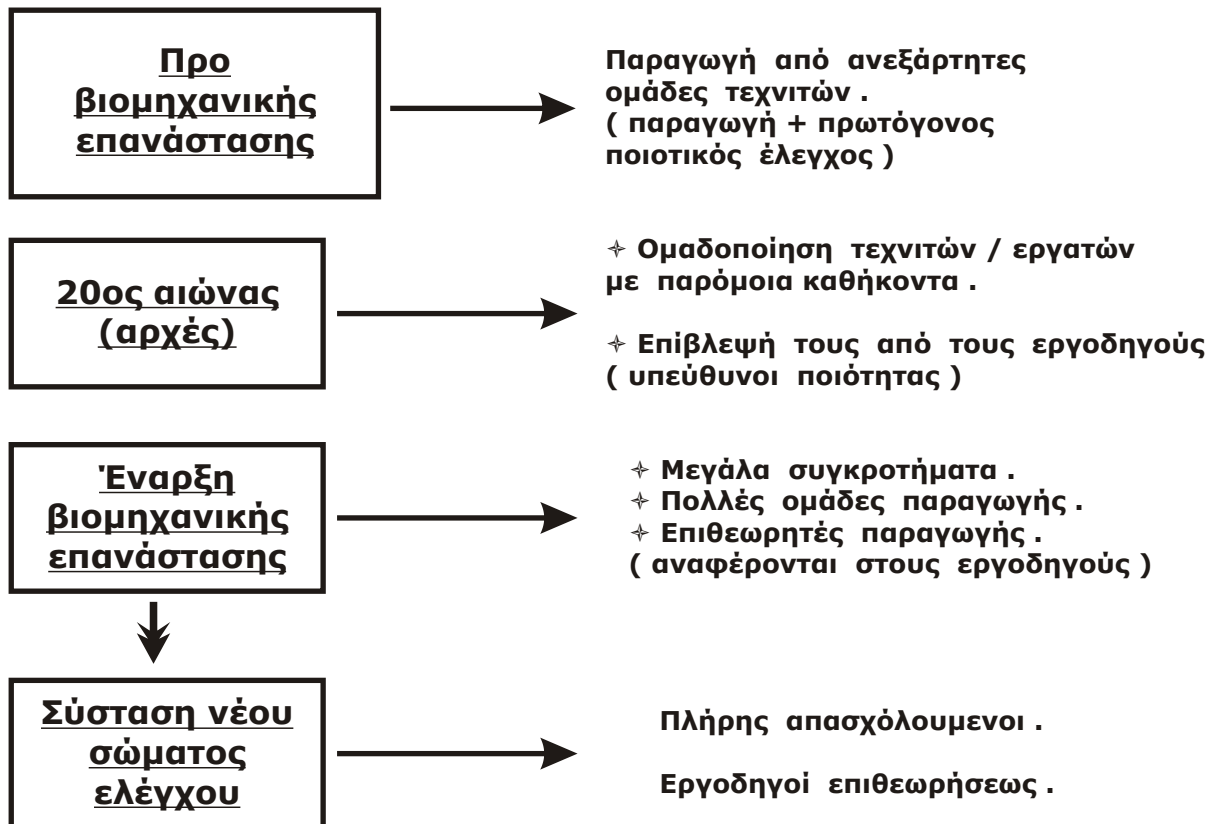
Διαστάσεις ποιότητας προϊόντος :

- ❶ Λειτουργικά χαρακτηριστικά (μετρήσιμα) : πρωτεύοντα και δευτερεύοντα .
- ❷ Αξιοπιστία & ανθεκτικότητα (μετρήσιμες) : πιθανότητα βλάβης ή καταστροφής
- ❸ Συμμόρφωση με προδιαγραφές (μετρήσιμο) : βαθμός εκπλήρωσης απαιτήσεων (δείκτες : π.χ. μέτρηση ελαττωματικών , καθυστερήσεων , αλλά και μέτρηση παραπόνων αλλά και επισκευών ανά μήνα)
- ❹ Διάρκεια ζωής και επισκευασιμότητα : χρόνος αξιόπιστης χρήσης προϊόντος (μετρήσιμη) .
- ❺ Εξυπηρέτηση πριν και μετά την πώληση :
 - Ευγένεια προσωπικού .
 - Όγκος και κατανομή καταστημάτων .
 - Δυνατότητες επισκευών , ανταλλακτικών .
 - Χρόνος ανταπόκρισης σε παράπονα / βλάβες .
- ❻ Αισθητική και εμφάνιση : (καθαρά υποκειμενική διάσταση) .

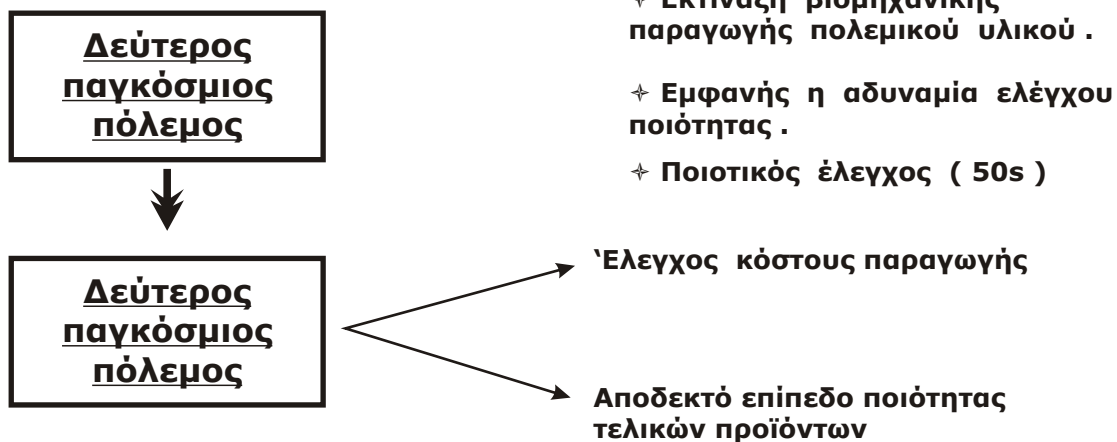
Προσωπικά εραθίσματα του καταναλωτή (γεύση , αφή , μυρωδιά) .

7 Υποκειμενική αντίληψη της ποιότητας : (καθαρά υποκειμενική διάσταση) .

Ανεπαρκής πληροφόρηση του καταναλωτή (προσοχή στους διαφημιστές) .



Επιθεώρηση : Σύγκριση παραγόμενων προϊόντων με δεδομένες πρωτόγονες μορφές προδιαγραφών .



● **Επιβεβαίωση ποιότητας βάση καθορισμένων προδιαγραφών .**

Μειονέκτημα :Εφαρμόζεται μετά την κατασκευή του προϊόντος (κατόπιν εορτής!)

- ✓ Έχει ήδη καταβληθεί το κόστος κατασκευής .
- ✓ Είναι δύσκολη η επανόρθωση .

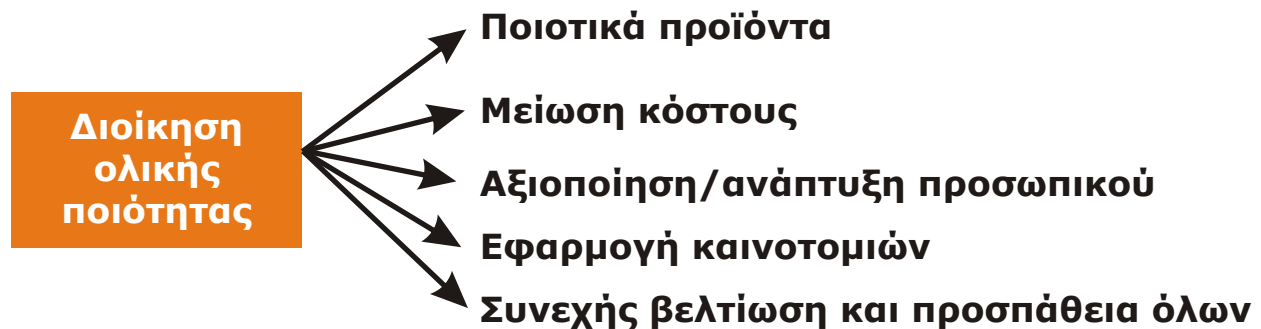
Διασφάλιση ποιότητας .

Σύνολο προγραμματισθέντων ή συστηματικών ενεργειών για την εξασφάλιση προδιαγραφών προϊόντων ή υπηρεσιών .

Πρωτοπόροι :

- ✓ Στρατός .
- ✓ Διαστημική .

1987 :Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης .
International Standardization Organiz.
ISO 9000 διασφάλιση ποιότητας (πρότυπα) .



● **Η έννοια της ολικής ποιότητας προϋποθέτει :**

- Συμμετοχή όλου του προσωπικού του οργανισμού .
- Αλυσίδα διαδικασιών και ανθρώπων (εντός και εκτός οργανισμού) .
- Πάντα στόχος : **ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ .**



Επίπεδα εξέλιξης ποιότητας .

Ελλάδα: Πολύ πίσω σε σύγχρονα συστήματα διασφάλιση ποιότητας.

1970: Πρώτη απόπειρα καθορισμού προδιαγραφών .

1976: ΥΠΕΘΑ : Υπηρεσία Πολεμικής Βιομηχανίας .

1978: Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης .

Ελληνικές εταιρείες και ποιότητα .

ΕΛΟΤ: Ο μόνος αναγνωρισμένος ελληνικός φορέας από τον Ευρωπαϊκό EFQM για **ISO 9000**.

Ελληνική έρευνα 1991 :

Προσδιορισμός , μέτρησης και βελτίωσης της ποιότητας στις ελληνικές επιχειρήσεις .

● **Συμπεράσματα για την ελληνική βιομηχανία .**

- 01. Ποιότητα:** Δυσανάλογη προς την οικονομική ευρωστία των ελληνικών επιχειρήσεων .
- 02. Υπεύθυνος ποιότητας** δεν υπήρχε σε 2/3 επιχειρήσεων .
- 03. Εφαρμογή ποιότητας** στην Ελλάδα: διαφορετική ανάμεσα σε ελληνικές και ξένες επιχειρήσεις .
- 04. Ευαισθητοποίηση** ελληνικών επιχειρήσεων που συνεργάζονται με ξένες .
- 05. Βιομηχανίες:** πιο ευαισθητοποιημένες στην ποιότητα από εμπορικές (λόγω γρήγορης παραγωγής) .
- 06. Εθνική πολιτική και στρατηγική ποιότητας:** ανύπαρκτη .
- 07. Σύγχυση** γύρω από την ποιότητα: μεγαλύτερη σε παροχή υπηρεσιών .
- 08. Οργάνωση και ποιότητα** είναι ευθέως ανάλογες .
- 09. Συνεργασία πανεπιστημίων και επιχειρήσεων** ατόνησε .
- 10. Ελλάδα:**βραχυπρόθεσμα προγράμματα ποιότητας .Ευρώπη μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.
- 11. Βασική πολιτική:**πρόληψη λαθών .
- 12. Ελληνικό καταναλωτικό κοινό:** μη ενημερωμένο και απροστάτευτο .
- 13. Φιλοσοφία δυτικού τύπου:**(έμφαση σε υλικά , πληροφοριακά συστήματα κλπ. αντί ανθρώπινο δυναμικό) .
- 14. Ποιότητα και ιεραρχία:** ασχολία των υψηλόβαθμων στελεχών κι όχι της βάσης .
- 15. Εκπαίδευση προσωπικού:** απαιτείται αλλαγή νοοτροπίας .
- 16. Βελτίωση ποιότητας:**ότι αυξάνει το μερίδιο αγοράς και την ανταγωνιστικότητα .
- 17. Μέτρηση κόστους ποιότητας:** σπάνιο γεγονός .
- 18. Μη αρνητική αντίδραση προσωπικού ->** πρόσφορο έδαφος για ποιότητα
- 19. Έλλειψη υποδομής , στήριξης , λειτουργίας** του "ποιοτικού" management .
- 20. Δυσκολία συνεργασίας** δημοσίου – ιδιωτών .
- 21. Ανάγκη επαναπροσδιορισμού** επιχειρηματικής σκέψης στην κορυφή της ιεραρχίας .
- 22. Ανάγκη συνεργασίας και συναγωνισμού** σε εθνικό επίπεδο .
- 23. Απαιτήσεις ελλήνων καταναλωτών για ποιότητα:** συνεχώς αυξάνουν .
- 24. Εφαρμογή κύκλων ποιότητας:** αλλαγή νοοτροπίας διοίκησης και εκχώρηση αρμοδιοτήτων στο προσωπικό .



● **Αρχές για αλλαγή της νοοτροπίας στις επιχειρήσεις :**

- 1) Συνεχής προσπάθεια βελτίωσης προϊόντων / υπηρεσιών .
- 2) Διοίκηση : υιοθέτηση Νέας Φιλοσοφίας .
- 3) Ενσωμάτωση της ποιότητας στην παραγωγή .
- 4) Μείωση αριθμού προμηθευτών – αγορές βάση στατιστικής απόδειξης και όχι βάση τιμής .
- 5) Έρευνα και μελέτη προβλημάτων του συστήματος παραγωγής.
- 6) Νέες μέθοδοι εκπαίδευσης με βάση τη στατιστική .
- 7) Αποτελεσματική ηγεσία – παροχή στους εργαζομένους .
- 8) Ελαχιστοποίηση φόβου – ενθάρρυνση αμφίδρομης επικοινωνίας.
- 9) Εισαγωγή ομαδικής εργασίας – κατάργηση .
- 10) Μείωση δραστική σε : ● Αριθμητικών στόχων ● Σλόγκαν ● Posters.
- 11) Χρήση στατιστικών μεθόδων για βελτίωση ποιότητας / παραγωγικότητας .
- 12) Τόνωση υπερηφάνειας εργαζομένων , κατάργηση της υποχρέωσης .
- 13) Συνεχή σύγχρονα προγράμματα εκπαίδευσης .
- 14) Συμμετοχή όλων στη βελτίωση της ποιότητας .
- 15) Αλλαγή ψυχολογίας διοικούντων : αισιοδοξία / αυτοπεποίθηση .
- 16) Παρουσίαση στο προσωπικό των λόγων ανάγκης αλλαγής φιλοσοφίας .
- 17) Διαχωρισμός δραστηριοτήτων σε φάσεις – προσδιορισμός εκάστοτε πελατών – προμηθευτών –ορθολογική οργάνωση – σύνδεση φάσεων .
- 18) Ομαδική εργασία σε όλα τα επίπεδα .
- 19) Οργανωτική δομή προσανατολισμένη στην ποιότητα .
- 20) Εφαρμογή κύκλου Deming .



Κύκλος του Deming

● **Βήματα προγράμματος βελτίωσης ποιότητας .**

1. Καθορισμός στόχων – πελατών των προϊόντων μας .
2. Πλήρης καταγραφή αναγκών των πελατών .
3. Μετάφραση αναγκών στη γλώσσα της διαδικασίας παραγωγής της επιχείρησης.
4. Σχεδιασμό , ανάπτυξη , παραγωγή προϊόντος με ανταγωνιστικό κόστος και κάλυψη αναγκών πελατών .
5. Εισαγωγή και εγκαθίδρυση παραγωγικής διαδικασίας ζητούμενου προϊόντος .
6. Προσθήκες και βελτιώσεις παραγωγικής διαδικασίας ζητούμενου προϊόντος .
7. Πιλοτική λειτουργία παραγωγικής διαδικασίας .
8. Πραγματική εφαρμογή παραγωγικής διαδικασίας.

Ποιότητα και παραγωγικότητα

**ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ
Ή
ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ** } **Ο ΜΕΓΙΣΤΟΣ ΔΥΝΑΤΟΣ
ΡΥΘΜΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
ΜΙΑΣ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗΣ
ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ**

**ΠΟΙΟΤΗΤΑ
VS
ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ** } **ΔΕΝ ΘΕΩΡΟΥΝΤΑΙ
ΠΛΕΟΝ
ΑΝΤΙΚΡΟΥΟΜΕΝΕΣ**

● **Γιατί η ποιότητα αυξάνει την παραγωγικότητα:**

1. ΜΕΙΩΣΗ ΕΠΑΝΑΚΑΤΕΡΓΑΣΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΑΛΥΨΕΩΝ ΚΑΘΗΚΟΝΤΩΝ
2. ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (ΜΕΙΩΣΗ ΧΡΟΝΟΥ ΣΥΝΕΝΝΟΗΣΗΣ)
3. ΓΡΗΓΟΡΟΤΕΡΗ ΑΠΟΚΡΙΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ
4. ΜΕΙΩΣΗ ΝΕΚΡΩΝ ΧΡΟΝΩΝ (ΛΟΓΩ ΒΛΑΒΩΝ)
5. ΕΛΑΧΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΕΛΕΓΧΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

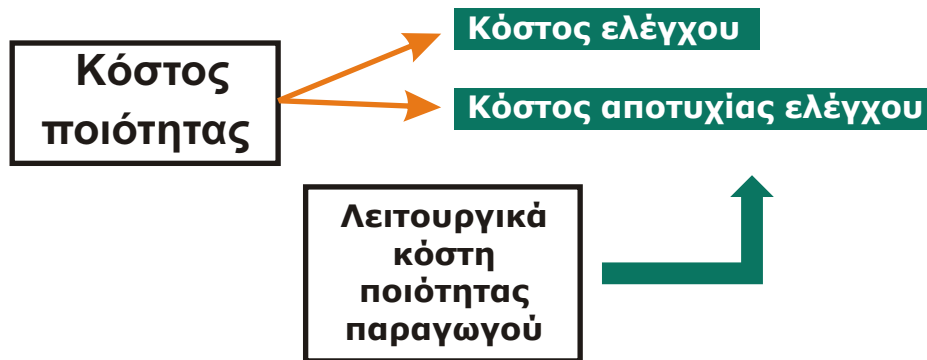


ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Επιθυμούμε να είναι *max* η διαφορά μεταξύ :
πραγματικής αξίας και
κόστους παραγωγής.



