



ANKER[®]



ΣΧΟΛΗ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ : ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΑΘΗΝΑ 1995

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ : " ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΙΑΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΑΘΗΝΩΝ "

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : Β. ΘΕΟΦΑΝΟΠΟΥΛΟΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ : ΓΑΝΤΖΟΥΔΗ ΑΡΓΥΡΩ
ΛΑΒΔΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ
ΒΕΡΝΑΡΔΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	1902
----------------------	------

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

Μ Ε Ρ Ο Σ Π Ρ Ω Τ Ο

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

1.	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.....	5
2.	ΟΡΓΑΝΩΣΗ.....	8
3.	ΔΙΟΙΚΗΣΗ.....	15

Μ Ε Ρ Ο Σ Δ Ε Υ Τ Ε Ρ Ο

1.	"ANKER A.B.E.E"	
1.1.	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ "ANKER A.B.E.E".....	18
1.2.	ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ "ANKER A.B.E.E.".....	18
1.3.	ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ ΤΗΣ "ANKER".....	21
1.4.	ΜΕΤΟΧΟΙ - ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΜΕΤΟΧΕΣ.....	22
1.5.	ΓΕΝΙΚΗ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ ΤΗΣ "ANKER".....	24
1.6.	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ "ANKER".....	26
2.	ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ	
2.1.	ΕΝΝΟΙΑ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	27
2.2.	ΤΡΟΠΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΤΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	30
2.3.	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΣ.....	35
2.4.	ΓΝΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΗΣ ANKER.....	40
3.	ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	
3.1.	ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	42
3.2.	ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΗΣ ANKER.....	43
3.3.	ΠΡΟΣΛΗΨΗ.....	44
3.4.	ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΑΜΟΙΒΗΣ.....	47
3.5.	ΥΠΟΚΙΝΗΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ.....	49
3.6.	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	51
3.7.	ΚΛΙΜΑΚΕΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ.....	53

3.8.	ΕΠΟΠΤΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	55
3.9.	ΠΑΡΑΙΤΗΣΗ Η' ΑΠΟΛΥΣΗ.....	60
3.10.	ΚΛΙΜΑ ΠΟΥ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙ ΣΤΗΝ ANKER ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ.....	61
4.	ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	
4.1.	ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΓΟΡΩΝ.....	62
4.2.	ΣΤΑΔΙΑ ΑΓΟΡΩΝ - ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ.....	64
4.3.	ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	69
4.4.	ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΑ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ.....	71
5.	ΠΩΛΗΤΕΣ - ΠΕΛΑΤΕΣ	
5.1.	ΠΩΛΗΤΕΣ.....	87
5.2.	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΠΩΛΗΣΗΣ.....	92
5.3.	ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΜΟΙΒΗΣ ΠΩΛΗΤΩΝ.....	93
5.4.	ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ.....	96
5.5.	ΠΕΛΑΤΕΣ (ΚΑΡΤΕΛΕΣ).....	100
5.6.	ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	106
6.	ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ	
6.1.	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ "ANKER".....	109
6.2.	ΑΝΑΛΥΣΗ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΥ.....	112
6.3.	ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ.....	114
7.	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	
7.1.	ΓΕΝΙΚΑ.....	119
7.2.	Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ.....	121
7.3.	ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ.....	122
7.4.	"ANKER" ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....	123
8.	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ	
8.1.	ΣΤΟΧΟΙ - ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ.....	125
9.	ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	129
10.	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	131

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

Π Ρ Ο Λ Ο Γ Ο Σ

Στο σημερινό περίπλοκο κόσμο που ζούμε, η ικανότητα να διευθύνει και να οδηγεί κανείς τους άλλους είναι μια από τις βασικότερες δεξιότητες που έχει να επιδείξει ο άνθρωπος.

Η ικανότητα αυτή είναι ζωτικής σημασίας για την παραιτέρω πρόοδο των ήδη ανεπτυγμένων χωρών και αποτελεί απαραίτητο στοιχείο, προκειμένου να υλοποιηθούν οι φιλοδοξίες των αναπτυσσόμενων χωρών.

Η εργασία χωρίζεται σε δύο μέρη .

Το πρώτο μέρος αναφέρεται σε θεωρίες και έννοιες που έχουν διατυπωθεί σχετικά με την επιστήμη της Οργάνωσης και Διοίκησης, αλλά δεν επεκτείνεται σε αυτές, γιατί δεν είναι αυτός ο στόχος της.

Ο στόχος της είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει την οργάνωση και διοίκηση μιας συγκεκριμένης μεγάλης οικονομικής μονάδας και όλα όσα απορρέουν μέσα από την έννοια αυτή και το οποίο φαίνεται στο 2ο μέρος.

Έχει αρχίσει να γίνεται κοινή συνείδηση στους Έλληνες επιχειρηματίες και τα στελέχη των επιχειρήσεων πως για να πετύχει η επιχείρησή τους, πρέπει να εφαρμόζουν τις σύγχρονες αντιλήψεις σχετικά με την οργάνωση και διοίκηση.

Σήμερα οι επιχειρήσεις προσανατολίζονται και οδηγούνται μέσα σε ένα περιβάλλον, που μεταβάλλεται ραγδαία.

Μέσα σ' αυτό το περιβάλλον οι επιχειρήσεις πρέπει συνέχεια να αναπτύσσονται, διαφορετικά μένουν εκτός της παραγωγικής διαδικασίας.

Ορισμένοι επιχειρηματίες πιστεύουν πως στον περίπλοκο κόσμο, για να διευθύνεις σωστά μια επιχείρηση είναι, βασικά, ζήτημα διαχείρισης πληροφοριών. Η απόφαση για την επιλογή μιας λύσης από τις διάφορες εναλλακτικές πρέπει να βασίζεται σε θεμελιωμένες πληροφορίες και όχι σε απλές προαισθήσεις και υποθέσεις. Ο Έλληνας επιχειρηματίας έχει αρχίσει να απομακρύνεται πια από τις λύσεις, που βασίζονται στη διαίσθηση και προσανα-

τολίζονται, από τη δύναμη των πραγμάτων, προς τα νέα συστήματα και τις επιστημονικές μεθόδους του Μάρκετινγκ. Η προσπάθεια αυτή του Έλληνα επιχειρηματία θα ενισχυθεί εάν του δοθούν τα κατάλληλα μέσα, το κατάλληλο, δηλαδή, έμπυχο υλικό, για να στελεχώσει την επιχείρησή του. Υπάρχει μεγάλη ζήτηση εξειδικευμένων στελεχών στη Διοίκηση, που θα αυξάνει συνεχώς. Η ζήτηση αυτή φαίνεται από τις καθημερινές εντυπωσιακές αγγελίες, που καταχωρούν οι επιχειρήσεις στις εφημερίδες, δεν υπάρχει όμως και η αντίστοιχη προσφορά εξειδικευμένων στελεχών στην Διοίκηση. Στο μεταξύ η Ελληνική επιχείρηση πιέζεται, έχει ανάγκη εξειδικευμένων στελεχών, για να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει το διεθνή ανταγωνισμό, που συνεχώς αυξάνει.

Ευχαριστίες:

Επιθυμούμε να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας σε όλους εκείνους που μας βοήθησαν και μας παρότρυναν με οποιοδήποτε τρόπο στη συγγραφή αυτής της εργασίας. Ιδιαίτερα, δε, θέλουμε να ευχαριστήσουμε τον κύριο Βασίλη Θεοφανόπουλο για την ιδιαίτερη φροντίδα και επιμέλεια την οποία έδειξε.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Επιχείρηση καλείται κάθε οργανισμός που παράγει, σύμφωνα με τα μέσα που διαθέτει, για την αγορά, αγαθά ή υπηρεσίες προς το καταναλωτικό κοινό που επιθυμεί να καλύψει τις ανάγκες του και αυτό με τη σειρά του .

Οι επιχειρήσεις διακρίνονται από άποψη του νομικού τους τύπου σε :
Ιδιωτικές , Δημόσιες , Μικτές, Κοινοτικές, Δημοτικοσυνεταιριστικές κ.λ.π.

Μια άλλη διάκριση των επιχειρήσεων είναι αναλόγως του φορέα τους σε Ατομικές και σε Συνεταιρικές, αναλόγως του μεγέθους τους σε μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις και τέλος ανάλογα της νομικής τους μορφής σε προσωπικές, όπως οι Ο.Ε. και Ε.Ε. και απρόσωπες όπως οι Α.Ε. και Ε.Π.Ε.

ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Οι εμπορικές επιχειρήσεις οφείλουν την καταγωγή τους στον μεσαίωνα και την εμφάνισή τους, στην ανάπτυξη και αύξηση των συναλλαγών.

Αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων, κρινόμενες με βάση το ουσιαστικό κριτήριο, δηλαδή αν οι πράξεις που διενεργούν είναι εμπορικές και το τυπικό κριτήριο, που λόγω της κεφαλαιουχικής τους συγκρότησης και των κερδοσκοπικών τους επιδιώξεων χαρακτηρίζονται, ανεξάρτητα από τις πράξεις που κάνουν, ότι είναι έμποροι.

Στις εμπορικές επιχειρήσεις ανήκει και η " Ανώνυμη Εταιρεία ".

Το κεφάλαιο της ανώνυμης εταιρείας, που καλείται μετοχικό από τον τρόπο της σύστασής του, είναι η κύρια δύναμη της εταιρείας.

Είναι διαιρεμένο σε μερίδια, που λέγονται μετοχές και οι κάτοχοί τους καλούνται μετόχοι.

Οι μετοχές είναι ονομαστικές ή ανώνυμες και μεταβιβάζονται σύμφωνα με τον Νόμο.

Α.Ε. είναι κοινωνική επιχείρηση, γιατί από μικροοικονομικές και μικρές συμμετοχές μπορεί να συγκεντρώσει μεγάλα κεφάλαια και να πλατύνει τις εργασίες της επωφελώς για το κοινωνικό σύνολο.

Η "ANKER" ανήκει στις Α.Β.Ε.Ε. και είναι Εισαγωγική Βιομηχανική Εταιρεία.

Όταν λέμε εισαγωγική εννοούμε κάθε εταιρεία, η οποία εισάγει προϊόντα από τις χώρες της Ε.Ο.Κ. και μη, με σκοπό ή την επεξεργασία τους και πώλησή τους, ή την μεταπώλησή τους.

Η Εισαγωγική Εταιρεία μπορεί να έχει έδρα την Ελλάδα ή άλλη χώρα, η οποία όμως έχει απαραίτητως κατάστημα (ή καταστήματα) στην Ελλάδα και ενεργεί προς λογαριασμό του κεντρικού.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Τα βασικά στοιχεία που συγκροτούν μια επιχείρηση είναι:

1) ΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ :

κτίρια, μηχανήματα που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή των αγαθών ή υπηρεσιών που παράγει η επιχείρηση, ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις, υγρά καύσιμα, φορτηγά και άλλα που κινούν την παραγωγική διαδικασία μέσα ή έξω από τις εγκαταστάσεις κ.ά.

2) ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΚΑΙ ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ που τροφοδοτούν τις παραγωγικές εγκαταστάσεις και αποτελούν τα παραγόμενα προϊόντα και την εκροή προς την κοινωνία.

3) ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Ο ανθρώπινος παράγοντας κάθε επιχείρησης είναι ο ζωντανός συντελεστής της παραγωγής, που αξιοποιεί τα πάντα μέσα στην επιχείρηση.

Είναι το μόνο έμψυχο και πιο δυναμικό στοιχείο της.

Η εργασία μέσα σε μια οικονομική μονάδα είναι συλλογική και δεν πρέπει να καθορίζεται από τα ατομικά συμφέροντα κάθε ατόμου, αλλά αντίθετα το αίσθημα τού να ανήκει κάποιος σε μια ομάδα, πρέπει να αποτελεί το πιο σπουδαίο κίνητρο της ανθρώπινης συμπεριφοράς.

4) ΤΟ ΧΡΗΜΑ

Είναι εξίσου πολύ σημαντικό στοιχείο για κάθε επιχείρηση.

Είναι δύναμη και εξουσία στο εσωεπιχειρηματικό και εξωεπιχειρηματικό περιβάλλον.

Η ύπαρξη της χρηματικής ρευστότητας αποτελεί βασικό στοιχείο της επιχείρησης, ώστε να υλοποιηθεί δίχως εμπόδια η λειτουργία του παραγωγικού κυκλώματός της.

Η οικονομική ανεξαρτησία και η αυτοτέλεια είναι πολύ βασικό στοιχείο για μια επιχείρηση και μόνο με το δικό της χρήμα μπορεί να κινηθεί γρηγορότερα και ευκολότερα.

5) Η ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ.

Η ενημέρωση της Διοίκησης - Ηγεσίας της επιχείρησης με τις πληροφορίες που αναφέρονται στην συμπεριφορά όλων εκείνων από τους παράγοντες που έχουν σχέση με τον εσωτερικό και εξωτερικό κόσμο της, είναι και αυτό ένα βασικό στοιχείο της επιχείρησης.

Με αυτές θα διαμορφώσει η ηγεσία της, την επιχειρησιακή της συμπεριφορά μέσα στον επιχειρηματικό της χώρο, που είναι η κοινωνία μέσα στην οποία δρα, για να πετύχει, να επιβιώσει και να πραγματοποιήσει τους επιχειρηματικούς στόχους της.

Με τις πληροφορίες και την ενημέρωση συντελείται μια συνεχής σύνδεση του επιχειρησιακού χώρου και του εξωεπιχειρησιακού περιβάλλοντος με μια συνεχή ανταλλαγή εισροών και εκροών, όπου στηρίζεται η λήψη ορθολογικών επιχειρησιακών αποφάσεων και η αμοιβαία επίδραση και αλληλεξάρτηση της επιχείρησης και του περιβάλλοντός της.

6) Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Η επιχείρηση δίχως την σύγχρονη τεχνολογία είναι δύσκολο να επιβιώσει βιολογικά. Για την αποτελεσματική διεξαγωγή της παραγωγικής διαδικασίας είναι απαραίτητη η νέα τεχνολογία και η συνεχής ενημέρωση της επιχείρησης για αυτήν.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

* Ως οργάνωση θα μπορούσε να ορισθεί μια διακρινόμενη κοινωνική οντότητα ή ένωση ή σύνολο ανθρώπων, η οποία μέσω της διαίρεσης της εργασίας, δομών, συστημάτων και σχεδίων επιδιώκει την επίτευξη σε " χρονική διάρκεια" σκοπών.

Ως περιβάλλον της οργάνωσης θα μπορούσε να ορισθεί οτιδήποτε βρίσκεται έξω από αυτή.

Με αυτή την έννοια το περιβάλλον της οργάνωσης επεκτείνεται στο άπειρο.

Οι κύριοι τομείς του περιβάλλοντος της οργάνωσης παρουσιάζονται στο παρακάτω σχήμα.

το περιβάλλον της οργάνωσης

* Βιβλ/φια : Δημήτρης Μπουράντας "Μανατζμεντ" σελ. 54-55.

Τα βασικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος της οργάνωσης που συνδέονται με τις οργανωτικές δομές και θα πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψη κατά τον οργανωτικό σχεδιασμό είναι δύο:

- 1) Η αβεβαιότητα και
- 2) Η διαθεσιμότητα πολλών σε αυτό που η οργάνωση έχει ανάγκη.

Οργάνωση προκειμένου να διαχειρισθεί αποτελεσματικά τα δύο αυτά χαρακτηριστικά πρέπει να σχεδιάσει και να αναπτύξει τις κατάλληλες οργανωτικές δομές, έτσι ώστε να αντιμετωπίσει τις ανάγκες που αυτά δημιουργούν.

Η αβεβαιότητα συνδέεται με την ανάγκη πληροφοριών για το περιβάλλον, ενώ η διαθεσιμότητα ή σπανιότητα πόρων συνδέεται με την εξάρτηση της οργάνωσης από τα στοιχεία ή άλλες οργανώσεις του περιβάλλοντός της.

Η αβεβαιότητα θα μπορούσε να ορισθεί ως έλλειψη πληροφοριών της οργάνωσης (των όσων λαμβάνουν αποφάσεις) σχετικά με τους παράγοντες του περιβάλλοντος και δυσκολία πρόβλεψης των αλλαγών που συνθέτουν την εξέλιξή του.

Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, δύο είναι οι βασικές πηγές της αβεβαιότητας του περιβάλλοντος:

- α) Η πολυπλοκότητα του και
- β) ο δυναμισμός του.

Η πολυπλοκότητα του περιβάλλοντος μιας οργάνωσης εκφράζει τον αριθμό των διαφορετικών στοιχείων ή παραγόντων που περιλαμβάνει το περιβάλλον και επηρεάζουν ή επιδρούν στην οργάνωση.

Ο δυναμισμός του περιβάλλοντος εκφράζει τη συχνότητα και την σπουδαιότητα των αλλαγών που συμβαίνουν σε αυτό και συνθέτουν την εξέλιξή του.

Στη συνέχεια θα αναφερθούμε στην ανάλυση της αποτελεσματικότητας της οργάνωσης, παρουσιάζοντας τις μεταβλητές εκείνες που επηρεάζουν άμεσα την αποτελεσματικότητα της οργάνωσης.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

Οι μεταβλητές που επηρεάζουν άμεσα την αποτελεσματικότητα της οργάνωσης είναι:

1. Τα χαρακτηριστικά της οργάνωσης, που είναι η δομή και η τεχνολογία. Η δομή της οργάνωσης περιλαμβάνει μεταβλητές, όπως την αποκέντρωση, την εξειδίκευση, την τυποποίηση, το άνοιγμα ελέγχου και το μέγεθος της οργάνωσης. Η τεχνολογία που αναφέρεται στους μηχανισμούς που χρησιμοποιεί η οργάνωση για να μετατρέψει το ακατέργαστο προϊόν στην είσοδο σε χρήσιμο προϊόν στην έξοδο, έχει ως μεταβλητές τις διαδικασίες της λειτουργίας που χρησιμοποιεί η οργάνωση στην παραγωγή, τα υλικά και τις τεχνικές γνώσεις.

2. Τα χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος, που είναι το εξωτερικό και το εσωτερικό περιβάλλον.

Στο εξωτερικό περιβάλλον αναφέρονται όλες οι δυνάμεις που είναι έξω από την οργάνωση όπως, ο βαθμός σταθερότητας του περιβάλλοντος, ο βαθμός πολυπλοκότητας του περιβάλλοντος και ο βαθμός της αβεβαιότητας του περιβάλλοντος. Το εσωτερικό περιβάλλον ή το κλίμα της οργάνωσης περιλαμβάνει μεταβλητές, όπως τον σκοπό επίτευξης, τις αμοιβές έναντι των τιμωριών και την ασφάλεια έναντι του κινδύνου.

3. Τα χαρακτηριστικά των υπαλλήλων, που προσδιορίζονται από τον βαθμό στον οποίο οι υπάλληλοι ταυτίζουν τον εαυτό τους με τον εργοδότη και την πραγματοποίηση της εργασίας.

Οι ατομικές διαφορές συντελούν, ώστε οι υπάλληλοι να συμπεριφέρονται διαφορετικά ο ένας από τον άλλον μέσα στην οργάνωση με αποτέλεσμα να επηρεάζεται η αποτελεσματικότητα της οργάνωσης.

4. Η πολιτική της διοίκησης, που επηρεάζει σημαντικά την αποτελεσματικότητα της οργάνωσης. Μεταβλητές στην κατηγορία αυτή είναι η

στρατηγική που ακολουθεί η διοίκηση στη διατύπωση των σκοπών, στο κλίμα της οργάνωσης, στον τρόπο της επικοινωνίας, στο ηγετικό στυλ, στον τρόπο λήψης αποφάσεων κ.λ.π.

Οι μάνατζερς είναι υπεύθυνοι για το σύστημα αμοιβών που θα εφαρμόσει η διοίκηση και ακόμα για την ικανοποίηση των προσωπικών σκοπών και αναγκών των υπαλλήλων της, παράλληλα με την εκπλήρωση των σκοπών της οργάνωσης.

Όσο η τεχνολογική εξέλιξη αυξάνει και το περιβάλλον γίνεται περισσότερο πολύπλοκο και εχθρικό, τόσο ο ρόλος της διοίκησης γίνεται δύσκολος και καθοριστικός για την επιτυχία της οργάνωσης.

ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

Η μέτρηση της αποτελεσματικότητας της οργάνωσης είναι μια δουλειά πολύ δύσκολη για το μάντζερ και τους άλλους υπεύθυνους.

Δεκαεννέα κριτήρια θεωρούνται ως τα σπουδαιότερα για τον προσδιορισμό της αποτελεσματικότητας. Από αυτά τα σημαντικότερα είναι η συνολική απόδοση, η παραγωγικότητα, η ικανοποίηση των υπαλλήλων από τη δουλειά, το καθαρό κέρδος και η παραίτηση υπαλλήλων.

ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ:

Πίνακας των κριτηρίων - μεταβλητών που χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας

- | | |
|-------------------------------|--|
| 1.Συνολική αποτελεσματικότητα | Ο βαθμός που μια οργάνωση εκπληρώνει όλα τα καθήκοντα και τους σκοπούς της. |
| 2.Ποιότητα | Η ποιότητα των υπηρεσιών ή του προϊόντος που παρέχεται από την οργάνωση. |
| 3.Παραγωγικότητα | Η ποσότητα του κυρίου προϊόντος ή των υπηρεσιών που η οργάνωση παρέχει. Μπορεί να μετρηθεί για τα άτομα, τις ομάδες και για όλη την οργάνωση. |
| 4.Ετοιμότητα | Η εκτίμηση της πιθανότητας που μπορεί να έχει η οργάνωση για να εκπληρώνει με επιτυχία συγκεκριμένα καθήκοντα. |
| 5.Αποδοτικότητα | Ο λόγος που κάνει τη σύγκριση κάποιου αποτελέσματος ή προϊόντος στην έξοδο προς το κόστος που δαπανήθηκε γι' αυτό το προϊόν, π.χ.η δραχμή ανά μονάδα προϊόντος. |
| 6.Οφελος ή κέρδος | Το κέρδος που αφήνει η οργάνωση σύμφωνα με την κρίση του ιδιοκτήτη. |
| 7.Ανάπτυξη | Μια αύξηση στο εργατικό δυναμικό, στον εξοπλισμό,στις πωλήσεις,στο κέρδος,στις μετοχές κ.λ.π. Σύγκριση της τωρινής κατάστασης της οργάνωσης με την παλαιά της κατάσταση. |

- 8.Χρησιμοποίηση του περιβάλλοντος
Ο βαθμός που μια οργάνωση αλληλεπιδρά με επιτυχία με το περιβάλλον της, δηλαδή, που μπορεί να αποκτήσει σπάνιες πηγές και μέσα, που είναι απαραίτητα για την αποτελεσματική της λειτουργία.
- 9.Σταθερότητα
Η διατήρηση της δομής, της λειτουργίας και των μέσων δια μέσου του χρόνου και κυρίως σε περιόδους άγχους και κρίσης.
- 10.Απολύσεις
Η συχνότητα των ατόμων που εγκαταλείπουν τη δουλειά.
- 11.Απουσίες
Η συχνότητα με την οποία οι υπάλληλοι απουσιάζουν από τη δουλειά τους.
- 12.Ατυχήματα
Ο αριθμός των ατυχημάτων που λαμβάνουν χώρα μέσα στην οργάνωση.
- 13.Ηθικό
Η προδιάθεση των μελών της οργάνωσης να προσπαθούν περισσότερο, έτσι ώστε να εκπληρώνονται οι σκοποί της οργάνωσης. Περιλαμβάνει αισθήματα αφοσίωσης και είναι φαινόμενο ομαδικό παρόλο που τα άτομα μεμονωμένα διαθέτουν σε κάποιο βαθμό το στοιχείο της παρώθησης.
- 14.Κίνητρα
Ο βαθμός της προδιάθεσης που διακατέχει ένα άτομο που αναλαμβάνει να πραγματοποιήσει μια δραστηριότητα στη δουλειά.
- 15.Ικανοποίηση
Ο βαθμός της ικανοποίησης που αισθάνεται ένα άτομο για το έργο που πραγματοποιεί.
- 16.Αποδοχή των σκοπών της οργάνωσης
Ο βαθμός που τα άτομα αποδέχονται τους σκοπούς της είναι σωστοί και δίκαιοι.
- 17.Σύγκρουση-Συνοχή
Δύο διαστάσεις αντίθετες.Στα πρώτα μέλη της οργάνωσης έρχονται σε σύγκρουση και υπάρχει μικρή συνεργασία και κακή επικοινωνία. Στην άλλη τα μέλη της οργάνωσης αγαπιούνται, εργάζονται μαζί, συνεργάζονται πρόθυμα και επικοινωνούν αποτελεσματικά.
- 18.Ευελιξία-Προσαρμοστικότητα
Η δυνατότητα που έχει η οργάνωση να μεταβάλλει τα πρότυπα λειτουργίας, ανταποκρινόμενη στις αλλαγές του περιβάλλοντος.
- 19.Αξιολόγηση από εξωτερικούς φορείς
Αξιολόγηση της οργάνωσης από άτομα και οργανώσεις, που βρίσκονται στο περιβάλλον της με τα οποία και αλληλεπιδρά.

Ο τρόπος αυτός που χρησιμοποιείται ένα μόνο κριτήριο για την μέτρηση

της αποτελεσματικότητας έχει μερικά μειονεκτήματα. Η συχνότητα π.χ. των απολύσεων σε μια οργάνωση, μπορεί να δείχνει, ότι η αποτελεσματικότητα της οργάνωσης μειώνεται.

Όμως δεν μπορεί να θεωρηθεί μόνο αυτό το κριτήριο επαρκές για την μέτρησή της. Μερικά από τα κριτήρια αυτά (π.χ. ικανοποίηση), παρουσιάζουν ιδανικές μετρήσεις, δηλαδή, ποιος << θα έπρεπε >> να είναι ο βαθμός ικανοποίησης από τη δουλειά, και όχι αντικειμενικές μετρήσεις πάνω στην ικανότητα της οργάνωσης να εκπληρώνει τους σκοπούς της.

Γι' αυτό και ο τρόπος της χρησιμοποίησης διαφόρων βασικών κριτηρίων για τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας αποτελεί τη σωστότερη και επιτυχεστέρα προσπάθεια. Με τη μέθοδο αυτή εξετάζεται η σχέση μεταξύ των διαφόρων μεταβλητών που επηρεάζουν την επιτυχία της οργάνωσης. Η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας πρέπει να συνδέεται με τα μέσα και τους σκοπούς.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Η φιλοσοφία του συστήματος της διοίκησης είναι αρκετά μεγάλη και συνίσταται συνοπτικά στην πρόβλεψη, στον σχεδιασμό, στην οργάνωση, διεύθυνση, συντονισμό και τέλος έλεγχο της οικονομικής μονάδας που την ασκεί.

Αναλυτικότερα, η έρευνα για το μέλλον, ο σχεδιασμός για τις ενέργειες που θα λάβουν χώρα, η οικοδόμηση της διπλής διάρθρωσης υλικού και ανθρώπων που αναλαμβάνεται, η διατήρηση των δραστηριοτήτων του προσωπικού, η εναρμόνιση των προσπαθειών του με τους στόχους της επιχείρησης και τέλος η συμμόρφωση του με τους ισχύοντες κανόνες και εντολές, συντελούν στην αποτελεσματική διοίκηση.

Σκοπός της διοίκησης είναι τα παραπάνω να τηρούνται σ' όλες τις λειτουργίες και διευθύνσεις της οικονομικής μονάδας και να λαμβάνουν χώρα, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η συναίνεση, η παρακίνηση και η δέσμευση για την αποτελεσματική υλοποίησή τους.

Ένα από τα μοντέλα διοίκησης είναι και η διοίκηση με στόχους.