- Το κόστος ποιότητας είναι μετρήσιμο.



ΣΤΑΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΕΚΤΟΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ;

- Εύκολα και
- Με μικρό κόστος

ΕΧΕΙ ΕΓΚΑΤΑΛΕΙΦΘΕΙ ΠΙΑ Η ΙΔΕΑ ΤΟΥ 100% ΕΛΕΓΧΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ :

- Δαπανηρός
- Χρονοβόρος
- Δεν διασφαλίζεται η μη ύπαρξη ελαττωμάτων (κόπωση ελεγκτών)

ΠΗΓΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ:

- Άνθρωποι
- Υλικά
- Μηχανές
- Εξοπλισμός
- Οικονομικό περιβάλλον
- Τεχνολογία

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

☐ Κατάργηση συνόρων

☐ Απλοποίηση δασμών

☐ Συμπαραγωγές

Απαιτητικοί
πελάτες

(ζητούν την
καλύτερη ποιότητα)

Σημαντικότερο κριτήριο ποιότητας είναι η :

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

ΒΗΜΑΤΑ:

- Quality Assurance (Διασφάλιση Ποιότητας)
- Total Quality (Ολική Ποιότητα)

Διασφάλιση ποιότητας : Προγραμματισμένες ή συστηματικές ενέργειες και διαδικασίες για την εξασφάλιση προδιαγραφών σε προϊόντα και υπηρεσίες. ISO 8402

Σύστημα διασφάλισης ποιότητας : Οργάνωση, μέσα και προσωπικό που απαιτούνται για τη διεκπεραίωση της διασφάλισης ποιότητας.

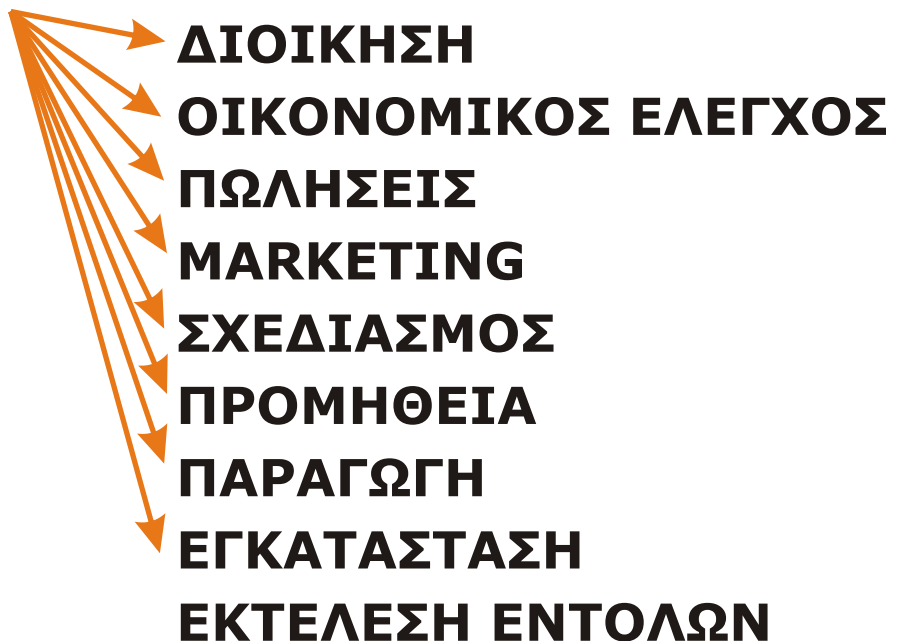


ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ



ΟΛΙΚΗ ΕΝΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΜΙΑΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΧΩΡΙΣ ΕΠΙΚΑΛΥΨΕΙΣ

ΣΤΟΙΧΕΙΑ

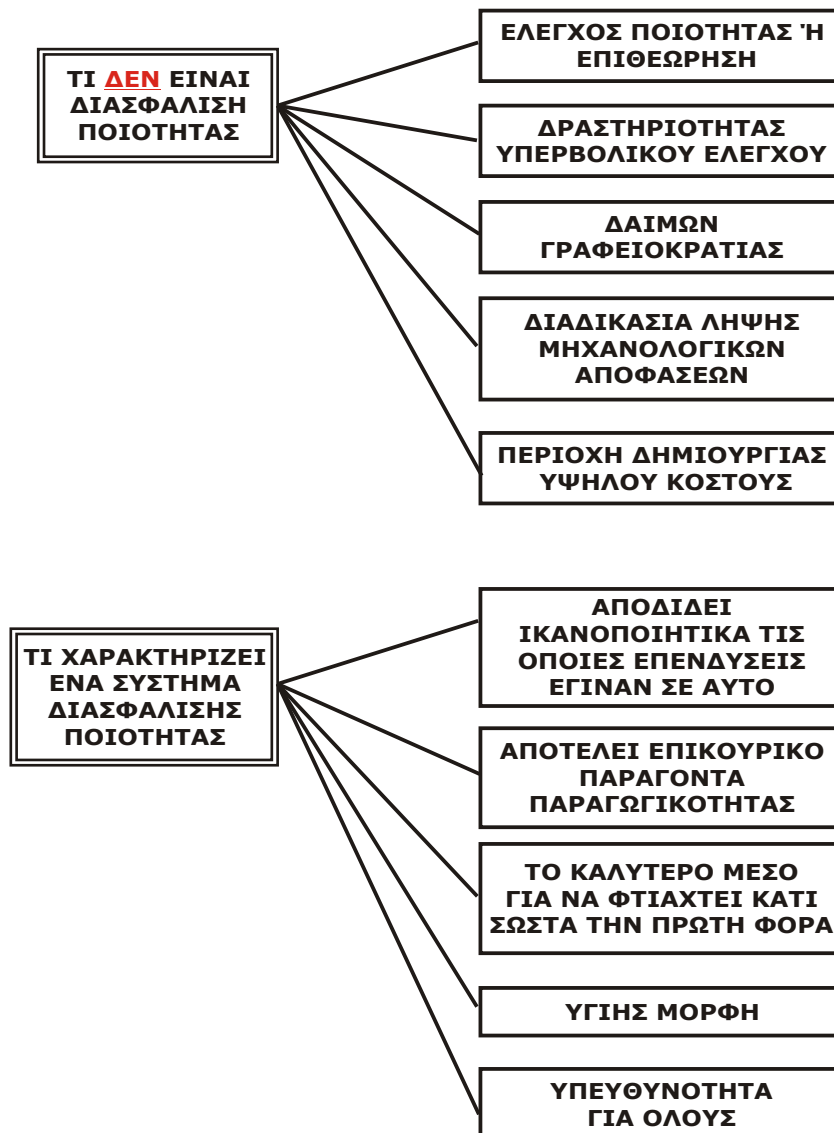


- Ορισμός και αποσαφήνιση καθενός από αυτά.
- Υπευθυνότητα θεμελίωσης προδιαγραφών.

ΑΠΟΔΕΚΤΗΣ: ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

- Η διασφάλιση ποιότητας δεν πρέπει να αντιτίθεται σε αντιπροσώπους ή ειδικά τμήματα της επιχείρησης.
- Είναι μια φιλοσοφία ολικής ενοποίησης στοιχείων και διαδικασιών της επιχείρησης για την επίτευξη του επιθυμητού αποτελέσματος.

ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ Η ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΡΧΙΚΩΝ ΟΔΗΓΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.



Προσοχή :

Η εφαρμογή συστήματος διασφάλισης ποιότητας δεν υπόσχεται βελτίωση της ποιότητας .

Το ουσιαστικό κέρδος για την επιχείρηση που το εφαρμόζει είναι:

Η σταθερότητα της ποιότητας και αξιοπιστία προϊόντων και υπηρεσιών της .

Γινόμαστε συνεπείς και αξιόπιστοι και μέσω αυτού βελτιωνόμαστε .

Τα πρότυπα σειράς ISO 9000

- Βοήθεια για τις επιχειρήσεις που αποφασίζουν την αλλαγή .
- Ύπαρξη διεθνώς κοινής γλώσσας .

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ από:

- Εθνικούς φορείς (π.χ. ΕΠΟΤ)
- Άλλους φορείς (π.χ. SGS)

ISO: Εξειδικευμένος οργανισμός πιστοποίησης (δημιουργεί « πρότυπα »).

Αποτελείται από τους Εθνικούς Φορείς 91 χωρών και έχει 180 τεχνικές επιτροπές

Τεχνική Επιτροπή: Υπεύθυνη ενός τομέα εξειδίκευσης .

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ISO :

- Προώθηση της ανάπτυξης της τυποποίησης .
- Διευκόλυνση της συναλλαγής
Α) προϊόντων β) υπηρεσιών
- Ανάπτυξη της διεθνούς συνεργασίας .

**ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ
ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΤΟΥ
ISO**



**ΔΙΕΘΝΗ
ΠΡΟΤΥΠΑ**



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΤΥΠΩΝ

ISO 9000

EN 29000

ANSI

ΕΥΡΩΠΗ

ΗΠΑ

ΠΡΟΤΥΠΑ : Προϊόν διαχρονικής εξέλιξης των συστημάτων ποιότητας.

Τεχνική επιτροπή 16 : υπεύθυνη σχεδιασμού και δημιουργίας προτύπων .

Εξέλιξη παλαιότερων συστημάτων ποιότητας από την πολεμική και διαστημική βιομηχανία .

ΔΟΜΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΠΡΟΤΥΠΩΝ ISO 9000

ΔΟΜΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

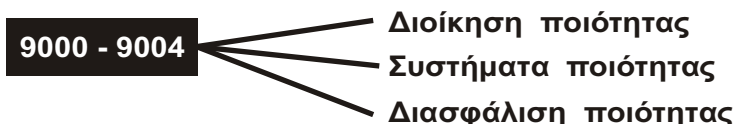
**ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΝΝΟΙΩΝ
ISO 8402**

**ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ
ΠΡΟΤΥΠΩΝ ISO 9000**

**ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ
ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ISO 9004**

**ΤΑ 3 ΜΟΝΤΕΛΑ
ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
ISO 9001 - ISO 9002 -
ISO 9003**

Το διάγραμμα ορίστηκε από την διεθνή οργάνωση τυποποίησης και περιέχεται στο φυλλάδιο «Quality 9000 by ISO».



- Πρότυπα με γενικές οδηγίες (όχι εξειδίκευση)
- Δομή, διαδικασίες, απαιτήσεις και στοιχεία συστημάτων διασφάλισης ποιότητας

ISO 9000.

ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ: (ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ)

- Πακέτο ορισμών από το ISO 8402
- Ορισμός συμβασιακής και μη καταστάσεως
- Τύποι των άλλων προτύπων (9001 – 9004)
- Προσυμβολαιακή αξιολόγηση
- Οδηγίες δημιουργίας και επανεξέτασης συμβολαίων
- Αναφορική λίστα στοιχείων του συστήματος ποιότητας
- Βασικές κατευθυντήριες γραμμές λειτουργίας ενός συστήματος διασφάλισης ποιότητας.
- Παρουσίαση των σχέσεων των διαφορετικών εννοιών της ποιότητας στα ISO 9001 – 2 -3.
- Βαθμίδες παρουσίασης (αποδείξεις στο πελάτη για την επάρκεια ενός συστήματος διασφάλισης ποιότητας.

ISO 9001

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ – ΜΟΝΤΕΛΟ

ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ, ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΠΑΡΓΩΓΗ, ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ (ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ)

(Όταν απαιτείται συμμόρφωση του προμηθευτή σε δεδομένες απαιτήσεις σε όλο τον κύκλο παραγωγής, από τον σχεδιασμό, μέχρι την εξυπηρέτηση μετά την πώληση).

Το **ISO 9001** χρησιμοποιείται όταν το συμβόλαιο μεταξύ προμηθευτή και αγοραστή απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή στο σχεδιασμό και υπάρχουν ιδιαίτερες απαιτήσεις στην απόδοση του προϊόντος.



ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΤΙΣ ΠΛΗΡΕΙΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΑΛΛΩΝ ΜΟΝΤΕΛΩΝ ΣΤΗΝ ΠΙΟ ΑΥΣΤΗΡΗ ΤΟΥΣ ΜΟΡΦΗ .

- Δέσμευση της διοίκησης / υπεύθυνη διαχείριση .
- Αρχές συστήματος ποιότητας .
- Κωδικοποίηση / ανίχνευση προϊόντος .
- Επιθεώρηση / έλεγχος υπάρχουσας κατάστασης .
- Έλεγχος / δοκιμές .
- Έλεγχος , μετρήσεις και εξοπλισμός μετρήσεων .
- Έλεγχος προϊόντων εκτός προδιαγραφών .
- Διακίνηση , αποθήκευση , συσκευασία .
- Έλεγχος αποδεικτικών στοιχείων .
- Καταγραφή ποιότητας .
- Πρόγραμμα εκπαίδευσης προσωπικού .
- Χρήση κατάλληλων στατιστικών μεθόδων .
- Εσωτερικός Έλεγχος Ποιότητας .
- Ανασκόπηση συμβολαίου .
- Έλεγχος Παραγωγικής Διαδικασίας .
- Έλεγχος παραγωγής (τελικού προϊόντος) .
- Διαρθρωτικές ενέργειες .
- Διάθεση προϊόντος .
- Έλεγχος σχεδίασης / ανάπτυξης προϊόντος .
- Παροχή υπηρεσιών για εξυπηρέτηση πελατών .
- Οικονομικά μεγέθη , κόστους ποιότητας .
- Ασφάλεια , υπευθυνότητες .

ΕΝΟΤΗΤΑ 6

■ ΠΩΣ Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

● *Το επιχειρηματικό περιβάλλον σήμερα .*

■ Τα βήματα προς αλλαγές συνεχώς αυξάνουν . Αυτό που χθές θεωρούνταν ικανοποιητικό είτε δεν είναι πια επιθυμητό είτε έχει υποβαθμιστεί από κάτι καλύτερο σήμερα .

■ Η παγκοσμιοποίηση , ο ανταγωνισμός από χώρες με χαμηλό εργατικό κόστος , η ευκολία και η ταχύτητα της επικοινωνίας η προχωρημένη τεχνολογία και οι ταχύτατες μεταβαλλόμενες τάσεις των καταναλωτών αποτελούν τις αιτίες των αλλαγών που συντελούνται στην παγκόσμια αγορά .

■ Οι αλλαγές φέρνουν και κινδύνους αλλά και ευκαιρίες . Σε γενικές γραμμές οι αλλαγές που λαμβάνουν χώρα θα πρέπει να γίνονται αντιληπτές , να ερμηνεύονται και στην συνέχεια να δρούμε σε αυτές . Σύμφωνα με τον Δαρβίνο , τα είδη που εξελίχθησαν δεν ήταν πιο έξυπνα αλλά πιο ευπροσάρμοστα στις αλλαγές .

■ Κάθε επιχείρηση , κάθε προϊόν ή υπηρεσία είναι ανοιχτές στον ανταγωνισμό και η αξία κάθε δραστηριότητας είναι ανοιχτή σε κάθε πρόσκληση . Οι πιθανοί ανταγωνιστές μπορούν να προέλθουν από οπουδήποτε στον κόσμο και δεν είναι πλέον τόσο εύκολο να τους αναγνωρίσει κανείς .

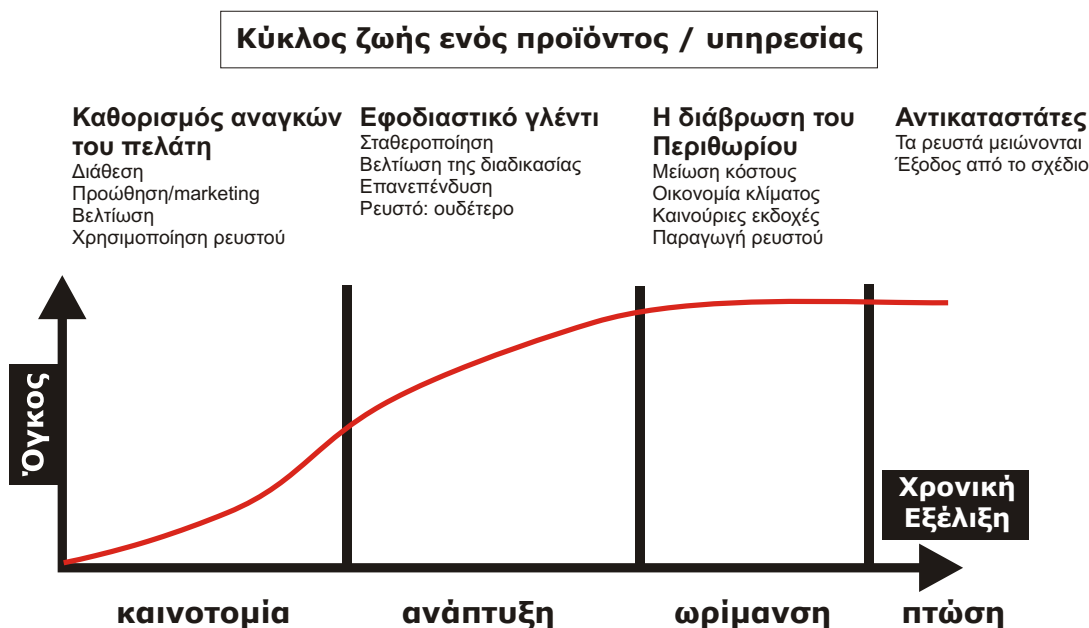
■ Παρόλο που το μέγεθος και το ποσοστό συμμετοχής στη παγκόσμια αγορά μιας επιχείρησης μπορούν να καταστήσουν μια επιχείρηση πολύ ισχυρή εντούτοις η ευελιξία , η ικανότητα εκμετάλλευσης καινοτόμων ιδεών και η ταχύτητα διείσδυσης στην αγορά μπορούν να αποτελέσουν ισχυρούς παράγοντες ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος .