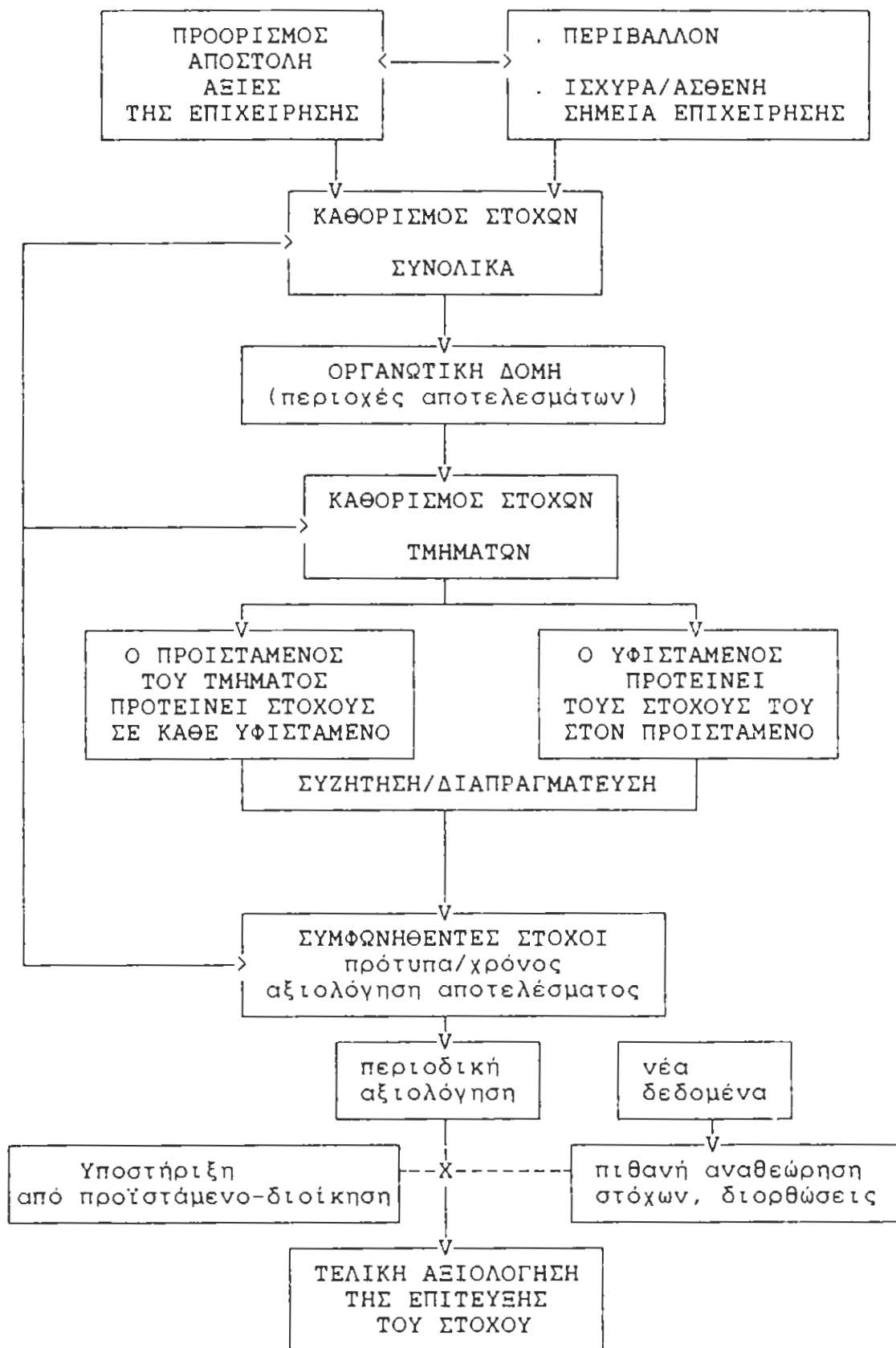
Τα βασικά βήματα που αποτελούν τον κορμό της διαδικασίας της διοίκησης με στόχους είναι τα εξής:

- Πρώτο, η ανώτατη διοίκηση καθορίζει τους γενικούς ή συνολικούς στόχους της επιχείρησης.
- Δεύτερο, με βάση την κατάλληλη οργανωτική δομή, οι γενικοί στόχοι επιμερίζονται για να καθοριστούν οι στόχοι των διαφόρων τμημάτων, την ευθύνη των οποίων ασφαλώς έχουν τα διοικητικά στελέχη που προϊστανται στο κάθε τμήμα.
- Τρίτο, ο προϊστάμενος του τμήματος ή της ομάδας επιμερίζει τους στόχους του τμήματός του σε επιμέρους, έτσι ώστε να καθορίσει για κάθε υφιστάμενο του - μέλος της ομάδας συγκεκριμένο στόχο, στον οποίο και προτείνει, λαμβάνοντας υπ' όψη τις δυνατότητες και τα ενδιαφέροντα του κάθε ατόμου.

Συγχρόνως ο κάθε υφιστάμενος έχοντας λάβει τη σχετική ενημέρωση και κατανοήσει τους γενικούς στόχους της επιχείρησης και του τμήματος στο οποίο ανήκει, διαμορφώνει συγκεκριμένους στόχους για τον εαυτό του και τους προτείνει στον προϊστάμενό του.

-Τέταρτο, ο προϊστάμενος και ο υφιστάμενος συζητούν ειλικρινά και καλόπιστα τους προτεινόμενους στόχους και καταλήγουν σε μια συμφωνία οριστικών και συγκεκριμένων στόχων που αναλαμβάνει να υλοποιήσει ο υφιστάμενος σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

Πιο αναλυτικά η διαδικασία της διοίκησης με στόχους (που όπως προαναφέρθηκε είναι ένα από τα μοντέλα διοίκησης), αναφέρεται στο παρακάτω σχεδιάγραμμα:



ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΕ ΣΤΟΧΟΥΣ

ΒΙΒΛ/ΦΙΑ : ΧΡΗΣΤΟΥ ΦΛΩΡΟΥ "ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ"

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ANKER®

Η πρώτη στα αυτοκόλλητα υλικά συσκευασίας

Σύγχρονα προϊόντα συσκευασίας.

Η βιομηχανία αυτοκόλλητων και υλικών συσκευασίας ANKER ABEE, πρώτη και μεγαλύτερη στο είδος της στην Ελλάδα, καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών της αγοράς με προϊόντα διεθνούς ποιότητας και προδιαγραφών.

Διαθέτει υπερσύγχρονα μηχανήματα και χρησιμοποιεί Ευρωπαϊκές πρώτες ύλες και τεχνολογία.

Εγγύηση για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της αποτελούν επίσης οι κτιριακές εγκαταστάσεις της (10.000 τ.μ. στεγασμένη επιφάνεια), ο στόλος των φορτηγών κι επιβατικών αυτοκινήτων της, το υποκατάστημα στη Θεσσαλονίκη κι οι αντιπρόσωποί της σε όλους τους Νομούς της Ελλάδας.

Τα προϊόντα της καλύπτουν όλο το φάσμα των αυτοκόλλητων ταινιών (για συσκευασία ή για άλλες χρήσεις) και των αυτοκόλλητων ετικεττών (κυρίως τυπωμένων εξαιρετικής ποιότητας).

Επίσης παράγει κόλλα γενικής χρήσης σε σωληνάρια και διαθέτει φιλμ συσκευασίας και μηχανισμούς συσκευασίας για κάθε χρήση.

Τα προϊόντα της ANKER ABEE προσφέρουν στους χιλιάδες πελάτες της (καταναλωτές, επαγγελματίες, βιοτεχνίες, βιομηχανίες κ.λ.π.), σιγουριά στη συσκευασία, γρήγορη και οικονομική παραγωγή, ασφάλεια και προβολή των προϊόντων τους.



Αυτοκόλλητες ταινίες από Σελοφάν για οικιακή, σχολική και επαγγελματική χρήση, πλάτους 12, 15, 19, 25 mm και μήκους 2,7 - 7,2 - 33 - 66 m.



Αυτοκόλλητες ταινίες συσκευασίας, από PVC και PP για συσκευασία δεμάτων, χαρτοκιβωτίων κ.λ.π. πλάτους 12, 15, 19, 25, 30, 38, 50 mm και μήκους 66 και 660 m (κι ειδικών διαστάσεων).

ANKER A. B. E. E.

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ "ANKER" Α.Β.Ε.Ε.

Η Εταιρεία με την οποία θα ασχοληθούμε παρακάτω και θα αναπτύξουμε όλα όσα αφορούν αυτή, ονομάζεται "ANKER" και αντικείμενό της είναι όλο το φάσμα των αυτοκόλλητων ταινιών (συσκευασίας ή επικόλλησης πάνω σε προϊόντα κ.ά.), αυτοκόλλητων ετικετών, καθώς επίσης παράγει και κόλλα γενικής χρήσης σε σωληνάρια και τέλος διαθέτει φιλμ και μηχανισμούς συσκευασίας για κάθε χρήση.

Η νομική της μορφή είναι Α.Β.Ε.Ε., δηλαδή, κατασκευαστική εμπορική επιχείρηση με κύριο αντικείμενο την εισαγωγή και μεταποίηση α'υλών, όπως: Αυτοκόλλητο χαρτί και Αυτοκόλλητο πλαστικό με υπόθεμα, Αυτοκόλλητες ταινίες χωρίς υπόθεμα από P.V.C. πολυπροπυλένιο.

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ "ANKER"

Η " ANKER " ξεκίνησε την δράση της στον επιχειρηματικό χώρο, πριν σαράντα τρία (43) ολόκληρα χρόνια, το 1952, σαν ατομική επιχείρηση με την επωνυμία " ΛΑΖΑΡΟΣ ΝΙΚΟΛΑΙΔΗΣ ".

Ο Κος ΝΙΚΟΛΑΙΔΗΣ (βασικός μέτοχος και πρόεδρος σήμερα στην "ANKER"), με πολύ προσωπική εργασία τότε και ως οξυδερκής άτομο, μυρίστηκε τις ανάγκες της αγοράς και έκρινε σκόπιμο να καθιερώσει το <<σέλλο>> στους εμπόρους κατ' αρχήν και αργότερα σε μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεις.

Κάτι τέτοιο ήθελε τότε πολύ αγώνα και επιμονή γιατί όλοι εκείνη την εποχή χρησιμοποιούσαν τον σπάγγο και ήταν δύσκολο να πειστούν ότι μια καινούρια αυτοκόλλητη ταινία συσκευασίας για δέματα, χαρτοκιβώτια κ.λ.π. θα αντικαθιστούσε τον παλιό και γνώριμο σπάγγο.

Παρ' όλα αυτά ήταν από τους πρώτους που έκανε εισαγωγές και ποτών εκείνη την εποχή, όπως το " WHITE HORSE " και το " CROWWFORDW ".

Τότε η αγορά ήταν παρθένα από αυτά τα προϊόντα και όποιος τα πρωτοδιάθετε στην αγορά ή θα επιτύχενε ή θα αποτύχενε στο έπακρο.

Έτσι και έγινε. Η " ANKER " όχι μόνο επέτυχε τον σκοπό της, αλλά σήμερα σχεδόν μονοπωλεί την αγορά (κατέχει το 95% της αγοράς και εξελίσσεται και άλλο !).

Η εταιρία αργότερα το 1973 έγινε " ανώνυμος βιομηχανική εμπορική εταιρεία " (Α.Β.Ε.Ε).

Εκείνη την εποχή (το 1973) έγιναν κάποιες επενδύσεις, γιατί ο Κος ΝΙΚΟΛΑΙΔΗΣ προέβλεψε ότι πρέπει να υλοποιηθούν αυτές (οι επενδύσεις) λόγω της τότε ραγδαίας εξέλιξης της αυτοκόλλητης ετικέτας πάνω στα προϊόντα, η οποία πιστοποιούσε την ταυτότητά τους, αν ήταν καλοδουλεμένη και καλοβγαλμένη.

Έτσι με τις επενδύσεις σε μηχανήματα που δεν είχαν ξαναέρθει στην Ελλάδα η "ANKER" υπερίσχυσε σε τεχνογνωσία έναντι σε τότε παλιές ετικετοποιείες και σε συνδυασμό κανόνων του Marketing, σύγχρονων διαφημίσεων και εγκαταστάσεων κ.ά. κατέληξε στην σημερινή της μορφή που όπως προαναφέρθηκε κατέχει το 95% στο κομμάτι της ετικέτας στην αγορά και είναι ανάμεσα στις πρώτες εταιρείες στην αυτοκόλλητη ταινία και στην ταινία συσκευασίας γενικότερα.

Η βιοσημότητα της " ANKER " δεν παρουσιάζει κανένα πρόβλημα, γιατί είναι μια μονίμως κερδοφόρα εταιρεία και έχει πολύ μεγάλη απόδοση ιδίων κεφαλαίων και τα κέρδη της είναι συνεχώς αυξανόμενα.

Τα μελλοντικά σχέδια της " ANKER " είναι η ανάπτυξή της με νέες επενδύσεις και στοχεύει κατ' αρχήν στην εγχώρια αγορά, αλλά αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι κάποια στιγμή που παρουσιάζεται η ευχέρεια για κάποια εξαγωγή θα την αφήσει να πάει χαμένη.

Η " ANKER " θέλει να πουλάει και εφ' όσον προκύπτει το κάνει.

Η προσπάθειά της είναι να αναπτύξει το μερίδιό της στην αγορά της

αυτοκόλλητης ταινίας, γιατί βέβαια στην ετικέτα το ποσοστό είναι ήδη πάρα πολύ μεγάλο (95%).

Η προσπάθεια αυτή υλοποιείται με την εξής μέθοδο: παρατηρείται μια τάση " δυσαρεστημένων πελατών - μεγαλοπελατών " ή πελατών που γυρεύουν την ποιότητα στην δουλειά τους, την φερεγγυότητα στους όρους παράδοσης και στις τιμές, που απευθύνονται στην " ANKER " λόγω του ότι παρέχει όλα τα παραπάνω και κανένας πελάτης της δεν είναι δυσαρεστημένος.

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα και την αύξησή της στο μερίδιο της αγοράς.

Προβλήματα κατά την πορεία της "ANKER", όπως φυσικά και κάθε επιχείρησης ήταν ο ανταγωνισμός.

Ο Κος ΝΙΚΟΛΑΪΔΗΣ πάλεψε μόνος του στην αρχή και αργότερα μαζί με τους συνεργάτες του, μεγάλες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις όπως π.χ.η TESA και αρκετές άλλες που δραστηριοποιούνταν τότε στον Ελληνικό χώρο και κατάφερε και έφερε ευφάμιλη την " ANKER ", και αργότερα με τις επενδύσεις που έγιναν στον χώρο της ετικέτας κατάφερε να ξεπεράσει τους παλιούς ετικετοποιούς και έφτασε στην πρώτη θέση.

Η " ANKER " όπως όλες οι επιχειρήσεις έχει ν'αντιμετωπίσει την πραγματικότητα της Ελλάδας, το υψηλό κόστος του χρήματος και την αστάθεια που υπήρχε και υπάρχει, με αποτέλεσμα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να είναι όσον αφορά τις πληρωμές τους προβληματικές ως προς την " ANKER " με συνέπεια η " ANKER " να' χει μεγάλη διάρκεια πίστωσης άρα και ένα χρηματοοικονομικό κόστος.

ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ ΤΗΣ " ANKER "

Η " ANKER " ενώ κατά την ίδρυσή της ήταν ατομική επιχείρηση το 1973 μετατράπηκε σε Α.Β.Ε.Ε.

Το καταστατικό της " ANKER " περιέχει όπως ορίζει ο νόμος τις εξής διατάξεις:

1) Την επωνυμία της εταιρείας που έχει ως εξής :

" ANKER Α.Β.Ε.Ε " καθώς και τον σκοπό της που είναι η εισαγωγή α' υλών με σκοπό την μεταποίησή τους, την εμπορία τους και τέλος το κέρδος.

2) Την έδρα της εταιρείας που είναι η Αθήνα και ειδικότερα η περιοχή " Ζωγράφου "

3) Το ύψος και τον τρόπο καταβολής του εταιρικού κεφαλαίου.

4) Το είδος των μετοχών, καθώς και τον αριθμό και την ονομαστική τους αξία για την έκδοσή τους.

5) Τον αριθμό των μετοχών, κάθε κατηγορίας.

6) Την μετατροπή ονομαστικών μετοχών σε ανώνυμες, ή ανωνύμων σε ονομαστικές.

7) Την σύγκληση, συγκρότηση, λειτουργία και αρμοδιότητες του διοικητικού συμβουλίου της " ANKER " .

8) Την σύγκληση, συγκρότηση, λειτουργία και αρμοδιότητες των γενικών συνελεύσεων της " ANKER " .

9) Περιέχονται ειδικές διατάξεις για τους ελεγκτές:

9.α. Για τα δικαιώματα των μετόχων.

9.β. Για τον ισολογισμό και την διάθεση κερδών.

9.γ. Για την λύση της εταιρείας και την διάθεση (εκκαθάριση) της περιουσίας της.

Στο καταστατικό της " ANKER " αναφέρονται επίσης:

- 1) Τα ατομικά στοιχεία των φυσικών ή νομικών προσώπων που υπέγραψαν το καταστατικό της ή στο όνομα και για λογαριασμό των οποίων έχει υπογραφεί το καταστατικό της.
- 2) Το συνολικό ποσό, τουλάχιστον κατά προσέγγιση, όλων των δαπανών που απαιτήθηκαν για την σύσταση της "ANKER" και βαρύνουν αυτή. Στην " ANKER " όπως και σε όλες τις "Α.Β.Ε.Ε." αντικείμενο φόρου είναι τα κέρδη που προκύπτουν και τα διανεμόμενα κέρδη λαμβάνονται από το υπόλοιπο των κερδών, που απομένει μετά την αφαίρεση του αναλογούντος φόρου εισοδήματος της " ANKER ". Ο βαρύνων την " ANKER " φόρος εισοδήματος είναι εταιρικό βάρος.

ΜΕΤΟΧΟΙ - ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΜΕΤΟΧΕΣ.

1) ΜΕΤΟΧΟΙ:

Στην "ANKER" ο βασικός μέτοχος είναι αυτός που την έφερε σε αυτό το σημείο εξέλιξής της, δηλαδή, ο Κος ΝΙΚΟΛΑΙΔΗΣ.

Ο Κος ΝΙΚΟΛΑΙΔΗΣ κατέχει το μεγαλύτερο μέρος των μετοχών και ως αποτέλεσμα αυτού είναι η προεδρική θέση που κατέχει στην εταιρεία και ο τελικός λόγος του για τις αποφάσεις που λαμβάνονται!

2) ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ:

Το μετοχικό κεφάλαιο της "ANKER" (σύμφωνα με τον ισολογισμό του 1994) ανέρχεται στο ποσό των Εξακοσίων ογδόντα ενός εκατομμυρίων, οκτακοσίων σαράντα τριών χιλιάδων δραχ. (681.843.000 δραχ.), δηλαδή, σε 681.843 μετοχές των 1.000 δραχ.

3) ΜΕΤΟΧΕΣ

Το μεγαλύτερο μέρος των μετοχών της " ANKER " το κατέχει ο Κος ΝΙΚΟΛΑΙΔΗΣ.

Όσον αφορά την μεταβίβαση των ονομαστικών μετοχών της " ANKER " γίνεται με εγγραφή σε ειδικό βιβλίο της εταιρείας, χρονολογούμενης και υπογραφομένης από τον μεταβιβάζοντα μέτοχο και τον αγοραστή ή τους πληρεξούσιους τους.

Μετά από κάθε μεταβίβαση εκδίδεται νέος τίτλος ή επισημειώνεται από την εταιρεία πάνω στον τίτλο που υπάρχει η μεταβίβαση που έγινε και ονοματεπώνυμα με τις διευθύνσεις, το επάγγελμα και την εθνικότητα αυτού που μεταβιβάζει και αυτού που αγοράζει.

Τα στοιχεία αυτά καταχωρούνται και στο τηρούμενο από την "ANKER" ως ανώτερο ειδικό βιβλίο.

Για την "ANKER" μέτοχος θεωρείται αυτός που είναι γραμμένος στο ειδικό βιβλίο της.

ΓΕΝΙΚΗ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ ΤΗΣ "ANKER"

Η Γενική Συνέλευση (Γ.Σ.) της " ANKER " συνέρχεται τουλάχιστον μια φορά κατά εταιρική χρήση και μέσα σε έξι (6) το πολύ μήνες από την λήξη της χρήσης αυτής στην έδρα της "ANKER". Η Γ.Σ. είναι η μόνη αρμόδια ν' αποφασίζει περί:

- α) Των τροποποιήσεων του καταστατικού.
- β) Της εκλογής μελών του Δ.Σ. και ελεγκτών.
- γ) Της εγκρίσεως του ισολογισμού της εταιρείας.
- δ) Της διαθέσεως των ετησίων κερδών.
- ε) Της έκδοσης δανείου με ομολογίες.
- στ) Της συγχώνευσης, παράτασης ή διάλυσης της εταιρείας και
- ζ) Του διορισμού εκκαθαριστών.

ΧΡΟΝΟΣ ΚΛΗΣΗΣ Γ.Σ. - ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΠΡΟΣΚΛΗΣΗΣ

Η Γ.Σ. με εξαίρεση τις επαναληπτικές συνελεύσεις και αυτών που εξομοιώνονται με αυτές, πρέπει να καλείται στην " ANKER " (όπως ορίζει ο νόμος) είκοσι τουλάχιστον ημέρες πριν την ημέρα συνεδρίασης, συνυπολογιζομένων και των εξαιρετέων ημερών.

Η ημέρα δημοσίευσης της πρόσκλησης της Γ.Σ. και η ημέρα της συνεδρίασης αυτής δεν υπολογίζονται.

Η πρόσκληση της Γ.Σ., η οποία περιλαμβάνει το οίκημα, την χρονολογία και την ώρα της συνεδρίασης, καθώς και τα θέματα της ημερήσιας διάταξης με σαφήνεια, τοιχοκολλείται σε εμφανή θέση στο κατάστημα της " ANKER " και δημοσιεύεται ως εξής:

- α) Στο τεύχος Α.Β.Ε.Ε. και Ε.Π.Ε. της εφημερίδας της κυβέρνησης.
- β) Σε μια ημερήσια πολιτική εφημερίδα που εκδίδεται στην Αθήνα και

κατά την κρίση του διοικητικού συμβουλίου, έχει ευρύτερη κυκλοφορία σ' ολόκληρη τη χώρα.

γ) Σε μια ημερήσια οικονομική εφημερίδα από εκείνες που:

- 1) εκδίδονται ανελλιπώς, κάθε ημέρα, τουλάχιστον από τρία (3) έτη και
- 2) έχουν κυκλοφορία τουλάχιστον 5.000 φύλλων την ημέρα.

ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ Γ.Σ.

Η Γ.Σ. των μετόχων είναι το ανώτατο όργανο της εταιρείας και δικαιούται ν' αποφασίζει για κάθε εταιρική υπόθεση με δικαίωμα βέτο πάντα στον Κο ΝΙΚΟΛΑΙΔΗ, ο οποίος έχει τον τελικό λόγο.

Οι αποφάσεις της δε (της Γ.Σ.) υποχρεώνουν και τους απόντες και διαφονούντες μετόχους.

ΠΡΑΚΤΙΚΑ Γ.Σ.

Οι συζητήσεις και αποφάσεις των συνελεύσεων περιληπτικά καταχωρούνται σε ειδικό βιβλίο.

Μετά από αίτηση μετόχου ο πρόεδρος της Γ.Σ. υποχρεούται να καταχωρήσει στα πρακτικά ακριβή περίληψη της γνώμης του.

Στο ίδιο βιβλίο καταχωρείται και κατάλογος των μετόχων που ήταν παρόντες ή αντιπροσωπεύτηκαν στην Γ.Σ.

Αν στην συνέλευση είναι παρών ένας μόνο μέτοχος, τότε αυτήν παρακολουθεί αντιπρόσωπος του υπουργείου εμπορίου ή συμβολαιογράφος της έδρας της " ANKER ", ο οποίος προσυπογράφει τα πρακτικά της συνέλευσης μαζί με τον μέτοχο.

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ " ANKER "

Η " ANKER " εκπροσωπείται στα δικαστήρια και εξώδικα από το Διοικητικό της Συμβούλιο (Δ.Σ) που ενεργεί συλλογικά.

Στο καταστατικό ορίζεται ότι ο Κος ΝΙΚΟΛΑΪΔΗΣ εκπροσωπεί την εταιρεία γενικά και επειδή ασκεί το ανώτερο δικαίωμα, γνωστοποιεί τον διορισμό των συμβούλων στην " ANKER " τρεις πλήρεις ημέρες πριν την συνεδρίαση της Γενικής Συνέλευσης (Γ.Σ.).

ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑ Δ.Σ.

Το Δ.Σ. της " ANKER " είναι αρμόδιο ν'αποφασίζει κάθε πράξη που αφορά την διοίκηση της, την διαχείριση της περιουσίας της και γενικά την επιδίωξη του σκοπού της " ANKER ".

Οι πράξεις του Δ.Σ. ακόμη και αν είναι εκτός του εταιρικού σκοπού, δεσμεύουν την εταιρεία απέναντι σε τρίτους, εκτός αν αποδειχθεί ότι ο τρίτος γνώριζε την υπέρβαση του εταιρικού σκοπού ή όφειλε να την γνωρίζει.

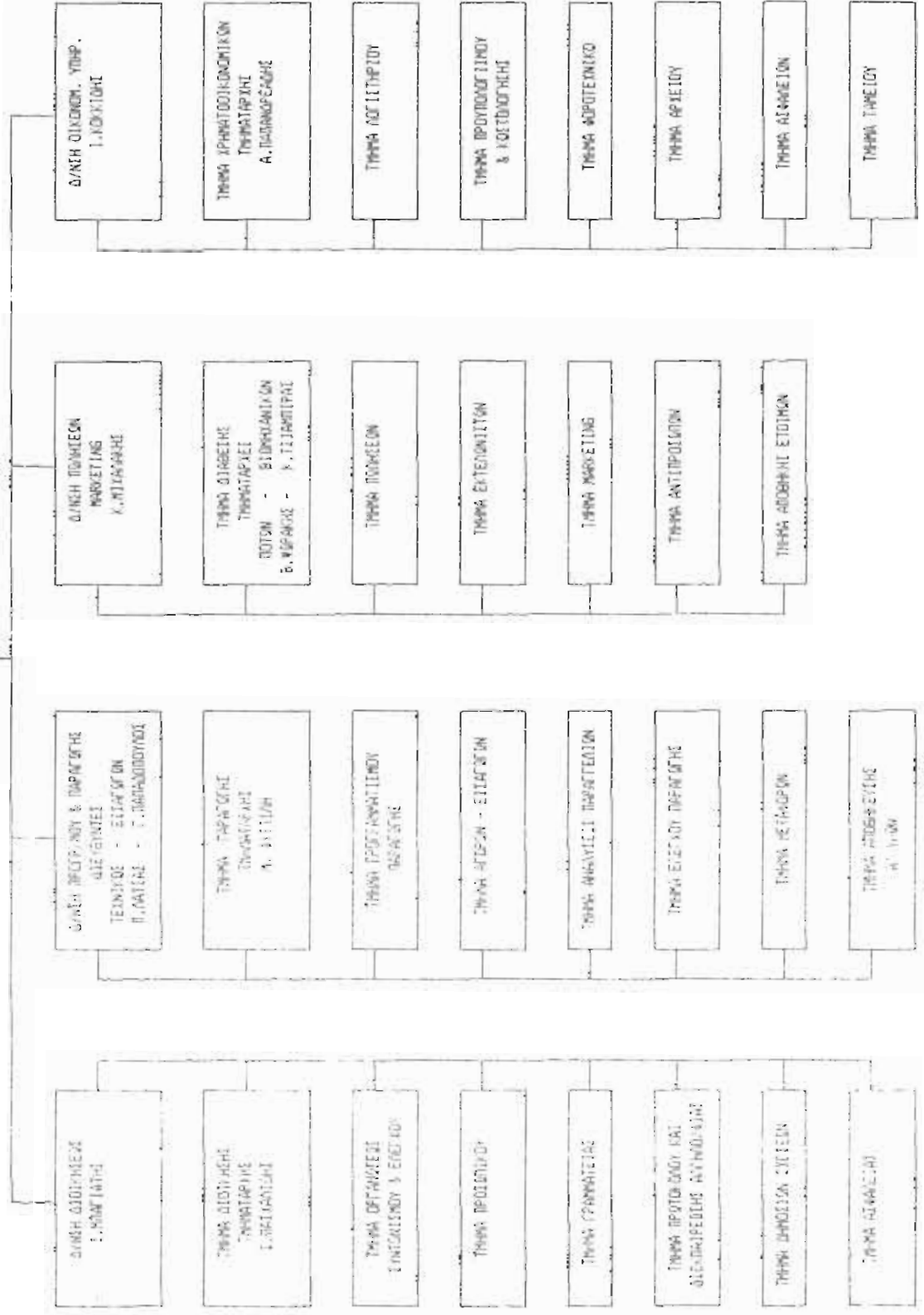
Το καταστατικό της " ANKER " ορίζει θέματα για τα οποία η εξουσία του Δ.Σ. ασκείται ολικά ή μερικά.

Ο τόπος που συνεδριάζει το Δ.Σ. είναι η έδρα της εταιρείας και κατά συνέπεια η περιοχή " ΖΩΓΡΑΦΟΥ " και ο χρόνος είναι μία φορά τον μήνα.

Η θητεία των μελών του Δ.Σ. ουδέποτε δύναται να περνάει τα (6) έξι έτη και οι σύμβουλοι είναι πάντα επανεκλέξιμοι.

ΓΕΝΙΚΟΙ ΔΙΕΥΘΥΝΤΕΣ
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΩΝ

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ
I. ΜΕΛΕΤΕΣ



ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

Όργανόγραμμα μιας επιχείρησης ορίζεται ως η σχηματική απεικόνιση του σκελετού μιας οργάνωσης, δηλαδή, των μερών αυτής, τμημάτων, υποτμημάτων, θέσεων εργασίας και των γραμμών εξουσίας που συνδέουν αυτά. Ο βασικός σκοπός του οργανογράμματος είναι να κάνει ορατή τη βασική δομή της οργάνωσης, έτσι ώστε να γίνεται αντιληπτή, γνωστή και συνεπώς σεβαστή από τα μέλη και το περιβάλλον της.

Σύμφωνα λοιπόν με τον ορισμό και το σκοπό, το οργανόγραμμα αποτελεί τη γραπτή και σχηματική παρουσίαση των αποφάσεων που ελήφθησαν στα πλαίσια του οργανωτικού σχεδιασμού. Έτσι, λοιπόν, το οργανόγραμμα δεν είναι τίποτα άλλο παρά ένα απλό, αλλά απαραίτητο μέσο για να κάνει συγκεκριμένα και ορατά στους ανθρώπους:

1. Τα κύρια και βοηθητικά τμήματα της επιχείρησης.
2. Τις θέσεις εργασίας (όλες τις βασικές) και τους τίτλους αυτών.
3. Τις γραμμές εξουσίας, δηλαδή ποιός είναι προϊστάμενος ή υφιστάμενος ποιού.
4. Τη θέση του κάθε εργαζομένου στην οργανωτική δομή.
5. Τη φύση της εργασίας του κάθε εργαζομένου.
6. Τα επίπεδα ιεραρχίας.
7. Τις βασικές ροές πληροφοριών.

Το οργανόγραμμα δεν είναι αρκετό για να απεικονίσει την οργανωτική πραγματικότητα, χρειάζεται να επισημανθούν εκείνα τα στοιχεία που είναι σημαντικά και το οργανόγραμμα αδυνατεί να κάνει φανερά. Τέτοια στοιχεία είναι:

1. Το συγκεκριμένο περιεχόμενο της κάθε θέσης εργασίας, δηλαδή τα συγκεκριμένα καθήκοντα, ευθύνες και εξουσίες.
2. Τις άτυπες σχέσεις και ομάδες που πολλές φορές, είναι εξίσου ση-

μαντικές με τις τυπικές.

3. Τη δύναμη της κάθε θέσης εργασίας και του κατόχου της.
4. Τους μηχανισμούς συντονισμού ή ολοκλήρωσης, εκτός από τη γραμμή εξουσίας.

Έτσι για την καλύτερη κατανόηση της οργανωτικής πραγματικότητας, το βασικό μέσο τυποποίησης της οργάνωσης είναι η περιγραφή των θέσεων εργασίας, η γραπτή παρουσίαση των καθηκόντων, των ευθυνών, της εξουσίας της κάθε θέσης εργασίας και των σχέσεών της με τις άλλες. Η περιγραφή των θέσεων εργασίας περιλαμβάνει τις προδιαγραφές (γνώσεις, ικανότητες) που πρέπει να ικανοποιεί ο κάτοχος της θέσης.

ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ τελικά είναι η γραφική απεικόνιση της επίσημης οργανικής διάρθρωσης που καταδεικνύει μεθοδικά και παραστατικά θέση, σχέσεις, εργασίες συνεργατών.

1. Ανώτατο και κυρίαρχο όργανο είναι η Γενική Συνέλευση των μετόχων που εκλέγει και εξουσιοδοτεί το Διοικητικό Συμβούλιο.
2. Το Διοικητικό Συμβούλιο αναλαμβάνει την υλοποίηση των αποφάσεων της Γενικής Συνέλευσης. Εκλέγει και εξουσιοδοτεί το Διευθύνοντα Σύμβουλο.
3. Ο Διοικητικός Σύμβουλος (ή Γενικός Διευθυντής) επωμίζεται πρακτικά πλέον τη διοίκηση της επιχείρησης.
4. Το Διοικητικό Συμβούλιο και ο Διοικητικός Σύμβουλος βοηθούνται στο έργο τους από εξωτερικούς επαγγελματίες συμβούλους (π.χ. νομικούς, οικονομολόγους, τεχνικούς κ.λ.π.).
5. Η επιχειρησιακή ενότητα (σύνολο εργασιών) διαχωρίζεται σε άλλες μικρότερες λειτουργίες (Υπηρεσίες ή Διευθύνσεις).
6. Για κάθε λειτουργία προβλέπεται η τοποθέτηση ενός Διευθυντή υπεύθυνου για την επιτυχία ή αποτυχία.

7. Κάθε λειτουργία (Υπηρεσία ή Διεύθυνση) διασπάται σε μικρότερες ομάδες εργασίας (τμήματα, γραφεία, θέσεις, κ.ο.κ)
8. Κάθε στέλεχος, κάθε συνεργάτης είναι υπεύθυνος μόνο προς τον άμεσο προϊστάμενό του και για τις συγκεκριμένες εργασίες που έχει αναλάβει.
9. Κάθε συνεργάτης λογοδοτεί μόνο στο φυσικό προϊστάμενό του.
10. Κάθε συνεργάτης έχει μόνο ένα προϊστάμενο.
11. Κάθε συνεργάτης πρέπει να εκτελέσει τις εντολές του προϊσταμένου του, ακόμα κι αν διαφωνεί. Αν δεν εισακουστεί η αντίρρησή του, μπορεί να κοινοποιήσει στον προϊστάμενο τού προϊσταμένου του τη γραπτή εισήγησή του. Οι προφορικές αντιρρήσεις θεωρούνται ανεύθυνες.
12. Ο συνεργάτης δεν έχει υποχρέωση για εκτέλεση εργασίας αν η εντολή δεν προέρχεται από φυσικό προϊστάμενό του. Εκτός, βέβαια από την περίπτωση που ο φυσικός προϊστάμενος παραχώρησε το δικαίωμα της άμεσης επαφής με άλλο πρόσωπο (μόνο γραπτά).

Οι αρχές αυτές προσδιορίζουν τους ιεραρχικούς θεσμούς, δηλαδή, τους θεσμούς εξουσίας. Η συλλογικότητα και η συνεργασία θεωρούνται αυτονόητα για την προώθηση των εργασιών.

Στις επόμενες σελίδες θα αναλύσουμε το οργανόγραμμα της " ANKER ", καθώς και τα βασικά καθήκοντα, εργασίες και αρμοδιότητες που λαμβάνουν χώρα σε κάθε λειτουργία του οργανογράμματος.

ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ
ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η αποτελεσματική υλοποίηση του συνολικού έργου μιας επιχείρησης απαιτεί το συντονισμό των διαφόρων θέσεων εργασίας. Ο εν λόγω συντονισμός επιτυγχάνεται με την ομαδοποίηση των θέσεων σε διευθύνσεις, τμήματα, υποτμήματα, ομάδες, των οποίων τη διοίκηση και συνεπώς το συντονισμό, αναλαμβάνει ένας προϊστάμενος, κατέχοντας συγκεκριμένη θέση που δημιουργείται γι' αυτό το σκοπό. Το πρόβλημα αυτό μπορεί να τεθεί και διαφορετικά. Δηλαδή, αν ένας άνθρωπος ή όργανο δεν έχει απεριόριστη δυνατότητα συντονισμού ή αν ένας οργανισμός ξεπεράσει ένα συγκεκριμένο μέγεθος, το ανώτατο διοικητικό στέλεχος ή όργανο αδυνατεί να διοικήσει άμεσα όλες τις θέσεις εργασίας. Έτσι δημιουργείται η ανάγκη να μεταβιβάσει εξουσία, στελέχη ή όργανα, τα οποία αναλαμβάνουν την ευθύνη της διοίκησης ενός μέρους της επιχείρησης ή οργανισμού. Η πρώτη τοποθέτηση του προβλήματος, όσο και η δεύτερη, αποτελούν τις δύο όψεις του ίδιου νομίσματος, που είναι η ομαδοποίηση των θέσεων εργασίας ή η τμηματοποίηση μιας επιχείρησης, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η πιο αποτελεσματική διοίκηση, διαιρώντας οριζόντια και κάθετα το έργο.

Η ομαδοποίηση έχει την έννοια της σύνδεσης των διαφόρων θέσεων εργασίας σε ομάδες, υποτμήματα και τμήματα, ξεκινώντας από τις θέσεις του εκτελεστικού έργου, ενώ η τμηματοποίηση έχει την έννοια της διαίρεσης της επιχείρησης ή οργανισμού, ξεκινώντας από το σύνολό της και καταλήγοντας στις θέσεις εργασίας.

Η σχεδίαση της ομαδοποίησης ή τμηματοποίησης πρέπει να απαντά σε δύο βασικά ερωτήματα, το ένα ποσοτικό και το άλλο ποιοτικό. Το ποσοτικό αναφέρεται στον αριθμό των θέσεων εργασίας, οι οποίες θα ομαδοποιηθούν κάτω

από τη διοικητική ευθύνη μιας θέσης προϊσταμένου ή στον αριθμό των τμημάτων, στα οποία θα διαιρεθεί μια επιχείρηση. Το ποιοτικό ερώτημα αφορά στις συγκεκριμένες θέσεις, δηλαδή, ποιές θα ομαδοποιηθούν κάτω από την ίδια θέση προϊσταμένου ή διαφορετικά, σε ποιά τμήματα θα διαιρεθεί μια επιχείρηση, σε ποιά υποτμήματα το καθένα από αυτά τα τμήματα κ.ο.κ.

Η βασική επιδίωξη της τμηματοποίησης μιας επιχείρησης είναι ασφαλώς η αποτελεσματικότητα.

Αυτό σημαίνει ότι η μορφή της τμηματοποίησης, δηλαδή, το είδος των τμημάτων, υποτμημάτων πρέπει να εξασφαλίσει την αποτελεσματική διοίκηση και συντονισμό, την επίτευξη συνεργίας και οικονομιών κλίμακας, την αποτελεσματική αξιοποίηση των πόρων, τη συνεργασία και ικανοποίηση των εργαζομένων.

Βασικά κριτήρια ομαδοποίησης των θέσεων εργασίας ή τμηματοποίησης της επιχείρησης είναι η αλληλεξάρτηση των θέσεων εργασίας και η εξειδίκευση.

Δηλαδή, κατά το σχεδιασμό της ομαδοποίησης ή τμηματοποίησης, γίνεται προσπάθεια το κάθε τμήμα να περιλαμβάνει, όσο είναι δυνατό, τις θέσεις εργασίας που εξαρτώνται στενά μεταξύ τους, δηλαδή η εκτέλεση του έργου της κάθε θέσης εξαρτάται από την εκτέλεση του έργου των άλλων.

Αυτή η λογική συνδέεται με την διευκόλυνση του προγραμματισμού, ελέγχου, καθοδήγησης και ηγεσίας, μέσω των οποίων επιτυγχάνεται ο αποτελεσματικός συντονισμός. Ταυτόχρονα, γίνεται προσπάθεια να τοποθετούνται στο ίδιο τμήμα, υποτμήματα, οι θέσεις εργασίας της αυτής ή συγγενών ειδικεύσεων, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων μέσω οικονομικών κλίμακας και συνεργίας.

Η "ANKER" ακολουθεί την τμηματοποίηση κατά λειτουργία. Η τμηματοποίηση κατά λειτουργία αποτελεί μια λογική μορφή τμηματοποίησης των επιχει-

ρήσεων. Βασίζεται στις επιχειρησιακές λειτουργίες. Έτσι, οι θέσεις εργασίας που το έργο τους αφορά στην ίδια επιχειρησιακή λειτουργία τοποθετούνται στο ίδιο τμήμα ή υποτμήμα. Οι βασικές κοινές λειτουργίες που αναπτύσσονται είναι η παραγωγή, οι πωλήσεις και το MARKETING, η χρηματοοικονομική λειτουργία και η λειτουργία προσωπικού. Εκτός αυτών, αναπτύσσονται και άλλες κύριες ή βοηθητικές λειτουργίες, όπως η έρευνα και ανάπτυξη, η συντήρηση, οι δημόσιες σχέσεις, η νομική λειτουργία κ.λ.π.

Σύμφωνα με το λειτουργικό κριτήριο τμηματοποίησης, όλες οι θέσεις εργασίας, που αναφέρονται σε κάθε μία από αυτές τις λειτουργίες, ομαδοποιούνται σ'ένα τμήμα, το οποίο συνήθως λαμβάνει και το όνομα της συγκεκριμένης λειτουργίας. Δηλαδή, οι θέσεις εργασίας που αφορούν στην παραγωγή, αποτελούν το τμήμα παραγωγής, οι θέσεις εργασίας που αφορούν στις πωλήσεις αποτελούν το τμήμα πωλήσεων κ.ο.κ.

Η λογική της εν λόγω μορφής τμηματοποίησης συνίσταται στο ότι οι θέσεις εργασίας που αφορούν στην αυτή επιχειρησιακή λειτουργία, είναι περισσότερο αλληλοεξαρτούμενες μεταξύ τους και συνεπώς απαιτούν περισσότερο συντονισμό. Ταυτόχρονα, η κάθε επιχειρησιακή λειτουργία συνεπάγεται εξειδικευμένες γνώσεις και ικανότητες. Έτσι με την ομαδοποίησή τους στο ίδιο τμήμα επιτυγχάνεται η αξιοποίηση πόρων μέσω οικονομικών κλίμακας και συνέργιας.

Η λειτουργική τμηματοποίηση αποτελεί μια λογική μέθοδο που εκφράζει τις ειδικεύσεις που κυριαρχούν στο υφιστάμενο μοντέλο παραγωγής και εκπαίδευσης. Το πλεονέκτημά της είναι ότι έχει περισσότερη αποδοτικότητα και υψηλότερη ικανοποίηση εργαζομένων. Ένα μειονέκτημα που μπορεί να αναφερθεί είναι ότι το τελικό αποτέλεσμα μπορεί να μετρηθεί μόνο σε επίπεδο συνόλου επιχείρησης και συνεπώς ο έλεγχος της συμβολής του κάθε τμήματος σ'αυτό είναι δύσκολος. Επίσης, με την εξειδίκευση των τμημάτων

δημιουργούνται στεγανά και συγκρούσεις, που είναι σε βάρος της συνεργασίας και του συντονισμού τους.

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί θα αναλύσουμε τις διευθύνσεις και τα τμήματα, στα οποία χωρίζεται η "ANKER" και τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν, το καθένα χωριστά και σε συνεργασία μεταξύ τους.

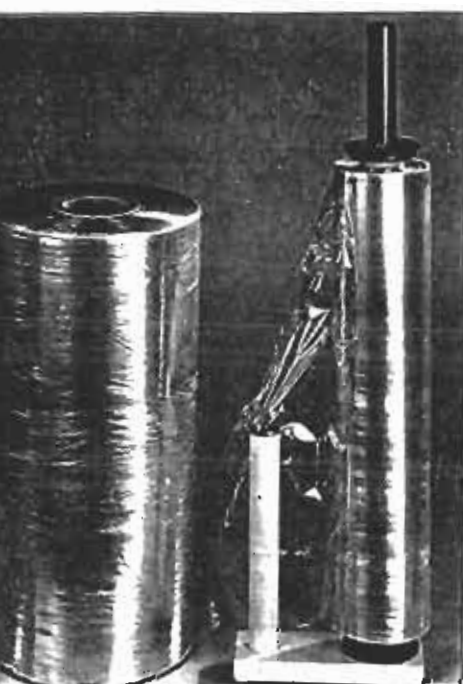
ΒΙΒΛ/ΦΙΑ : ΧΡΗΣΤΟΥ ΦΛΩΡΟΥ " ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ "



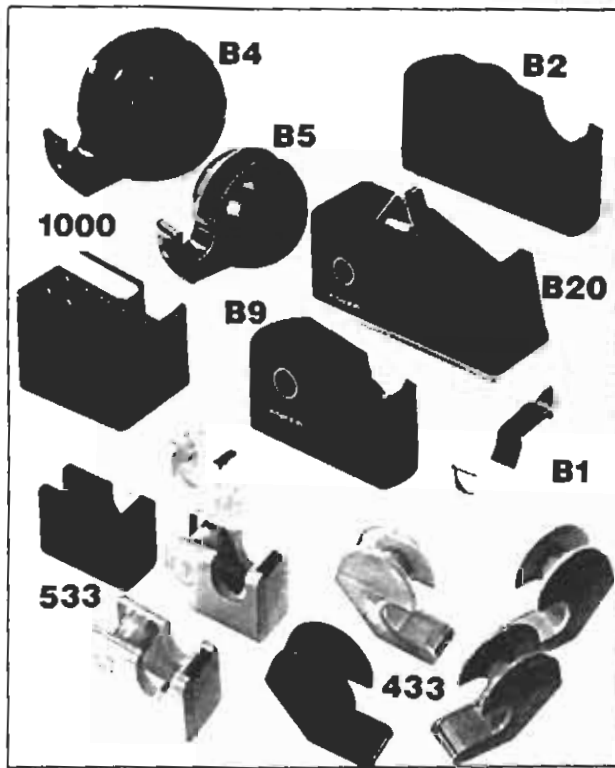
Γιες λευκές ετικέτες, σε μεγάλη ποικιλία σχημάτων και μεγεθών (ζητήστε αναλυτικό κατάλογο).



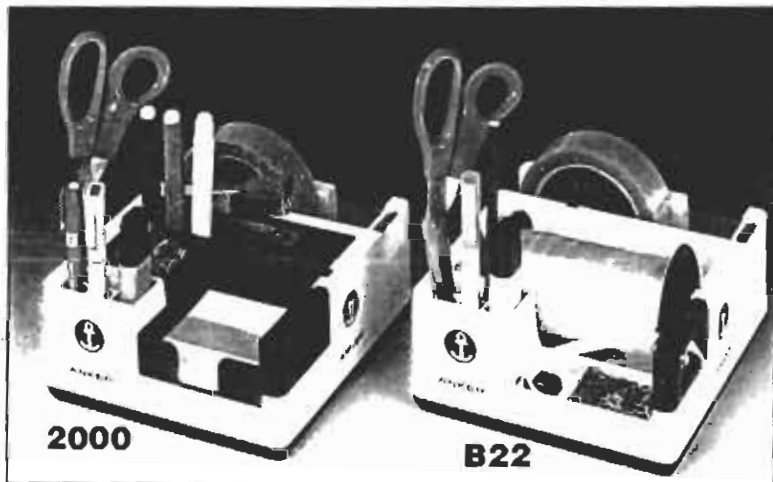
Μικτή, γενικής χρήσης σε σωληνάκια 15, 30, 50 cc, για ξύλο, γυαλί κ.λ.π.



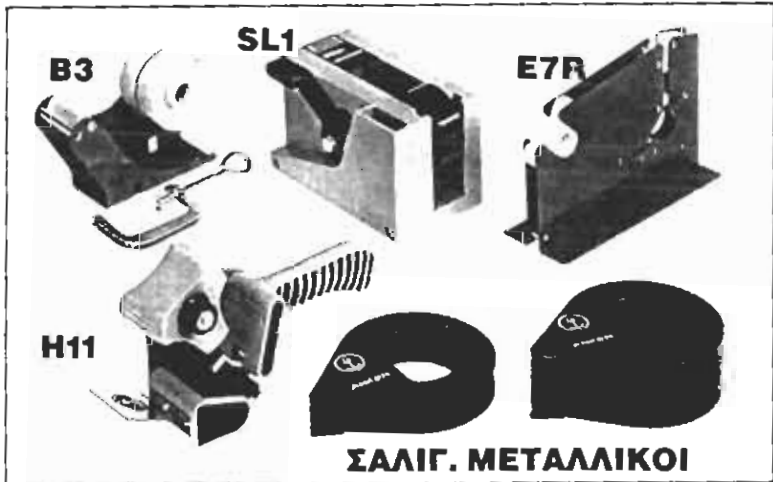
CH-FILM για συσκευασία επιχειρημάτων σε παλέτες.



Βάσεις αυτοκόλλητων ταινιών.



Ειδικές βάσεις συσκευασίας, για αυτοκόλλητες ταινίες, κορδέλες, κ.α., για καταστήματα, ζαχαροπλαστεία, ανθοπωλεία, κ.λ.π.



Μηχανισμοί αυτοκόλλητων ταινιών συσκευασίας.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ANKER

Ετην κορυφή του οργανογράμματος υπάρχει ο γενικός διευθυντής Κος ΛΑΖΑΡΟΣ ΝΙΚΟΛΑΙΔΗΣ και τον ακολουθεί ο αναπληρωματικός γενικός διευθυντής Κος ΜΠΑΓΙΑΤΗΣ.

Ετην συνέχεια ακολουθούν τα τμήματα της " ANKER ", τα οποία διακρίνονται σε :

- 1) ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
- 2) ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
- 3) ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
- 4) ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.

Κάθε λειτουργία έχει την αντίστοιχη αρμοδιότητα και αντίστοιχη διεύθυνση.

Παρακάτω θα αναλύσουμε την κάθε λειτουργία χωριστά.

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ANKER

Η Διεύθυνση Διοικήσεως είναι ο Κος ΜΠΑΓΙΑΤΗΣ και τμηματάρχης ο Κος Σ. ΠΑΣΧΑΛΙΔΗΣ.

Τα βασικά καθήκοντα, εργασίες και αρμοδιότητες που λαμβάνουν χώρα σε αυτή την λειτουργία είναι :

- 1) Η γενική διοίκηση της επιχείρησης.
- 2) Πρόβλεψη, οργάνωση, διεύθυνση, συντονισμός και έλεγχος όλων των λειτουργιών και διευθύνσεων και όλης της δράσης της "ANKER".
- 3) Ειδικότερα:
 - α) Ανθρώπινες σχέσεις.
 - β) Δημόσιες σχέσεις.
 - γ) Επιλογή και πρόσληψη προσωπικού.
 - δ) Μόρφωση, διδασκαλία και επιμόρφωση προσωπικού.

- ε) Κυρώσεις, απολύσεις, πειθαρχία προσωπικού.
- στ) Καθορισμός αμοιβής εργασίας.
- ζ) Τήρηση μητρώου προσωπικού.
- η) Έλεγχος παρουσίας, προσέλευσης και αποχώρησης προσωπικού.
- θ) Σύνταξη μισθοδοτικών καταστάσεων .
- ι) Γραμματεία της ANKER (δακτυλογράφος, τήρηση πρωτοκόλλου, εισερχομένων και εξερχομένων παραστατικών εγγράφων, διεκπεραίωση αλληλογραφίας, χειρισμός ΤΕΛΕΕ κ.λ.π.)
- κ) Επικοινωνία με τηλεφωνικό κέντρο και εσωτερικά τηλέφωνα κ.λ.π.
- λ) Σύμβουλοι Οργάνωσης, Νομικοί, Οικονομικοί, Τεχνικοί σύμβουλοι κ.ά.

ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Η ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ - ΠΡΟΓΡ/ΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΑΠΑΡΤΙΖΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΟ Π. ΛΑΤΣΑ ΤΕΧΝΙΚΟ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΚΑΙ ΤΟΝ ΚΟ Γ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟ Δ/ΝΤΗ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ

Βασικά καθήκοντα, εργασίες και αρμοδιότητές της είναι :

- α) Ο Προγραμματισμός της παραγωγής του εργοστασίου της " ANKER "
- β) Η έκδοση των " ΕΝΤΟΛΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ " :
Τι, πώς και πόσα θα παραχθούν .
Η " εντολή παραγωγής " εκδίδεται μετά τη λήψη της απόφασης ή του " Δελτίου παραγγελίας " .
- γ) Ανάλυση παραγγελίας και μέριμνα να υπάρξουν τα απαραίτητα υλικά κατασκευής κατά την έναρξη της παραγωγής των προϊόντων της παραγγελίας. Εκδίδεται σχετικό έντυπο "Ανάλυσης της παραγγελίας".
- δ) Η "Εντολή Παραγωγής" και "η ανάλυση παραγγελίας" θα κινήσει τον αρμόδιο " Διαχειριστή Υλικών " να καταρτίσει την " Αίτηση προμήθειας " προς το " Τμήμα Αγορών " για την αγορά των πρώτων υλών που δεν υπάρχουν στην " Αποθήκη " .
- ε) Παρακολούθηση της Εκτέλεσης της Εντολής Παραγωγής και της προμήθειας των υλικών από την Ανάλυση Παραγγελίας.

στ) Σχεδιασμός και τεχνική της παραγωγής.

ζ) Προπαρασκευή της εργασίας της παραγωγής, εκτέλεση και έλεγχος της παραγωγής.

η) Παράδοση των ετοιμών αγαθών στην " Αποθήκη ετοιμών " και έκδοση του σχετικού " Δελτίου Εισαγωγής και Παραγωγής ".

θ) Συσκευασία και φόρτωση (σε άμεση συνεργασία με το τμήμα πωλήσεων).

ι) Προβλήματα κόστους και τήρηση βιβλίου ποσοτικής παραγωγής - κοστολογίου.

κ) Επιλογή, μόρφωση και επιμόρφωση τεχνικού προσωπικού.

λ) Εποπτεία συντήρησης μηχανών και εργοστασίου.

μ) Έλεγχος παρουσίας προσωπικού.

ν) Έλεγχος πιστής εφαρμογής καθηκόντων της πυραμίδας του προσωπικού σε συνεργασία και συμπάρσταση του Διευθυντή Διοίκησης Κον Μπαγιάτη.

Πρέπει να αναφερθεί ότι το Τμήμα Παραγωγής χωρίζεται:

α) Στην Ετικετοποιία και

β) στην κατασκευή - εισαγωγή και μεταποίηση α' υλών, με σκοπό την παραγωγή, αυτοκολλήτων ταινιών σε όλο τους το φάσμα, κόλλα γενικής χρήσης σε σωληνάρια και τέλος φιλμ και μηχανισμούς συσκευασίας για κάθε χρήση.

Τέλος υπάρχει ο τεχνικός διευθυντής Κος Π. ΛΑΤΣΑΣ και ο διευθυντής εισαγωγών α' υλών Κος Γ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ που διευθύνουν όλες τις παραπάνω εργασίες.

ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (ΔΙΑΘΕΣΗΣ)

Το τμήμα των πωλήσεων χωρίζεται σε δύο κομμάτια:

- α) Το τμήμα πωλήσεων των ποτών (αυτό το κομμάτι δεν είναι αρκετά αναπτυγμένο λόγω παλιών διαφορών) και
- β) Το τμήμα πωλήσεων των βιομηχανικών.

Διευθυντής των πωλήσεων και Marketing είναι ο Κος ΜΙΧΑΛΑΚΗΣ.

Τμηματάρχης των ποτών είναι ο Κος ΨΩΡΑΚΗΣ, ενώ των βιομηχανικών ο Κος Κ. ΤΣΙΑΜΠΙΡΑΣ. Και τα δύο τμήματα έχουν επιθεωρητές πωλήσεων και 52 αντιπροσώπους, οι οποίοι κινούνται και στην Αττική αλλά και σε ολόκληρη την υπόλοιπη Ελλάδα. Τα βασικά καθήκοντα, εργασίες και αρμοδιότητες αυτής της λειτουργίας της " ANKER " είναι :

- α) Ο προγραμματισμός των πωλήσεων.
- β) Η διερεύνηση της Αγοράς - Marketing.
- γ) Η διαφήμιση και μέσα προώθησης των πωλήσεων.
- δ) Η επιδίωξη των πωλήσεων, διαπραγμάτευση πωλήσεων κ.λ.π.
- ε) Οι παραγγελίες: Έκδοση του σχετικού " ΔΕΛΤΙΟΥ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ", παράδοσή του στη Διεύθυνση παραγωγής, για να εκδόσει " ΕΝΤΟΛΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ " και το εμπορικό τμήμα αναλαμβάνει από εκεί και πέρα την διεκπεραίωσή της, σε συνεργασία πάντα με την αποθήκη και τα φορτηγά.
- στ) Έλεγχος της πιστωτικής επιφάνειας των πελατών.
- ζ) Παρακολούθηση των πωλήσεων και τήρηση φακέλων και λογαριασμών πελατών.
- η) Παρακολούθηση είσπραξης των απαιτήσεων από τους πελάτες.
- θ) Απογραφή και έλεγχος των " Ετοιμών Προϊόντων "
- ι) Μέριμνα για τον εκτελωνισμό (εισαγωγές).

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Στην διεύθυνση των οικονομικών υπηρεσιών είναι ο Κος Ι. ΚΟΚΚΙΔΗΣ.

Η λειτουργία αυτού του τμήματος είναι η χρηματοοικονομική και τμηματάρχης είναι ο Κος Α. ΠΑΠΑΝΔΡΕΑΔΗΣ στην Αθήνα, ενώ τμηματάρχης του υποκαταστήματος της ANKER στην Βόρεια Ελλάδα είναι ο Κος Λ. ΒΑΡΔΑΚΑΣ.

Τα βασικά καθήκοντα, εργασίες και αρμοδιότητες αυτού του τμήματος είναι:

- α) Η απεικόνιση κάθε λογιστικού γεγονότος στα λογιστικά βιβλία και τους λογαριασμούς, εντός 15 ημερών στο Γενικό Λογιστήριο, καθώς και η εφαρμογή των αρχών γενικής λογιστικής και του βιομηχανικού λογισμού και η παρακολούθηση μέσω οργανογραμμάτων του τζίρου των πελατών και γενικά κάθε πληροφορίας.
- β) Οι προϋπολογισμοί και η κοστολόγηση (για κάθε νέα αγορά στις καρτέλες, βγαίνει από το νέο κοστολόγιο και η νέα τιμή στο κάθε είδος και ενημερώνεται αμέσως το τμήμα πωλήσεων).
- γ) Τα φοροτεχνικά θέματα.
- δ) Η επιχειρησιακή στατιστική (σε πωλήσεις, αγορές κ.λ.π.).
- ε) Τα ασφαλιστικά θέματα περιουσίας, αγαθών, προσωπικού κ.λ.π.
- στ) Οι λογαριασμοί με τις τραπεζικές χορηγήσεις και τα δάνεια.
- ζ) Η διαχείριση τίτλων, μετοχών κ.λ.π.
- η) Η παρακολούθηση πληρωμής συναλλαγματικών.
- θ) Η τήρηση και φύλαξη του αρχείου.
- ι) Ο απολογιστικός έλεγχος της δράσης όλων των κλάδων, διευθύνσεων, τμημάτων και υπηρεσιών με συνεργασία της διοίκησης προσωπικού.
- κ) Τέλος το ταμείο, όπου βρίσκονται ο υπεύθυνος ταμείου με το βοηθό του και έξι εισπράκτορες και παρακολουθεί την χρηματική διαχείριση με καθημερινή συμφωνία του υπολοίπου ταμείου και των μετρητών στο " ταμείο - χρηματοκιβώτιο " .

ΓΝΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΗΣ " ANKER "

Σε μια εταιρεία, η οποία σχεδόν μονοπωλεί την αγορά, είναι απαραίτητο τα στελέχη της να έχουν βασικές γνώσεις, ώστε να μπορούν σε κάθε περίπτωση να ανταποκριθούν στις ανάγκες της εταιρείας.

Πιο αναλυτικά μπορούμε να δούμε τις γνώσεις των κυριότερων, τουλάχιστον, στελεχών της εταιρείας.

Έτσι:

- 1) Ο γενικός διευθυντής της εταιρείας Κος ΝΙΚΟΛΑΪΔΗΣ είναι οικονομολόγος.
- 2) Ο αναπληρωματικός γενικός διευθυντής Κος Σ. ΜΠΑΓΙΑΤΗΣ είναι νομικός.
- 3) Ο διευθυντής διοικήσεως Κος Ι. ΜΠΑΓΙΑΤΗΣ είναι πτυχιούχος ΑΣΟΕ.
- 4) Ο τεχνικός διευθυντής Κος Π. ΛΑΤΣΑΣ είναι πτυχιούχος μηχανικός, ενώ ο διευθυντής εισαγωγών Κος Γ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ είναι πτυχιούχος ανωτάτης σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων.
- 5) Ο διευθυντής πωλήσεων - Marketing Κος Κ. ΜΙΧΑΛΑΚΗΣ είναι οικονομολόγος.
- 6) Ο οικονομικός διευθυντής Κος Ι. ΚΟΚΚΙΔΗΣ είναι νομικός με οικονομικές γνώσεις.
 - α) Ο κοστολόγος, που ασχολείται με την κοστολόγηση α'υλών κ.λ.π., είναι φυσικός και ο τομέας του άπτεται του εργοστασίου.
 - β) Στο λογιστήριο τα στελέχη έχουν γνώσεις λογιστικής μέσω ανωτέρων σχολών και
- 7) Τέλος τα υπόλοιπα στελέχη ανώτερα και κατώτερα έχουν παρακολουθήσει επιμορφωτικά προγράμματα, σεμινάρια κ.λ.π.

Από πλευράς ικανοτήτων, επειδή σε πολλά στελέχη υπάρχει πολύχρονη πείρα, οι ικανότητες είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένες και υπάρχει ένας υψηλός βαθμός καλής συνεργασίας.

Επίσης και από πλευράς οργάνωσης υπάρχει συνέπεια και συνεργασία διευκολύνοντας την ομαλή και αποδοτική πορεία της εταιρείας.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Πρωταρχικό ζήτημα του οργανωτικού σχεδιασμού μιας επιχείρησης, είναι ο καθορισμός των θέσεων εργασίας που κάθε άτομο ή ομάδα ατόμων θα αναλάβει.

Αυτό ουσιαστικά σημαίνει ότι το συνολικό έργο που σύμφωνα με τους στόχους της επιχείρησης και τα προγράμματά της έχει να επιτελεστεί, διαιρείται σε επιμέρους συγκεκριμένες εργασίες ή καθήκοντα.

Από αυτή την διαίρεση προκύπτουν οι θέσεις εργασίας με συγκεκριμένο περιεχόμενο καθηκόντων για τα άτομα που θα τις καταλάβουν (προσωπικό).

Έτσι αυτό επιτρέπει στον κάθε εργαζόμενο να γνωρίζει τα καθήκοντά του και τους ρόλους του.

ΔΙΑΙΡΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΡΓΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΡΓΟ
ΣΕ ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΘΕΣΗ 1

ΘΕΣΗ 2

ΘΕΣΗ 3

ΘΕΣΗ 4

Συγχρόνως όμως η διαίρεση εργασίας συνδέεται με την εξειδίκευση των θέσεων και των εργαζομένων.

Η εξειδίκευση έχει βασικά πλεονεκτήματα, όπως την απόκτηση δεξιοτεχνίας λόγω συχνής επανάληψης των ιδίων εργασιών. Την ελάττωση των κενών χρόνων του εργαζομένου για να περάσει από την εκτέλεση της μιας εργασίας στην άλλη και αρκετά άλλα, αλλά διαθέτει και μειονεκτήματα όπως: Το ότι η εξειδίκευση συνεπάγεται την επανάληψη και την ρουτίνα της εργασίας, καθώς και την μείωση της αυτονομίας του εργαζομένου κ.α.

ΒΙΒΛ/ΦΙΑ: Δ.ΜΠΟΥΡΑΝΤΑΣ "MANAGEMENT" / ΣΕΛ.63

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΗΣ "ANKER"

Η αποτελεσματική υλοποίηση του συνολικού έργου μιας επιχείρησης απαιτεί τον συντονισμό των διαφόρων θέσεων εργασίας, αφού αυτές περιέχουν ένα μέρος του συνολικού έργου που προέκυψε μετά την διαίρεση του τελευταίου.

Ο εν λόγω συντονισμός επιτυγχάνεται με την ομαδοποίηση των θέσεων σε διευθύνσεις, τμήματα, υποτμήματα, ομάδες κ.λ.π., των οποίων την διοίκηση και συνεπώς τον συντονισμό αναλαμβάνει ένας προϊστάμενος, κατέχοντας συγκεκριμένη θέση που δημιουργείται γι' αυτό τον σκοπό.

Βασικά κριτήρια ομαδοποίησης ή τμηματοποίησης είναι η αλληλεξάρτηση των θέσεων εργασίας και η εξειδίκευση, δηλαδή, το κάθε τμήμα να περιλαμβάνει όσο είναι δυνατό, τις θέσεις εργασίας που εξαρτώνται στενά μεταξύ τους. Οι πιο σημαντικές τμηματοποιήσεις είναι:

α) Τμηματοποίηση κατά λειτουργία στην "ANKER".

Οι θέσεις εργασίας που το έργο τους αφορά την ίδια επιχειρησιακή λειτουργία, τοποθετούνται στο ίδιο τμήμα της "ANKER". Έτσι η παραγωγή, οι πωλήσεις και το marketing, η χρηματοοικονομική λειτουργία και η λειτουργία του προσωπικού βρίσκονται στο ίδιο τμήμα της "ANKER" μαζί με άλλες λειτουργίες που συνδέονται στενά με τις παραπάνω όπως: η έρευνα και ανάπτυξη, η συντήρηση, οι δημόσιες σχέσεις, η νομική λειτουργία κ.λ.π.

β) Τμηματοποίηση κατά υπηρεσία.

Σύμφωνα με αυτό το κριτήριο όλες οι θέσεις εργασίας που αφορούν τις ίδιες υπηρεσίες στην "ANKER" έχουν τοποθετηθεί στο ίδιο τμήμα και έτσι επιτυγχάνεται: ο αποτελεσματικός συντονισμός όλων των πληροφοριών, αποφάσεων και ενεργειών που αφορούν την ίδια υπηρεσία, η ταχύτητα και αποτελεσματικότητα της διαδικασίας αποφάσεων, η καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών κ.α.

ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΗΣ "ANKER"

Το σύστημα που ακολουθεί η ANKER για την πρόσληψη έχει ως εξής:

1. Αφού γίνει η συνέντευξη και ο αρμόδιος προσλήψεων εγκρίνει την πρόσληψη, ο εργοδότης με τον μισθωτό συμπληρώνουν και υπογράφουν την σύμβαση εργασίας. Η σύμβαση εργασίας, όπως φαίνεται στο υπόδειγμα που ακολουθεί, συμπληρώνεται με τις εργασίες και αρμοδιότητες που θα αναλάβει ο εργαζόμενος (μισθωτός). Ο εργοδότης είναι υποχρεωμένος να κάνει τη σύμβαση και ο μισθωτός να την απαιτήσει. Σε διαφορετική περίπτωση και οι δύο δέχονται πρόστιμα. Η σύμβαση εργασίας γίνεται σε δύο αντίτυπα, εκ των οποίων το ένα κρατά ο μισθωτός και το άλλο ο εργοδότης, με γνήσια υπογραφή και σφραγίδα της "ANKER" και στα δύο.

Η σύμβαση εργασίας συμπληρώνεται απαραίτητως κάθε χρόνο με όλα τα στοιχεία αναλυτικά.

2. Μετά τη σύμβαση εργασίας, ένα άλλο έντυπο που συμπληρώνεται από την " ANKER " είναι το " ΦΥΛΛΟ ΜΗΤΡΩΟΥ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ ", το οποίο παραμένει στην εταιρεία και γράφει αναλυτικά όλα τα στοιχεία του εργαζομένου.
3. Φυσικά, εκτός των εντύπων αυτών που συμπληρώνονται από την εταιρεία, συμπληρώνεται και ένα έντυπο του ΟΑΕΔ, το οποίο είναι αναγγελία πρόσληψης. Αυτό διατίθεται σε δύο αντίτυπα εκ των οποίων, το ένα παραμένει στον ΟΑΕΔ και το άλλο στον εργοδότη. Αφού, όμως γίνει η πρόσληψη θα πρέπει να καθορισθεί και η αμοιβή του εργαζομένου.

ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:

ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ ΕΠΙΧ/ΣΗΣ:

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ:

ΑΡ. ΔΕΛΤ. ΤΑΥΤ/ΤΟΣ:

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΜΙΣΘΩΤΟΥ:

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ:

ΑΡ. ΔΕΛΤ. ΤΑΥΤ/ΤΟΣ:

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΓΕΝΝΗΣΕΩΣ:

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ:

ΤΟΠΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

ΕΔΡΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ, ΘΕΣΗ:

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ:

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΜΒΑΣΗΣ:

ΤΥΠΟΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ:

ΑΔΕΙΑ: Όπως οι κείμενες διατ. (Α.Ν. 539/45).....

ΤΡΟΠΟΣ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΣ ΧΟΡΗΓ:.....

ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΗ: Όπως οι κείμενες διατ. (Ν. 2112/20 & Ν. 3198/55).....

ΑΠΟΔΟΧΕΣ: (Ν. 1876/90).

ΩΡΑΡΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:
α) ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ: β) ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΩΣ:

ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΣΥΜΒΑΣΗ ΣΤΗΝ ΟΠΟΙΑ ΥΠΑΓΕΤΑΙ Ο ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΣ:.....

.....1994.

Ο ΜΙΣΘΩΤΟΣ

Ο ΕΡΓΟΔΟΤΗΣ

.....
Ελαβα γνώση σήμερα.....
και παρέλαβα το αντίγραφο.

ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΗΣ "ANKER"

Το σύστημα που ακολουθεί η ANKER για την πρόσληψη έχει ως εξής:

1. Αφού γίνει η συνέντευξη και ο αρμόδιος προσλήψεων εγκρίνει την πρόσληψη, ο εργοδότης με τον μισθωτό συμπληρώνουν και υπογράφουν την σύμβαση εργασίας. Η σύμβαση εργασίας, όπως φαίνεται στο υπόδειγμα που ακολουθεί, συμπληρώνεται με τις εργασίες και αρμοδιότητες που θα αναλάβει ο εργαζόμενος (μισθωτός). Ο εργοδότης είναι υποχρεωμένος να κάνει τη σύμβαση και ο μισθωτός να την απαιτήσει. Σε διαφορετική περίπτωση και οι δύο δέχονται πρόστιμα. Η σύμβαση εργασίας γίνεται σε δύο αντίτυπα, εκ των οποίων το ένα κρατά ο μισθωτός και το άλλο ο εργοδότης, με γνήσια υπογραφή και σφραγίδα της "ANKER" και στα δύο.

Η σύμβαση εργασίας συμπληρώνεται απαραίτητως κάθε χρόνο με όλα τα στοιχεία αναλυτικά.

2. Μετά τη σύμβαση εργασίας, ένα άλλο έντυπο που συμπληρώνεται από την " ANKER " είναι το " ΦΥΛΛΟ ΜΗΤΡΩΟΥ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ ", το οποίο παραμένει στην εταιρεία και γράφει αναλυτικά όλα τα στοιχεία του εργαζομένου.
3. Φυσικά, εκτός των εντύπων αυτών που συμπληρώνονται από την εταιρεία, συμπληρώνεται και ένα έντυπο του ΟΑΕΔ, το οποίο είναι αναγγελία πρόσληψης. Αυτό διατίθεται σε δύο αντίτυπα εκ των οποίων, το ένα παραμένει στον ΟΑΕΔ και το άλλο στον εργοδότη. Αφού, όμως γίνει η πρόσληψη θα πρέπει να καθορισθεί και η αμοιβή του εργαζομένου.

ολοκληρωθεί. Κατά συνέπεια υπάρχει πάντα κάποια παρακολούθηση και πρόβλεψη για τα προϊόντα που καταναλώνονται περισσότερο.

Για τα νέα προϊόντα το τμήμα MARKETING είναι το υπεύθυνο να καταλάβει την αγορά, να αξιολογήσει και να αξιοποιήσει τα μηνύματα της αγοράς. Θα πρέπει να τα αποκωδικοποιήσει και αφού έχει γίνει μία έρευνα αγοράς εκτεταμένη και σε βάθος θα προτείνει στη διοίκηση, ότι το προϊόν αυτό ή κάποιο διαφοροποιημένο ή κάποιο ποτό, πιστεύεται ότι μπορεί να τρέξει, να περπατήσει στην αγορά και με αυτή τη λογική παραγγέλλεται.

Βέβαια για τα προϊόντα της " ANKER " η μόδα δεν τίθεται σαν κριτήριο για πρόβλεψη κατανάλωσης.

Στόχος κάθε επιχείρησης φυσικά είναι το κέρδος. Για την μεγιστοποίηση του κέρδους της η ANKER χρησιμοποιεί σαν βασικό γνώμονα την αγορά, τον καταναλωτή και αυτό συμβαίνει γιατί απευθύνεται ακόμη και στον τελικό καταναλωτή με το ποτό, αλλά και στο χονδρεμπόριο και τη βιομηχανία.

Επομένως κάθε φορά προβλέποντας τις ανάγκες, τωρινές και μελλοντικές της βιομηχανίας ή τις τάσεις που επικρατούν στο λιανεμπόριο μέσω του χονδρεμπορίου και γενικά τις τάσεις που επικρατούν στον τελικό καταναλωτή, εάν συζητάμε για ποτά, χρησιμοποιείται σαν γνώμονας τι θέλει η αγορά και η ANKER κινείται ανάλογα, με σκοπό πάντα τη μεγιστοποίηση των κερδών της.

Αυτό, όμως, δε σημαίνει ότι επειδή κάποιο προϊόν μπορεί να αγοραστεί φθηνά και να πουληθεί ακριβά, το οποίο όμως θα φέρει μόνο θεωρητικά κέρδη, εάν δεν έχει αγορά ή αν η αγορά του είναι περιορισμένη, είναι δηλαδή κάτι εποχιακό, θα εισαχθεί.

Η ANKER δεν εισάγει προϊόντα, τα οποία είναι μόνο για μια φορά.

ΦΥΛΛΟ ΜΗΤΡΩΟΥ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ

Επώνυμο.....Όνομα.....
Όνομα Πατρός.....Όνομα μητρός.....
Τόπος Γεννήσεως.....Ημ/νία Γεννήσεως../../.....
Διεύθυνση Κατοικίας,Οδός.....
Στοιχεία Ταυτότητας,Αριθμός.....Ημ/νία Εκδόσεως../../.....
Εκδούσα Αρχή.....Οικονομική εφορία.....
Υπηκοότητα.....Αριθμός Βιβλιαρίου Ενσήμων.....
Γραμματικές Γνώσεις.....Οικογενειακή Κατάσταση.....
Προστατευόμενα Μέλη.....Ειδικότητα Εργαζομένου.....
Ημ/νία Προσλήψεως../../.....Προϋπηρεσία.....
Σημειώσεις:Εργαζόμενη σύζυγος;.....
Παίρνεις επίδομα ανεργίας από υπηρεσία του ΟΑΕΔ.....
Ηρθες από άλλη περιοχή ή ξένη χώρα εντός του τελευταίου έτους;.....

Αποδέχομαι άδεια άνευ αποδοχών για το χρονικό διάστημα που το εργοστάσιο θα παραμείνει κλειστό λόγω κανονικής αδειας του προσωπικού εφ' όσον δεν θα έχω τις προϋποθέσεις κανονικής αδειας.

Εάν υπάρξει αλλαγή στα παραπάνω στοιχεία θα σας ενημερώσω εγκαίρως.

Εταιρεία.....

Αθήνα../../.....

Κατάστημα ή τμήμα.....

Ο Εργαζόμενος

ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΑΜΟΙΒΗΣ

Ο μισθός αποτελεί την αντιπαροχή του εργοδότη για την εργασία που προσφέρει ο μισθωτός.

Ο τρόπος αμοιβής στην "ANKER" είναι: ο χρονικός μισθός που παίρνουν οι υφιστάμενοι και η αμοιβή με βάση την αποδοτικότητα, δηλαδή με ποσοστά στα κέρδη της "ANKER", που συνήθως παίρνουν τα ανώτερα στελέχη.

Ο χρονικός μισθός, που αποτελεί και τον κύριο τρόπο πληρωμής των εργαζομένων στην "ANKER" υπολογίζεται με βάση το μήνα ή το δεκαπενθήμερο.

Οι αποδοχές συντίθεται από τον κυρίως μισθό, το βασικό μισθό, τις προσαυξήσεις και τα επιδόματα. Ο βασικός μισθός είναι το " ΠΑΓΙΟ " ή συμφωνημένο ποσό αμοιβής που δικαιούται ο μισθωτός για την παροχή της εργασίας του και πάνω σ' αυτόν προσμετρούνται διάφορα ποσοστά προσαυξήσεων, π.χ. λόγω πολυετούς υπηρεσίας και προστίθενται τα διάφορα επιδόματα.

Ανάλογα με τη φύση και το είδος της εργασίας, τα προσόντα, τη θέση και την κατάσταση του εργαζομένου στην " ANKER " διακρίνονται τα εξής επιδόματα:

1. Οικογενειακής κατάστασης, το οποίο χορηγείται για την ελάφρυνση οικογενειακών βαρών και αποτελεί ποσοστό επί του βασικού μισθού.
2. Σπουδών ή επιστημονικό επίδομα με βάση τους τίτλους σπουδών και αυτό υπολογίζεται επί του βασικού μισθού.
3. Επίδομα θέσης που χορηγείται σ' αυτούς που κατέχουν ειδικές και ανώτερες θέσεις.
4. Ανθυγιεινής ή επικίνδυνης εργασίας σε περιπτώσεις που οι εργασιακές συνθήκες είναι αντίξοες και ανθυγιεινές.
5. Διαχειριστικών λαθών σε λογιστές, εισπράκτορες, ταμίες κ.λ.π.,

για ενδεχόμενα διαχειριστικά λάθη.

6. Έξοδα κίνησης εκτός έδρας (οδοιπορικά), τα οποία, όμως δεν αποτελούν μισθό γιατί καλύπτουν πραγματικές ανάγκες, μετακινήσεις του μισθωτού. Εκτός, αν καταβάλλονται τακτικά ως σταθερό ποσό, ανεξάρτητα από μετακινήσεις του μισθωτού.
7. Επίδομα αδείας, το οποίο καταβάλλεται κάθε χρόνο μαζί με το μισθό για ενίσχυση των διακοπών του μισθωτού και
8. Επίδοματα εορτών: Χριστουγέννων, το οποίο είναι ένας μισθός και Πάσχα μισός μισθός.

Ως κριτήρια για τον καθορισμό του επιπέδου των αποδοχών η " ANKER " χρησιμοποιεί την οικονομική αξία της εργασίας, όπως αυτή διαμορφώνεται στην αγορά εργασίας, την οικονομική της αντοχή, το κόστος ζωής, το ύψος πληθωρισμού που ρυθμίζεται με τον μηχανισμό της αυτόματης τιμαριθμικής αναπροσαρμογής (ATA), το είδος, τους όρους και τις συνθήκες εργασίας, την αρχαιότητα των μισθωτών στην εταιρεία καθώς και το νενικότερο συμφέρον της εθνικής οικονομίας.

ΥΠΟΚΙΝΗΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Η ANKER προκειμένου να έχει καλύτερη απόδοση από τους εργαζομένους της, τους παρέχει κάποια κίνητρα, ώστε να επιτυγχάνει την καλύτερη δυνατή απόδοσή τους.

Έχουν σαν στόχο την αναγνώριση και επιβράβευση του εργαζομένου για τα αποτελέσματά του και τη συμπεριφορά του στην υλοποίηση των στόχων της επιχείρησης.

Τα κίνητρα που θέτει η ANKER είναι τα εξής:

1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ: Οι οικονομικές αμοιβές παραμένουν βασικοί παράγοντες παρακίνησης των εργαζομένων. Ιδιαίτερη σημασία έχουν στα άτομα που δεν προσδοκούν την ικανοποίηση των ανωτέρων αναγκών τους στο χώρο της εργασίας.
2. ΑΤΟΜΙΚΑ ΒΡΑΒΕΙΑ ΕΠΙΔΟΣΕΩΝ: Τα πιο σημαντικά βραβεία είναι:
 - α) ΒΡΑΒΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ: Σκοπός αυτών των βραβείων (ποιν) ,είναι η αμοιβή των εργαζομένων με υψηλή παραγωγικότητα.
Έτσι ανταμείβονται οι εργαζόμενοι που καταβάλλουν μεγαλύτερες προσπάθειες.
 - β) ΒΡΑΒΕΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ: Έχουν σαν σκοπό ν' αυξήσουν τη διάθεση των εργαζομένων να καταβάλλουν προσπάθειες για περισσότερο ποιοτική εργασία.
 - γ) ΒΡΑΒΕΙΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ: Πρόκειται για ένα χρηματικό ποσό που λαμβάνει ο εργαζόμενος, όταν δεν πραγματοποιεί περισσότερες απουσίες από τον καθορισμένο αριθμό σ' ένα ορισμένο χρονικό διάστημα.
 - δ) ΒΡΑΒΕΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΕΩΝ: Αφορούν χρηματικά ποσά που δίδονται από την επιχείρηση σε εργαζομένους που προτείνουν βελτιώσεις και αυξά-

νουν την παραγωγικότητα και αποτελεσματικότητά της.

ε) ΒΡΑΒΕΙΑ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ: Έχουν σαν σκοπό να ανταμείψουν εκείνους τους εργαζόμενους που με τη συμπεριφορά τους ενισχύουν τη συνεργασία, το ηθικό, το κοινωνικό κλίμα και τις κοινωνικές σχέσεις στον χώρο της επιχείρησης, πράγματα απαραίτητα για την αποτελεσματικότητά της.

3. ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΣΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ: Επειδή τα παραπάνω βραβεία δημιουργούν ανταγωνισμούς, παρεξηγήσεις και συγκρούσεις μεταξύ των εργαζομένων η ANKER θεώρησε καλύτερο να δημιουργήσει συλλογικά συστήματα οικονομικών κινήτρων που συνδέονται με τη συνολική αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Αυτά τα συστήματα είναι η αμοιβή των εργαζομένων με βάση τον χρόνο, με ποσό που προκύπτει από την βελτίωση της παραγωγικότητας, της προστιθέμενης αξίας ή των κερδών της επιχείρησης.

4. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Είναι η τεχνική παρακίνησης με διανομή μετοχών στους εργαζομένους.

Επηρεάζει αρκετά την αφοσίωση ή δέσμευση του εργαζομένου στην επιχείρηση μακροπρόθεσμα.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Κάθε άτομο που εργάζεται μέσα στην " ANKER " υπόκειται σε περιοδική αξιολόγηση.

Η αξιολόγηση της επίδοσης του ατόμου, εντάσσεται μέσα στα πλαίσια της αξιολόγησης της ομάδας και της οργάνωσης.

Για κάθε αξιολόγηση χρησιμοποιούνται διάφορα κριτήρια, όπως ο βαθμός της παραγωγικότητας, το ηθικό των υπαλλήλων, οι απουσίες του προσωπικού, η επίτευξη των σκοπών της οργάνωσης και η προσωπική προσαρμογή του ατόμου.

Μερικά από τα κριτήρια αυτά είναι εύκολα να μετρηθούν, άλλα όμως δύσκολο. Π.χ. οι απουσίες μπορούν να ελεγχθούν κάθε μέρα, ενώ η εκτίμηση της ανάπτυξης του ατόμου δεν μπορεί να μετρηθεί εύκολα.

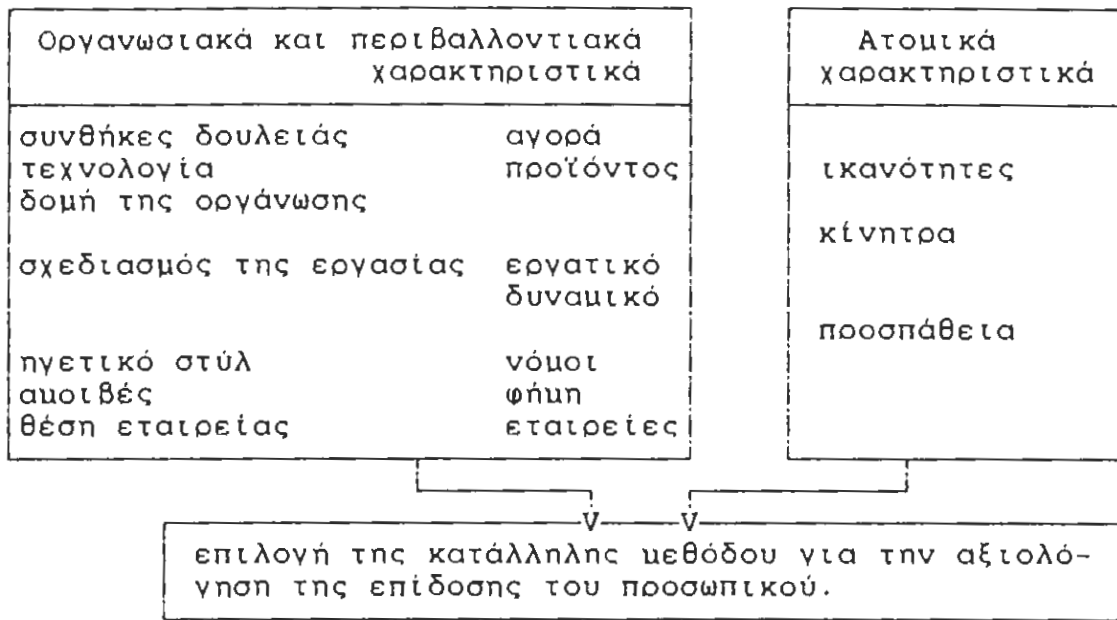
Όταν τα άτομα είναι με τέτοιο τρόπο ενταγμένα μέσα στην οργάνωση, ώστε να επιδρούν σ' αυτήν δεχόμενα παράλληλα την επίδρασή της, μπορεί να θεωρηθεί ότι το αποτέλεσμα αυτής της αλληλεπίδρασης είναι η επίδοσή τους.

Η επίδοση δηλαδή, είναι το αποτέλεσμα που προκύπτει από την ατομική οργανωσιακή συμπεριφορά.

Η αξιολόγηση της επίδοσης χρησιμοποιείται για να εντοπιστούν τα αδύνατα και δυνατά σημεία του ατόμου, των ομάδων και της οργάνωσης.

Επίσης χρησιμοποιείται για να παρέχει πληροφορίες σχετικά με τα άτομα που εργάζονται στην " ANKER ", οι οποίες (πληροφορίες) χρησιμεύουν στο έργο του αρμοδίου διευθυντή για τον σχεδιασμό, την οργάνωση και τον έλεγχο.

Οι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη για την επιλογή της κατάλληλης μεθόδου αξιολόγησης της επίδοσης του προσωπικού φαίνονται στο παρακάτω Σχ.



Παράγοντες που επιδρούν στην επιλογή της κατάλληλης μεθόδου αξιολόγησης της επίδοσης του προσωπικού.

ΚΛΙΜΑΚΕΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΤΗΝ "ANKER"

Η αξιολόγηση του προσωπικού αποβλέπει στη μέτρηση διαφορετικών παραγόντων ή διαστάσεων.

Ο συνολικός βαθμός που προκύπτει από τις επί μέρους βαθμολογήσεις καθιστά δυνατή την σύγκριση μεγάλου αριθμού υπαλλήλων ή διευθυντών.

Η βαθμολογία για τους συγκεκριμένους παράγοντες δίνει τη δυνατότητα να διαπιστωθούν οι διαστάσεις, για τις οποίες ο υφιστάμενος πήρε το μικρότερο βαθμό αξιολόγησης και άρα έχει ανάγκη για παραιτέρω ανάπτυξη και βελτίωση.

Παρακάτω δίνεται ένα παράδειγμα ενός εντύπου αξιολόγησης που χρησιμοποιεί η "ANKER".

Όνομα:.....
 Θέση:.....
 Ημερομηνία αξιολόγησης:.....
 Ημερομηνία πρόσληψης:.....
 Στη θέση αυτή από:.....