■ Όλα τα νέα προϊόντα και υπηρεσίες αναπτύσσονται και ωριμάζουν με ένα τέτοιο τρόπο ο οποίος γενικά περιγράφεται με τον όρο καμπύλη κύκλου ζωής (**σχήμα 1**) . Η θέση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας σε αυτή την καμπύλη καταδεικνύει επίσης τι μέτρα και ποιες ενέργειες πρέπει να γίνουν (για παράδειγμα επένδυση και βελτίωση διεργασιών στη φάση ανάπτυξης , μείωση κόστους , οικονομία κλίμακας και μικρές διαμορφώσεις – παρεμβάσεις στην φάση της ωρίμανσης , στρατηγική εξόδου και αντικατάστασης στην φάση της πτώσης) . Η περίοδος ανάμεσα στην καινοτομία και την ωρίμανση γίνεται ακόμα πιο στενή .

■ Νέες και καλύτερης ποιότητας επιχειρήσεις αποτελούν σημαντική δικλείδα ασφαλείας ενάντια στις αποτυχημένες ή τις παρακμάζουσες επιχειρήσεις . Η αποτυχία μιας επιχείρησης συμβαίνει πολύ συχνά στο τέλος μιας οικονομικής ύφεσης και οι μικρές επιχειρήσεις είναι αρκετά επιρρεπείς σε μια τέτοια αρνητική εξέλιξη . Οι κύριες αιτίες της αποτυχίας , με σειρά προτεραιότητας , είναι : η



απώλεια της αγοράς , έλλειψη χρηματοδότησης , κακή διαχείριση οφειλών και εισροών .



● **Μια επιτυχώς ανταποκρινόμενη επιχειρηματική στρατηγική .**

■ Ο ρόλος μιας επιχείρησης είναι να δημιουργεί πλούτο (προστιθέμενη αξία). Αυτή η προστιθέμενη αξία χρησιμοποιείται για να ανταμοίβει τους μετόχους και γενικά όλους τους εμπλεκόμενους με την επιχείρηση (εργαζόμενους , επενδυτές ακόμα και το κράτος μέσω των φόρων) αλλά και για να διατηρεί και για να αναπτύσσει την επιχείρηση μέσω επενδύσεων για ανάπτυξη . Η αποτυχία δημιουργίας ικανοποιητικής προστιθέμενης αξίας θα σαμποτάρει την ανάπτυξη .

■ Η προστιθέμενη αξία είναι ένα απλό και καλό μέτρο να μετρήσει κανείς το πόσο καλά πάει μια επιχείρηση και μπορεί να υπολογιστεί εύκολα από τους ισολογισμούς .

■ Χρήσιμες συγκρίσεις με παρόμοιες εταιρείες μπορούν να γίνουν χρησιμοποιώντας την προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο (παραγωγικότητα του εργατικού δυναμικού) και την προστιθέμενη αξία ανά κόστος εργαζόμενου σύν αποσβέσεις (αποτελεσματικότητα προστιθέμενης αξίας) σαν μέτρα σύγκρισης . Οι εταιρείες οι οποίες σταθερά λειτουργούν με αποτελεσματικότητα προστιθέμενης αξίας κάτω του 100% γενικά οδηγούνται σε δυσκολίες . Καλές στρατηγικές επιλογές , οργανωτική και λειτουργική αριστεία , σοφές και ισορροπημένες επενδύσεις αποτελούν τους προπάτορες για την αναπτυξη της προστιθέμενης αξίας , της υψηλής παραγωγικότητας και την αποτελεσματικότητα της προστιθέμενης αξίας .

■ Κάθε επιχείρηση χρειάζεται στρατηγικό στόχο και κατευθύνσεις καθώς επίσης και ικανότητα να αντιδρά γρήγορα και ευέλικτα στις αλλαγές και στην ωρίμανση .

Αυτές οι έννοιες θα πρέπει να ενσωματώνονται σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο το οποίο στην καρδιά του θα πρέπει να έχει ένα κατάλληλο συνδυασμό ενεργειών για την βελτίωση της απόδοσης (διατήρηση και βελτίωση των υπαρχόντων) και την ανάπτυξη (επενδύσεις σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες).

■ Ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο θα καλύπτει τους στόχους της επιχείρησης και την στρατηγική επίτευξή τους (**σχήμα 2**). Θα εμπεριέχει την προμήθεια και διατήρηση των σημαντικών περιουσιακών στοιχείων της εταιρείας , και την διεργασία εκμετάλλευσής τους καθώς επίσης και τους κινδύνους , τις απαραίτητες επενδύσεις και τη διαχείρησή τους . Ορόσημα , στόχοι και χρόνος υλοποίησης θα πρέπει να αποτελούν επίσης σημαντικά στοιχεία του επιχειρηματικού σχεδίου . Πάνω από όλα όμως το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να είναι ευέλικτο και να ανταποκρίνεται στις αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος .

■ Μια επιχείρηση που δεν αναπτύσσεται μέσω της εισαγωγής νέων προϊόντων και υπηρεσιών μάλλον φαίνεται να βρίσκεται σε στάδιο πτώσης καθώς η γκάμα των ήδη υπαρχουσών πωλήσεων της ωριμάζει επικίνδυνα . Πολλές επιτυχημένες επιχειρήσεις λειτουργούν στοχεύοντας το 30% των πωλήσεων σε χρονική περίοδο 3ετίας ή 5ετίας να οφείλεται σε νέα προϊόντα ή υπηρεσίες .

■ Το παλιό μοντέλο της επιτυχημένης επιχείρησης δηλαδή το μοντέλο της απόλυτης κυριαρχίας στο εργατικό δυναμικό και την παραγωγή δεν είναι πλέον το πιο σχετικό . Ένα καινούριο μοντέλο διεισδύει το οποίο αντικατοπτρίζει τα σύγχρονα δεδομένα και χαρακτηριστικά και μεταξύ των άλλων εμπεριέχει :

Κατανόηση των αναγκών των πελατών και της αγοράς μέσω της οικειότητας με τους πελάτες .

Πρόσβαση στην γνώση και τις δεξιότητες μέσω δικτύωσης .

Καινοτομία μετατροπή δηλαδή ιδεών και δημιουργικότητας σε επιτυχημένες νέες επιχειρήσεις .

Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου επιχείρησης .

1 . Περίληψη : απλή , ξεκάθαρη και εύκολη προ υπανθύμιση .

2 . Η επιχείρηση : Ιστορία .

Όραμα και στόχοι .

Οργανωτική δομή .

3 . Τα προσφερόμενα : Περιγραφή προϊόντων και υπηρεσιών .

Οι αγορές και οι κύριοι πελάτες .

Ο ανταγωνισμός .

Οι πωλήσεις , τα κέρδη , η συνεισφορά κάθε προϊόντος .

Η θέση στον κύκλο ζωής , προβλέψεις για την αγορά .

4 . Δυνατότητες και ισχυρά σημεία :

Κύριοι προμηθευτές και σχέσεις με αυτούς .



Παραγωγικός εξοπλισμός και τεχνολογία .

Γνώση της αγοράς και οικειότητα με τους πελάτες.

Ανταγωνιστικές τεχνικές και άλλες δεξιότητες

5 .Μελλοντικά προσφερόμενα : Στρατηγική ανάπτυξης .

Επιθυμητά νέα προϊόντα / υπηρεσίες .

Αναλυτικό σε βήματα πλάνο καινοτομίας .

Γέννηση ιδεών και διαχείριση τους .

Προτεραιότητές .

6 . Οικονομικά : Ιστορικά αποτελέσματα .

Στρατηγικές προβολές για επενδύσεις , ταμειακή ροή , πωλήσεις , προστιθέμενη αξία .

Ορόσημα στην ανάπτυξη .

Ανάλυση κινδύνου .

Πηγές χρηματοδότησης .

7 . Επένδυση : Ελκυστικότητα για επενδυτές και απαιτήσεις επιστροφών .

Αποζημιώσεις και περιορισμοί .

Στρατηγικές αποχώρησης .

Κύριοι παίκτες και τα κίνητρά τους .

● **Η σημασία της καινοτομίας .**

■ Η επένδυση σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες απαιτεί καινοτομία , δηλαδή « την επιτυχημένη εκμετάλλευση νέων ιδεών » . Καμία ιδέα ή καινοτομία δεν είναι επιτυχημένη μέχρι ότου η εμπορική της υλοποίηση να αποκτήσει σημαντική αγοραστική δύναμη . Οι αποδείξεις δείχνουν ότι οι καινοτόμες επιχειρήσεις λειτουργούν πάνω από τον μέσο όρο όσον αφορά τις πωλήσεις , την ανάπτυξη και την κερδοφορία .

■ Νέα και καλύτερα προϊόντα ή υπηρεσίες μπορούν να δημιουργηθούν από την νέα τεχνολογία , από καινούρια εφαρμογή της παλαιάς τεχνολογίας , από νέο σχεδιασμό , από καινούριο μοντέλο παράδοσης ή ακόμα και από την νέα καλύτερη λειτουργία της επιχείρησης .

■ Το ερέθισμα για καινοτομία μπορεί να προέλθει είτε από « τεχνολογική ώθηση» είτε από « την τάση της αγοράς » ή ακόμα σε μερικές περιπτώσεις από τον συνδυασμό των δυο . Συχνά η πρωτοτυπία δημιουργείται από την συνένωση διαφορετικών τεχνολογιών προκειμένου να καλυφθεί μια τεχνολογική ανάγκη της αγοράς .

■ Η εμπλοκή σε θέματα έρευνας και ανάπτυξης μπορεί να παράσχει , τεχνολογία , γνώση και δεξιότητες αλλά και όλα αυτά μπορούν να αντληθούν και από άλλες πηγές . Η βασική προαπαιτήση είναι σε όλες τις περιπτώσεις να έχει κανείς τις απαραίτητες δεξιότητες και το απαραίτητο υπόβαθρο ώστε να μπορεί να αναγνωρίσει να μεταφράσει και να εφαρμόσει την τεχνολογία από όπου κι αν αυτή πρόρχεται .

■ «Έρευνα είναι η μετατροπή του χρήματος σε γνώση , ενώ καινοτομία είναι η μετατροπή της γνώσης σε χρήμα » . Η Έρευνα & Ανάπτυξη του δημοσίου τομέα είναι περισσότερο Έρευνα (δημιουργία εξέχουσας γνώσης δημοσιεύσιμη και διαθέσιμη σε όλους) ενώ η Έρευνα & Ανάπτυξη του ιδιωτικού τομέα είναι περισσότερο ανάπτυξη (η εφαρμογή μιας ή περισσότερων τεχνολογιών για την παραγωγή ενός επιθυμητού προϊόντος με δυνατότητα πώλησης) .

■ Η ικανότητα να δημιουργείς νέες ιδέες , να τις αξιολογείς , να βρίσκεις και να χρησιμοποιείς γνώση και δεξιότητες για να τις αναπτύξεις είναι θεμελιώδη σημεία για την καινοτομική επιτυχία μιας επιχείρησης . Τα δίκτυα επιχειρήσεων είτε σε τοπικό επίπεδο , είτε σε κλαδικό επίπεδο , είτε σε επίπεδο τεχνολογίας αποτελούν σημαντικές πηγές για ιδέες , γνώση , υποστήριξη , ενθάρρυνση και πιθανούς συνεργάτες .

● **Οι ανάγκες του πελάτη .**

■ Η καινοτομία αντιμετωπίζεται συχνά σαν μια τεχνική δραστηριότητα ενώ η απόλυτη επιτυχία μετράτε με την αποδοχή από την αγορά . Προκειμένου για αποτελεσματικό marketing και branding αλλά και για την κατανόηση των πιθανών αναγκών του πελάτη και της δυναμικής της αγοράς , απαιτείται σημαντική επένδυση .

■ Η λειτουργία (τι κάνει) και η μορφή (πως παρουσιάζεται) είναι τα σημαντικά σημεία για τον σχεδιασμό ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας .

■ Ο σχεδιασμός ή και η παρουσίαση ενός νέου προϊόντος πρέπει να γίνονται με τέτοιο ειδικό τρόπο ώστε το αποτέλεσμα να είναι ελκυστικό όχι μόνο για τον τελικό χρήστη αλλά και όλους αυτούς οι οποίοι θα πάρουν την τελική απόφαση για την διάθεσή του και που θα πρέπει να ικανοποιεί τα κριτήρια που αυτοί έχουν θέσει όπως για παράδειγμα ο υπεύθυνος διάθεσης που θα καθορίσει την τιμή και τον όγκο που θα διατεθεί , ο τεχνολογικά καταρτισμένος χρήστης ο οποίος θα καθορίσει τις προδιαγραφές και την απόδοση και ο καταναλωτής στον οποίο έχει αντίκτυπο η τελική τιμή .

■ Η τάση εκπλήρωσης των συναισθηματικών αναγκών ενός καταναλωτή μπορεί να γίνει αντιληπτή χρησιμοποιώντας την ιεραρχία αναγκών του Maslow σύμφωνα με την οποία οι πιο βασικές ανάγκες είναι αυτές που πρέπει να ικανοποιηθούν πρώτα πριν μπουόν στο παιχνίδι και οι υψηλότερες στην ιεραρχία :



5. Προσωπική ανάπτυξη..... ..Ελευθερία και γνώση .
4. Αυτογνωσία.....Ο παράγοντας του αισθάνομαι καλά .
3. Η γνώμη των άλλων.....Η αναγνώριση της φίρμας .
2. Κτήση.....Μορφή και αποδοχή .
1. Επιβίωση.....Λειτουργία και χρησιμότητα .

Στον αναπτυσσόμενο κόσμο , ενώ η λειτουργία και η μορφή παραμένουν θεμελιώδη , κάποια ικανοποίηση των υψηλότερων συναισθηματικών αναγκών αποτελούν προαπαιτήση για επιτυχία , όπως για παράδειγμα η αναγνώριση της φίρμας (επώνυμα προϊόντα) , ο παράγοντας του αισθάνομαι καλά (για παράδειγμα η διασκέδαση , καλλωπισμός , υγεία κ.λ.π.) και η προσωπική ελευθερία (προσωπικά μεταφορικά μέσα , κινητή τηλεφωνία κ.λ.π) .

■ Ένα πιθανό καλό νέο προϊόν πρέπει να έχει μια τέτοια αντιληπτή από τον πελάτη αξία σημαντικότερα πιο ψηλά από το εκτιμώμενο κόστος διάθεσής του αφού θα υπάρξουν αναμφίβολα κάποια απρόσμενα πρόσθετα κόστη κατά τη διαδικασία της καινοτομίας .

■ Οι πελάτες ή οι καταναλωτές σπάνια είναι σε θέση να εκφράσουν συνειδητά τις λανθάνουσες ανάγκες τους παρόλο που εύκολα αναγνωρίζουν αυτό που θέλουν όταν το δουν . Το να ακούει λοιπόν κανείς τους καταναλωτές ίσως να μην είναι αρκετό από μόνο του στο να καταλάβει τι θέλουν . Η καλύτερη τακτική είναι να παρακολουθεί κανείς στενά τι κάνουν οι καταναλωτές με τα υπάρχοντα προϊόντα και τις υπηρεσίες και να αναγνωρίσει δημιουργικά τι είναι αυτό που λείπει τι δεν είναι ικανοποιητικό , τι μπορεί να βελτιωθεί (διείσδυση στον καταναλωτή και την αγορά) . Με αυτό τον τρόπο είναι δυνατόν να πάρει μορφή μια ιδέα ενός νέου προϊόντος . Υπάρχουν σημαντικές αποδείξεις ότι η διείσδυση σε βάθος μπορεί να οδηγήσει σε ιδέες που μπορεί να αποτελέσουν τα θεμέλια μιας καινοτομίας . Επίσης θεωρείται σημαντικό κάθε υποσχόμενη ιδέα να μετατρέπεται σε ένα πρωτότυπο το οποίο μπορεί να παρατηρηθεί , να παίξει κανείς μαζί του και να σχολιαστεί από τον καταναλωτή στο βαθμό που αυτό είναι δυνατό .

● **Συμπεράσματα .**

■ Οι επιχειρήσεις πρέπει να γνωρίζουν το περιβάλλον στο οποίο λειτουργούν και τις ευρύτερες αλλαγές που συντελούνται .

■ Η καινοτομία είναι μια απαραίτητη στρατηγική για προστιθέμενη αξία και ίσως ο μόνος τρόπος να παραμείνει μια επιχείρηση μπροστά από τον ανταγωνισμό .

■ Μια καινοτόμος επιχείρηση θα πρέπει να είναι ενήμερη ως προς τις τάσεις των καταναλωτών , να έχει φιλόδοξη και επιχειρηματική ηγεσία , να έχει ικανότητα να γεννά και να αναπτύσει νέες ιδέες και να έχει διαθεσιμότητα και επάρκεια των απαραίτητων πόρων που χρειάζονται για την τελική επιτυχία .

- Η καινοτομία είναι μια επιχειρησιακή διεργασία και μπορεί να διευθετηθεί χρησιμοποιώντας κάποιο συγκεκριμένο μοντέλο το οποίο έχει τέσσερα βασικά στάδια . Η μετάβαση από το ένα στάδιο στο άλλο εμπεριέχει αξιολόγηση σε κάθε ενδιάμεση πύλη .
- Υπάρχουν πολλά ρίσκα στην καινοτομία τα οποία πρέπει να εκτιμηθούν και να αντισταθμιστούν με τα πιθανά οφέλη . Πάντα όμως υπάρχουν τρόποι να τα ελέγξει κανείς και να τα περιορίσει .



ΕΝΟΤΗΤΑ 7

■ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

● Προοπτικές ανάπτυξης : Προυποθέσεις και Προτεραιότητες .

Είναι πεποίθηση κοινή ότι οι εξελίξεις της τελευταίας δεκαπενταετίας που έχουν οδηγήσει σε αυτό που μονολεκτικά ονομάζουμε «παγκοσμιοποίηση» αναδεικνύουν προκλήσεις , ευκαιρίες αλλά και κινδύνους . Ειδικά σε ό,τι αφορά στη χώρα μας , η πρόσφατη και η επικείμενη διεύρυνση δημιουργούν πρόσθετα δεδομένα και μόνο από το γεγονός ότι η Ελλάδα παύει να είναι το μοναδικό απομονωμένο μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης .

Ακόμα και μια ματιά στον χάρτη είναι αρκετή για να αντιληφθεί ο κάθε ένας τη σημασία αυτής της διαμορφούμενης νέας πραγματικότητας που εντάσσει τις υποδομές της χώρας μας στα διευρωπαϊκά δίκτυα , ολοκληρώνοντας τα και δημιουργώντας νέες αναπτυξιακές προοπτικές στην ευρύτερη περιοχή . Και είναι αυτές οι προοπτικές , τις οποίες πρέπει να προσπαθήσουμε να εκμεταλλευτούμε αποκομίζοντας τα μέγιστα δυνατά οφέλη .

Ειδικά σε ό,τι αφορά στην Πελοπόννησο και στη Δυτική Ελλάδα ήδη συμβάλλουν ή αναμένεται να δημιουργήσουν μέχρι τα μέσα της επόμενης δεκαετίας πρωτόγνωρες συνθήκες προσπελασιμότητας και ενεργειακής επάρκειας τα εξής :

- **Η Γέφυρα Ρίου Αντιρίου .**
- **Ο οδικός άξονας Κόρινθος – Τρίπολη – Καλαμάτα .**
- **Οι δρομολογημένοι νέοι άξονες Κορίνθου – Πατρών – Πύργου και Αντιρίου – Ιωαννίνων .**
- **Ο εκσυγχρονισμός των σιδηροδρομικών υποδομών .**
- **Η υπό εξέλιξη ενίσχυση των υποδομών παραγωγής και μεταφοράς ηλεκτρισμού στο Νότιο σύστημα .**

Παράλληλα αναδεικνύουν τη χρησιμότητα των λιμανιών της Δυτικής Ελλάδας ως πυλών της χώρας προς τη Δυτική Ευρώπη ενώ η σταδιακά ολοκληρούμενη υποδομή στο Πλατυγυάλι έχει τις προοπτικές να καλύψει τις ανάγκες του δια θαλάσσης διαμετακομιστικού εμπορίου στην Ανατολική Μεσόγειο και τον Εύξεινο Πόντο .

Το οδικό δίκτυο της περιφέρειας στηρίζεται καταρχάς στη σύνδεση με το βασικό οδικό άξονα Πάτρας – Αθήνας – Θεσσαλονίκης – Ευζώνων (ΠΑΘΕ) , που είναι ενταγμένος στο Διευρωπαϊκό Δίκτυο Μεταφορών (ΔΔΜ) . Οι άξονες Αθήνας – Πάτρας – Πύργου – Καλαμάτας και Αγρινίου – Άρτας – Ιωαννίνων αποτελούν τη ραχοκοκαλιά του οδικού δικτύου της περιφέρειας το οποίο αναβαθμίστηκε με την ολοκλήρωση της γέφυρας Ρίου – Αντιρίου . Το επαρχιακό οδικό δίκτυο της περιφέρειας είναι αρκετά ανεπτυγμένο στις παράκτιες και πεδινές περιοχές , ενώ

εμφανίζει αρκετές ανεπάρκειες στα πεδινά .

Επιπροσθέτως θα λειτουργήσουν συμπληρωματικά στα παραπάνω μεγάλα έργα , σε αρκετές περιπτώσεις ως πολλαπλασιαστές ισχύος , πρόσθετα κονδύλια καθώς και ένας νέος Αναπτυξιακός Νόμος πιο απλοποιημένος και φιλικός στον επενδυτή , με καλύτερες δυνατότητες πρόσβασης , παρακολούθησης και διαφάνειας , διανύει την τελική φάση εκπόνησής του και θα λειτουργήσει άμεσα με καθεστώς ιδιαίτερα ευνοϊκό για την Πελοπόννησο και τη Ελλάδα .

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι τα παραπάνω δημιουργούν συνθήκες ικανές μεν να οδηγήσουν σε μεγαλύτερη ανάπτυξη όχι όμως από μόνες τους . Το πλέγμα πρέπει να συμπληρωθεί από τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας . Αυτό το τελευταίο είναι – όπως ορίζεται και στις φυσικομαθηματικές επιστήμες – μια αναγκαία συνθήκη για την επίτευξη του στόχου .

Η επιστήμη δεν αποτελεί μόνο αναγκαίο ζητούμενο για την συμπλήρωση των όποιων συγκριτικών πλεονεκτημάτων αλλά και προϋπόθεση απαραίτητη για την εξάλειψη ή άμβλυνση των συγκριτικών μειονεκτημάτων που ως χώρα επιδεικνύουμε λειτουργώντας σε καθεστώς ανοικτής οικονομίας και εκτεθειμένοι στον διεθνή ανταγωνισμό .

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί κύριο παράγοντα ανταγωνιστικότητας και προϋπόθεση απαραίτητη για μια πετυχημένη πορεία μιας χώρας προς το μέλλον . Η ίδια η επιχειρηματικότητα είναι κατά συνέπεια ανάγκη να ενθαρρυνθεί και να τονωθεί . Και βέβαια προς αυτήν την κατεύθυνση λειτουργεί η εξασφάλιση καλού επενδυτικού κλίματος . Αυτό άλλωστε το τελευταίο είναι εκείνο που προσελκύει και τις επενδύσεις .

Και βέβαια το επιχειρηματικό κλίμα δεν διαμορφώνεται μόνο από το δυνητικό πλήθος και την ελκυστικότητα των ευκαιριών αλλά και από την παρουσία των παραγόντων εκείνων που διευκολύνουν τη δραστηριοποίηση με στόχο την εκμετάλλευσή τους .

Υπάρχει έντονα η άποψη σχετικά με τους παράγοντες διευκόλυνσης στο να θεωρούνται οι κρατικές ενισχύσεις ως ο πιο ενδεδειγμένος τρόπος για τόνωση της επιχειρηματικότητας και παγίωση ευνοϊκού επενδυτικού κλίματος .

Τούτο δε επειδή αυτές σταδιακά χάνουν τη σημασία τους ακολουθώντας τα αμέσως επόμενα χρόνια φθίνουσα πορεία στο πλαίσιο των επιλογών της Ευρωπαϊκής Ένωσης όχι μόνον ως προς το ύψος τους αλλά και ως προς την επιλεξιμότητα των δράσεων όπου θα επιτρέπεται να χορηγούνται αρχής γενομένης από τις αρχές της επόμενης δεκαετίας . Δεν πρέπει να διαφεύγει άλλωστε της προσοχής μας ότι άλλοι έταιροι μας με αναπτυξιακούς νόμους λιγότερο γεναιόδωρους από αυτούς που ίσχυαν ή ισχύουν στη χώρα μας αποτελούν παραδοσιακούς πόλους προσέλκυσης επενδύσεων κάτι που δε συμβαίνει εδώ .



Οι παράγοντες που θα ενθαρρύνουν και θα ενισχύσουν την επιχειρηματικότητα και θα οδηγήσουν στις προοπτικές ανάπτυξης που η βιομήχανοι στοχεύουν είναι:

- Οι ποιοτικές και λειτουργικές υποδομές , ιδιαίτερα σημαντικές όχι μόνον για την εξυπηρέτηση της προσβασιμότητας αλλά και για την ομαλή λειτουργία των αγορών – και φαίνεται ότι αυτές υλοποιούνται σταδιακά .
- Η αποτελεσματική και φιλική προς τον επιχειρηματία (αλλά και το κάθε πολίτη) δημόσια διοίκηση . Ζητούμενα όπως η απλοποίηση , ταχύτητα και διαφάνεια ως προς τις διαδικασίες , η μείωση της αναποτελεσματικής και ανασχετικής γραφειοκρατίας , οι ολοκληρωμένες υπηρεσίες υποστήριξης της καθημερινότητας των επιχειρήσεων κρίνονται ιδιαίτερα σημαντικές , είναι δε εφικτές εφόσον προωθεί επιτέλους η ηλεκτρονική διακυβέρνηση που λιμνάζει από τα τέλη της περασμένης δεκαετίας .
- Η άρση της πολυνομίας καθώς και της αντιφατικότητας , των επικαλύψεων και των διαρκών αλλαγών στο θεσμικό πλαίσιο καθώς και η επίτευξη γρήγορης απονομής δικαιοσύνης .
- Η ύπαρξη σαφών κανόνων ως προς τις χρήσεις γης . Η χώρα έχει πληρώσει ακριβά σε όρους ανάπτυξης το χωροταξικό έλλειμμα που την χαρακτηρίζει μέχρι και σήμερα .
- Η προαγωγή της τεχνολογικής ανάπτυξης, της καινοτομίας και της ποιότητας. Ειδικά σε ό,τι αφορά στην έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη είναι αναγκαίος ο προσανατολισμός υποδομών και ερευνητών προς τις πραγματικές ανάγκες των επιχειρήσεων και της κοινωνίας .
- Το υψηλού επιπέδου ανθρώπινο δυναμικό με έμφαση στην εξυπηρέτηση των πραγματικών αναγκών των επιχειρήσεων και στην παροχή σε κάθε εργαζόμενο της δυνατότητας για ευκολή προσαρμογή στις απαιτήσεις ενός όλο και πιο ανταγωνιστικού και απαιτητικού περιγύρου .
- Η αποδοχή από την κοινωνία της έννοιας του επιχειρείν αλλά και της επιχειρηματικής αποτυχίας . Ως προς αυτό το τελευταίο και η ίδια η Πολιτεία πρέπει να δημιουργήσει συνθήκες που να παρέχουν σε αυτόν που απέτυχε επιχειρηματικά μια νέα ευκαιρία .

Όσα προηγήθηκαν οριοθετούν το ρόλο και τη συνεισφορά της πολιτείας σε ό,τι αφορά στη διασφάλιση ευνοϊκού επιχειρηματικού περιβάλλοντος και τις καλύτερες προοπτικές ανάπτυξης . Είναι όμως τα παραπάνω από μόνα τους αρκετά για να άρουν το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας και να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη ;

Μπορεί η Δυτική Πελοπόννησος, η Δυτική Στερεά και η Ήπειρος να αποτελέσουν πόλο έλξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και κέντρα συναλλαγών στα πρότυπα αυτών που ίσχυαν μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1970 στην Πάτρα και εξακολουθούν να ισχύουν σήμερα για άλλες περιοχές της χώρας ;

Θα μπορέσει η Δυτική Ελλάδα και ευρύτερα η χώρα μας να εκμεταλλευθεί τα

πλεονεκτήματα που συνεπάγεται η γεωγραφική της θέση στο πλαίσιο του νέου Ενιαίου Ευρωπαϊκού Χώρου ;

Η απάντηση είναι ναι , υπό προϋποθέσεις . Και οι προϋποθέσεις δεν αφορούν μόνο τον υποστηρικτικό ρόλο της πολιτείας αφορούν και τις δυνατότητες αλλά και διαθέσεις των επιχειρηματιών επιστρατεύοντας τις δυνατότητές τους και τις ικανότητες τους . Η ανάπτυξη δεν μπορεί να επαφίεται στο κράτος . Η κρατική συμβολή στην ανάπτυξη είναι χρήσιμη και επιθυμητή με τη μορφή δράσεων που υποστηρίζουν άλλες αναπτυξιακές δυνάμεις .

Κύρια προωθητική και διατηρήσιμη στο χρόνο αναπτυξιακή δύναμη είναι η γηγενής επιχειρηματικότητα με εξωστρεφή προσανατολισμό ,η επιχειρηματικότητα που αναζητά τους τρόπους για μεγαλύτερη ανταγωνιστικότητα και όχι αυτή που καταφεύγει στην επίκληση ανάγκης προστασίας από τους ανταγωνιστές της . Είναι η επιχειρηματικότητα που αναδεικνύει τη σύγχρονη επιχείρηση . Την επιχείρηση που καινοτομεί , παράγει πλούτο δημιουργεί θέσεις εργασίας , εφαρμόζει τις αρχές της εταιρικής διακυβέρνησης και έχει συναίσθηση της κοινωνικής ευθύνης της . Την επιχείρηση που επενδύει στο ανθρώπινο δυναμικό του τόπου , στην κοινωνική σταθερότητα μέσα από τη συλλογική προόδο , στην εθνική προοπτική . Την επιχείρηση που επενδύει στην έρευνα και την τεχνολογία , στην προστασία του περιβάλλοντος , στις νέες εναλλακτικές μορφές ενέργειας . Στην επιχείρηση που εφαρμόζονται τα παραπάνω, δημιουργεί ένα παραπάνω, δημιουργεί ένα ανταγωνιστικό εθνικό κεφάλαιο στον παγκόσμιο οικονομικό συναγωνισμό .

Αυτής της μορφής την επιχειρηματικότητα χρειάζεται να ενισχυθεί από τους επιχειρηματίες στο βαθμό που εξαρτάται άμεσα από τους ίδιους για να επιτευχθεί η περιφερειακή ανάπτυξη .

Άλλωστε η ευρύτερη περιοχή και δεινούς επιχειρηματίες έχει αναδείξει και συνεχίζει να αναδεικνύει αλλά προ πάντων προσφέρει , λόγω υποδομών , βιομηχανικής παράδοσης , φυσικού κάλους , κλίματος , ευφόρων εδαφών , ιστορίας και πολιτιστικού επιπέδου τη δυνατότητα για ανάπτυξη υψηλού επιπέδου επιχειρηματικών δραστηριοτήτων όχι μόνο στον τομέα της μεταποίησης αλλά και στον υψηλό επίπεδο τουρισμό της υψηλής προστιθέμενης αξίας υπηρεσίες διαμετακόμισης και ποιοτικές και βιώσιμες γεωργοκτηνοτροφικές δραστηριότητες .

Στο πλευρό των μελών βιομηχανών βρίσκεται Σύνδεσμος Βιομηχανιών Πελοποννήσου και Δυτικής Ελλάδος και οι περιφερειακές βιομηχανικές οργανώσεις οι οποίες συμβουλεύουν ενημερώνουν και ενθαρρύνουν τα μέλη στηρίζοντας τις προσπάθειές τους για διαφοροποίηση , εξωστρέφεια , τεχνολογική αναβάθμιση , ποιότητα , καινοτομία και εκπαίδευση συνεργαζόμενοι με τους κοινωνικούς εταίρους που μπορούν να συνεισφέρουν καθοριστικά στην ευόδωση του κοινού στόχου . Δηλαδή στην Περιφερειακή Ανάπτυξη εκμεταλλευόμενοι τις συγκυρίες προς όφελος όλων και μετατρέποντας τις όποιες δυσκολίες σε δυνατότητες .

Νωρίτερα έγινε αναφορά για το μειωμένο ενδιαφέρον των ξένων επενδυτών στη χώρα μας . « Άγνωστη γη » αποτελεί για τους ξένους επενδυτές η Ελλάδα (ή μήπως « ανεπιθύμητος τόπος »;) σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ετήσιας Έκθεσης του ΟΗΕ « World Investment Report » στην οποία παρουσιάζεται η



εξέλιξη των Ξένων Άμεσων Επενδύσεων (ΞΑΕ) παγκοσμίως θα παρουσιαστούν κάποια αναλυτικότερα στοιχεία τα οποία χαρακτηρίζουν την προσέλκυση κεφαλαίων με ραγδαία επιδείνωση . « Σε μια συγκυρία έντονης επενδυτικής δραστηριότητας παγκοσμίως , η χώρα μας δεν μετέχει ενεργά στις διεργασίες » , τονίζει κομψά το ΙΟΒΕ .