		Ανεπαρκής	Μέτριος	Καλός	Πολύ Καλός	Εξαιρετικός
		1	2	3	4	5
1. Γνώση της δουλειάς: Θεωρητική και πρακτική γνώση της δουλειάς, που κάνει το άτομο.	1		2	3	4	5
2. Κρίση: Ικανότητα να αντιλαμβάνεται και να αναλύει γεγονότα.	1			3	4	5
3. Ικανότητα να οργανώνει: Αποτελεσματικότητα στον προγραμματισμό της δικής του δουλειάς και αυτής των υφισταμένων του.	1		2	3	4	5
4. Συμπεριφορά: Ενθουσιασμό που δείχνει για τη δουλειά, αφοσίωση στην εταιρεία και στους ανωτέρους, ικανότητα να δέχεται κριτική και αλλαγές.	1		2	3	4	5

5. Εξάρτηση: Βαθμός επιτυχίας στην πραγματοποίηση ασκήσεων με ευσυνειδησία και αποτελεσματικότητα.	1		3	4	5
6. Δημιουργικότητα: Ικανότητα να έχει φαντασία στη δουλειά, να αναπτύσσει καινούρια σχέδια, να ελαττώνει το κόστος κ.λ.π.	1	2	3		5
7. Συμπεριφορά με τα άτομα: Ικανότητα να συνεργάζεται με τους άλλους, να εφαρμόζει διπλωματία, να διευθύνει και να επηρεάζει άλλα άτομα.		2	3	4	5
8. Αντιπροσώπευση: Ικανότητα να μοιράζει δουλειά στους άλλους και να συντονίζει την εργασία και την υπευθυνότητα των άλλων.	1	2	3	4	5
9. Ηγεσία: Ικανότητα να επηρεάζει τους υφισταμένους, ώστε να πραγματοποιούν την εργασία τους αποτελεσματικά.	1	2	3	4	5
10. Προσωπική απόδοση: Ταχύτητα και αποτελεσματικότητα στην εκτέλεση καθηκόντων που δεν χορηγήθηκαν στους υφισταμένους.	1	2	3	4	5

Συνολικός βαθμός:.....

Ανεπαρκής:10-15
Μέτριος:16-25
Καλός:26-35
Πολύ καλός:36-45
Εξαιρετικός:46-50

Αξιολογήθηκε από.....
Τίτλος.....
Εγκρίθηκε από.....
Τίτλος.....

Η αξιολόγηση με αυτό το έντυπο γίνεται ευκολότερη και δίνει τη δυνατότητα, με την εφαρμογή της βαθμολογίας, της βελτίωσης του προσωπικού.

ΕΠΟΠΤΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΣΤΗΝ "ANKER"

Η εργασία του επόπτη είναι από τις δυσκολότερες, αλλά και από τις πιο ενδιαφέρουσες.

Δύσκολη, γιατί ένας επόπτης έχει να αντιμετωπίσει πολύ συχνά παράπονα, διαμαρτυρίες, προβλήματα που προέρχονται κυρίως από άτομα που δεν μπορούν να συνεργαστούν εύκολα και ομαλά με άλλα. Έτσι, από αυτή την ίδια την δυσκολία το έργο του επόπτη γίνεται εξαιρετικά ενδιαφέρον και προϋποθέτει, εκτός από τις γνώσεις και ειδικές ικανότητες, κέφι και περισσότερη φαντασία. Η " ΕΠΟΠΤΕΙΑ " μπορεί να ορισθεί ως η διαδικασία της επίβλεψης με σκοπό την εκπλήρωση των επιθυμητών σκοπών της οργάνωσης και των μελών της, που επιτυγχάνεται με την προσπάθεια κάποιων ατόμων και με τη χρησιμοποίηση πηγών κατά τέτοιο τρόπο, που τα άτομα που συμμετέχουν σ' αυτή τη διαδικασία να βρίσκουν την εργασία τους "προκλητική και ενδιαφέρουσα".

Είναι, δηλαδή η εποπτεία μία εργασία, μία τέχνη, που πραγματοποιείται από μία ομάδα ατόμων πάνω στα οποία ασκείται μία εξουσία, κατά τέτοιο όμως τρόπο, ώστε τα άτομα αυτά να επιτύχουν τη μεγαλύτερη δυνατή αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα στην πραγματοποίηση του έργου τους.

Η εργασία του επόπτη πρέπει και γίνεται στην " ANKER ", σε μία ατμόσφαιρα ζεστή με πλήρη εμπιστοσύνη και συνεργασία μεταξύ όλων των ατόμων, επόπτη και υφισταμένων.

Στην " ANKER " οι επόπτες είναι άτομα που βοηθούν και διευκολύνουν την καλή επικοινωνία μεταξύ των υπαλλήλων της οργάνωσης, ακούνε με προσοχή τους υφισταμένους και προσπαθούν να επιλύσουν τα προβλήματά τους, ενθαρρύνουν και υποστηρίζουν τα άτομα που αναλαμβάνουν νέες εργασίες, προσπαθούν να καταλάβουν την γνώμη και τα συναισθήματα των υφισταμένων, πα-

ρέχουν την εμπειρία τους στα άτομα και τα βοηθούν να δέχονται το ένα το άλλο, έτσι ώστε να μπορούν να συνεοιάζονται αρμονικά και προσπαθούν να δημιουργήσουν ένα άριστο εσωτερικό κλίμα.

Στην " ANKER " ο επόπτης είναι ειδικός στις ανθρώπινες σχέσεις.

Σύμφωνα με αυτό ο επόπτης παίζει το ρόλο του ειδικού συμβούλου - καθοδηγητή και είναι ένα άτομο ειδικό για την βελτίωση των ανθρώπινων σχέσεων, καταλαβαίνει τα προβλήματα των υπαλλήλων και επιδιώκει τη συνεργασία τους με τα ανώτερα διοικητικά κλιμάκια της " ANKER " .

Ο ρόλος του αποτελεί το κλειδί όλης της οργάνωσης και ποέπει να ικανοποιεί τόσο τις ανάγκες και προσδοκίες της διοίκησης όσο και εκείνες των υπαλλήλων.

Τα συγκεκριμένα καθήκοντα που έχουν ανατεθεί στον επόπτη της "ANKER" είναι ο προγραμματισμός, η οργάνωση, η παροχή κινήτρων και ο έλεγχος.

Υπάρχουν όμως και κρίσιμοι περιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν το έργο του επόπτη.

Υπάρχει αμφιβολία ως προς το βαθμό επιτροής και ελέγχου που μπορεί να ασκήσει ο επόπτης, προκειμένου να μπορεί να συμβιβάζει τις διαφορές μεταξύ των απαιτήσεων της " ANKER " για χαμηλό κόστος και μεγαλύτερη παραγωγικότητα από το ένα μέρος και τις απαιτήσεις των υπαλλήλων για ελευθερία και επιλογή και για κοινωνική θέση.

ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΠΟΠΤΗ ΤΗΣ "ANKER"

Ο επόπτης της ANKER πρέπει να γνωρίζει τα εξής:

1) Πως πρέπει να αρχίζει την εποπτεία του.

Το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνει ο επόπτης είναι να γνωρίζει και να καταλαβαίνει όσο γίνεται καλύτερα τα άτομα που έχει στο τμήμα του. Πρέπει δηλαδή, να γνωρίζει την επιστημονική τους υποδομή, τις συνήθειές τους, τις φιλοδοξίες τους, τα ενδιαφέροντά τους κ.λ.π.

2) Πως να δίνει εντολές.

Ένας έμπειρος επόπτης σπάνια δίνει απ'ευθείας εντολές στους υφισταμένους του.

Ο καλύτερος τρόπος είναι να βοηθήσει τα άτομα να αναλύσουν την κατάσταση, έτσι ώστε από την ίδια την ανάλυση, να προκύψει η εντολή.

Πρέπει να ενθαρρύνει τα άτομα να είναι ελεύθερα, να μη φοβούνται, να εκφράζουν τις ιδέες τους και να έχουν και αυτά συμμετοχή στη διαχείριση της εξουσίας σε κάθε περίπτωση και κάθε στιγμή.

3) Πως να εξασφαλίζει τη συνεργασία με τους υφισταμένους του.

Ο επόπτης μπορεί να κάνει μόνος του οτιδήποτε είναι σπουδαίο ή να το μεταβιβάσει στα άτομα που θέλουν να το κάνουν.

Κατά την πραγματοποίηση του έργου τα άτομα μπορεί να απευθύνονται στον επόπτη για βοήθεια.

Όσο αυξάνεται η εμπιστοσύνη μεταξύ του επόπτη και των μελών της ομάδας, τόσο αυξάνεται και η συνεργασία μεταξύ των μελών και κατά

συνέπεια η βοήθεια που θα δίνει ο ένας στον άλλο.

4) Πως να παίρνει αποφάσεις.

Η πρώτη δουλειά του επόπτη είναι να προσδιορίσει το πρόβλημα με σαφήνεια και να συγκεντρώσει όλες τις πληροφορίες που είναι απαραίτητες. Τέλος προσδιορίζει τις εναλλακτικές πράξεις, τις αξιολογεί και επιλέγει την καλύτερη, την οποία και εφαρμόζει στην πράξη.

5) Πως να ασκεί κριτική.

Όταν ο επόπτης επαινεί ένα άτομο, πρέπει να το κάνει δημόσια, αν βέβαια μπορεί.

Αντίθετα, αν πρόκειται να προβεί σε παρατηρήσεις ή επίπληξη ατόμου, να το κάνει ιδιαιτέρως στο γραφείο του και ποτέ με την παρουσία άλλων ατόμων.

6) Πως να αντιμετωπίζει τα παράπονα.

Για την αντιμετώπιση παραπόνων ο επόπτης πρέπει:

α) Να συγκεντρώσει όλα τα γεγονότα και τις πληροφορίες που σχετίζονται με το θέμα.

β) Να συζητήσει με τις δύο πλευρές.

γ) Να διευθετήσει το θέμα όσο πιο νοήγορα γίνεται. Ποτέ δεν πρέπει να αγνοεί κάποιο παράπονο όσο μικρό και αν είναι, γιατί με την πάροδο του χρόνου μεγαλώνει.

7) Πως ν'αντιμετωπίζει τα προσωπικά προβλήματα των υφισταμένων του.

Αργά ή γρήγορα κάθε επόπτης μπορεί να συναντήσει στην ομάδα του ένα άτομο που να είναι τεμπέλης, νευρικός, ομιλητικός ή βραδύς, ένα άτομο που να έχει κακές σχέσεις με τους άλλους, να έρχεται

αργά στη δουλειά του, να μην είναι προετοιμασμένος και γενικά να μην αποδίδει.

Ο καλύτερος τρόπος για να αντιμετωπισθεί το πρόβλημα αυτό, είναι να βρεθεί η βαθύτερη αιτία που το προκαλεί. Κάθε πρόβλημα έχει την ιδιαιτερότητά του και πρέπει να αντιμετωπίζεται με βάση τα δικά του χαρακτηριστικά.

Για να αντιμετωπιστεί ένα τέτοιο πρόβλημα ο επόπτης πρέπει να κερδίσει την εμπιστοσύνη του ατόμου που έχει το πρόβλημα.

Όταν το επιτύχει αυτό τότε μπορεί να μιλήσει με το άτομο για το σφάλμα του και να του εξηγήσει τι σημαίνει το σφάλμα αυτό για το ίδιο το άτομο, τον επόπτη και την οργάνωση γενικότερα.

8) Πως να αντιμετωπίζει την κακή συμπεριφορά των υφισταμένων του.

Για οποιοδήποτε παράπτωμα ο επόπτης δεν έχει δικαίωμα να διώξει τον υπάλληλο.

Καλό είναι να συζητήσει ο επόπτης το πρόβλημα με τον ανώτερο και με τον διευθυντή προσωπικού.

9) Πως να αντιμετωπίζει τη μικρή απόδοση υπαλλήλων.

Ο επόπτης πρέπει να αντιμετωπίζει το άτομο με σύναση, σεβασμό και ειλικρίνεια, να το πλησιάζει και να συζητά αντικειμενικά και με ειλικρίνεια τα διάφορα προβλήματα που τον απασχολούν.

Αν το άτομο δεν διορθώνεται ο επόπτης πρέπει να συζητήσει το θέμα του υπαλλήλου με ανώτερό του.

ΠΑΡΑΙΤΗΣΗ Ή ΑΠΟΛΥΣΗ

Η παραίτηση ή απόλυση ενός από τα στελέχη της " ANKER ", είναι ανόχι " ΑΔΥΝΑΤΗ " μάλλον " ΑΣΥΝΗΘΙΣΤΗ " .

Μεταξύ του προσωπικού και των ανωτέρων υπάρχουν πολύ καλές και αμοι- νικές σχέσεις, λόγω του ότι το προσωπικό είναι αρκετά χρόνια μέσα στην ANKER και πολλοί έχουν συγγενικούς δεσμούς.

Σε περίπτωση που συμβεί ένα από τα δύο ΠΑΡΑΙΤΗΣΗ ή ΑΠΟΛΥΣΗ, πρέπει να είναι αναπόφευκτο. Έτσι συμπληρώνονται, όταν πρόκειται για απόλυση, τρία έντυπα " καταγγελία σύμβασης εργασίας ", τα οποία πηγαίνουν στον Ο.Α.Ε.Δ. μέσα σε οκτώ ημέρες από την ημέρα της απόλυσης του εργαζομένου.

Από αυτά το ένα κρατά ο ΟΑΕΔ, ένα ο εργοδότης και ένα ο εργαζόμενος.

Όταν, όμως πρόκειται για παραίτηση συμπληρώνονται πάλι τρία έντυπα " υπεύθυνης δήλωσης ", στα οποία ο εργαζόμενος δηλώνει ότι αποχωρεί με δική του θέληση από την εταιρεία. Κατά τον ίδιο τρόπο τα έντυπα αυτά πη- γαίνουν στον ΟΑΕΔ μέσα σε οκτώ ημέρες, εκ των οποίων το ένα μένει στον ΟΑΕΔ, το άλλο στον εργοδότη και ένα άλλο στον εργαζόμενο.

ΚΛΙΜΑ ΠΟΥ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙ ΣΤΗΝ ANKER ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΠΩΣ ΠΕΤΥΧΑΙΝΕΤΑΙ

Η ANKER, επειδή υπάρχει συνεργασία πολλά χρόνια μεταξύ των ατόμων, λειτουργεί σαν μεγάλη οικογένεια. Υπάρχουν πολλά άτομα τα οποία έχουν συγγενικές κοντινές και μακρινές σχέσεις, χωρίς αυτό να σημαίνει βέβαια ότι οι συγγενείς λειτουργούν ομαλά μεταξύ τους, ωστόσο υπάρχει ένα κλίμα συναίτησης και συνεργασίας. Αυτό συμβαίνει, γιατί η διοίκηση της ANKER κρατά τις ισορροπίες και ο υπεύθυνος του προσωπικού, αλλά και όλοι οι υπόλοιποι υπεύθυνοι τμημάτων έχουν την εντύπωση ότι λειτουργούν με βάση το ανθρωποκεντρικό μοντέλο του MANAGEMENT και όχι το ενωκεντρικό.

Βέβαια, κοινός στόχος όλων είναι η ανάπτυξη της εταιρείας.

Ωστόσο, η ANKER θεωρεί ότι ο παράγων άνθρωπος, είναι πάρα πολύ σπουδαίος, βλέπει τον άνθρωπο κατ' αρχήν σαν άτομο με όλα τα προβλήματα που έχει ένα άτομο και στην συνέχεια σαν εργαζόμενο και σαν συνεργάτη.

Επομένως παρακολουθώντας από κοντά τον παράγοντα άνθρωπο, μπορεί να γνωρίζει μέχρι που μπορεί να προχωρήσει από πλευράς εξέλιξης (το συγκεκριμένο άτομο) και από πλευράς συνεργασίας ξέρει που πρέπει να πιέσει.

Στην ANKER δεν ακολουθούν το σύστημα " κάντο γιατί στο λέω εγώ επειδή είμαι διευθυντής " ,αλλά " κάντο γιατί ξέρεις, καταλαβαίνεις από μόνος σου ότι πρέπει να γίνει, γιατί είναι κοινό όφελος. "

Δεν έχει εφαρμοστεί ακόμη στην ANKER το σύστημα της κάθετης δουίς της διοίκησης προς τους εργαζόμενους. Όμως, όλοι καταλαβαίνουν ότι είναι προς όφελός τους η προσπάθεια, ασχέτως αν υπάρχουν BONUS παραγωγικότητας κ.λ.π. Φυσικά, σε ανύποπτο χρόνο γίνονται και αξιολογήσεις των εργαζομένων με βάση την γενική εικόνα όπως: ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ - ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ - ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟΤΗΤΑ και βραβεύονται.

ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΓΟΡΩΝ

Η ANKER προκειμένου να κάνει κάποιες αγορές ακολουθεί ορισμένα στάδια.

Υπάρχει δηλαδή, ένα συγκεκριμένο μενού το οποίο ακολουθεί για να εκτελέσει μία παραγγελία. Αυτό αναφέρεται στα εξής:

1. Προγραμματισμός Αγορών.
2. Εξεύρεση προμηθευτών και συλλογή προσφορών.
3. Τήρηση " Αρχείου - Ευρετηρίου Προμηθευτών " .
4. Κατάρτιση, διαβίβαση και παρακολούθηση εκτέλεσης των " Αιτήσεων Αγοράς " .
5. Διερεύνηση Αγοράς για τα είδη της εταιρείας.
6. Ανάλυση προσφορών, διαπραγματεύσεις, πρόκρισή τους.
7. Κατάρτιση παραγγελιών - συμβάσεων Αγοράς.
8. Παραλαβή και ποσοτικός έλεγχος Αγορών.
9. Ποιοτικός έλεγχος Αγορών.
10. Παράδοση στον " Αποθηκάριο " κι εννηέωση (χρέωση) καρτελών με τα είδη που παραλήφθηκαν.
11. Έλεγχος του Δελτίου Αποστολής του τιμολογίου (ποσότητες, τιμές, ποσά) .
12. Διακανονισμός του τιμολογίου του προμηθευτή, δηλαδή, προώθηση του στο Λογιστήριο και το " Ταμείο " για εξόφληση.
13. Μέριμνα για την άμεση παράδοση των ευπορευμάτων από την " Αποθήκη " στα τμήματα Πώλησης.
14. Επίλυση προβλημάτων προσωπικού τμήματος Αγορών και αποθηκών.
15. Συζήτηση με τον " Κοστολόγο " για τις τιμές, τα κόμιστρα κ.λ.π.

16. Απογραφή (έκτακτη ή ετήσια) και έλεγχος αποθήκης.

17. Κάθε αγορά θα πραγματοποιείται με " Αίτηση Αγοράς " και ύστερα από έγκριση του Διαχειριστή.

Για τις εργασίες αυτές υπεύθυνο είναι το τμήμα αγορών, το οποίο αφού εκτελέσει τις απαραίτητες ενέργειες, εκθέτει τις προτάσεις του στο Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο θα πάρει τις αποφάσεις.

Στη συνέχεια, θα δούμε αναλυτικά τις εργασίες που γίνονται για μια εισαγωγή εμπορευμάτων.

ΑΓΟΡΕΣ - ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

Η ANKER σαν εισαγωνική εισάγει α'ύλες για την κατασκευή των προϊόντων, εμπορεύματα και νέα προϊόντα:

1. Για την εισαγωγή των α'υλών υπάρχει υπεύθυνος που παρακολουθεί την αποθήκη και μόλις φθάσει στο κρίσιμο σημείο γίνεται η παραγγελία. Η εισαγωγή εκεί είναι καθαρά ρουτίνα, γιατί απλά έρχονται οι προφόμες και ο υπεύθυνος εισαγωγών - εξαγωγών παρακολουθεί την όλη διαδικασία. Έρχεται σε επαφή με την εταιρεία που θα στείλει την α'ύλη, τις μεταφορικές και εκτελωνιστικές εταιρείες, με τις οποίες κανονίζει τη μεταφορά και τον εκτελωνισμό των προϊόντων.

Βέβαια, τώρα με την ευρωπαϊκή ενοποίηση, αν και υπάρχει εκτελωνιστής, έχουν εκποιήσει κάποια εμπόδια, τουλάχιστον για τις ενδοκοινοτικές εισαγωγές και η δουλειά του υπευθύνου εισαγωγών γίνεται πιο εύκολα και πιο καλά.

2. Εισαγωγή προϊόντων: Προϊόντα μπορεί να είναι βάσεις - μηχανισμοί συσκευασίας, κάποιες ταινίες που έρχονται κατ'ευθείαν σαν προϊόντα, όπως είναι οι ταινίες της σελοτέιπ, οι οποίες έρχονται έτοιμες συσκευασμένες απ'έξω και τέλος τα ποτά, για τα οποία ελέγχεται το STOCK και ανάλογα με τις ελλείψεις γίνεται παραγγελία.
3. Εισαγωγή νέων προϊόντων: Το τμήμα MARKETING ευθύνεται για την πρόβλεψη σε ποιό προϊόν πρέπει να συνκεντρωθεί η προσοχή. Αφού αποφασίσουν ότι κάποιο προϊόν, ποτό, ταινία ή υλικό συσκευασίας έχει μεγαλύτερη κατανάλωση, το τμήμα εισαγωγών έρχεται σε επαφή με τον ξένο οίκο, γίνονται όλες οι διαπραγματεύσεις σε ότι αφορά τιμές, ποσότητες, γίνονται οι δοκιμές του υλικού ή προϊόντος και

κατόπιν ορίζεται η παραγγελία. Αυτά φυσικά γίνονται αφού προηγουμένως το τμήμα MARKETING έχει διενεργήσει έρευνα αγοράς, ώστε να γνωρίζει τι προοπτικές υπάρχουν. Τέλος εφ' όσον όλες οι απόψεις και τα στοιχεία συγκλίνουν στο ότι πρέπει να πραγματοποιηθεί η εισαγωγή ακολουθείται η σχετική διαδικασία. Δηλαδή, στέλνεται η παραγγελία και ο οίκος στέλνει την προώρα.

Εάν η εισαγωγή αφορά ποτά γίνονται κάποιες παρεταίρω ενέργειες π.χ. μπαίνει στην εικόνα και το γενικό χημείο του κράτους για να πάρει την ταινία ασφαλείας και γνησιότητας. Εάν, η εισαγωγή αφορά κάποιο άλλο προϊόν, απλά γίνεται η διαδικασία της εισαγωγής - προώρα - συνεννόηση με την μεταφορική εταιρεία, που θα στείλει το προϊόν και τον προμηθευτή τον τρόπο με τον οποίο θα έρθει το προϊόν.

Όλα αυτά βέβαια είναι εργασίες που γίνονται από το τμήμα εισαγωγών.

Τα στάδια που ακολουθεί για εισαγωγή υποσούμε να συνοψίσουμε ως εξής:

1. Έλεγχος στην αποθήκη για να διευκρινιστεί τι προϊόντα πρέπει να παραγγελθούν (Απογραφή αποθήκης).
2. Έλεγχος για το ποιο μοντέλο έχει περισσότερη κατανάλωση.
3. Προβλέψεις Πωλήσεων.

Εάν είναι προϊόντα ή α' ύλες ρουτίνας η πρόβλεψη γίνεται παρακολουθώντας τα stocks, παρακολουθώντας την εξέλιξη της αγοράς για μια επικείμενη μεγάλη παραγγελία κάποιου πελάτη. Για να υπάρχει ευστάθεια κρατάται κάποιο stock ασφαλείας, ώστε σε περίπτωση που εμφανιστεί κάποιος πελάτης, ο οποίος χρειάζεται π.χ. 2.000.000 ετικέτες να υπάρχει η δυνατότητα κάλυψής του. Αυτό συμβαίνει γιατί μια εισαγωγή θέλει κάποιο χρόνο, περίπου μήνα, ώσπου να

4. Το τέταρτο στάδιο μιας εισαγωγής είναι η παραγγελία. Στην παραγγελία λαμβάνεται υπόψη το κόστος της, δηλαδή πόσο κοστίζει η παραγγελία βάση τωρινών δεδομένων και πόσο θα κοστίσει όταν πρόκειται να πληρωθεί. Αυτό κυμαίνεται πάντοτε ανάλογα με την τιμή του ξένου νομίσματος τη συγκεκριμένη στιγμή.

5. Μεταφορά

Η μεταφορά των εμπορευμάτων μπορεί να γίνει με:

- α. Πλοίο, όπου λαμβάνεται υπόψη ο όγκος των εμπορευμάτων.
- β. Αεροπλάνο, όπου λαμβάνεται υπόψη το βάρος των εμπορευμάτων
- γ. Οδικώς.

6. Πληρωμή εισαγωγών.

Η πληρωμή στις εισαγωγές γίνεται με εγγυητικές επιστολές.

Επειδή η ANKER είναι αυτή που είναι, με τα 45 χρόνια παρουσίας στον Ελληνικό χώρο, έχει ανοιχτές πιστώσεις από τράπεζες.

Επίσης, επειδή η ANKER έχει πολλούς προμηθευτές στο εξωτερικό: Αγγλία - Γαλλία - Ιταλία - Ελβετία - Γερμανία - Ολλανδία, σχεδόν σ' όλη την Ευρώπη, ένας νέος προμηθευτής μπορεί κάλλιστα να πάρει πληροφορίες ανά την Ευρώπη, ποιά είναι η ANKER και δε χρειάζεται να τρέχει στις τράπεζες.

7. Εκτελωνισμός προϊόντων.

Όλη η διαδικασία από τη στιγμή που θα έρθει το κοντέινερ στον Πειραιά ή στο αεροδρόμιο ή οπουδήποτε αλλού στην είσοδο της ΕΛΛΑΔΑΣ, ο εκτελωνιστής θα αναλάβει όλες τις διαδικασίες μέχρις ότου να μπορέσει να το ξευλοκάρει μέσα από το τελωνείο, ώστε το εμπόρευμα να φύγει και να έρθει στην αποθήκη. Βέβαια, με την ενοποίηση της Ευρώπης τα πράγματα έχουν απλοποιηθεί κατά πολύ, έ-

χουν περιοριστεί σε κάτι φόρμες εντελώς τυπικές.

8. Τα εμπορεύματα, εφόσον ταξιδεύουν, μέσα στο μεταφορικό κόστος περιλαμβάνουν και την ασφάλεια κλοπής - φθοράς - καταστροφής, η οποία καλύπτει το προϊόν αυτό - καθ'αυτό. Μέχρι στιγμής η ANKER δεν είχε κάποιο σοβαρό πρόβλημα αποζημιώσεως.

Η ANKER έχει ένα κομμάτι ασφαλιστικού προακτορείου, συνεργάζεται με κάποιες ασφαλιστικές εταιρείες και κινείται στον ασφαλιστικό χώρο, δίνοντάς της έτσι τη δυνατότητα να ασφαλίσει τον εαυτό της (αυτασφάλιση), τα αυτοκίνητά της, τις εγκαταστάσεις της κ.λ.π. Βέβαια το κομμάτι αυτό είναι μικρό, αλλά επαρκεί για την αυτασφάλιση.

ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Για κάθε εισαγωγή δημιουργείται ειδικός φάκελος εισαγωγής, όπου μέσα καταχωρούνται όλα τα στοιχεία της εισαγωγής. Επίσης, το λογιστήριο αφού γίνει η παραγγελία κάνει τις εξής εργασίες, οι οποίες φυλάσσονται στο φάκελο για την κοστολόγηση:

1. Έρχεται το τιμολόγιο του οίκου και τα φορτωτικά, τα οποία πηγαίνουν στην τράπεζα για να γίνει το άνοιγμα πίστωσης και αν τα εμπορεύματα δεν είναι ασφαλισμένα από τον οίκο γίνεται ασφάλεια.
2. Όταν τα εμπορεύματα έρθουν στο τελωνείο γίνεται διακανονισμός τραπεζής: α. Έξοδα τραπεζής και β. Καθορισμός χρόνου πληρωμής της υποσχετικής.

Τέλος, στο φάκελο καταχωρούνται οι προφόμενες, τα τιμολόγια-αποδείξεις και ότι κόστη αναφέρονται αναλυτικά στην καρτέλα, για τα οποία υπάρχουν και οι αντίστοιχες αποδείξεις μέσα, έτσι ώστε στη συνέχεια να επιμεριστεί ανά μονάδα εισαγόμενων προϊόντων στο κόστος.

Αφού συγκεντρώσουμε τα διάφορα παραστατικά γίνεται η κοστολόγηση των εμπορευμάτων. Τα παραστατικά, που χρειάζονται για την κοστολόγηση μιας εισαγωγής, αναλυτικά είναι τα εξής:

1. Γραμμάτιο είσπραξης τραπεζής. Σ' αυτό αναγράφεται το κόστος της εισαγωγής, τη στιγμή που κόπηκε το παραστατικό της εισαγωγής. Αυτό είναι το άνοιγμα πίστωσης.
2. Καρτόσημο Συναλλαγματικής.
3. Μεταφορικά.
4. Γραμμάτιο είσπραξης - ένταλμα πληρωμής. Αυτό είναι ο διακανονισμός με την τράπεζα για να ορισθεί η ημερομηνία πληρωμής της ει-

σαγωγής.