Από την ετήσια έκθεση του ΟΗΕ προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα :

- Το 2005 οι παγκόσμιες Ξένες Άμεσες Επενδύσεις (ΞΑΕ) ανήλθαν σε 916 τρις. δολ. , σημειώνοντας αύξηση 29% σε σχέση με το 2004 , και διαμορφώθηκαν στο υψηλότερο επίπεδο των τελευταίων ετών .
- Την ίδια χρονιά στην Ελλάδα οι εισροές ΞΑΕ κατρακύλησαν από τα 2,1 δις. δολ. το 2004 σε 607 εκατ. δολ. (κάμψη -71%) .

Είναι χαρακτηριστικό τονίζει το ΙΟΒΕ , ότι οι εισροές ΞΑΕ ως ποσοστό των Ακαθάριστων Επενδύσεων Παγίου Κεφαλαίου διαμορφώθηκαν στο 9,4% για τη διεθνή αγορά , στο 16,1% για την Ευρωπαϊκή Ένωση και μόλις στο 1,1% για τη χώρα μας . Σύμφωνα με όλες τις μελέτες , υπογραμμίζει το ΙΟΒΕ , οι προοπτικές προσέλκυσης ξένων επενδύσεων στην Ελλάδα θα εξακολουθήσουν να είναι δυσμενείς στον βαθμό που τα μέτρα πολιτικής δεν συνιστούν ένα συνεκτικό πλέγμα για την αύξηση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας και συνεχίζεται ο αποσπασματικός χαρακτήρας των θεσμικών μεταρρυθμίσεων . Η ραγδαία υποχώρηση στη σχετική κατάταξη της Ελλάδας αναδεικνύει τον κίνδυνο της διατήρησης ενός status quo , ειδικά όταν ο περίγυρος – οι χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης – προχωρούν με ταχείς ρυθμούς σε μεταρρυθμίσεις , οι οποίες αυξάνουν την ελκυστικότητά τους .

ΕΝΟΤΗΤΑ 8

■ ΛΟΥΞ - ΚΑΓΙΑΣ (ΔΥΟ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ)

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε δύο βιομηχανίες της Πάτρας τη «Λούξ» η οποία παράγει αναψυκτικά και τη βιομηχανία μπαχαρικών «Καγιά» έγινε προσπάθεια για να μάθουμε στοιχεία για τον τρόπο λειτουργίας τους, αν τους απασχολεί η ολική ποιότητα, τους στόχους τους για την μελλοντική τους εξέλιξη και ανάπτυξη, τον ανταγωνισμό αλλά και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ :

Παρακαλούμε θα θέλαμε πληροφορίες που αφορούν την επιχείρησή σας για τα παρακάτω :

Ερώτηση: Πότε ιδρύθηκε ; Από ποιόν ή ποιους ; Πόσους εργαζόμενους απασχολεί η επιχείρηση ; Σε τι ποσοστό οι εργαζόμενοι προέρχονται από την τοπική κοινωνία

Απάντηση Λουξ : 1950 Όλα ξεκίνησαν με την ίδρυση του πρώτου εργοστασίου που εγκατέστησε ο Παναγιώτης Μαρλαφέκας στο κέντρο της Πάτρας.

1972 Η εταιρεία μεταφέρει το εργοστάσιο από το κέντρο της Παλιάς Πάτρας σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις έκτασης 2.500 τ.μ., περίπου 8 χιλιόμετρα έξω από την Πάτρα στην περιοχή Κεφαλόβρυσου, εκεί που βρίσκεται μέχρι σήμερα. Το βασικό στοιχείο που επιλέχτηκε η περιοχή είναι το άριστης ποιότητας νερό που διαθέτει.

1989 Ο ιδρυτής Παναγιώτης Μαρλαφέκας αποχωρεί και την επιχείρηση αναλαμβάνουν οι τρεις γιοι του Ιωάννης, Κωνσταντίνος και Πλάτωνας.

1997 Η εταιρεία αλλάζει νομική μορφή και γίνεται **Ανώνυμος Βιομηχανική Εμπορική Εταιρεία**. Πρόεδρος αναλαμβάνει ο Ιωάννης Μαρλαφέκας, αντιπρόεδρος ο Κωνσταντίνος Μαρλαφέκας και εντεταλμένος σύμβουλος ο Πλάτωνας Μαρλαφέκας.

Σήμερα το εργοστάσιο έχει εξοπλιστεί με τα πλέον σύγχρονα μηχανήματα και χρησιμοποιεί τις πιο προηγμένες μεθόδους ποιοτικού ελέγχου, υγιεινής και σύγχρονης συσκευασίας. Η Εταιρεία και η παραγωγική διαδικασία δουλεύει υπό καθεστώς ISO 9002 & HACCP.

Η ΛΟΥΞ-Μαρλαφέκας Α.Β.Ε.Ε με τις νέες επενδύσεις που πραγματοποίησε και τα δύο συστήματα διασφάλισης ποιότητας **ISO 9001: 2000** και **HACCP**, είναι πλέον από τις πιο σύγχρονες και εξελιγμένες μονάδες παραγωγής, αποθήκευσης και διακίνησης αναψυκτικών στην Ελλάδα. Συνολικά οι εγκαταστάσεις της διαμορφώνονται σε 12.500 τ.μ. με κάλυψη 4.500 τ.μ. Η εταιρεία για την διακίνηση των προϊόντων της, διαθέτει δέκα ιδιόκτητα φορτηγά αυτοκίνητα, ενώ από τον Φεβρουάριο του 2001, η ΕΒΓΑ αντιπροσωπεύει τα προϊόντα της στον νόμο Αττικής. Η ανάπτυξη του δικτύου της, υποστηρίζεται από 100 αντιπροσώπους, παρέχοντας τους όλα τα βοηθητικά μέσα πώλησης, όπως ψυγεία, ράφια, καθώς και πλήρες διαφημιστικό πρόγραμμα και οι οποίοι καλύπτουν



ολόκληρη την Δυτική Ελλάδα & Πελοπόννησο, Αττική, Χαλκίδα κ.α. Εξαγωγές πραγματοποιούνται στην Γερμανία, Ιταλία, Καναδά, Η.Π.Α. και Ν. Κορέα. Η ΛΟΥΞ παράγει μια μεγάλη γκάμα αναψυκτικών από 250 ml γυάλινη, 330 ml P.E.T., 500 ml P.E.T., 1500 ml P.E.T., και σε γεύσεις Πορτοκαλάδα, Λεμονάδα, Βουσσινάδα, Σόδα, Γκαζόζα παραδοσιακή, Cola, Τονικ καλύπτοντας όλες τις ανάγκες της αγοράς. Διαθέτει δύο εμπορικά σήματα ΛΟΥΞ και LOUXCOLA. Η LOUXCOLA είναι η πρώτη βάση cola που βγήκε στην Ελλάδα. Απασχολεί 280 άτομα από τα οποία το 80% προέρχεται από την τοπική κοινωνία.

Απάντηση Καγιά: Η Βιομηχανία μπαχαρικών Καγιάς ιδρύθηκε το 1978 από τον Καγιά Νικόλαο .Η Επιχείρηση απασχολεί 55 άτομα και το 90% προέρχεται από την τοπική κοινωνία .

Ερ.: Ποια η κύρια οργανωτική δομή της επιχείρησης ; Υπάρχει τμήμα μάρκετινγκ; Νομίζετε ότι το μάρκετινγκ κατά την άποψη σας είναι αναγκαίο ;

Απ. ΛούΞ: Η κύρια οργανωτική δομή της επιχείρησης μας είναι:

- Η Γενική Διεύθυνση .
- Τμήμα παραγωγής .
- Τμήμα μάρκετινγκ .
- Τμήμα πωλήσεων .

Βέβαια υπάρχει κέντρο διανομής , γραφείο πωλήσεων , γραφείο προσωπικού .

Απ. Καγιά: Ο βασικός στόχος του μάρκετινγκ (ειδικότερα προς τα καταναλωτικά αγαθά δηλαδή αυτά που καταναλώνονται / αναλύσκονται) είναι οι επαναλαμβανόμενες πωλήσεις. Ειδικότερα τα στελέχη μάρκετινγκ της επιχείρησης προσπαθούν να δημιουργήσουν μία μακροχρόνια σχέση με τον πελάτη προσφέροντας υψηλή αξία για τον καταναλωτή 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 προσφέρουν επαναλαμβανόμενες πωλήσεις των προϊόντων / υπηρεσιών της επιχείρησης.

Το μάρκετινγκ σαφώς και είναι αναγκαίο . Η κύρια οργανωτική δομή της επιχείρησης είναι διευθύνων σύμβουλος , γενικός διευθυντής , τμήμα πωλήσεων , μάρκετινγκ -εμπορική διαχείριση - γενική λογιστική - τμήμα ποιοτικού ελέγχου - τμήμα αποθήκης - παραλαβών - τμήμα παραγωγής .

Ερ.: Η έκφραση « έλεγχος ποιότητας σε όλη την έκταση της επιχείρησης » αντιπροσωπεύει το μάρκετινγκ ολικής ποιότητας . Χαρακτηρίζει την επιχείρησή σας ; Ποια στρατηγική ακολουθείται από την επιχείρηση ;

Απ. Λούξ: Η ποιότητα υπαγορεύεται από τις ανάγκες των καταναλωτών . Βέβαια ο καθορισμός των επιπέδων ποιότητας καθώς και η εξασφάλιση της επιτυχίας των προϊόντων γίνεται από τη διοίκηση . Ο σχεδιασμός της ποιότητας γίνεται με ένα σύνολο αλληλένδετων βημάτων . Αρχικά μέσω ερευνών που πραγματοποιούνται εξακριβώνονται οι ακριβείς απαιτήσεις της καταναλωτικής αγοράς , ύστερα οι απαιτήσεις αυτές ενσωματώνονται στον σχεδιασμό και την ανάπτυξη του νέου προϊόντος . Τέλος ελέγχονται οι προδιαγραφές δηλαδή γίνονται κάποια τεστ και δοκιμάζεται και η ικανότητα του συστήματος να παράγει το απαιτούμενο προϊόν στο ζητούμενο επίπεδο ποιότητας .

Απ. Καγιά: Ναι, χαρακτηρίζει την επιχείρησή μας . Η στρατηγική που ακολουθεί η επιχείρησή μας είναι η επαφή με τον πελάτη στη σωστή και διαρκή ενημέρωση του πελάτη , στη καλή ποιότητα του τελικού προϊόντος που θα πάει προς κατανάλωση . Είναι γεγονός ότι στη δεκαετία που βαδίζουμε η ποιότητα παίζει ίσως το σημαντικότερο ρόλο και παράγοντα ανάπτυξης , όχι μόνο των επιχειρήσεων , αλλά και γενικότερα της κοινωνίας. Ιδιαίτερα δε αφορά περισσότερο τις επιχειρήσεις αυτές που επεξεργάζονται και παράγουν τρόφιμα . Σκοπός κάθε επιχείρησης είναι να πετύχει όσο το δυνατόν υψηλότερη ποιότητα με το λιγότερο δυνατό κόστος. Στην προσπάθειά τους αυτή , οι επιχειρήσεις πρέπει να ελέγχουν και να βελτιώνουν συνεχώς τον εξοπλισμό και την παραγωγική τους διαδικασία , ώστε τα προϊόντα που θα παράγουν να είναι ποιοτικά αναβαθμισμένα. Αυτή η συνεχής προσπάθεια για ποιότητα είναι πλέον γενική διαπίστωση του ελεύθερου ανταγωνισμού , διότι πέρασε η εποχή κατά την οποία ο καταναλωτής δεχόταν χωρίς αντίρρηση ό,τι του πρόσφεραν οι επιχειρήσεις. Σήμερα οι καταναλωτές οργανώθηκαν, άρχισαν να μελετούν νόμους και προδιαγραφές διαφόρων προϊόντων , φτάνοντας μάλιστα σε σημείο να υποχρεώνουν τις εταιρίες να τηρούν τους προβλεπόμενους κανόνες . Απαιτήση λοιπόν της κοινωνίας είναι η παροχή ποιότητας σε κάθε παραγόμενο προϊόν.

Ερ.: Το επίκεντρο της στρατηγικής του μάρκετινγκ είναι η ιδέα του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος . Ποιο θεωρείτε ότι είναι το δικό σας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ;

Απ. Λούξ: Θεωρώ ότι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα το επιτυγχάνει κάθε επιχείρηση εφόσον προσφέρει στην αγορά διαφοροποιημένα προϊόντα . Θεωρώ ότι το δικό μας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι ένα σύνολο πραγμάτων . Η ποιότητα των προϊόντων μας , η μεγάλη ποικιλία , ο έξυπνος σχεδιασμός των συσκευασιών μας , μας διαφοροποιούν .

Απ. Καγιά: Ποιότητα προϊόντων - τιμές - εξυπηρέτηση . Οι σημερινές εξελίξεις στην τεχνολογία, στις διοικητικές και οικονομικές επιστήμες και η ένταση του ανταγωνισμού στον διεθνή χώρο, καθιστούν αναγκαίο σε έναν μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων και οικονομικών μονάδων να αναπτύξουν και να αναλύουν διαδικασίες επιχειρησιακών στρατηγικών και ελέγχων των δραστηριοτήτων της επιχείρησης, ώστε να αντιμετωπίζουν την αυξημένη αβεβαιότητα, που προκύπτει από την παγκοσμιοποίηση της αγοράς και τις συνέπειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης,



με μεγαλύτερη δυνατότητα επιτυχίας.

Ερ.: Η διοίκηση ολικής ποιότητας έχει ολοκληρωτική δέσμευση τη συνεχή βελτίωση των προϊόντων και των διαδικασιών . Η επιχείρηση δαπανά χρήματα για να αποκτήσει τη διοίκηση αυτή ; Δηλαδή δαπανά σε νέες τεχνολογίες ; Επιδίδκει σε εξειδικευμένο προσωπικό ;

Απ. Λούξ: Σίγουρα για να μπορέσουμε να συμβαδίσουμε και να ακολουθήσουμε τις εξελίξεις της αγοράς είναι επιτακτική ανάγκη να οικιοποιούμεθα τις νέες τεχνολογίες τόσο στην παραγωγή όσο και στο σχεδιασμό . Είναι λοιπόν λογικό το προσωπικό το οποίο θα κλειθεί να χειριστεί τις νέες τεχνολογίες, να έχει τις απαραίτητες γνώσεις δηλαδή αναλαμβάνουμε την επιμόρφωση του προσωπικού μας με διάφορα σεμινάρια ώστε να μπορεί και το έμπυχο δυναμικό να συμμετάσχει αποτελεσματικά στη παραγωγική διαδικασία .

Απ. Καγιά: Η επιχείρηση δαπανά σε νέες τεχνολογίες . Για να ικανοποιήσουμε τις ολοένα αυξανόμενες ανάγκες της αγοράς υιοθετήσαμε και εξελίξαμε νέες μεθόδους διαλογής των προϊόντων με διαρκή παρακολούθηση και ενίσχυση της ποιότητας, εισάγοντας υψηλές προδιαγραφές τυποποίησης και συσκευασίας. Το προσωπικό είναι αξιόλογο και ειδικά εκπαιδευμένο .

Το προσωπικό που προσλαμβάνουμε πάντα εξειδικεύεται σύμφωνα με τις απαιτήσεις της εταιρείας. Ιδιαίτερως η οικονομική διάσταση της ποιότητας είναι εκείνη η οποία ενδιαφέρει περισσότερο τον επενδύοντα σε αυτήν (συνήθως τη Διοίκηση της Εταιρείας) , αφού είναι μια παράμετρος, την οποία συνήθως δεν κατέχει η Διοίκηση ή δεν είναι σε θέση να εκτιμήσει τη σπουδαιότητά της και όταν μιλάμε για οικονομική διάσταση της ποιότητας , εννοούμε την επιβάρυνση του προϊόντος από : τις άμεσα θεωρούμενες ως ποιοτικές απαιτήσεις (απαιτήσεις που κάνουν ένα προϊόν να χαρακτηριστεί ως ποιοτικό , π.χ. η χρησιμότητά του , η καταλληλότητα για το σκοπό που δημιουργήθηκε , η λειτουργικότητα , η ασφάλεια παράμετροι που συνδέονται συνήθως με το σχεδιασμό του προϊόντος) και τις έμμεσες ποιοτικές απαιτήσεις (απαιτήσεις που πηγάζουν από τις άμεσες και που είναι δυσκολότερο να εντοπισθούν και να μετατραπούν σε μετρήσιμα μεγέθη) . Τέτοιες είναι μεταξύ άλλων οι έλεγχοι - ενδιάμεσοι και τελικοί η εκπαίδευση του προσωπικού σε μεθόδους ελέγχου ή παραγωγής , οι εσωτερικές επιθεωρήσεις ακόμη και αυτή η εφαρμογή ενός συστήματος διασφάλισης ποιότητας στην επιχείρηση .