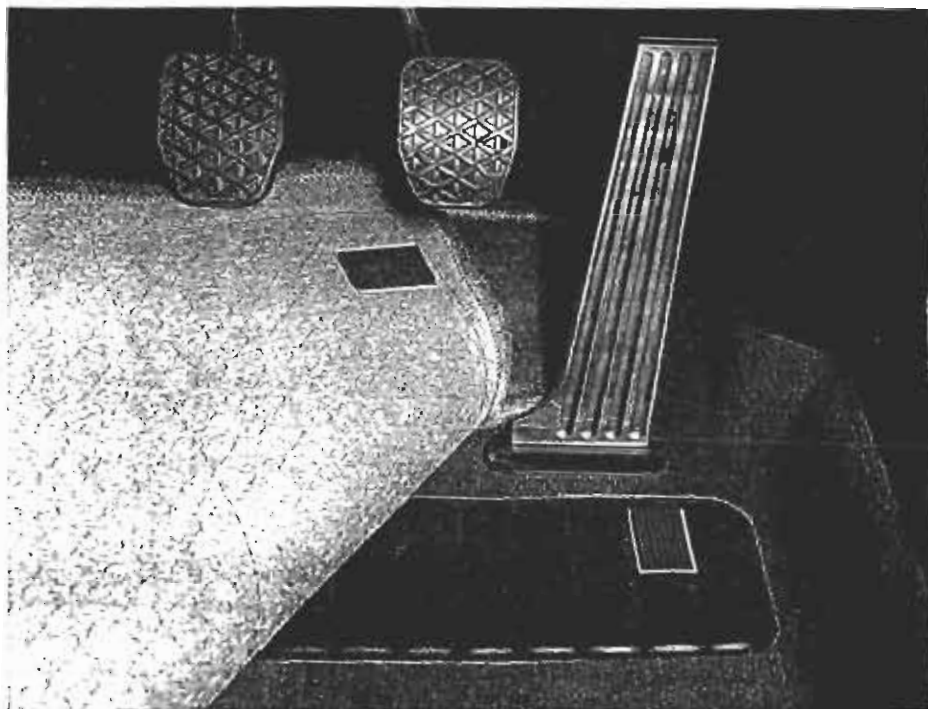
5. Εκτελωνισμός: εξοδολόγιο εκτελωνιστή.

6. Διάφορα έξοδα τραπεζής.

Το σύνολο των παραστατικών αυτών χρησιμοποιείται για την κοστολόγηση της εισαγωγής. Έτσι ώστε όταν φθάνει ο φάκελος εισαγωγής στο γραφείο του Διευθυνή Πωλήσεων ή του Διευθύνοντος Συμβούλου να ξέρει ότι έγινε μια εισαγωγή π.χ. 100 τεμαχίων και κοστίζουν 10 δρχ. το ένα. Από κεί και πέρα το τμήμα πωλήσεων αναλαμβάνει να βάλει το MARK UP και να γίνει η τιμολόγηση προς τα έξω.

Για καλύτερη κατανόηση των όσων γράφτηκαν για τις εισαγωγές, παραθέτουμε τα παραστατικά που χρησιμοποιούνται σε μια εισαγωγή, από τη μέρα του διακανονισμού με την τράπεζα έως την κοστολόγησή της.

Stops mats getting under your feet Heavy Duty Fixers



SELLOTAPE HEAVY DUTY FIXERS

ORDER CODE	PACK	TYPE	SIZE	UNITS PER PACK	PACKS PER CASE
3355	CARD	HOOKS & LOOPS	4 SETS OF PADS 50 x 25mm	8	6

MINIMUM ORDER OF 10 CASES WHICH MAY BE AMALGAMATED WITH OTHER SELLOTAPE PRODUCTS

AUTOCARE



Powerful Velcro
hooks & loops
fasteners

•
With strong
adhesive fixing

•
Quick and clean to apply

•
Easy to remove for
cleaning

•
Fix and remove
thousands of times
without losing grip

Sellotape

HIGH PERFORMANCE ADHESIVES

ΑΡΙΘ. ΠΡΩΤ.

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ

ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΒΕΒΑΙΩΣΗΣ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ

Α.Γ.Μ.

ΕΙΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΤΑΧ. ΔΙΑΣΤΗ

ΤΗΛΕΦΩΝΑ

Π Ρ Ο Σ

Το Υπόκλιμα του ΙΚΑ

Παρακαλώ να μου χορηγήσετε βεβαίωση στην οποία αναγράφεται αν είμαι ή όχι ασφαλιστικά ενημερωμένος ΙΚΑ για τις εισφορές του προσωπικού μου προκειμένου να τη χρησιμοποιήσω:

- για είσοδο/εξέλιξη εκκαθαρισμένων ασφαλισμένων στο Δημόσιο, ΝΠΔΔ και Ο.Τ.Α. συμπεριλαμβανομένων των εξαγωγικών επιτοκίων (άρθρο 39 παρ. 7 Ν. 209)
- για δανεισδότηση, αλληλ. εγγυητού λογιστηρίων, προεξόφληση γραμματίων κ.α. συνα. λογιστηρίων, Τραπεζες, Πιστωτικά Ιδρύματα άρθρο 4 Ν. 1239/82
- για θεώρηση φερολογικών βεβηών ή στοιχείων βεβηών ή επιτηδευματίων (άρθρο 63 παρ. 1,2 Ν. 209)
- για συμμετοχή προμηθευτών σε διαγωνισμούς προμηθειών του Δημοσίου (άρθρο 6 του Π.Δ. 173/91)
- για έκδοση, ανανέωση άδρας εργασίας κ.α. π.α. ζαπου προσωπικού άρθρο 7 § 2 της υπ.δ. 4813/2-92 Υ.Α.

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

Δηλώνω υπεύθυνα, γνωρίζοντας τις συνέπειες του Ν. 1839/86 για ψευδή δήλωση ότι, τα στοιχεία, στοιχεία είναι αληθινά

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

1) Η επιχείρησή μου ή ευμε καταστημα, γραφείο, παραγωγή κ.α. ενοικιάζεται ή εδω ή σε άλλη πόλη και σε ποιά περιοχή;	
2) Με τους μισθωτές ή με τους εργαζόμενους ή με τους υπαλλήλους της επιχείρησής μου ή με το ίδιο κατάστημα, τικό ή οικοδόμησ αυτής εδω ή σε άλλη πόλη και σε ποιά περιοχή;	
3) Υπήρξατε ή είσθε σύμμελος μέλος Ο.Ε. ή Ε.Ε. και αν ναι σε ποιά εταιρεία (επωνυμία) και σε ποιά περιοχή. (Η ιδιότητα του συος μέλους Ο.Ε. ή Ε.Ε. θα δηλώνεται και όταν προκειται για εταιρείες μη προσωπικές π.χ. Α.Ε., Ε.Π.Ε.).	
4)	

ΕΝΗΜΕΡΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΙΚΑ ΓΙΑ
ΧΟΡΗΓΗΣΗ

Αιτ. ...
νόμιμος εκπρόσωπος



ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΥΜΒΑΣΙΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΕΝΕΓΓΥΟΥ ΠΙΣΤΩΣΕΩΣ

ΑΡΙΘ. ΠΙΣΤΩΣΕΩΣ

Μεταξύ της εν Αθήναις εδρευούσης Ανωνύμου Τραπεζικής Εταιρείας υπό την επωνυμία ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε. εκπροσωπούμενης εν προκειμένω υπό των

.....
αφ' ενός και τ

.....
αφ' ετέρου, αποκαλουμ εφεξής ο ΕΝΤΟΛΕΥΣ και εκ τρίτου τ

.....
αποκαλουμ εφ εξής ο ΕΓΓΥΗΤΗΣ, συνεφωνήθησαν τα κάτωθι:
Ο εντολεύς αναθέτει εις την ΤΡΑΠΕΖΑΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε. άπως μέσω της

.....
εν
ανοίξη ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΩΣ / ΤΗΛΕΓΡΑΦΙΚΩΣ ενέγγυον πίστωσιν δια λογαριασμόν του, επιβεβαιουμένην, ανέκκλητον, μεταβιβάσιμον υπέρ του οίκου

.....
μέχρι του ποσού των πληρωτέου

.....
.....υπό του οίκου των εξής εγγράφων.

- 1) Πλήρους σειράς φορτωτικών εγγράφων ατμοπλοίου ή σιδηροδρόμου ή αυτοκινήτου ή αεροσκάφους ή αποδείξεως ταχυδρομικών δεμάτων ή ανεγνωρισμένου οίκου μεταφορών δια μεταφοράν από μετά ή άνευ μεταφορτώσεως/ων εις διαταγήν ΤΡΑΠΕΖΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ με προορισμόν
- 2) Ασφαλιστήριο συμβόλαιο ή πιστοποιητικό ασφαλείας καλύπτον κανδύνους

- 3) Πιστοποιητικόν προελεύσεως
- 4) Τιμολόγιον εις
- 5)
- 6)

.....
Δια τα κάτωθι εμπορεύματα, ήτοι

.....
Ανοχή δεν επιτρέπεται / επιτρέπεται και μέχρι%
φόρτωσις μέχρι παρουσίας μέχρι

.....
Μερικές φορτώσεις

.....
Προς εκτέλεσιν της ως άνω εντολής ο εντολεύς ΥΠΕΓΡΑΨΕ ΥΠΟΣΧΕΤΙΚΗΝ ΕΠΙΣΤΟΛΗΝ ΠΛΗΡΩΜΗΣ (ποσό Ξ.Ν.)

.....
πληρωτέαν των ως άνω φορτωτικών εγγράφων.
υποχρεούται δε ούτος όπως, κατά την λήξιν της υποσχετικής επιστολής, καταβάλη προς την Τράπεζαν το σε δραχμής ισάξιον του ως άνω ποσού, άλλως η Τράπεζα δικαιούται να επιδιώξη την εισπραξιν του πλέον τόκων και εξόδων στρεφομένη κατά του εντολέως και του εγγυητού δια παντός νομίμου μέσου.

.....
Η προμήθεια της Τραπεζής αριθζεται εις% κατ' αδιαίρετον τρίμηνον και δη καθ' όλον το χρονικόν διάστημα μέχρι της εκτελέσεως της. Το ποσόν δε της προμηθείας θα προκαταβάλεται την πρώτην ημέραν εκάστου αδιαίρετου τριμήνου.

.....
Προς ασφάλειαν της Τραπεζής και έναντι του ποσού της ανοίξεως πιστώσεως κατετέθη εις αυτήν παρά του εντολέως / εγγυητού το ποσόν των δραχμών

.....
επί του οποίου ουδέν δικαίωμα θα έχουν ούτοι μέχρι την πλήρη εξόφλησιν της εκ της παρούσης πιστώσεως απαιτήσεως της Τραπεζής. Το ποσόν αυτό δύναται η Τράπεζα να χρησιμοποιήσῃ και δια την κάλυψιν και κάθε άλλης απαιτήσεως της κατά των αυτών προσώπων εξ οιασδήποτε αιτίας.

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

(τόπος , ημερομηνία)

ΥΠΟΣΧΕΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΟΛΗ

Κύριοι ,

Τραπεζική Ενέγγυος Πίστωση (No. & ημ/νια).....

Νόμισμα - Ποσό

Δικαιούχοι

Χώρα :

Αναφερόμενοι στην παραπάνω Ενέγγυο Πίστωση, δηλώνουμε ανέκκλητα με την παρούσα και με γνώση των συνεπειών του Νόμου, ότι αναλαμβάνουμε την υποχρέωση να σας εξοφλήσουμε το σε δραχμές ισάξιον του ποσού της Ενεγγύου Πιστώσεως πλέον τόκων, προμηθειών και τυχόν άλλων εξόδων σας:

Κατά την ημέρα παρουσίσεως των Φ.Ε. στην

Σε ημέρες / μήνες απο την ημερομηνία φορτώσεως

Σε ημέρες / μήνες απο την παρουσίαση των Φ.Ε. στην

.....

Με τιμή

(σφραγίδα - υπογραφές)



ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε.

Κατάστημα:

ΑΓΗΣΗ ΔΙΑΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ/ ΠΙΣΤΩΣΕΩΣ/ ΠΡΟΕΜΒΑΣΜΑΤΟΣ

Αριθμός Αξίας:

Ειδικό Μητρώο Αρίθμησης:

Κύριοι

Παρακαλούμε, να μεριμνήσετε για την εισαγωγή / παραλαβή των εμπορευμάτων με τα παρακάτω στοιχεία:

1. Τρόπος διακανονισμού:

2. Μεσολαβούσα Τράπεζα: ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε.

3. (Υπό) Κατάστημα:

4. Επωνυμία Εισαγωγέα:

5. Διεύθυνση / Τηλέφωνο:

6. Ιδιότητα (Ιδιώτης, Δημόσιο, ΝΠΔΔ, Επιχ. Κοιν. Ωφελ):

7. Εισαγόμενο είδος:

8. Κωδικός συνδυασμένης ονοματολογίας:

9. Χώρα προέλευσης:

10. Νόμισμα συναλλαγής:

11. Ειδικές Εγκρίσεις:

12. Αξία F.O. B:

13. Αξία C. I. F:

14. Μεταφορικά:

15. Ασφάλιστρα:

16. Λοιπά έξοδα:

17. Μικτή C. I. F:

18. Προμήθεια αντιπροσώπου:

19. Τυχόν Εκπτώσεις:

20. Καθαρή αξία F. O. B: Ισότ. USD

21. Καθαρή αξία C. I. F: Ισότ. USD

Δηλώνουμε ότι οι τιμές του εμπορεύματος που αναγράφονται στο συνημμένο γιὰ διακανονισμό τιμολόγιο είναι πραγματικές και ισχύουν κατά το χρόνο εκδόσεως του τιμολογίου*

ΔΙΑΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΕΠΙ ΠΡΟΘΕΣΜΙΑ - ΜΕ ΑΝΟΙΚΤΟ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ

.....
(πόλη & ημ / νία)
Αιτών & Δηλών

.....
(πόλη & ημ / νία)
ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε

703A 1000/100X 1-2-93

* Η δήλωση περί κανονικότητας των τιμών αφορά μόνο τον εισαγωγέα και όχι την Τράπεζα

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

Ο υπογράφων εισαγωγέας
δηλώνω υπεύθυνα και γνωρίζοντας τις συνέπειες του Νόμου για ψευδή δήλωση καθώς
και τις σχετικές διατάξεις των Νόμων για την προστασία του Εθνικού Νομίσματος, ότι
για την παραγγελία την οποία αφορά η από
αίτησή μου, μέσω της ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε. και το με αριθμ.
από Τμολόγιο του Οίκου
..... δεν δικαιούμαι προμήθεια ή οποιαδήποτε άλλη
αμοιβή ούτε μεσολαβεί αντιπρόσωπος ο οποίος θα εισπράξει προμήθεια ή άλλη αμοιβή.

ΒΕΒΑΙΩΣΗ

(Πόλη/Ημερομηνία)

Υπογραφή

Βεβαιώνεται το της υπογραφής

που εκπροσωπ νόμιμα την Εταιρία :

Ημερομηνία.....

ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε.

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ



ΠΕΛΑΤΗΣ:

ΚΩΔ. ΧΩΡΑΣ

1 4 0 0

ΚΩΔ. ΕΜΠ/ΤΟΣ

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ 12/09/94

ΑΡΙΘ. ΑΞΙΑΣ 001/038667

ΑΡΙΘ. ΕΓΚΡΙΣΗΣ 20001/000000

20.176,20

237,97178

ΠΑΡΑΚΡΑΤ. *

ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΜΗΘ. ΑΝΤ/ΠΟΥ Ξ.Ν. _____ ΤΙΜΗ _____ ΔΡΧ.

ΕΣΑΡΤ ΠΡΟΜΗΘ. ΑΝΤ/ΠΟΥ _____ ΔΡΧ.

ΕΜΒΑΣΤΕΟ ΠΟΣΟ Ξ.Ν. _____ ΤΙΜΗ _____ ΔΡΧ.

ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ - ΔΑΣΜΟΙ 100/00% _____ ΔΡΧ.

ΔΙΑΦΟΡΑ _____ ΔΡΧ.

ΠΑΡΑΒΟΛΟ ΤΡΑΠ. ΕΛΛΑΔΟΣ _____ ΔΡΧ.

ΠΑΡΑΒΟΛΟ Ε.Β.Ε. _____ ΔΡΧ.

ΕΞΟΔΑ ΜΕΣΟΛΑΒΟΥΣΑΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ _____ ΔΡΧ.

ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΣΥΝ/ΤΟΣ _____ ΔΡΧ.

ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΜΑΣ _____ ΔΡΧ. 60.530,00

ΕΣΑΡΤ ΤΗΛ/ΚΗΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ _____ ΔΡΧ.

ΕΞΟΔΑ ΠΑΡΑΤΑΣΗΣ _____ ΔΡΧ.

ΔΙΑΦΟΡΑ ΕΞΟΔΑ _____ ΔΡΧ.

ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΔΡΧ. 60.530,00

ΤΑΧ/ΚΑ ΔΡΧ. _____

ΕΞΟΔΑ TELEX ΔΡΧ. 9.000,00

ΔΡΧ. 69.530,00

ΕΦΤΕ ΔΡΧ. 2.781,00

72.311,00

ΧΑΡΤΟΣΗΜΟ _____ ΔΡΧ.

ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΟ ΠΟΣΟ ΔΡΧ. 72.311,00

ΧΑΡΤ/ΜΟ	× 10 =
"	× 20 =
"	× 25 =
"	× 50 =
ΣΥΝΟΛΟ	=

ΕΙΣΠΡΑΧΘΕΝΤΑ ΜΕΤΡΗΤΑ 001/619600000000 060 78667 72.311,00

ΧΡΕΩΘΗΚΕ Ο ΛΟΓ/ΣΜΟΣ ΣΑΣ

No. 001/61960.00000/00



ΥΔΗΛΟΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΠΡΑΞΗ ΤΕΛΩΝ ΧΑΡΤΟΣΗΜΟΥ

(Άρθρο 3 Νόμου περί Τελών Χαρτοσήμου)

Ονοματεπώνυμο ή Επωνυμία:

Διεύθυνση: Τηλ:

Είδος σύμβασης: ΕΚΕΡΝΥΟΣ ΠΙΣΤΩΣΗ Αριθμός: 01/38561

Ημερομηνία σύμβασης: 12/9/94

Ποσό: Δρχ. Ποσό Ε.Ν. USD 20.176,20 ημερ. Δρχ. 4.842.389

Ημερομηνία: 12/9/94 Αξία τέλους χαρτ. 48.424

ΟΓΑ 20% 9.685

ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΤΑΣΙΑΣ Α.Ε. Σύνολο προδρόμου τέλους 58.109

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ Αθήνων

ΙΣΧΥΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΤΟΥ ΠΑΡΟΝΤΟΣ
5 ΗΜΕΡΕΣ ΑΠΟ ΤΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ
ΜΕΤΑ ΤΗ ΛΗΞΗ ΝΑ ΕΙΣΠΡΑΧΘ
ΤΟΚΟΣ ΥΠΕΡΗΜΕΡΙΑΣ

A.E. 755 1000 X 100/

(Υπογραφή)



ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε.
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ:

ΓΡΑΜΜΑΤΙΟ ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ
ΕΝΤΑΛΜΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

0075052

ΠΕΛΑΤΗΣ:

Ημερομηνία: **13/10/94**
ΕΚΚΑΘΑΡΙΣΗ ΑΞΙΑΣ ΜΑΣ Ν^Ο01/038667

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΞΙΑΣ				ΝΟΜ	ΠΟΣΟ ΣΥΝΚΗΣ	ΛΗΞΗ	ΑΝΤΙΤΙΜΟ ΣΕ ΔΡΧ	ΧΑΡΤ/ΜΟ
ΑΞΙΑ	USD	20.176,20	\$ 20.176,00	USD	20.176,20	19/12/94	4.845.092,00	
ΠΡΟΜ. ΑΝΤ/ΠΟΥ			\$					
ΝΑΥΛΟΙ	USD	583,42	\$ 583,00					
"			\$					
"			\$					
ΕΞΟΔΑ			\$					
ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ			\$					
ΑΣΦΑΛΙΣΤΡΑ			\$					
ΑΞΙΑ CIF			\$ 20.759,00					
ΑΞΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓ.			\$ 20.176,20					
ΕΝΕΓ. ΠΙΣΤ. (-)			ΕΝ					
ΕΚΠΤΩΣΗ (-)			ΕΝ					
Ε/ΠΡΟΘΕΣΜΙΑ (-)			\$ 20.176,20					
ΕΜΒΑΣΤΕΟ ΠΟΣΟ			ΕΝ					
ΠΟΣΟ CLEARING (-)			ΕΝ					
ΕΞΟΔΑ ΑΝΤ/ΠΟΥ (+)			ΕΝ					
ΣΥΝΟΛΟ			ΕΝ	USD	240.13900		ΔΡΧ.	

ΧΑΡΤ/ΜΟ X 10 =	Κ Ω Δ Ι Κ Ο Ι
" X 20 =	D. ROOM 00000
" X 25 =	ΧΩΡΑΣ 01400
" X 50 =	ΕΜΠΟΡ/ΤΟΣ 00000
ΣΥΝΟΛΟ	

38667

ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΜ. ΑΝΤ/ΠΟΥ	ΠΡΟΣ	ΔΡΧ.	
ΕΣΑΡΤ ΠΡΟΜ. ΑΝΤ/ΠΟΥ (ΔΙΑΦΟΡΑ ΤΙΜΗΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΠΕΡΩΣΕΩΣ)		ΔΡΧ.	
ΕΞΟΔΑ ΑΝΤ/ΠΟΥ (129148)		ΔΡΧ.	
ΑΣΦΑΛΙΣΤΡΑ ΥΠΕΡ		ΔΡΧ.	
ΕΞΟΔΑ ΜΕΤΑΦ. ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	ορφεις βειηολαου	ΔΡΧ.	12.980,00
ΕΞΟΔΑ ΜΕΣΩ ΤΡΑΠΕΖΑΣ	(ΔΡΕΕΚ)	ΔΡΧ.	
ΔΙΑΦΟΡΑ		ΔΡΧ.	
CLEARING	X	ΔΡΧ.	
ΕΙΣΦΟΡΕΣ ΠΟΙΝΕΣ: εκπρωθ. διακ/αμου		ΔΡΧ.	
1 ΜΗΝΕΣ X 2%		ΔΡΧ.	
ΠΑΡΑΒΟΛΟ Τ.Ε.		ΔΡΧ.	
ΠΑΡΑΒΟΛΟ ΕΒΕ		ΔΡΧ.	
		ΔΡΧ.	
ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΣΥΝ/ΤΟΣ		ΔΡΧ.	
ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΔΙΑΚ/ΣΜΟΥ	ΔΡΧ. 35.605,00		
ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΤΡΟΠ/ΣΕΩΣ	"		
ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΕΠΙΒ/ΣΕΩΣ	"		
ΕΣΑΡΤ ΤΗΛΕΓΡ. ΠΛΗΡ.	"		
ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	ΔΡΧ. 35.605,00		
ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΑ	" 2.000,00		
ΕΞΟΔΑ TELEX	"		
ΣΥΝΟΛΟ	ΔΡΧ. 37.605,00		
ΕΦΤΕ	ΔΡΧ. 1.504,00	ΔΡΧ.	39.109,00
ΧΑΡ/ΜΟ ΔΙΑΚ/ΣΜΟΥ		ΔΡΧ.	840,00
ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ		ΔΡΧ.	52.929,00



Ο ΤΑΜΙΑΣ

ΦΡΑΓΙΔΑ ΤΑΜΕΙΟΥ (ΕΒΘΟΝ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ) ΕΓΡ
ΚΥΡΩΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ ΚΑΤΩ ΜΕΡΟΣ
ΤΟΥ ΕΝΤΥΠΟΥ

ΜΕΙΟΝ ΕΠΙΣΤΡΕΠΤΕΑ ΠΕΡΙΟΡΙΑ
ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ
ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΜ. ΑΝΤ/ΠΟΥ
ΑΚΥΡΩΣΗ ΕΝΕΓΓ. ΠΙΣΤΩΣΗΣ

ΠΛΗΡΩΤΕΟ ΠΟΣΟ ΔΡΧ. 52.929,00

ΕΠΙΣΤΡΕΠΤΕΟ ΠΟΣΟ ΔΡΧ.

ΜΕΤΡΗΤΑ ΧΡΕΩΣΗ ΜΕ ΠΙΣΤΩΣΗ ΤΟΥ ΛΟΓ/ΣΜΟΥ

001/61960.00000/00

ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ

Πρός τήν
ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε.
ΚΑΤΑΣΤΗΡΑ

Κύριε Διευθυντά,

ΕΓΚΡΙΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ ΑΡΙΘΜ.

ΠΟΣΟΥ :

Αναφερόμενοι στην παραπάνω χαρακτηρηθείσα υπό όνομά μας Έγκριση εισαγωγής, σας γνωρίζουμε ότι ο προμηθευτής μας στην
εφόρτωσε τό από αλήθης καλυπτόμενο εμπόρευμα και έστειλε σέ μās ός' εύθείας
τά σχετικά φορτωτικά έγγραφα, τά όποια σας έσπελάσουμε.

Επειδή έκείγόμεθα γιά τόν εκτελωνισμό και τήν παραλαβή αΐτου
του εμπορεύματος, σας παρακαλούμε κάτω από απόλυτη εύθύνη μας όπέναντί σας,
των Έλληνικών Αρχών Έλέγχου Συν/τος, αλλά και του προμηθευτού οίκου του
έξωτερικού, δεχόμενοι αΐτά τά φορτωτικά, τήν γνησιότητα και αΐθεντικότητα
των όμοιών έγγραφέματα απόλυτα σάν όριστικά, έγκρίνατε τόν από μās διακ/σμό
της άξιας του εμπορεύματος μέ βάση τό προσκομιζόμενο τιμολόγιο ός άξής :

- Έναντι πληρωμής της προμήθειας του αντίπροσώπου σέ
- Έναντι πληρωμής της καθαρής άξιας του τιμολογίου σέ
-
-

Κατό τόν διακανονισμό, παρακαλούμε, όπως εκδόσετε και παρα-
δώσετε σέ μās τήν άδεια εκτελωνισμού καθώς επίσης και τήν διαβιβασμένη
..... μετά από προηγούμενη όπισθογράφηση
αΐτης σέ διαταγή μας.

Εξ άλλου, δεδομένου ότι δέν έχετε πάρη από τόν φορτωτή ή από
τήν Τράπεζά του στο Έξωτερικό όδηγίες αναφορικά μέ τόν τρόπο διακανονισμού
των φορτωτικών και τήν παράδοση του εμπορεύματος, επιβουλούμε όπως διασφαληνί-
σουμε σέ σας ότι ο αίτούμενος διακανονισμός γίνεται κάτω από τήν απόλυτη εύ-
θύνη μας, ταυτόχρονα επίσης να σας δηλώσουμε ότι έν γνώσει των συνεπειών του
Νόμου περί ψευδούς δηλώσεως και ή αναγκαιόμνη στο τιμολόγιο άξια του εμπό-
ρεύματος είναι ή πραγματική και ότι αναλαμβάνουμε τήν ύποχρέωση όπως, ανεξάρ-
τητα από τά παραπάνω, τακτοποιήσουμε όμέσως, τή στιγμή που θα μās ειδοποιή-
σετε, κάθε διαφορά που ίσως παρά ταΐτα προκύψει.