Ερ.: Η ποιότητα υπαγορεύεται από τις ανάγκες των καταναλωτών . Ο καθορισμός όμως των διαφόρων επιπέδων ποιότητας καθώς και η εξασφάλιση της επιτυχίας των προϊόντων είναι ευθύνη της διοίκησης της επιχείρησης . Είναι επιδίωξη της δικής σας επιχείρησης ;

Απ. Λούξ: Οι απαιτήσεις των καταναλωτών τη σημερινή εποχή είναι όλο και πιο μεγάλες . Γενικότερα βομβαρδίζεται από τα μέσα ενημέρωσης για την ποιότητα των προϊόντων που αγοράζει την προέλευσή τους , τα συστατικά που

αναγράφονται στις συσκευασίες δηλαδή ο καταναλωτής θεωρώ ότι ψάχνει περισσότερο το προϊόν που θα καταλήξει στο τραπέζι του . Κάθε λοιπόν επιχείρηση η οποία θέλει να είναι επιτυχημένη αλλά να έχει και μέλλον οφείλει να έχει σαν πρωταρχικό στόχο την ποιότητα . Οι επιχειρήσεις είναι ανάγκη να αντιληφθούν ότι έναυσμα για την ανάληψη των προσπαθειών πιστοποίησης τους πρέπει να είναι μόνο η ύπαρξη γεναιόδωρων μηχανισμών συγχρηματοδότησης ή η όποια πρόσθετη διαφήμιση , αλλά η επίγνωση ότι ο πελάτης το ζητάει και ο ανταγωνισμός το απαιτεί .

Απ. Καγιά: Επιδιώκουμε πάντα στην ποιότητα των προϊόντων μας .Οι συνεχείς χημικοί και μικροβιολογικοί έλεγχοι που γίνονται στο εργαστήριο της εταιρείας μας εξασφαλίζουν στον καταναλωτή πραγματικά αγνά προϊόντα , άριστης ποιότητας και διεθνών προδιαγραφών τα οποία συνοδεύονται πάντα από επίσημα πιστοποιητικά ελέγχου και είναι πλήρως αποστειρωμένα πριν συσκευαστούν .Το αυστηρό σύστημα ποιότητας που ακολουθεί η εταιρεία μας επιτρέπει την παρακώλουθηση της παραγωγικής διαδικασίας από τα πρώτα στάδια και συγκεκριμένα από το στάδιο της διαλογής και εισαγωγής πρώτων υλών που γίνονται από πιστοποιημένους οίκους του εξωτερικού .Η εταιρεία μας είναι πιστοποιημένη με ISO : 9001:2000 καθώς επίσης και HACCP από τον αναγνωρισμένο γερμανικό φορέα πιστοποίησης TUV HELLAS .Ο καταναλωτής δεν αφήνεται πλέον στο έλεος του παραγωγού μάλλον το αντίθετο συμβαίνει. Όμως η κατάσταση συνειδητοποιείται ολοένα και περισσότερο . Η οικονομική απειλή , ειδικά από την Ιαπωνία , έκανε ήδη πολλές ευρωπαϊκές εταιρίες να αντιληφθούν την αναγκαιότητα για βελτίωση της ποιότητας και πιστότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών τους , να βελτιστοποιήσουν τις διαδικασίες τους , να αυξήσουν την παραγωγικότητα και να ελαχιστοποιήσουν το κόστος τους.

Ερ.: Κατά την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος , είναι πιο σημαντικό για την επιχείρηση να εστιάσει την προσοχή της κυρίως στα προβλήματα παραγωγής ή στα προβλήματα μάρκετινγκ ;

Απ. Λούξ: Στη παραγωγή ενός καινούριου προϊόντος μας απασχολεί τόσο η πετυχημένη παραγωγή του σύμφωνα με τις προδιαγραφές που έχουν καθοριστεί όσο και η πετυχημένη προώθησή του και η αναγνώριση από το κοινό . Βέβαια όπως είναι φυσικό προέχει ο έλεγχος στην παραγωγή γιατί αν το προϊόν δεν ικανοποιεί τους στόχους μας ως προς την ποιότητα και τη καινοτομία και γενικότερα αν δεν ικανοποιεί εμάς τους ίδιους σίγουρα δεν θα γίνει αποδεκτό από το αγοραστικό κοινό . Από τη στιγμή που το η παραγωγή του προϊόντος μας ικανοποιεί η έμφαση θα δωθεί στον τομέα του μάρκετινγκ , με ποιο τρόπο θα προωθηθεί το προϊόν , με ποια μέσα , με ποια διαφημιστικά τρικ και όλα αυτά που σχετίζονται με τη προώθηση του προϊόντος .

Απ. Καγιά: Κυρίως η επιχείρηση θα επικεντρωθεί στη σωστή παραγωγή και στον έλεγχο της ποιότητας των καινούριων προϊόντων . Πρώτο μας μέλημα είναι να παράγουμε αξιόπιστα για τον καταναλωτή προϊόντα , το πώς θα το προωθήσουμε



έρχεται σε δεύτερη μοίρα γιατί δεν μπορούμε , αλλά και ούτε και θέλουμε , να πείσουμε ότι τα μπαχαρικά μας είναι καλά εάν δεν είναι. Άρα πρώτα παράγουμε την «ποιότητα» και μετά την «πουλάμε» .

Ερ.: Με τι κριτήρια η επιχείρηση επιλέγει τους προμηθευτές της ; Πως μπορείτε να καθορίσετε ότι υπάρχει επαρκής αγορά για ένα νέο προϊόν ;

Απ. Λούξ: Όταν η επιχείρηση μας λειτουργεί σαν πελάτης απέναντι στους προμηθευτές της για την παραγωγή του τελικού προϊόντος λειτουργεί πάνω κάτω σαν ένα οποιοδήποτε πελάτη που έχει σαν κριτήριά του τη μέγιστη ικανοποίηση , τη καλύτερη ποιότητα , σε καλή τιμή και να μπορεί να ικανοποιεί την ανάγκη του όποτε θέλει και όπου θέλει . Κύριο μέλημά μας είναι η εξασφάλιση της ποιότητας των πρώτων υλών μας , επίσης απαίτησή μας είναι οι προμηθευτές να μας προμηθεύουν άμεσα και η ποιότητα των υλικών να παραμένει σταθερή , χωρίς να ανεβοκατεβαίνει η τιμή .

Απ. Καγιά: Επιλέγουμε τους προμηθευτές μας με τα εξής κριτήρια :ποιότητα προϊόντων , ποσοποιητικά , χρόνο παράδοσης , τιμές .Η αγορά και η σημερινή κοινωνία έχει δημιουργήσει υπερκαταναλωτικούς ανθρώπους . Ότι κι αν έχουμε δεν μας φτάνει συνεχώς ο καταναλωτής ζητά το νέο , το διαφορετικό το πρωτοποριακό . Σύμφωνα με αυτή την άποψη πάντα θα υπάρχει χώρος.

Ερ.: Τι άποψη έχετε για τη βιομηχανική ανάπτυξη του Νομού Αχαΐας , κυρίως στο κλάδο σας αλλά και γενικότερα ;

Απ. Λούξ: Χρειαζόμαστε περισσότερα « επιχειρούντα » , πηγαία και καινοτομικά άτομα , που έχουν φιλοδοξίες , μπορούν να εκκινήσουν νέες πρωτοβουλίες , έχουν ικανότητες να ηγούνται και να συνεργάζονται και δεν φοβούνται να θέτουν φιλόδοξους στόχους και να αναλαμβάνουν την ευθύνη για την επίτευξή τους . Ως εκ τούτου, χρειαζόμαστε συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης , που προικίζουν τα άτομα με τέτοιες αξίες και αποτρέπουν τα ταλέντα και τα πνευματικά μυαλά αυτού του τόπου να προτιμήσουν ακαδημαϊκά ιδρύματα για την εκπαίδευσή τους εκτός Ελλάδας . Θέλουμε εκπαιδευτικά συστήματα αυτόνομα , που να καλλιεργούν τη δια βίου μάθηση και ανάπτυξη του ατόμου , που να παράγουν ενεργά την νέα γνώση , που να καινοτομούν . Με άλλα λόγια , εκπαιδευτικά συστήματα που να διατηρούν στενή σχέση με τις τεχνολογικές αλλαγές και τις εξελίξεις στην πραγματική ζωή και να υπηρετούν την κοινωνία της γνώσης .

Απ. Καγιά: Μετά την εκτεταμένη αποβιομηχάνιση της τελευταίας εικοσαετίας, όπου ο παραγωγικός της ιστός συρρικνώθηκε, υπήρξε μια περίοδος στασιμότητας. Μπορώ όμως τώρα να πω ότι ο παραγωγικός ιστός της περιοχής βρίσκεται σε σημείο επανασυγκρότησης και την άποψή μου αυτή ενισχύουν αρκετές νέες βιομηχανικές επενδύσεις». Ανάμεσα σε αυτές ο πρόεδρος του περιφερειακού βιομηχανικού Συνδέσμου ξεχωρίζει στην Αχαΐα τη λειτουργία του εργοστασίου της Friesland Hellas - Νουνού στη Βιομηχανική Περιοχή Πατρών, στις πρώην εγκαταστάσεις της Algida, που παράγει γιαούρτι, επένδυσης ύψους 15 εκατ.

ευρώ, καθώς και το Κέντρο υψηλής τεχνολογίας της διεθνούς εταιρείας Atmel, το οποίο αντιπροσωπεύει επένδυση 20 εκατ. δολαρίων στο Πλατάνι του Δήμου Ρίου. «Η κερδοφορία ορισμένων βιομηχανιών της περιοχής μας, που πράγματι είναι πολύ καλή» σημειώνει ο κ. Β. Σπηλιόπουλος, «πιστεύω ότι οφείλεται στο οικονομικό μέγεθος των εταιρειών αυτών, στην άριστη οργάνωση που ανταποκρίνεται πλήρως στη σύγχρονη τεχνολογία και τεχνογνωσία, στο εξειδικευμένο στελεχικό και εργατικό δυναμικό που διαθέτουν. Την αποδίδω επίσης στα εξαιρετικής ποιότητας παραγόμενα προϊόντα, στην εισαγωγή νέων μεθόδων διοίκησης, στην ανάπτυξη εκ μέρους τους δικτύων διανομής και στη συμμετοχή τους στις διεθνείς αγορές. Μην ξεχνάμε άλλωστε ότι η περιοχή μας έχει μια μεγάλη βιομηχανική παράδοση και αυτό βαραίνει στην ανάληψη επενδυτικών πρωτοβουλιών προς τη σωστή κατεύθυνση, παρά τις δύσκολες συγκυρίες. Με λίγα λόγια η επιχειρησιακή εξέλιξη αυτών των μονάδων είναι θετική και η παρουσία τους στην αγορά είναι δυναμική».

Ερ.: Ποιο είναι το κλειδί της επιβίωσης και ανάπτυξης μιας επιχείρησης ;

Απ. Λούξ: Το κλειδί της επιβίωσης και της ανάπτυξης μιας επιχείρησης είναι η εκπλήρωση των στόχων της και αναφέρονται στο αποτέλεσμα που επιθυμεί να πετύχει . Ο μοναδικός αντικειμενικός σκοπός δεν είναι μόνο η επίτευξη κερδών . Μια επιχείρηση μπορεί να βάλει σαν στόχο την αύξηση του μεριδίου της αγοράς που κατέχει παράλληλα δε να φροντίζει για την ικανοποίηση των αναγκών του προσωπικού της και την πρόοδο του κοινωνικού συνόλου . Οι στόχοι πρέπει να έχουν σαφήνεια ως προς το περιεχόμενο και τη χρονική διάρκεια , να είναι ρεαλιστικοί , να υπάρχει ιεραρχία και συνέπεια δηλαδή να συμφωνούν με την αποστολή και με την πολιτική της επιχείρησης . Πέρα όμως από όλα οφείλει να ακούει « τα θέλω » του καταναλωτή αλλά και του εργαζόμενου .

Απ. Καγιά: Η επιχείρηση Καγιάς έχει καταφέρει να κερδίσει την Ελληνική αγορά γιατί είχε σταθερή πολιτική . Σίγουρα οι καιροί έχουν αλλάξει, και υπάρχουν πολλοί περισσότεροι δρόμοι στο χώρο απ' ό,τι παλιότερα πριν. Παρόλα αυτά, τα εργαλεία εκείνα για το χτίσιμο μιας επιτυχημένης επιχείρησης - τα μέλη της οικογένειας που περιλαμβάνει την καλή ποιότητα,προσιτές τιμές , την προώθηση, τις δημόσιες σχέσεις και το εμπόριο -, υπάρχουν ακόμη και είναι αποτελεσματικά όπως πάντα. Το μόνο που έχει αλλάξει είναι το «πώς» και το «που» τα χρησιμοποιεί κανείς. Πολλά πράγματα χρειάζονται ακόμη να γίνουν και από την πλευρά της πολιτείας και από την πλευρά των επιχειρήσεων. Εννέα μόλις χρόνια - από το 1990 - που τοποθετείται ως η χρονική αφετηρία της εφαρμογής των συστημάτων ποιότητας, στη χώρα μας, και ένα χρόνο μετά το 1998, το διακηρυγμένο "Έτος Ποιότητας", το μήνυμα, ότι ο ποιοτικός εκσυγχρονισμός είναι πλέον μονόδρομος, έχει γίνει αποδεκτό από τις περισσότερες, αν όχι από όλες, τις ελληνικές επιχειρήσεις.



ΕΝΟΤΗΤΑ 9

■ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

● Η βιομηχανική δραστηριότητα στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας .

Θα γίνει συγκριτική αξιολόγηση των κατευθύνσεων της βιομηχανικής δραστηριότητας στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας .

Αναλυτικότερα , στόχος είναι η καταγραφή των βασικότερων προβλημάτων που έχουν διαπιστωθεί (εσωτερικών και εξωτερικών ως προς την επιχείρηση) με έμφαση στα προβλήματα που προκύπτουν :

α) Από τις δημόσιες πολιτικές και πρακτικές .

β) Από την έλλειψη εφαρμογής των απαιτούμενων καλών πρακτικών από τις επιχειρήσεις αλλά και των θετικών στοιχείων που διαφαίνονται σήμερα .

Επίσης θα προσδιοριστούν οι απαιτούμενες περιφερειακές παρεμβάσεις που είτε θα συνεισφέρουν στην ανατροπή της υφιστάμενης κατάστασης σε μη αναπτυσσόμενους κλάδους είτε θα οδηγήσουν σε επιπλέον δυναμική τροχιά ανάπτυξης τους ήδη αναπτυσσόμενους κλάδους .

● Γενικά στοιχεία για τη μεταποιητική δραστηριότητα .

Κύριο χαρακτηριστικό της πορείας του δευτερογενή τομέα και της μεταποίησης στην Περιφέρεια είναι η αποβιομηχάνιση που έπληξε κυρίως την Πάτρα την περίοδο 1984 – 1992 . Παρόλα όμως τα προβλήματα , ο Νομός Αχαΐας κατατάσσεται τρίτος στη χώρα και παράγει το 3,9% του συνολικού ΑΕΠ της μεταποίησης της χώρας . Η παρούσα περίοδος χαρακτηρίζεται από την αναδιάρθρωση της βιομηχανικής βάσης και την μετατόπιση των δραστηριοτήτων από τους παραδοσιακούς φθίνοντες κλάδους (μεγάλες μονάδες) προς ανταγωνιστικές και βιώσιμες δραστηριότητες . Καταλυτικό ρόλο στην αναδιάρθρωση της βιομηχανικής βάσης έπαιξε η επιδότηση των επενδύσεων στις φθίνουσες βιομηχανικές περιοχές .

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος στον μεταποιητικό τομέα συγκεντρώνει ορισμένα χωροταξικά και άλλα πλεονεκτήματα , τα οποία κατάλληλα αξιοποιούμενα μπορεί να στηρίξουν την ανάπτυξη της , όπως :

■ Η σημαντική παραγωγή του πρωτογενούς τομέα μπορεί να στηρίξει μεταποιητικές δραστηριότητες και ιδιαίτερα την παραγωγή προϊόντων ονομασίας προέλευσης και την ανάπτυξη της τυποποίησης και της συσκευασίας αγροτικών προϊόντων για εξαγωγή .

■ Ο Ν.Αχαΐας διαθέτει μακρά παράδοση σε μεταποιητικές δραστηριότητες με εργατικό προσωπικό εξοικειωμένο σε αυτές .

■ Παράλληλα , το Πανεπιστήμιο Πατρών και τα ΤΕΙ Πατρών και Μεσολογγίου διαθέτουν επιστημονικό και ερευνητικό δυναμικό το οποίο χαρακτηρίζεται για την εξειδικευμένη του γνώση σε τομείς τεχνολογιών αιχμής . Κατά συνέπεια είναι δυνατή η προσέλκυση καινοτόμων επενδυτικών δραστηριοτήτων σε τομείς που

ανταποκρίνονται στις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς .

■ Οι δυο οργανωμένες Βιομηχανικές Περιοχές της ΒΙΠΕ Πατρών και της ΝΑΒΙΠΕ Αστακού , με την απαραίτητη συμπλήρωση των υποδομών τους , μπορούν να αποτελέσουν τους πυρήνες για την περαιτέρω ανάπτυξη των μεταποιητικών δραστηριοτήτων της Περιφέρειας .

■ Ιδιαίτερης σημασίας είναι και η θέση αυτή καθαυτή της Π.Δ.Ε. , η οποία προσφέρει αναπτυξιακές δυνατότητες , δεδομένου ότι εξασφαλίζει άμεση πρόσβαση τόσο στις αγορές του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού .

■ Η βιομηχανία κατασκευής δημοσίων έργων , οικοδομών κ.λ.π. , αποτελεί επίσης σημαντικό παράγοντα δημιουργίας απασχόλησης και προϊόντος στην περιφέρεια . Τα προβλήματα του τομέα αυτού είναι το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων , η ελλιπής τεχνολογία και το προβληματικό μάνατζμεντ .