Μέ τιμή,

Notes you simply can't ignore

SelloNote® Neon Sticky Note Pads



SELLONOTE NEON STICKY NOTE PADS

SHELFPACK ORDER CODE	HANGPACK ORDER CODE	CLOUR	SIZE mm x mm	SHEETS PER PAD	UNITS PER PACK	PACKS PER CASE
3539	3661	PINK PRINTED 'URGENT'	75 x 75	40	12	20
3540	3662	YELLOW	75 x 75	40	12	20
3541	3663	GREEN	75 x 75	40	12	20

MINIMUM ORDER OF 10 CASES WHICH MAY BE AMALGAMATED WITH OTHER SELLOTAPE PRODUCTS

A distinctive range
of sticky notes

•
Repositionable for
extended usage

•
40 sheets per pad

•
A choice of 3 vibrant colours
— pink, yellow and green

•
Shelfpack or Hangpack options

•
Pink printed 'Urgent' for
added significance

•
Easy to use and apply

•
From Britain's most popular
range of self-adhesive products

Sellotape®

HIGH PERFORMANCE ADHESIVES

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΝ

ΣΤΟΔΟΛΟΓΙΟΝ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Ο ΚΥΡ. _____ Διεύθυνσις _____ Έπαγγελμα _____

ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑΙ

Ατμόπλοιοι ΟΑ-462, Αριθμοί 5-10-94
 Προβλήσις Η.Ο.Α., Αποβίρασις _____
 Αρ. Διασφα. 15288, Τελωνειον Θ' ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑ
 > Δηλωτικού 6449 Προορισμός _____
 > Αναλώσεως Αρ. Αποσταμ. _____
 > Αδ. Έξόδου 632675, Αποστολής _____
 > Φορτώσεως _____

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΣ

ΤΑΞΙΑ ΑΡΙΘΜΟΙ	ΠΟΙΟΝ	ΠΕΡΙΧΟΜΙΝΟΝ	ΒΑΡΟΣ
40085463	ΛΠΑΝ:	ΧΜ: 298	
	Δ/κ:	96132090	

ΑΝΑΓΕΙΣ ΕΞΟΔΩΝ ΕΚΤΕΛΩΝΙΣΜΟΥ

ΔΡΑΧΜΑΙ

Μισθός
 Πρακτορειακά
 Χαρτόσημα - έντυπα κλπ. 6850
 Εισ. Δασμοί 632675/94 1302012
 Δικαιώματα ΟΛΠ
 ΕΡΓΑΤΙΚΑ 585885/94 4.500
 Δινο έμτα Γεν. Αποθηκών
 Ειδικά Ταμεία 265802/94 5900
 Μεταφορικά 1261/94 9.440
 Διάφορα έξοδα (ως συν. απόδ.)
 Είτηεις διέσει φορτίει
 Απλήρωσα - Φωτοτυπ.
 ΚΑΤΑΜΕΤΡΗΣΗ
 ΒΕΤΕ 498327/94 20.000
 25.000
 Πύρχαταθήκη
 ΔΙΑΦΟΡΑΓΕΝΙΚΑ
 ΕΤΟΣΔ ΤΕΛΩΝΙΣΜΟΥ
 ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΚΑΡΤΩΝ
 ΤΩΝ ΕΙΣΧΟΡΟΤΕ-
 ΛΩΝΙΣΜΟΥ ΕΤΟΣΔ
 ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩ
 ΚΙΝΗΣΕΩΣ Ε.Λ.Ο. 25.000

Ποσά για χρήση από τόν πιλότη

ΔΡΑΧΜΑΙ

Άξια υποβληθείσα αί Φ.Π.Α.	Φ. Π. Α.		ΔΡΑΧΜΑΙ
	%	Ποσό	
Φ.Π.Α ΔΑΤΜΟΡ:			947210
Φ.Π.Α. ΕΕΠΑ			900
Φ.Π.Α.ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΩΝ			1440
Φ.Π.Α. ΓΡΑΦΕΙΟΥ			2700
			951.254
ΤΟΘΕΘΡΗΜΕΝΟ ΑΝΤΙΓΡΑΦΟ			
ΤΗΣ ΔΙΕΣΗΣ ΝΑ ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΙ			
ΤΤΗ - ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΤΙΑΣ			

Σύνολον εξόδων 1398700
 Αμοιβή Γραφείου 15.000
 Φ.Π.Α. επί αμοιβής 2.700
 Σύνολον Δραχ. 1.416.400

ΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΔΙΣΗ ΕΙΣΟΔΗΣ

6 2 Αποστολές/Εξαγωγές Αριθ. 3511

8 Παραλήπτης Αριθ. 3511

14 Διασπορά/Αντιπρόσωπος Αριθ. 3511

18 Διασπορά/Αντιπρόσωπος Αριθ. 3511

25 Τρόπος μεταρ. 401

26 Τρόπος λωτοειδ. 1

27 Τρόπος 1

1 ΔΙΑΣΦΑΗΗΘΗ Γ' ΑΕΡΟΛΙΜΝΗ ΚΑΘ. ΠΑΡ. 10 ΗΜΕΡ ΚΑΤΑΥΠΡ

2 ΕΙΔΟΣ 1111

3 Κατ. φόρτωσ. ΗΜΕΡ ΑΠΟΔΥΧΗΣ 17/10/94

4 Κατ. φόρτωσ. ΗΜΕΡ ΑΠΟΔΥΧΗΣ 17/10/94

5 ΕΙΔΟΣ 1111

6 Συνολο δεμάτων 1

7 Αριθμός αναμ. 1

9 Οργανισμικός υπεύθυνος Αριθ. 3511

10 Χώρα ελ./προβ. 11 Χώρα εμ./παρ. 12 Στοιχεία αλλοτ. 13 ΚΑΤ

15 Χώρα προορισμού Η.Ο.Α.

16 Χώρα καταγωγής Η.Ο.Α.

17 Χώρα προορισμού

20 Πρωτοπαράδοσης 2111 ΑΘΗΝΑ

22 Πόλη/κωδ. και συνολικός κωδ. τιμολογίου 1009 1001 20 146

23 Συντελεστής 236,568

24 Φυσική επιμετρήσ. 1

28 Οργανισμικός Τραπεζικός Λογισμ. 11 ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ Ν. 302527/23-9-94

ΚΩΔΙΚΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΩΡΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

ΕΡΦΙΟΤΗΣ ΝΙΚ. ΤΕΛΩΝΙΑΚΟΣ

6 29 Τελωνιακή εισοδήσ. Αριθ. 3511

32 Αριθ. 1111

33 Κωδικός συμφορημάτων 96132090000000

34 Κωδ. χωρ. καταγ. 4000

35 Αρ. κειμήλιου/αξ. 4000

36 Κατάτ. 4000

37 ΚΑΘΕΣΤΩΣ 4000

38 Καθαρή μάζα (κ/κα) 259

39 Ομάδα 4000

40 Ιδαντικό δηλωτικό/πρωτοπαράδοσης 2111 6449194

41 Σειρά προμηθευτικής μονάδας 3311

42 Τιμή προϊόντος

43 Κωδ. Ε.Μ.

45 Προσarium 4911151

48 Στατική αξία

32 Αριθ. 1111

33 Κωδικός συμφορημάτων 96132090000000

34 Κωδ. χωρ. καταγ. 4000

35 Αρ. κειμήλιου/αξ. 4000

36 Κατάτ. 4000

37 ΚΑΘΕΣΤΩΣ 4000

38 Καθαρή μάζα (κ/κα) 259

39 Ομάδα 4000

40 Ιδαντικό δηλωτικό/πρωτοπαράδοσης 2111 6449194

41 Σειρά προμηθευτικής μονάδας 3311

42 Τιμή προϊόντος

43 Κωδ. Ε.Μ.

45 Προσarium 4911151

48 Στατική αξία

Είδος	Φορολογική βάση	Συντελεστής	Ισόσ	ΤΠ
120	4.911.151	6,5%	319.224	
150	4.911.151	0,5%	24.556	
140	4.911.151	0,15%	7.367	
980	5.262.298	18%	947.213	
875	ΚΟΛΛΑ 6x6x	20%	3.600	
870			50	
Σύνολο:			1.302.010	

48 Αναστολή πληρωμής

49 Ταυτότητα αποθήκης

Β ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

20760 x 236,568 = 4.911.151

50 Κύριος υπόχρεος Αριθ. 3511

Υπογραφή Η.ΤΟΤΙΔΡΧ ΕΝΑ ΕΙ ΤΟΜΥΡΙΟ ΤΡΙΑΚΟΣΙΕΙ ΔΥΟ ΧΙΛΙΑΔΕΣ ΚΑ ΔΡΧ

Εκπρωσώμενος από: Τόπος και ημερομηνία:

Υπογραφή ΑΖΕΒ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ

17/10/94

53 Τελωνιακή προαρμοσμού (και χώρα)



ΚΟΥΡΛΑΝΙΑΣ ΜΠΑΜΠΗΣ

ΕΚΤΕΛΩΝΙΣΤΗΣ Α.Π. 80

ΤΗΛ. 438095 - 4021320

FAX: 4782694 ΟΙΚ. 41172

ΕΚΤΕΛΩΝΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ

ΜΙΚΕΛΑΟΣ ΚΑΡΑΠΑΣ ΠΙ. 3510

ΣΩΚΡΑΤΗΣ Μ. ΖΥΓΟΜΑΚΑΣ ΠΙ. 47

ΛΕΩΣΘΕΡΟΥ 71 - ΤΕΛΩΝΙΑΕ - 2

ΤΗΛ. 41528 003 - 4321-826



International Forwarders S.A.

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ: 21/10/94

ΟΡΦΕΥΣ ΒΕΙΝΟΓΛΟΥ ΔΙΕΘΝΗΣ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΗ ΑΝΟΙΧΤΗ ΜΕΤΑΓΕΙΡΙΑ
 ΔΙΕΘΝΕΙΣ - ΕΓΧΩΡΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ - ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΕΣ - ΠΡΑΚΤΟΡΕΥΣΕΙΣ
 ΣΥΓΓΡΟΥ & ΕΥΡΩΠΙΔΟΥ 2, 176 74 ΚΑΛΛΙΘΕΑ ΑΡΓΙΡΙΑ ΤΗΛ 9431955 9301461
 ΤΕΛΕΧ 215233 ΟΡΦΕ. 718844 ΟΡΦ. 223791 ΟΡΦ. ΠΡ.
 Τ Ο 75217 / 176 10 ΚΑΛΛΙΘΕΑ
 Α.Π.Υ. Φ.Α.Ε ΠΕΙΡΑΙΑ
 Α.Φ.Μ. 94263543 Α.Μ.Α.Ε. 19655-02-0-89/148 Δ.Ο.Υ. Φ.Α.Ε ΠΕΙΡΑΙΑ

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΑΡ. ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΟΥ: ΙΔ 33008

ΠΕΛΑΤΗΣ (

T.T.: Δ.Ο.Υ. Φ.Α.Ε ΑΘΗΝΩΝ

ΤΗΛ:

Α.Φ.Μ.:

ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΤΗΣ

ΤΡΑΠΕΖΑ

ΥΠΟΚ/ΜΑ:

ΧΡΕΩΣΤΗΣ

ΛΕΓΩ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ
 ΜΙΑΣ ΑΝΤΙΓΡΑΦΗΣ ΤΟΥ ΑΡΧΕΙΟΥ
 ΚΙΤΡΙΝΟ ΣΤΕΛΕΧΟΣ

ΣΧΕΤ. / REFERENCE

ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ: US ΝΥΣ ΑΜΕΡΙΚΗ

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ: GR ΑΘΗ ΕΛΛΑΔΑ

ΑΦΟΡΑ: ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ

ΕΙΔΟΣ:

ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΟ ΜΕΣΟ: ΑΕΡ:00412

ΑΡ. ΦΑΚΕΛΟΥ: 019405774

ΦΟΡΤΩΤΙΚΗ: 03 050-40085463

ΕΙΔ. ΦΟΡΤΩΤΙΚΗ: 7959066

ΠΟΣΟΤΗΤΑ: 118

Μ. ΒΑΡΟΣ Kg: 1

ΟΓΚΟΣ m3: 298.00

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ / DESCRIPTION	ΣΥΝΤ. Φ.Π.Α.	ΑΞΙΑ	Φ.Π.Α.
11 ΝΑΥΛΟΣ / FREIGHT (USD) (583.42)		141,567	
29 ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΑ ΕΜΒΑΣΤΙΚΑ	18	5,663	1,019
	00	141,567	
	18	5,663	1,019
		147,230	1,019

ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΕΝΕΡΓΗΣΑΝ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΜΟΝΟ ΣΑΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΕΓΓΡΑΦΩΝ. Ο ΝΑΥΛΟΣ ΣΥΜΒΑΣΤΗΚΕ ΣΤΟΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟ ΜΕΤΑΦΟΡΕΑ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ.

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΝΑΥΛΟΥ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΜΑΣ 32381/ΙΔ

ΠΛΗΡΩΤΕΟ 148,249

ΧΩΡΟΣ ΘΕΩΡΗΣΗΣ

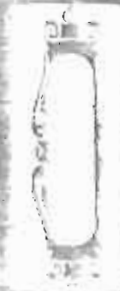
ΑΡ. ΘΕΩΡΗΣΗΣ 1033497

ΣΕΙΡΑ

ΕΓΓΡΑΦΗ ΠΑΡΑΧΩΡΗΣΗΣ



ANKER



DIESEL



Α Ή Ξ Ι Σ
ΙΟΥΝΙΟΣ 1977



φάρμακα

Τελεφωνία 21α
a-e-2

ΚΤΗΝΙΑΤΡΙΚΟΝ

Πολύμορφο
Εκδόσεις 1977
1100000 1.5
1100000 1.5
1100000 1.5
1100000 1.5
1100000 1.5



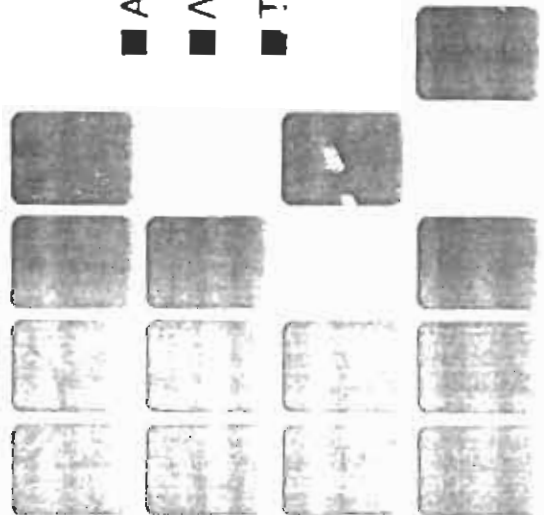
ASA
Μισούλη 4



54



ΕΤΙΚΕΤΤΕΣ



- ΑΥΤΟΚΟΛΛΗΤΕΣ
- ΛΕΥΚΕΣ
- ΤΥΠΩΜΕΝΕΣ



ANKER

ΗΡΩΩΝ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ 80-157 72 ΖΩΓΡΑΦΟΥ ΤΗΛ. 7794411 (10 γραμμές)

ANKER ABEE

ΤΥΠΩΜΕΝΕΣ ΕΤΙΚΕΤΤΕΣ σε ρολλό ή φύλλα, άριστη εκτύπωση. Για καλλυντικά, φάρμακα, κασέτες και κάθε είδος συσκευασίας.

ΑΥΤΟΚΟΛΛΗΤΕΣ ΤΑΙΝΙΕΣ: Διαφανείς - Συσκευασίας - Έγχρωμες - Ειδικών τύπων.

ΤΥΠΩΜΕΝΕΣ ΑΥΤΟΚΟΛΛΗΤΕΣ ΤΑΙΝΙΕΣ: για συσκευασία με ταυτόχρονη ένδειξη περιεχομένου και διαφήμισή σας.

ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΒΑΣΕΙΣ ΤΑΙΝΙΩΝ
ΚΟΛΛΑ ΓΕΝΙΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ ΣΕ ΣΩΛΗΝΑΡΙΑ

ΠΩΛΗΤΕΣ – ΠΕΛΑΤΕΣ

ΠΩΛΗΤΕΣ – ΠΕΛΑΤΕΣ

ΠΩΛΗΤΕΣ

Η ANKER ασχολείται αποκλειστικά με χονδρική πώληση. Πουλά μέσα στον Ελλαδικό χώρο. Βέβαια, κατά καιρούς, η ANKER δραστηριοποιείται με κάποιες εξαγωγές που γίνονται σε χώρες της Μέσης Ανατολής - 'Απω Ανατολής και Ανατολική Ευρώπη.

Επομένως, φυσικό είναι αφού ασχολείται κατά κύριο λόγο με το χονδρεμπόριο να έχει πωλητές. Είναι λογικό, λοιπόν, να καθορίσουμε τη θέση των πωλητών.

Ανεξάρτητα με τη θέση τους στον πωλησιακό χώρο (εσωτερικοί ή εξωτερικοί), το αντικείμενο της πώλησης (πρώτες ύλες, καταναλωτικά ή κεφαλαίουχικά αγαθά) και το είδος του αγοραστή (χονδρέμπορος, βιοτέχνης, βιομήχανος, λιανοπωλητής ή τελικός καταναλωτής), αποτελούν για τις περισσότερες μορφές διάθεσης, μοναδικό, αναντικατάστατο και αποτελεσματικό μέσο στην προώθηση των πωλήσεων. Από κοινωνικοοικονομική επίσης πλευρά, δεν πρέπει να αγνοηθεί η συμβολή τους στον αναπτυξιακό τομέα, αν δεχτούμε ότι η νομισματική σταθερότητα βασίζεται κατά το μεγαλύτερο ποσοστό στην ρύθμιση της προσφοράς και της ζήτησης. Ρύθμιση της προσφοράς και της ζήτησης, μέσα σ'ένα σύστημα ακροτήτων, αλληλοσυγκρουόμενων καθημερινά συμφερόντων, ανάμεσα σε παραγωγό και καταναλωτή, σε πωλητή και αγοραστή, σε παραγωγικές ασυδοσίες και καταναλωτικές ιδιοτροπίες. Στο κλίμα αυτό καλείται ο πωλητής να προσφέρει τις υπηρεσίες του.

Οργανοδιοικητικά (οργανόγραμμα και εντολές) υπάγονται στη διεύθυνση Μάρκετινγκ. Άμεσος προϊστάμενός τους είναι ο επιθεωρητής. Επομένως, οι εντολές για τον τρόπο εονασίας και τις σχέσεις τους στον επιχειρησιακό χώρο ανήκουν στην αρμοδιότητα μόνο του άμεσου προϊσταμένου τους, που

έχει την ευθύνη για την υλοποίηση του συγκεκριμένου προγράμματος πωλήσεων.

Για να καθοριστεί ο αριθμός πωλητών που χρειάζονται, πρέπει να συνεκτιμηθούν κατά σειρά σπουδαιότητας οι παρόντες:

1. Αριθμός πελατών, γεωγραφική κατανομή, συχνότητα επισκέψεων.
2. Επίπεδα αγοράς του συγκεκριμένου είδους (συνήθειες, χρονική διάρκεια επίσκεψης, διενέργεια εισπραξίων κ.λ.π.).
3. Οργανωτικό επίπεδο και πολιτική της επιχείρησης(επίπεδο δικτύου διανομής, επιχειρησιακή πολιτική κ.λ.π.).

Αφού καθοριστεί ο αριθμός των πωλητών που πρέπει να προσληφθούν, θα πρέπει να μελετηθούν:

1. Προσόντα: Σωματική και ψυχική υγεία, επάρκεια γραμματικών γνώσεων, συνέπεια, έφεση για συνεχή μάθηση και δημιουργική εργασία. Σαν δευτερεύοντες παράγοντες: η τιμιότητα, η σταθερότητα στην εργασία, η οικογενειακή κατάσταση, προύπηρεσία, εμπειρία. Σε οποιαδήποτε περίπτωση, οι γραμματικές, οι τεχνικές γνώσεις και γενικά τα τυπικά προσόντα, δεν πρέπει να υπερβαίνουν τα επίπεδα των απαιτήσεων της εργασίας. Παραννώριση της τελευταίας αρχής συνεπάγεται κατά κανόνα ανυπέροβλητα εμπόδια στις μελλοντικές σχέσεις επιχείρησης και πωλητή (οικονομικές, προαγωνικές, διοικητικές, κ.λ.π.).

2. Τυπική διαδικασία : Εκτός από την προβλεπόμενη από το νόμο εργασιακή σχέση, επιβάλλεται η σύναψη ειδικού συμφωνητικού, όπου απλά, μεθοδικά και προπαντός με συνέπεια θα απεικονίζεται η έκταση και το βάθος της συμφωνίας. Π.χ. ποσοστά προμηθειών, χρόνος εκκαθάρισης, ζώνες δράσης. (ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ).

3. Επιλογή : Το ουσιαστικό μέρος ανήκει στον υπεύθυνο της διεύθυνσης, όπου θα ενταχθεί. Το τυπικό ανήκει στη διεύθυνση του προσωπικού. Ο προσωπάρχης διερευνά και επιβεβαιώνει το ιστορικό του πωλητή και διεκπεραιώνει την πρόσληψη χωρίς αποφασιστική γνώμη.

Μετά την πρόσληψη των πωλητών έρχεται η εκπαίδευση. Αυτή μπορεί, να είναι ατομική ή και ομαδική. Μέσα στην επιχείρηση από ειδικούς εξωτερικούς ή παλιούς συνεργάτες ή έξω από την επιχείρηση με την παρακολούθηση ειδικών επιμορφωτικών σεμιναρίων, που θα προιλαυβάνουν:

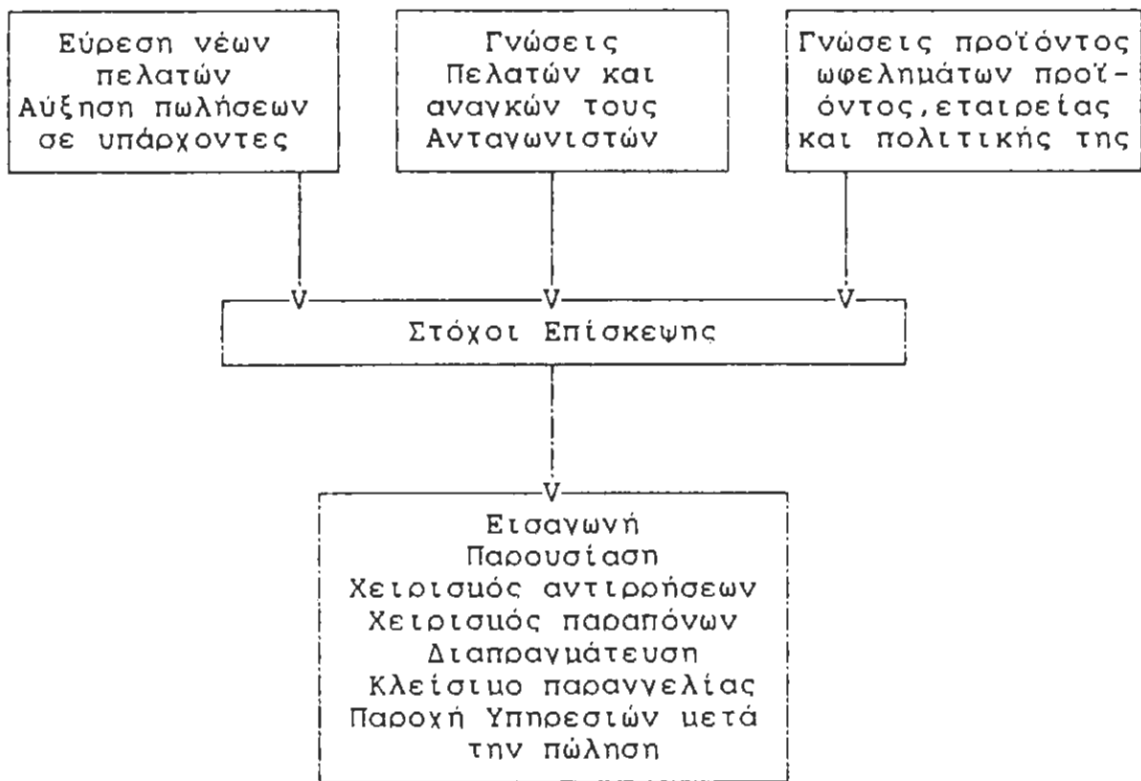
1. Ενημέρωση πάνω στο γενικό οικονομικό επίπεδο και στην επιχειρησιακή πολιτική. Π.χ. οργανόγραμμα, διευθύνσεις, ιστορικό επιχείρησης, προοπτικές.
2. Ενημέρωση πάνω στα προϊόντα της επιχείρησης (ιστορικά, οικονομικά και τεχνικά).
3. Ενημέρωση πάνω στον ανταγωνισμό και στα προϊόντα του.
4. Ειδική ενημέρωση πάνω στα στοιχεία της περιοχής που πρόκειται να αναλάβει (πελάτες, τζίρος, χαρακτηριστικά, ιστορικό).
5. Ενημέρωση σε θέματα ειδικά ή γενικά της τεχνικής των πωλήσεων.

Όλα αυτά, καθώς και η μεγάλη και συχνή αποτελεσματικότητα της εκπαίδευσης των πωλητών στηρίζονται στην ελλιπή γνώση της φύσης της διαδικασίας της πώλησης και της εργασίας του πωλητή.

Στο σχήμα που ακολουθεί παρουσιάζεται η διαδικασία των πωλήσεων, σύμφωνα με την οποία ο πωλητής:

- Προσπαθεί να αυξήσει τις πωλήσεις του, αυξάνοντας τις πωλήσεις στους ήδη υπάρχοντες πελάτες και βρίσκοντας νέους πελάτες.
- Πρέπει να γνωρίζει:
 - α) τις ανάγκες και δυνατότητες των πελατών του,
 - β) τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των ανταγωνιστών του και

- γ) τα προϊόντα και τα οφέλη που προσφέρουν, την επιχείρησή του και την πολιτική της.
- Τοποθετεί τους στόχους της επίσκεψης για το συγκεκριμένο πελάτη, όπως π.χ. μέγεθος παραγγελίας, είδος προϊόντος, χρόνος πίστωσης, θέση προϊόντων στο κατάστημα, κ.λ.π.
 - Έρχεται σε επαφή με τον πελάτη. Η επαφή αυτή με τον πελάτη ξεκινάει με κάποια εισαγωγή, συνεχίζει με μια παρουσία των προσφερόμενων προϊόντων καθώς και της επιχείρησης και προχωράει στο κλείσιμο - υπογραφή Δελτίου Παραγγελιών - μετά από επιτυχή διαπραγματεύση και αντιμετώπιση των αντιρρήσεων και παραπόνων του.



Η Διαδικασία της Πώλησης.

ΒΙΒΛ/ΦΙΑ: Ν.Μ. ΣΙΓΑΝΟΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ"

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΠΩΛΗΣΗΣ

Όταν τελειώσουν όλες οι ερνασίες και ο πωλητής είναι έτοιμος να βγει στην αγορά θα πρέπει να καθοριστούν οι περιοχές πώλησής του.

Η έννοια " περιοχή πώλησης " συνήθως αναφέρεται σε γεωγραφικά καθορισμένες περιοχές, μέσα στις οποίες κινούνται οι πωλητές.

Η ίδια όμως έννοια είναι πιθανόν να αναφέρεται σε ομάδες πελατών που συγκεντρώνουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά ανεξάρτητα από τη γεωγραφική τους θέση.

Η οργάνωση των περιοχών πώλησης έχει τους ακόλουθους στόχους:

- να μεγιστοποιήσει τον παραγωγικό χρόνο των πωλητών, ελαχιστοποιώντας τον χρόνο των μετακινήσεών τους,
- να ελαχιστοποιήσει το έξοδο πώλησης και κατά κύριο λόγο το έξοδο μετακινήσεων,
- να επιτύχει ικανοποιητικό έλεγχο της περιοχής μέσω της απαιτούμενης συχνότητας επισκέψεων,
- να προσφέρει σε κάθε πωλητή περιοχή επαρκούς δυναμικότητας πωλήσεων,
- να προσφέρει στους πωλητές περιοχές ίσης δυναμικότητας πωλήσεων.

Οι δύο τελευταίοι στόχοι έχουν ιδιαίτερη σημασία προκειμένου να αποφευχθούν συγκρούσεις που σχετίζονται με τις αμοιβές των πωλητών. Είναι φανερό ότι, εφόσον το σύστημα αμοιβής των πωλητών συσχετίζει τις αμοιβές με την απόδοση, θα πρέπει οι πωλητές να έχουν αφενός μεν δυνατότητα για ικανοποιητικές αμοιβές - επαρκή δυναμικότητα περιοχής - αφετέρου ίσες ευκαιρίες για αμοιβές ίδιου ύψους - ίσες δυναμικότητες περιοχής.

ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΜΟΙΒΗΣ ΠΩΛΗΤΩΝ

Ένα αποτελεσματικό σύστημα αμοιβής για τους πωλητές πρέπει να έχει τους ακόλουθους γενικούς στόχους:

- Να εξασφαλίζει στην επιχείρηση μια ικανή, πιστή και ικανοποιημένη ομάδα πωλητών.
- Να αποφύγει συχνή διαφυγή πωλητών.
- Να δραστηριοποιεί στο μέγιστο βαθμό τους πωλητές.
- Να είναι δίκαιο υπό την έννοια ότι οι πωλητές έχουν ίσες ευκαιρίες να κερδίσουν τα ίδια χρήματα.
- Να επιτρέπει την άσκηση ευέλικτης πολιτικής πωλήσεων.

Εκτός αυτών όμως, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και τα ακόλουθα σημεία:

- Η δραστηριοποίηση του πωλητή δεν εξαρτάται μόνο από το σύστημα αμοιβών, αλλά και από μια σειρά άλλων παραγόντων όπως : ασφάλεια εργασίας, εξέλιξη καριέρας, κλίμα και συνθήκες εργασίας.
- Η δραστηριοποίηση του πωλητή δεν εξαρτάται μόνο από τα χρήματα που θα κερδίσει, αλλά και από τα χρήματα που πιθανόν θα χάσει.
- Οι προσδοκίες του πωλητή σχετικά με το πόσο δύσκολο είναι να επιτύχει κάποια στάνταρς απόδοσης, σε συνδυασμό με το μέγεθος της προσπάθειας που πρέπει να καταβάλλει και την αμοιβή που θα έχει, επηρεάζουν την απόφαση του αν αξίζει ή όχι να προχωρήσει.

Προτού ο πωλητής αποφασίσει να δραστηριοποιηθεί για να πετύχει κάποια στάνταρς θα εκτιμήσει την πιθανότητα που έχει για να το πετύχει, θα εκτιμήσει την επιπλέον προσπάθεια που απαιτείται και θα τη συγκρίνει με την επιπλέον αμοιβή που θα κερδίσει.

- Όσο μεγαλύτερες είναι οι αμοιβές ενός πωλητή από ένα συγκεκριμένο επίπεδο προσπάθειας, τόσο μεγαλύτερο πρέπει να είναι το επιπλέον ποσό που θα κερδίσει για να αυξήσει την προσπάθειά του.