Στους **πίνακες** που ακολουθούν παρουσιάζεται συνοπτικά η διαχρονική εξέλιξη του συνολικού πληθυσμού στην Π.Δ.Ε., η ποσοστιαία σύνθεση της απασχόλησης και η ανάλυση του Α.Ε.Π. κατά τομέα δραστηριότητας .

ΝΟΜΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ				ΜΕΣΟ ΕΤΗΣΙΟΣ ΡΥΘΜΟΣ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ		
	1971	1981	1991	2001	1971-1981	1991-1981	2001-1991
1. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ	228.989	219.764	228.180	223.285	-9.225	8.416	-4.895
2. ΑΧΑΪΑΣ	240.854	275.193	300.078	326.794	34.339	24.885	26.716
3. ΗΛΕΙΑΣ	164.061	160.305	179.429	192.340	-3.756	19.124	12.911
ΣΥΝΟΛΟ ΠΔΕ	633.904	655.262	707.687	742.419	21.358	52.425	34.732
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	8.768.128	9.740.417	10.259.900	10.939.771	972.289	519.483	679.871

ΝΟΜΟΣ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ 2001	%	ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ		
			ΑΣΤΙΚΟΣ	ΗΜΙΑΣΤΙΚΟΣ	ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ
1. ΑΙΤ/ΝΙΑΣ	223.285	30	34%	18%	48%
2. ΑΧΑΪΑΣ	326.794	44	66%	5%	29%
3. ΗΛΕΙΑΣ	192.340	26	28%	20%	52%
ΣΥΝΟΛΟ ΠΔΕ	742.419	100			
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	10.939.771				

ΤΟΜΕΑΣ/ΝΟΜΟΣ	ΑΧΑΪΑ	ΗΛΕΙΑ	ΑΙΤ/ΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ
ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ %	7,5	24,4	14,5	7
ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ %	21,4	12,9	15,9	22,2
ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ %	71,1	62,7	69,6	70,8

● **Τεχνολογική υποδομή των βιομηχανικών επιχειρήσεων στην Π.Δ.Ε.**

Ακολουθούν στοιχεία για την πορεία της βιομηχανικής δραστηριότητας στο Νομό Αχαΐας την τελευταία δεκαετία από πρόγραμμα της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας από το πρόγραμμα ADAPT – IDEAL και από την αξιοποίηση λοιπών ερευνών και μελετών που διεξήχθησαν σε περιφερειακό επίπεδο :

- **33%** των βιομηχανικών επιχειρήσεων θεωρούν επαρκή την υποδομή τους σε νέες τεχνολογίες .
- **44,4%** χρησιμοποιούν ηλεκτρονικά συστήματα ισχύος .
- **50%** χρησιμοποιούν μικροϋπολογιστές
- **11%** χρησιμοποιούν laser .
- **11%** έχουν επενδύσει στη βιοτεχνολογία .

Η βελτίωση και υποστήριξη της παραγωγής στηρίζεται :

- Στη διασφάλιση ποιότητας κατά 44% .
- Σε συστήματα πληροφορικής .
- Παρακολούθηση της παραγωγής μέσω Η/Υ κατά 27,2% .
- Συστήματα πληροφόρησης και διοίκησης (M.I.S) κατά 33.9% .
- Μηχανοργάνωση υπηρεσιών , όπως το Λογιστήριο , κατά 72% .
- Σύγχρονα επικοινωνιακά συστήματα κατά 27.7% .

Τα συμπεράσματα αυτά συνεχίζουν να είναι επίκαιρα , όπως αυτό προκύπτει από μεταγενέστερες μελέτες που πραγματοποιήθηκαν σχετικά με την αξιολόγηση των τάσεων της βιομηχανικής δραστηριότητας στη Δυτική Ελλάδα .

● **Εκπαιδευτικό επίπεδο απασχολούμενων .**

Όσο αφορά τις ειδικότητες και το επίπεδο εκπαίδευσης παρατηρείται σε γενικές γραμμές μικρός αριθμός αποφοίτων Πανεπιστημίου και ελάχιστος αριθμός εργαζομένων με επιπλέον σπουδές , πέραν της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης . Οι ειδικότητες που συνήθως συναντώνται , είναι ηλεκτρολόγοι , μηχανολόγοι και λιγότερο χημικοί μηχανικοί . Λίγοι επίσης είναι οι απόφοιτοι των Τ.Ε.Ι. Αντίθετα πρέπει να επισημανθεί το μεγάλο ποσοστό εργοδηγών και αποφοίτων της στοιχειώδους εκπαίδευσης σε διάφορες ειδικότητες . Αυτή η ανισοκατανομή δε φαίνεται να αφήνει αδιάφορες τις εταιρείες , διαπιστώνουν δε έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού . Αναφορικά με την επάρκεια του ανθρώπινου δυναμικού της περιφέρειας για τις ανάγκες τους , το 62% των βιομηχανικών επιχειρήσεων δηλώνει σαφώς , ότι δεν επαρκεί .

Οι απαραίτητες ενέργειες , που εκτιμάται ότι θα βοηθήσουν στην κατάρτιση των ήδη απασχολούμενων , είναι κατά 50% η ενδοεπιχειρησιακή κατάρτιση και κατά το ίδιο ποσοστό τα προγράμματα συνεχιζόμενης κατάρτισης νέων επιστημόνων και τεχνικών . Πολλές επιχειρήσεις φαίνεται ότι επιθυμούν την αξιοποίηση και των

δύο αυτών μεθόδων .

● **Τομείς τεχνολογικής αναβάθμισης .**

Οι τομείς στους οποίους συνήθως οι επιχειρήσεις επιθυμούν να εκσυγχρονιστούν , αφορούν την επέκταση των συστημάτων αυτοματισμού και πληροφορικής (μικροϋπολογιστές και ηλεκτρονικά ισχύος , τεχνητή νοημοσύνη και ρομποτική καθώς και εποπτικά συστήματα ελέγχου της παραγωγικής διαδικασίας) και την ολοκλήρωση τομέων διασφάλισης ποιότητας .

● **Ίδρυση επιχειρήσεων και διακοπή λειτουργίας .**

Η Περιφέρεια έχει ποσοστό συμμετοχής στα επενδυτικά προγράμματα της τάξης του 8% στο σύνολο της χώρας και η συμμετοχή αυτή εμφανίζεται σχεδόν σταθερή . Ο νομός Αχαΐας έχει τη μεγαλύτερη συμμετοχή στο σύνολο της Περιφέρειας λόγω τόσο της πληθυσμιακής του συμμετοχής και του μεταποιητικού χαρακτήρα με την υψηλότερη σχετική συμμετοχή του στο δευτερογενή τομέα . Όσον αφορά τις ιδρύσεις και διακοπές λειτουργίας των επιχειρήσεων στο εξεταζόμενο χρονικό διάστημα , το ισοζύγιο εμφανίζεται θετικό στο Νομό Αχαΐας . Το ισοζύγιο αυτό παρουσιάζει την καλύτερη τιμή το έτος 2003 .

Στους πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζονται στοιχεία για τον τομέα της μεταποίησης , σχετικά με τις διακοπές και ενάρξεις των επιχειρήσεων .

Ως σημαντικοί τομείς δραστηριοποίησης διακρίνονται στον δευτερογενή τομέα :

- Τρόφιμα – ποτά . Ο κλάδος αυτός αποτελεί παραδοσιακά ισχυρό κλάδο της μεταποίησης του νομού .
- Μεταλλικά προϊόντα .
- Κατασκευές . Ο κλάδος των κατασκευών εκτιμάται ότι έχει ενισχυθεί λόγω κυρίως των μεγάλων δημόσιων – ιδιωτικών έργων στην περιοχή αλλά και την ενίσχυση της οικονομικής δραστηριότητας .



ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ: ΑΡΙΘΜΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

ΤΙΤΛΟΣ	2002		2003		2004	
	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ , ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	25	3,19%	35	3,64%	38	3,84%
ΚΛΩΣΤΟΨΦΑΝΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ,ΠΑΡΑΓΩΓΗ	5	0,64%	6	0,62%	6	0,61%
ΕΝΔΥΜΑΣΙΑΣ ,ΕΙΔΩΝ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ - ΚΑΤΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΒΑΦΗ ΓΟΥΝΑΡΙΚΩΝ	14	1,79%	28	2,91%	17	1,72%
ΔΕΡΜΑ , ΚΑΤΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΔΕΨΗ,- ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΙΔΩΝ ΤΑΞΙΔΙΟΥ (ΑΠΟΣΚΕΥΩΝ) , ΤΣΑΝΤΩΝ , ΕΙΔΩΝ ΣΕΛΟΠΟΙΙΑΣ,ΕΙΔΩΝ ΣΑΓΜΑΤΟΠΟΙΑΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ	2	0,26%	7	0,73%	3	0,30%
ΞΥΛΟΥ,ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ,ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΞΥΛΟ ΚΑΙ ΦΕΛΛΟ, ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΕΠΙΠΛΑ-ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΙΔΩΝ ΚΑΛΑΘΟΠΟΙΑΣ ΚΑΙ ΣΠΑΡΤΟΠΛΕΚΤΙΚΗΣ	12	1,53%	15	1,56%	14	1,41%
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ,ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΕΓΓΕΓΡΑΜΕΝΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΓΓΡΑΦΗΣ ΗΧΟΥ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑΣ ἢ ΜΕΣΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	3	0,38%	2	0,21%	2	0,20%
ΧΗΜΙΚΕΣ ΟΥΣΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ , ΠΑΡΑΓΩΓΗ	1	0,13%	1	0,10%	2	0,20%
ΕΛΑΣΤΙΚΟΥ (ΚΑΟΥΤΣΟΥΚ) ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	1	0,13%	1	0,10%	1	0,10%
ΜΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ , ΑΛΛΑ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	5	0,64%	7	0,73%	13	1,31%
ΜΕΤΑΛΛΑ ,ΒΑΣΙΚΑ ,ΠΑΡΑΓΩΓΗ	1	0,13%	2	0,21%	1	0,10%
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ,ΜΕ ΕΞΑΙΡΕΣΗ ΤΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ,ΚΑΙ ΤΑ ΕΙΔΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	11	1,40%	13	1,35%	13	1,31%
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ , ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	5	0,64%	8	0,83%	13	1,31%
ΗΛΕΚΤΡΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	0	0,00%	5	0,52%	3	0,30%
ΟΡΓΑΝΑ ,ΙΑΤΡΙΚΑ ,ΟΡΓΑΝΑ ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ , ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ -ΡΟΛΟΓΙΑ ΚΑΘΕ ΕΙΔΟΥΣ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	1	0,13%	0	0,00%	0	0,00%
ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΑ ΟΧΗΜΑΤΑ , ΡΥΜΟΥΛΚΟΥΜΕΝΑ ΚΑΙ ΗΜΙΡΥΜΟΥΛΚΟΥΜΕΝΑ ΟΧΗΜΑΤΑ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	0	0,00%	0	0,00%	2	0,20%
ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ, ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	0	0,00%	0	0,00%	1	0,10%
ΕΠΙΠΛΑ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ-ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΩΝ	8	1,02%	13	1,35%	10	1,01%

ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ: ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΝΑΡΞΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

ΤΙΤΛΟΣ	2002		2003		2004	
	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ , ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	34	2,90%	35	2,14%	34	2,37%
ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ,ΠΑΡΑΓΩΓΗ	8	0,68%	8	0,49%	7	0,49%
ΕΝΔΥΜΑΣΙΑΣ ,ΕΙΔΩΝ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ - ΚΑΤΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΒΑΦΗ ΓΟΥΝΑΡΙΚΩΝ	8	0,68%	11	0,67%	6	0,42%
ΔΕΡΜΑ , ΚΑΤΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΔΕΨΗ,- ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΙΔΩΝ ΤΑΞΙΔΙΟΥ (ΑΠΟΣΚΕΥΩΝ) , ΤΣΑΝΤΩΝ , ΕΙΔΩΝ ΣΕΛΟΠΟΙΙΑΣ,ΕΙΔΩΝ ΣΑΓΜΑΤΟΠΟΙΑΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ	1	0,09%	3	0,18%	1	0,07%
ΞΥΛΟΥ,ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ,ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΞΥΛΟ ΚΑΙ ΦΕΛΛΟ, ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΕΠΙΠΛΑ-ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΙΔΩΝ ΚΑΛΑΘΟΠΟΙΑΣ ΚΑΙ ΣΠΑΡΤΟΠΛΕΚΤΙΚΗΣ	12	1,02%	18	1,10%	7	0,49%
ΧΑΡΤΟΠΟΛΤΟΣ, ΠΑΡΑΓΩΓΗ, ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΧΑΡΤΙΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΧΑΡΤΙ	1	0,09%	0	0,00%	1	0,07%
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ,ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΕΓΓΕΓΡΑΜΕΝΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΓΓΡΑΦΗΣ ΗΧΟΥ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑΣ ή ΜΕΣΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	3	0,26%	1	0,06%	7	0,49%
ΧΗΜΙΚΕΣ ΟΥΣΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ , ΠΑΡΑΓΩΓΗ	2	0,17%	2	0,12%	1	0,07%
ΕΛΑΣΤΙΚΟΥ (ΚΑΟΥΤΣΟΥΚ) ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	0	0,00%	1	0,06%	1	0,07%
ΜΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ , ΑΛΛΑ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	10	0,85%	13	0,80%	8	0,56%
ΜΕΤΑΛΛΑ ,ΒΑΣΙΚΑ ,ΠΑΡΑΓΩΓΗ	0	0,00%	2	0,12%	0	0,00%
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ,ΜΕ ΕΞΑΙΡΕΣΗ ΤΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ,ΚΑΙ ΤΑ ΕΙΔΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	15	1,28%	30	1,84%	25	1,74%
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑΚΑΙ ΕΙΔΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ , ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	9	0,77%	17	1,04%	13	0,90%
ΗΛΕΚΤΡΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΕΣ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	2	0,17%	3	0,18%	4	0,28%
ΟΡΓΑΝΑ ,ΙΑΤΡΙΚΑ ,ΟΡΓΑΝΑ ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ , ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ -ΡΟΛΟΓΙΑ ΚΑΘΕ ΕΙΔΟΥΣ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	1	0,09%	1	0,06%	2	0,14%
ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΑ ΟΧΗΜΑΤΑ, ΡΥΜΟΥΛΚΟΥΜΕΝΑ ΚΑΙ ΗΜΙΡΥΜΟΥΛΚΟΥΜΕΝΑ ΟΧΗΜΑΤΑ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	0	0,00%	0	0,00%	2	0,14%
ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ, ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	1	0,09%	1	0,06%	3	0,21%
ΕΠΙΠΛΑ ,ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ-ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΩΝ	8	0,68%	9	0,55%	9	0,63%



● **Ενίσχυση βιομηχανικών επιχειρήσεων .**

Σύμφωνα με τις υφιστάμενες αποτυπωμένες θέσεις των φορέων που σχετίζονται με τις βιομηχανικές επιχειρήσεις σημαντική θα θεωρηθεί η συμβολή στην ανάπτυξή τους , παρεμβάσεων σχετικά με :

- Την απλοποίηση των υπαρχόντων γραφειοκρατικών διαδικασιών που ακολουθεί ο δημόσιος τομέας , σχετικά με τις αδειοδοτήσεις , κ.λπ.
- Την αύξηση των επιδοτήσεων ή και την σταθεροποίηση τους σχετικά με τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό τους .
- Την σταθεροποίηση του φορολογικού περιβάλλοντος .
- Επίσης έχει τονιστεί από αρκετές επιχειρήσεις η επιθυμία τους τόσο για την αναθεώρηση του τρόπου επιλογής των βιομηχανικών επιχειρήσεων που επιδοτούνται όσο και για νέες μεθόδους σύνδεσης με κέντρα παροχής εξειδικευμένων τεχνικών και οικονομικών υπηρεσιών .

● **Προβλήματα επιχειρηματικής κοινότητας στην Π.Δ.Ε.**

Προβλήματα χωροθεσίας .

- Έλλειψη βασικών υποδομών και οργάνωσης στην υπάρχουσα ΒΙ.ΠΕ και ΝΑ.ΒΙ.ΠΕ. Αστακού .
- Έλλειψη Βιομηχανικού Πάρκου και ΒΙ.ΠΕ. στους υπόλοιπους νομούς .
- Πληθυσμιακή αποδυνάμωση της υπαίθρου .
- Χαμηλή σύνδεση αγοράς εργασίας και εκπαίδευσης .
- Αδυναμία αξιοποίησης της καινοτομίας .
- Εσωστρέφεια των επιχειρήσεων και αδυναμία προσαρμογής των ΜΜΕ

Προβλήματα υποδομών .

- Έλλειψη αεροδρομίου , κλειστών αυτοκινητοδρόμων , σιδηροδρομικού δικτύου .
- Ανεπάρκεια λιμένων .
- Έλλειψη ικανοποιητικού Επαρχιακού Οδικού Δικτύου .
- Έλλειψη υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας .
- Έλλειψη διαμετακομιστικών κέντρων και κεντρικών αγορών .
- Έλλειψη τηλεϊατρικής , τηλεεργασίας και τηλεεκπαίδευσης σε απομακρυσμένες περιοχές .
- Έλλειψη δικτύου φυσικού αερίου .
- Έλλειψη υποδομών υψηλής τεχνολογίας , πληροφορικής και επικοινωνίας πέραν της έδρας της Περιφέρειας .

● **Προβλήματα χρηματοδότησης .**

Τα προβλήματα χρηματοδότησης παρουσιάζονται σαφώς μειωμένα σε σχέση με το παρελθόν , γεγονός που συνέβαλλε στην αύξηση των χρηματοδοτήσεων διαφόρων μορφών . Ενδεικτικά αναφέρεται η μείωση των επιτοκίων , η εναλλακτική προσέγγιση των χρηματοδοτήσεων διαφόρων μορφών . Στο γεγονός αυτό συνέβαλλε πλην της μείωσης του πληθωρισμού και η αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των χρηματοπιστωτικών οργανισμών . Το μεγάλο πρόβλημα έγκειται στην αύξηση των δανειακών κεφαλαίων και δει των βραχυπρόθεσμων .

Προβλήματα θεσμικά / νομικά .

- Χωροταξική διασπορά των δημοσίων υπηρεσιών .
- Έλλειψη μηχανοργάνωσης .
- Έλλειψη περιφερειακής συνείδησης μεταξύ των φορέων ιδιαίτερα για έργα υποδομής .
- Έλλειψη εμπειρίας και υποστήριξης των Τελικών Δικαιούχων των έργων .
- Καθυστέρηση έναρξης υλοποίησης και χρηματοδότησης των έργων .
- Ελλιπής χωροταξικός σχεδιασμός .
- Ελλιπής κατάρτιση των δημοσίων υπαλλήλων .
- Μη ορθολογική στελέχωση των δημοσίων υπηρεσιών βάσει αναγκών .
- Έλλειψη μεταφοράς αρμοδιοτήτων ορισμένων υπουργείων προς την Περιφέρεια .



ΕΝΟΤΗΤΑ 10

■ ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ενδείξεις ότι η Αχαΐα , η περιφέρεια η οποία επλήγη περισσότερο ίσως από κάθε άλλην από εκτεταμένη αποβιομηχάνιση τις δεκαετίες του /80 και του /90 , αποκτά ξανά βιομηχανική «πνοή» . Ασθενείς ακόμη και φυσικά ανεπαρκείς να αντιμετωπίσουν την έντονη ανεργία που πλήττει την περιοχή , οι νέες βιομηχανικές επενδύσεις που υλοποιούνται δημιουργούν την αίσθηση ότι « κάτι αλλάζει» στον χειμαζόμενο τα τελευταία χρόνια βιομηχανικό ιστό της περιοχής. Αυτό τουλάχιστον «μεταδίδουν» επιχειρηματικοί κύκλοι της περιοχής , οι οποίοι εκτιμούν ότι η Αχαΐα , ως «πύλη» της χώρας στη Δύση , είναι δυνατόν και πάλι να αποτελέσει πόλο έλξης βιομηχανικών επενδύσεων. Αρκετοί υποθέτουν ότι η Πάτρα και γειτονικές πόλεις , εφόσον αναβαθμιστούν ουσιαστικά τα λιμάνια της περιοχής και ολοκληρωθούν μερικά έργα υποδομής , θα τονωθούν βιομηχανικά , καθώς θα διευκολυνθεί σημαντικά η εξαγωγική δραστηριότητα προς την Ιταλία και άλλες δυτικοευρωπαϊκές αγορές. Ορισμένες μάλιστα πολυεθνικές εταιρείες, που δραστηριοποιούνται στην περιοχή , αντιμετωπίζουν θετικά αυτή την προοπτική , εντάσσοντάς την στον μακροχρόνιο σχεδιασμό τους. Ως έναν βαθμό αυτό συμβαίνει ήδη, αλλά η τρέχουσα πραγματικότητα είναι λιγότερο φωτεινή.

Η βιομηχανική δραστηριότητα είναι μικρότερη από την αναμενόμενη και ακολούθησε για μια δωδεκαετία έντονη φθίνουσα πορεία ενώ την τελευταία οκταετία παρουσιάζεται σταθεροποίηση και μικρή αυξητική τάση χωρίς σε καμία περίπτωση να προσεγγίσει τη δραστηριότητα του παρελθόντος .

Υπάρχει μείωση του ποσοστού του αριθμού των βιομηχανικών επιχειρήσεων στην Περιφέρεια ως προς το σύνολο της χώρας .

Υπάρχει συνεχιζόμενη και έντονη πτωτική τάση του αριθμού των βιομηχανικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται κύρια στο Νομό Αχαΐας , ενώ σταθεροποιημένη τάση στους υπόλοιπους νομούς , για τους οποίους παρατηρείται μεταφορά δραστηριοτήτων κύρια στον τριτογενή τομέα .

Υπάρχει συνεχιζόμενη και έντονη πτωτική τάση του αριθμού των εργαζομένων στις βιομηχανικές επιχειρήσεις , που κυμαίνεται στο 2,5 έως 3% ανά έτος , κατά την τελευταία εικοσαετία .

Οι κλάδοι που παρουσιάζουν τη σχετική μεγαλύτερη δραστηριότητα σε σύγκριση με το σύνολο της χώρας , είναι οι κλάδοι ποτών και ειδών διατροφής , ο κλάδος των μεταλλικών κατασκευών και της πληροφορικής , ενώ παρατηρείται έντονα φθίνουσα πορεία σε παραδοσιακούς κλάδους (κλωστουφαντουργία , χαρτοποιία , κ.λπ) .

Οι κλάδοι στους οποίους απασχολείται μεγάλο μέρος των εργαζομένων σε βιομηχανικές επιχειρήσεις στην Π.Δ.Ε είναι : ποτών , ειδών διατροφής , τηλεπικοινωνιών (με έμφαση στην Αχαΐα) , μεταλλευτικά προϊόντα , κατασκευές και μη μεταλλικών ορυκτών .

Τη μεγαλύτερη μείωση εργαζομένων παρουσιάζουν οι κλάδοι :

κλωστουφαντουργικών προϊόντων , ενδυμάτων και λευκών ειδών , επεξεργασίας χαρτιού και πλαστικών ελαστικών .

Ενώ μέχρι το 1922 υπήρχε αυξητική τάση του ποσοστού των δημοσίων επενδύσεων που αφορούν τη βιομηχανική δραστηριότητα σε σχέση με το σύνολο των δημοσίων επενδύσεων στην Π.Δ.Ε. , μετά παρουσιάζεται πτωτική τάση .

Ο Νομός Αχαΐας παρουσιάζει μικρότερους ρυθμούς βιομηχανικής ανάπτυξης σε σχέση με τους άλλους νομούς της Π.Δ.Ε. (Ηλείας και Αιτωλοακαρνανίας) , συγκριτικά με το παρελθόν , ενώ παρουσιάζεται ιδιαίτερη δραστηριότητα στον τομέα των υπηρεσιών .

Ο πληθυσμός του Ν.Αχαΐας παρουσιάζει καλύτερο μορφωτικό επίπεδο (βάσει σπουδών) σε σχέση με το μέσο όρο της Π.Δ.Ε. , βρίσκεται όμως κάτω από τον εθνικό μ.ο. .

Παρουσιάζεται ανάπτυξη καινοτόμων κλάδων όπως αυτός της πληροφορικής , γεγονός που οφείλεται και στην ύπαρξη σημαντικής προστιθέμενης αξίας Πανεπιστημιακού Ιδρύματος στην Περιοχή (Πολυτεχνική Σχολή Πανεπιστημίου Πατρών) .

Η μέχρι σήμερα πορεία της βιομηχανικής δραστηριότητας στην Π.Δ.Ε. παρουσίασε μετά από μια έντονη περίοδο ύφεσης , μια σχετική ανάκαμψη σε τομείς λιγότερο παραδοσιακούς αλλά και υψηλής καινοτομικότητας . Η έλλειψη όμως , των απαραίτητων υποδομών φαίνεται ότι δρα ανασταλτικά όσον αφορά την μεταποιητική δραστηριότητα , χωρίς όμως να εμφανίζονται έντονες αναπτυξιακές τάσεις στον τριτογενή τομέα . Έτσι η Δυτική Ελλάδα εμφανίζει και μάλλον θα συνεχίσει και στο μέλλον να εμφανίζει , υστέρηση όσον αφορά τη συμμετοχή της στο Α.Ε.Π της χώρας.



ΕΝΟΤΗΤΑ 11

■ ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η εμπειρία από τη λειτουργία των σύγχρονων και πετυχημένων επιχειρήσεων μας διδάσκει ότι σε περιόδους οργανωτικών , λειτουργικών και άλλων θεσμικών αλλαγών είναι απαραίτητο να τίθενται σαφείς αλλά περιορισμένοι στόχοι , να δεσμεύονται οι απαραίτητοι ανθρώπινοι και χρηματικοί πόροι και να μεταλαμπαδεύει η διοίκηση την ανάγκη για την υλοποίηση των στόχων αυτών στο σύνολο της επιχείρησης . Αυτή οφείλει να είναι και η προσέγγισή μας σήμερα .

Σε αυτό το πλαίσιο , χρειάζεται να αναλάβουμε άμεσα δράση για τομείς όπως η ταχεία και αποτελεσματική προώθηση της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης , η αντιμετώπιση των προβλημάτων του ασφαλιστικού συστήματος , η ανάπτυξη της έρευνας , των νέων τεχνολογιών και καινοτομιών . Η ανάγκη για άμεση δράση σε αυτούς τους τομείς αποτελεί κοινή διαπίστωση και συμφωνία όλων των κοινωνικών εταίρων . Οφείλουμε να αναλάβουμε συλλογικά ευθύνη για την αντιμετώπιση των προβλημάτων ανταγωνιστικότητας της χώρας μας . Η βελτίωσή της δεν θα μας επιτρέψει απλώς να βελτιώσουμε τη θέση μας στις διάφορες κατατάξεις που δημοσιεύονται από τους γνωστούς διεθνείς οργανισμούς , αλλά κυρίως θα μας επιτρέψει να έχουμε νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες αύξηση της απασχόλησης , βελτίωση στα δημόσια έσοδα , μείωση της τάσης για μετακίνηση επιχειρήσεων εκτός Ελλάδος κα θα αυξήσει τα κίνητρα για εγκατάσταση επιχειρήσεων εντός της χώρας μας .

Είναι ενθαρρυντικό ότι το 2005 φαίνεται μια αντιστροφή της φθίνουσας πορείας που σημείωνε η ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας τα προηγούμενα χρόνια . Ας την αξιοποιήσουμε για μονιμότερα αποτελέσματα . Ας στοχεύσουμε και εμείς στην κορυφή . Οι προϋποθέσεις για να επιτύχουμε δεν είναι απαγορευτικές . Η ανάπτυξη της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια , περιλαμβανομένου και του τρέχοντος, ήταν κατά πολύ υψηλότερη από το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης . Εάν κάθε χρόνος είναι μία νέα αφετηρία , η χώρα ξεκινάει με τις επενδύσεις , ιδιωτικές και δημόσιες , να ανακάμπτουν , με τον τουρισμό να δείχνει σημεία βελτίωσης , με τη μεταποίηση να διατηρεί ένα σώμα ανταγωνιστικών μονάδων που κρατούν θετικές τις μεταβολές στη βιομηχανική παραγωγή , με τις κατασκευές να συνεχίζουν να αυξάνονται .

Για να κερδίσουμε όμως το στοίχημα βελτίωσης της εθνικής μας ανταγωνιστικότητας και να επιτευχθεί η πραγματική σύγκλιση του βιοτικού μας επιπέδου με αυτό των ευρωπαϊών εταίρων μας , σε εύλογο χρονικό διάστημα , χρειάζονται ακόμα μεγάλες προσπάθειες . Δυστυχώς , όλοι οι έγκυροι διεθνείς οργανισμοί τοποθετούν ακόμη την Ελλάδα χαμηλά στις κατατάξεις τους .

Η νέα πραγματικότητα επιβάλλει να επαναξιολογήσουμε νοοτροπίες , να επαναπροσδιορίσουμε δικαιώματα και υποχρεώσεις . Ο επιχειρηματικός κόσμος με συνέπεια προβάλλει την ανάγκη δημιουργίας των συνθηκών εκείνων που θα ευνοούν την υγιή επιχειρηματικότητα , τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και την κοινωνική συνοχή . Μέσα από την προώθηση της επιχειρηματικότητας , οι

πρωτοβουλίες θα αυξήσουν το εθνικό εισόδημα και θα δημιουργήσουν νέες και βιώσιμες θέσεις εργασίας . Δεν χρειάζονται επιδοτήσεις και κίνητρα , αλλά άρση όλων των εμποδίων και των αντικινήτρων που σκοτώνουν τη δημιουργικότητα .

Όσοι τη γεύονται κερδίζουν!
 Στείλε με SMS τον κωδικό στο 4222 και μάθε τι κέρδισες!

- 5 ταξίδια στη Μοναχία της Ιταλίας για το πρωτάθλημα της Formula 1
- 15 επτάημερα ταξίδια με Ιστιοφόρο με 4 φίλους σου
- 200 DVD players
 - 2000 απίθανα T-shirts
 - μοναδικά logos και ringtones για το κινητό σου
- και μπερ στη μεγάλη κλήρωση για ένα Citroen C3

ΛΟΥΞ

Πληροφορίες: 80-11-12-5689

© Διαγωνισμός κέρδι από 18/07 μέχρι και 15/09/2004. Χρήσιμη 35 λεπτά / SMS 2000. Παρατηρείς στο www.loux.gr και στο κινητό σου. Διαγωνισμός Λούξ.

Βρες τον κωδικό κάτω από το καπάκι στείλε τον με SMS ηλεκτρονολογώντας ΛΟΥΞ (κωδικός κενών) ηλιόρα (κωδικό φύλλο) Α ή Κ (κωδικό περιοχή (π.χ. ΛΟΥΞ Χ1111111 24 Α ΠΑΤΡΑ) και μάθε τι κέρδισες!

καλό Πάσχα

Όσοι τη γεύονται... μαγεύονται!

Γραμμή ΛΟΥΞ: 80-11-12-5689
 ΛΟΥΞ - ΜΑΡΚΑΒΕΛΑΣ Α.Ε.Ε. Βιομηχανία Αυτοματισμού - Κιόνιο - Παρόν
 www.loux.gr - e-mail: info@loux.gr



Φωτογραφικό Υλικό από τις εγκαταστάσεις και τις διαφημιστικές καμπάνιες της βιομηχανίας Λούξ

ΚΑΛΕΣ ΧΡΙΣΤΕΣ



■ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) Μάρκετινγκ μάνατζμεντ - Η ελληνική προσέγγιση . Αρχές , στρατηγικές , αναφορές . Γιάννης Πετρώφ , Κώστας Τζωρτζάκης , Αλεξία Τζωρτζάκη . Εκδόσεις Rosili .
- 2) Αρχές μάρκετινγκ Η ελληνική προσέγγιση . Κώστας Τζωρτζάκης , Αλεξία Τζωρτζάκη . Εκδόσεις Rosili .
- 3) Μάρκετινγκ χονδρικού και λιανικού εμπορίου . Κώστας Τζωρτζάκης , Αλεξία Τζωρτζάκη . Εκδόσεις Rosili .
- 4) Εισαγωγή στο βιομηχανικό μάρκετινγκ . Γεώργιος Αυλωνίτης . Εκδόσεις : Α. Σταμούλης , Πειραιάς 1988 .
- 5) Στρατηγικό βιομηχανικό μάρκετινγκ . Γεώργιος Ι. Αυλωνίτης . Τόμος Α' , Β' έκδοση . Εκδόσεις : Α. Σταμούλης .
- 6) Μάνατζμεντ ολικής ποιότητας . Λογοθέτης Νικόλαος . Εκδόσεις Interbooks , Αθήνα 1992 .
- 7) Για να γνωρίσωμε την Πάτρα .Πατριδογνωστικό ανάγνωσμα . Ηλία Ι. Ξηροτύρη .Με τη συνεργασία των Δημοδιδασκάλων . Αχιλ. Παπαδόπουλου , Γρηγ.Αρβανίτου , Νικ. Κωτσελένη .
- 8) Λεύκωμα Αχαϊκής Βιομηχανίας 1840 1940 . Νικόλαος Σαραφόπουλος . Επιστημονικό Πάρκο Πατρών .

Πληροφορίες αντλήθηκαν από τους εξής οργανισμούς :

- Αναπτυξιακή Εταιρεία Τοπικής Αυτοδιοίκησης ΑΧΑΪΑ Α.Ε.
- Επιστημονικό Πάρκο Πατρών .
- Οικονομικό Επιμελητήριο Παράρτημα Δυτικής Ελλάδας .
- Ηλεκτρονικό Κέντρο Εμπορίου Δυτικής Ελλάδας .
- Τομέας Επιχειρηματικής Πληροφόρησης ICAP Α.Ε.
- Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυξης Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας .
- Καθώς από δημοσιεύματα και ανακοινώσεις στα ΜΜΕ .

Θα ήθελα να ευχαριστήσω για τη καθοδήγηση και βοήθεια τον καθηγητή μου κύριο Βασιλόπουλο Λάμπρο . Ευχαριστώ θερμά τη κυρία Βολικάκη Στεφανία για τη συνεργασία της και τη βοήθειά της στην εικαστική επιμέλεια . Τέλος ευχαριστώ το τμήμα marketing των βιομηχανιών Λούξ και Καγιάς για την διάθεση των στοιχείων.