- Όσο πιο χρονικά κοντά είναι η αμοιβή στο αποτέλεσμα, τόσο αυξάνεται η δραστηριοποιητική αξία της αμοιβής. Έτσι ένα bonus που καταβάλλεται κάθε μήνα ασκεί μεγαλύτερη δραστηριοποίηση από ένα bonus που καταβάλλεται στο τέλος του τριμήνου ή του χρόνου.

Η ANKER σαν σύστημα αμοιβής των πωλητών χρησιμοποιεί το μισθό και προμήθεια. Δηλαδή, εκτός του βασικού μισθού τους οι πωλητές παίρνουν και κάποιο ποσοστό προμήθειας, το οποίο είναι μεταβαλλόμενο, ανάλογα με το ύψος των πωλήσεων. Π.χ. ένας πωλητής, είτε μπορεί να αμείβεται με 3% επί των εισπράξεων που πραγματοποιεί, είτε μπορεί να αμείβεται με 1% επί των εισπράξεων μέχρι 500.000 δρχ., 2% για εισπράξεις μεταξύ 500.000 και 1.000.000 δρχ. και 3% για εισπράξεις άνω των 1.000.000 δρχ.

Η χρησιμοποίηση της προμήθειας σαν κίνητρο υστερεί στο ότι αφήνει στον πωλητή να κρίνει το επίπεδο των πωλήσεων που θα πετύχει σύμφωνα με τις δικές του οικονομικές ανάγκες.

Από.....
Έως.....

ΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΔΡΑΣΗΣ
ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩ- ΝΥΜΟ ΠΩΛΗΤΩΝ	ΕΠΙΣΚΕΦΕΙΣ			ΚΑΛΥΨΗ P.O.S.		ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ		ΑΞΙΑ ΠΑΡΑΓ- ΓΕΛΙΑΣ
	Αρ. Επισκ	Μ.Ο. Ημερ. Επισκ	% Επιτυχ Επισκ.	Αρ. Νέων P.O.S.	% Κάλυψης P.O.S.	Εισ- πρά- ξεις	% Κάλυψης στόχου	
ΣΥΝΟΛΟ								

Από.....
Έως.....

ΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΘΕΣΗ
ΚΑΛΥΨΗΣ ΣΗΜΕΙΩΝ ΠΩΛΗΣΗΣ

ΠΩΛΗΣΕΙΣ	ΠΕΡΙΟΧΗ	ΣΤΟΧΟΣ P.O.S.	ΑΡ. P.O.S. ΠΡΟΗΓ. ΠΕΡΙΟΔ.	ΝΕΑ P.O.S.	P.O.S.	
					ΣΥΝΟΛΟ	% ΚΑΛΥΨΗΣ

ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ

Κάθε πωλητής παίρνει ορισμένες παραγγελίες. Είναι λογικό να εκθέσουμε τον κύκλο ζωής της παραγγελίας, από τη λήψη της μέχρι την εκτέλεσή της, ώστε να κατανοήσουμε καλύτερα τις εργασίες που γίνονται μέσα στην εταιρεία για κάθε παραγγελία.

Αρχικά, έχουμε το Δελτίο Παραγγελιών, το οποίο πρέπει να περιέχει κατά ελάχιστα τρία αντίτυπα διαφορετικού χρώματος. Το πρωτότυπο παίρνει ο πελάτης, το ένα αντίγραφο χρησιμοποιείται στη διαδικασία του κύκλου ζωής της παραγγελίας και το άλλο μένει σαν στέλεχος στο υπλοκ παραγγελιών του πωλητή. Για τις τηλεφωνικές παραγγελίες υπορεί να χρησιμοποιηθεί διαφορετικό δελτίο παραγγελιών ανάλογο με εκείνο που χρησιμοποιείται από τους πωλητές με την ένδειξη ΔΕΛΤΙΟ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ.

Αναλυτικά έχουμε τα εξής στάδια:

ΣΤΑΔΙΟ 1: Λήψη παραγγελίας.

Η λήψη της παραγγελίας γίνεται είτε μέσω της προφορικής επαφής πελάτη - πωλητή, είτε μέσω τηλεφωνικής επαφής. Η λήψη της παραγγελίας αφορά τη σωστή συμπλήρωση του εντύπου " Δελτίο Παραγγελιών ". Κατά πάγια τακτική:

1. Η παραγγελία τελεί υπό την τελική ένκριση της επιχείρησης.
2. Ο πελάτης υπογράφει την παραγγελία δηλώνοντας ότι συμφωνεί με τους όρους της παραγγελίας .
3. Ο πελάτης κρατάει αντίγραφο της παραγγελίας.

ΣΤΑΔΙΟ 2: Έλεγχος Παραγγελίας.

Η παραγγελία έρχεται στην εταιρεία, ελέγχεται για τη σωστή συμπλήρωση των στοιχείων που αναφέρονται στο Δελτίο Παραγγελιών. Τμήμα ελέγχου εκπώσεων - Τρόπου Αποστολής - Δια-

κανονισμού. Τσεκάρισμα παραγγελίας από αποθήκη - υπαρχόντων και μη προϊόντων.

ΣΤΑΔΙΟ 3: Λήψη Πληροφοριών για τον πελάτη.

Οι πληροφορίες για τον πελάτη χωρίζονται σε δύο κατηγορίες.

- α. Πληροφορίες φερεγγυότητας που λαμβάνονται από εταιρείες παροχής εμπορικών πληροφοριών, από τράπεζες, άλλους προμηθευτές. Η λήψη πληροφοριών φερεγγυότητας πρέπει να γίνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα - μία ή δύο φορές το χρόνο - προκειμένου να παρακολουθούνται αλλαγές στα στοιχεία φερεγγυότητας των πελατών. Αυτό είναι ιδιαίτερα επιβεβλημένο για μεγάλους πελάτες. Επιπλέον απαιτείται διασταύρωση των πληροφοριών φερεγγυότητας από δύο ή τρεις διαφορετικές πηγές. Οι πληροφορίες φερεγγυότητας δημιουργούν το ΑΡΧΕΙΟ ΦΕΡΕΓΓΥΟΤΗΤΑΣ ΠΕΛΑΤΩΝ, στο οποίο περιλαμβάνονται τα στοιχεία του πελάτη, η πηγή πληροφοριών που χρησιμοποιήθηκε και η ημερομηνία λήψης των πληροφοριών.
- β. Πληροφορίες που αφορούν την παρελθούσα σχέση πελάτη - επιχείρησης και περιλαμβάνουν το υπόλοιπο λογαριασμού - το όριο πίστωσης που έχει καθοριστεί, τη συνέπειά του στη συμφωνηθείσα πιστωτική πολιτική και στην τήρηση των όρων πληρωμής.

ΣΤΑΔΙΟ 4: Έγκριση Παραγγελίας.

Οι παραγγελίες εγκρίνονται με την υπογραφή του αρμόδιου ατόμου. Οι παραγγελίες εκείνες, για τις οποίες λαμβάνεται απόφαση να μην εγκριθούν δημιουργούν το ΑΡΧΕΙΟ ΜΗ ΕΓΚΡΙΘΕΝΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ με σύντομη περιγραφή της αιτίας μη έγκρισης.

σής τους.

ΣΤΑΔΙΟ 5: Επιστροφή παραγγελίας στο τμήμα καταχώρησης.

Σ' αυτό το σημείο γίνεται κάποιος διαχωρισμός στις παραγγελίες που είναι για επαρχία και στις παραγγελίες Αθηνών.

Επομένως για τις:

α. Παραγγελίες Αθηνών έχουμε:

1. Τηλεφωνική ενημέρωση στον πελάτη για το ποσό, τις ελλείψεις και την ημερομηνία παράδοσης της παραγγελίας.
Επιβεβαίωση του τρόπου πληρωμής.
2. Τιμολόγηση παραγγελίας και αποστολή στην προκαθορισμένη ημερομηνία και έχουμε δύο τρόπους πληρωμής τιμολογίου:
 - Είσπραξη ποσού τιμολογίου - Μετοπτά.
 - Πίστωση λογαριασμού πελάτη - Επιτανή.

β. Παραγγελίες επαρχίας έχουμε:

Τιμολόγηση παραγγελίας και την ίδια ημέρα αποστολή σε πρακτορείο ή ταχυδρομείο, τα οποία εμπορεύματα στέλνονται αντικαταβολή ή ελεύθερα.

Για τα ελεύθερα υπάρχουν πάλι δύο τρόποι πληρωμής.

- Έμβασμα σε λογαριασμό της εταιρείας.
- Είσπραξη από πωλητή σε ταξίδι.

ΣΤΑΔΙΟ 6: Κλασάρισμα εκτελεσμένης παραγγελίας μαζί με τιμολόγιο και επίσης κρατιέται το ανεκτέλεστο υπόλοιπο παραγγελίας (Back Order).

Κάθε παραγγελία - πώληση ολοκληρώνεται μόνο όταν εισπραχθεί το ποσό που αναγράφεται στο τιμολόγιο. Για κάθε παραγγελία υπεύθυνος είναι και ο πωλητής για την είσπραξή της.

ΔΕΛΤΙΟ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

ΗΜ/ΝΙΑ :

ΠΩΛΗΤΗΣ :

ΌΝΟΜ/ΝΥΜΟ Α.Φ.Μ.

ΔΙΔΟΣ/ΑΡΙΘ. ΠΟΛΗ ΤΑΧ. ΚΩΔ.

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΤΗΛ :

ΔΙΑΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ : ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ :

ΠΑΡΑΔΟΣΗ : ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ :

ΕΓΚΡΙΣΗ

Ο ΠΩΛΗΤΗΣ

Ο ΠΕΛΑΤΗΣ

ΠΕΛΑΤΕΣ

Η επιλογή πελατών είναι μία δύσκολη στιγμή για προϊόντα που κατασκευάζονται δίχως να ρωτηθεί ο καταναλωτής.

Ο πελάτης - καταναλωτής προσδιορίζει καθημερινά τις τεχνικές προδιαγραφές και οριοθετεί τα ποσοτικά, ποιοτικά, οικονομικά και ψυχολογικά στοιχεία του προϊόντος. Σε οποιαδήποτε περίπτωση, η επιχείρηση οφείλει ν' ανταποκριθεί απόλυτα στις ανάγκες και επιθυμίες της ομάδας που επέλεξε, της κατηγορίας πελατών που τελικά θ' απευθυνθεί. Κάθε άτομο, κάθε ομάδα καταναλωτών, στέλνει καθημερινά τα δικά της μηνύματα και απαιτεί το "παρόν" στο κάλεσμά της. Δε μετράνε τα "παρόν" της επιχείρησης και του προϊόντος, όσο μετράνε (σε βάρος της) τα "απών" της στις καθημερινές εκκλήσεις του πελάτη για συμπαράσταση.

Ο βαθμός και ο τρόπος οργάνωσης των πωλήσεων, το σύστημα διανομής και διάθεσης, τα μέσα προώθησης των πωλήσεων, η μακροχρόνια επιχειρησιακή πολιτική κ.λ.π., ασκούν αποφασιστική επίδραση στην πρόκριση της πελατείας.

Η αδυναμία και μόνο του συστήματος διανομής, στενεύει επικίνδυνα τα όρια επιλογής.

Μια εταιρεία μπορεί να έχει τα καλύτερα προϊόντα του κόσμου, τις πλουσιότερες πηγές χρηματοδότησης, το πιο σύγχρονο ενοστάσιο, τους εξυπνότερους συνεργάτες, αλλά μέχρι τη στιγμή που θα αποκτήσει πελάτες δεν μπορεί να λέγεται επιχείρηση.

Μια επιχείρηση αν διαλέξει << λάθος >> κατηγορία πελατών, δύσκολα της δίνεται ευκαιρία για νέα επιλογή.

Ο αριθμός των πελατών (λίγοι ή πολλοί) συνδέεται άμεσα με την τιμολογιακή και την πιστωτική πολιτική της επιχείρησης και ο κίνδυνος για

την απώλεια κεφαλαίων είναι σοβαρός.

Δεν μπορείς να σκέφτεσαι το προϊόν σου, χωρίς να σκέφτεσαι τον πελάτη σου. Το προϊόν περιγράφεται εύκολα σε συνάρτηση με τους πελάτες που προσπαθείς να επιλέξεις.

Σε οποιαδήποτε περίπτωση διασαφηνίζεται το είδος της πελατείας, της κύριας τουλάχιστον ομάδας καταναλωτών (αριθμός, φύλο, ανοσοαστική ικανότητα, ηλικία κ.λ.π.). Η έρευνα αρχίζει από τη συμπεριφορά του πελάτη για την εκλογή της πελατείας.

Η συμπεριφορά αναφέρεται στον καταναλωτή σαν άτομο ή σε ομάδες ατόμων. Αφορά τη συμπεριφορά του πελάτη, από οικονομική και ψυχολογική πλευρά, πάνω στον προσρισμό του προϊόντος, στο βαθμό κάλυψης των αναγκών, στην ποιότητα και στην τιμή. Η ψυχολογική έρευνα ή έρευνα κινήτρων καλύπτει μεγάλες κατηγορίες παραγόντων, που προσδιορίζουν την ψυχολογική και κοινωνική συμπεριφορά των πελατών και δεν είναι έργο απλό. Στόχος μας παραμένει πάντοτε ο προσδιορισμός του πορτραίτου του δικού μας πελάτη.

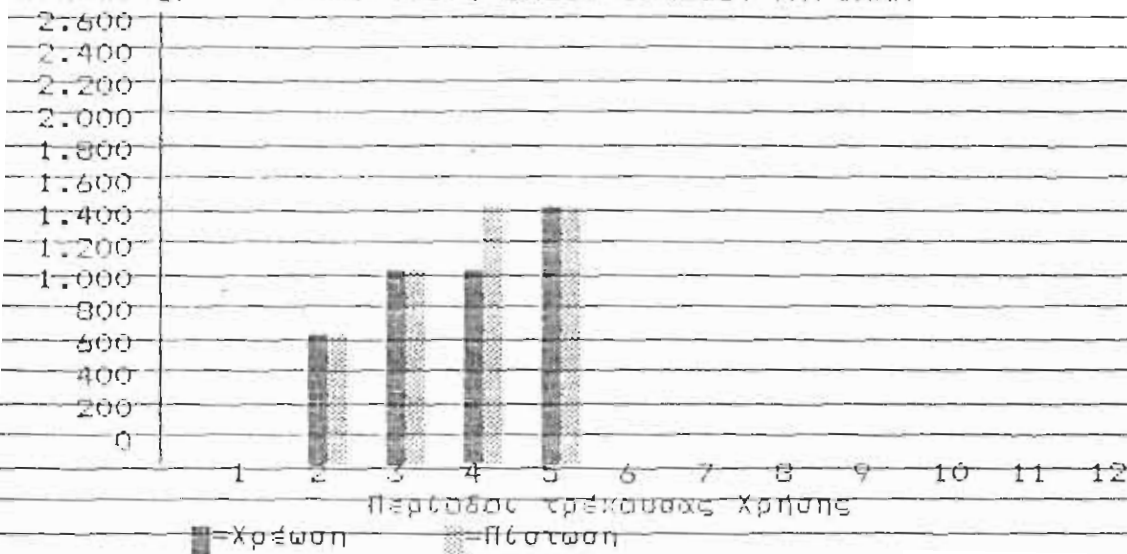
Η συμπεριφορά του πελάτη δεν είναι βέβαια στατική υπόθεση, ούτε μπορεί να περιοριστεί στη στάση του απέναντι μόνο σε ένα - δύο παράγοντες κι έτσι να περνάμε από τη μία λειτουργία στην άλλη. Οι πελάτες δεν είναι μια τυποποιημένη μάζα. Οι πελάτες δεν αντιδρούν ομοιόμορφα. Ο ίδιος πελάτης, ο ίδιος άνθρωπος, αντιδρά σύμφωνα με το βαθμό της δικής του πληροφόρησης, σύμφωνα με τη δική του οικονομική και ψυχολογική κατάσταση.

Η προσθήκη ενός μόνο παράγοντα είναι δυνατό να μεταβάλλει οριζικά τη στάση του. Επομένως, η προσπάθεια για την επιλογή της πελατείας δεν είναι μόνο συνάρτηση των παραγόντων που αναφέραμε, αλλά και πολλών άλλων ακόμα.

Π.χ. ανάλογα με το δίκτυο διάθεσης, διανομής, του τόπου διαμονής τους, των μέσων που θα χρησιμοποιήσουμε για την προώθηση των πωλήσεων κ.λ.π.

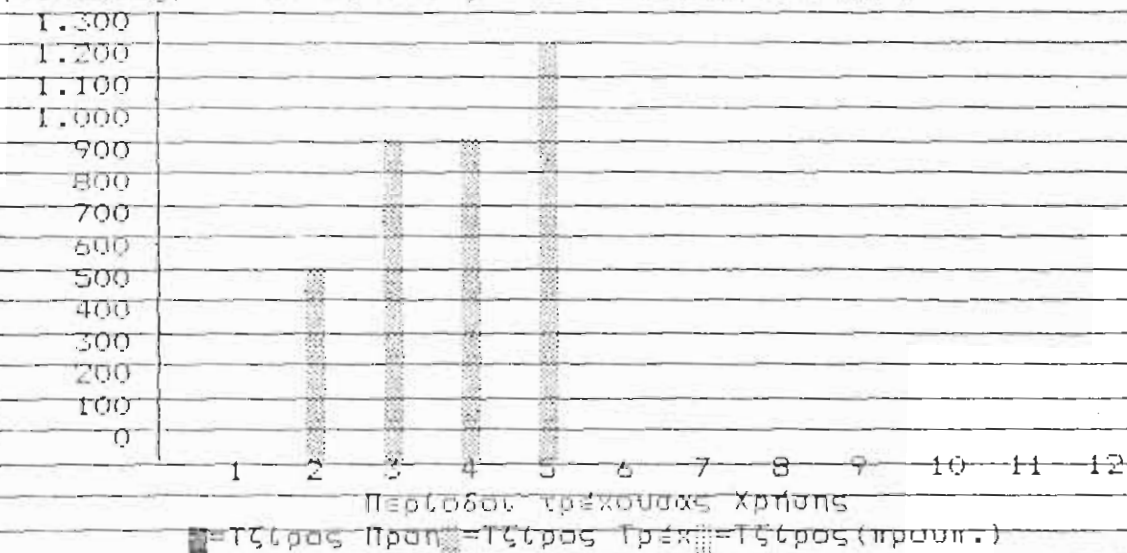
Προσθευτική αξία (δραχμές)

(Χιλιάδες) 59-08-0017, ΒΑΣΙΛΕΥΣΤΕΙΟΥ ΚΥΡΙΑΚΗ



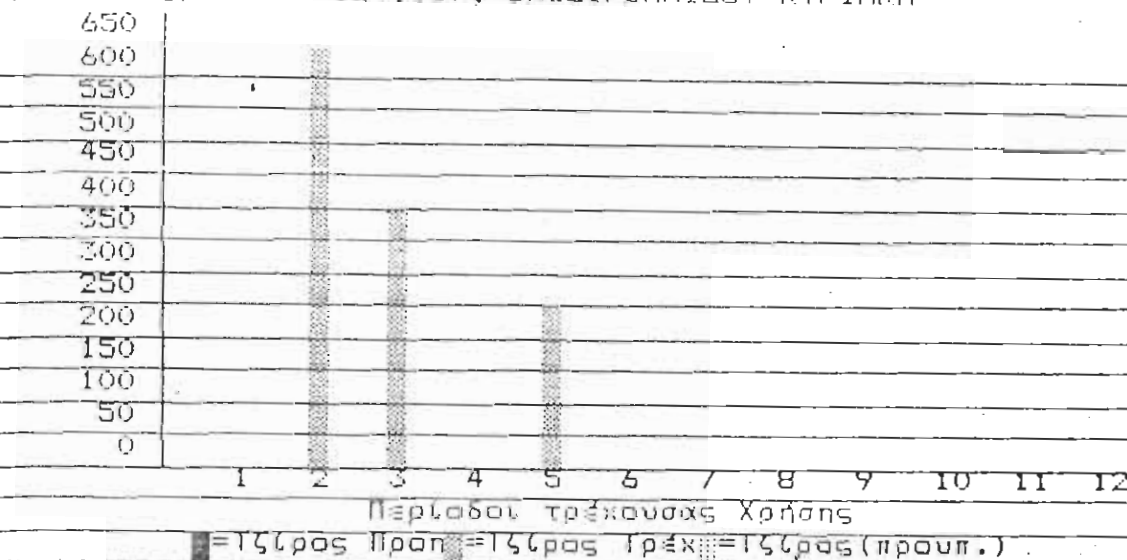
Προσθευτική αξία (δραχμές)

(Χιλιάδες) 59-08-0017, ΒΑΣΙΛΕΥΣΤΕΙΟΥ ΚΥΡΙΑΚΗ



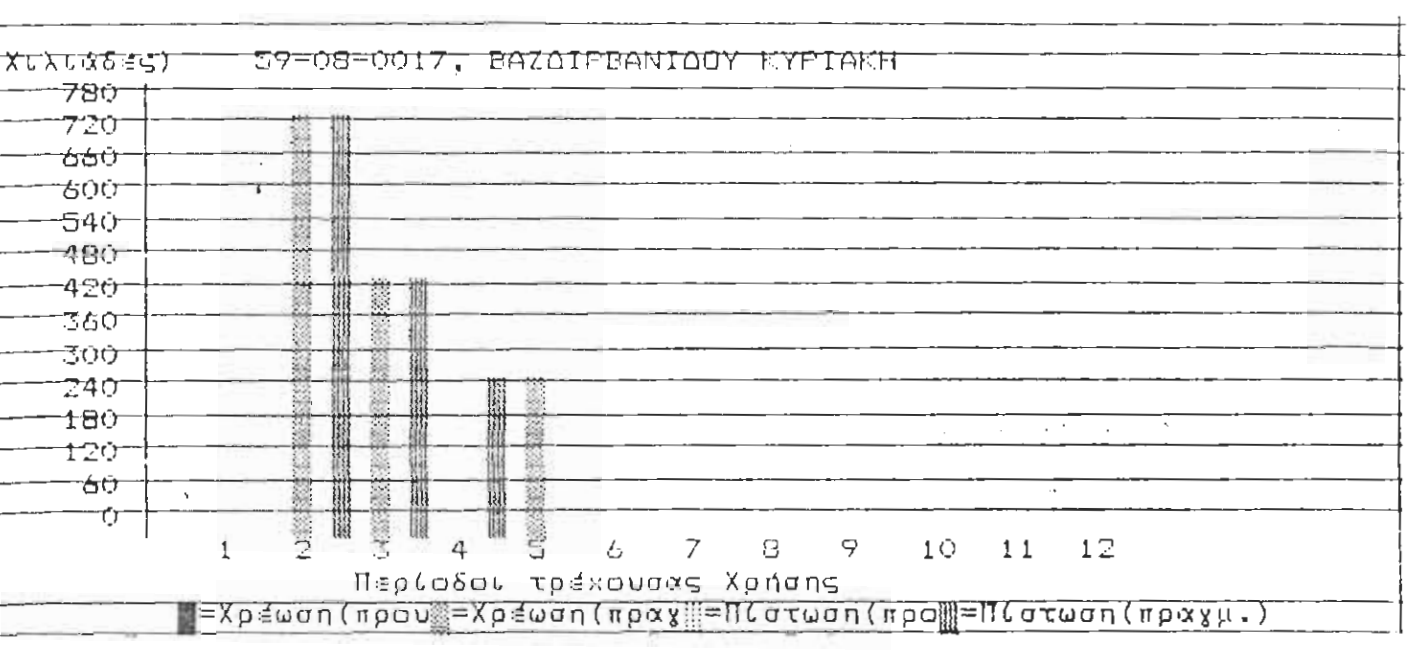
Αξία (δραχμές)

(Χιλιάδες) 59-08-0017, ΒΑΣΙΛΕΥΣΤΕΙΟΥ ΚΥΡΙΑΚΗ



Κωδικός : 59-08-0017	Κωδ.συσκ. : 59-08-0017	ΑΦΜ : 44619412
Επωνυμία : ΒΑΖΙΛΕΒΑΝΙΔΟΥ ΚΥΡΙΑΚΗ	Φυσικό Πρόσωπο	
ΝΟΜΟΣ : 01 ΑΤΤΙΚΗΣ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ : 08 ΚΑΤ/ΜΑ-ΕΙΔΗ ΩΡΕΩ	
Διεύθ.λογιστ. :	Διεύθ.αποθήκ. :	
Διεύθ.λογιστ. : ΙΠΠΟΚΡΑΤΟΥΣ 203	Διεύθ.αποθήκ. :	
Τακ. κώδικας : 114 72	Τακ. κώδικας :	
Πόλη/Χώρα : ΑΘΗΝΑ	Πόλη/Χώρα :	
Υπεύθυνος :	Τράπεζα 1 :	
Τηλέφωνο 1 : 6454723	Τράπεζα 2 :	
Τηλέφωνο 2 : 9515111 -1205	Κωδ.λογαρ. Γ/Λ :	30.00.00.001
Τεlex/Fax :	Καθεστώς ΦΠΑ :	Κανονικό
Όριο πιστώσης :	Τρόπος πληρωμής :	02 ΜΕΙΡΗΤΟΙΣ
Εκπτώση (%) :	Τρόπος αποστολής :	3 οδικώς
Τεττοική τιμοκ. :	Μεταφορέας :	
Κωδικ.πωλητή :	Ξένο Νόμισμα :	
Έκδονα :	Δ.Ο.Υ. :	Γ ΑΘΗΝΩΝ

Πελάτης : 59-08-0017	ΒΑΖΙΛΕΒΑΝΙΔΟΥ ΚΥΡΙΑΚΗ			
	Γέλιος	Χρέωση	Πίστωση	Υπόλοιπο
Προηγ.χρήση :	1.113.576	1.342.282	1.342.282	
Απογραφή :				
ΙΟΥΛΙΟΣ 94:				
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 94:	641.256	756.682	756.682	
ΣΕΠΤΕΜΒΡ. 94:	388.644	458.601	458.601	
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 94:	5.280	6.230	299.200	-292.970
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 94:	248.280	292.970		
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 94:				
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 95:				
ΦΕΒΡΟΥΑΡ. 95:				
ΜΑΡΤΙΟΣ 95:				
ΑΠΡΙΛΙΟΣ 95:				
ΜΑΙΟΣ 95:				
ΙΟΥΝΙΟΣ 95:				
Τρέχ.χρήση :	1.283.460	1.514.483	1.514.483	



Κωδικός : 59-08-0017

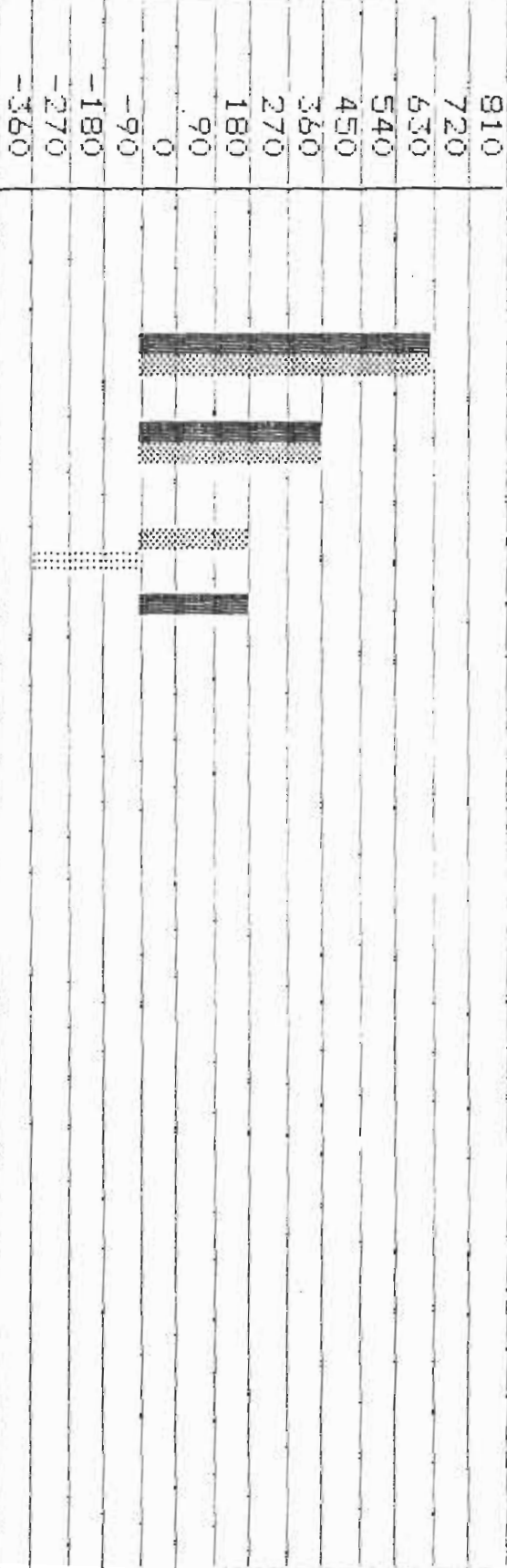
ΑΦΜ/ΑΔΤ : 44618412

Επωνυμία : ΒΑΖΙΔΙΦΡΑΝΙΔΟΥ ΚΥΡΙΑΚΗ

Περίοδος	Υπόλοιπο	Υποχρεώσεις	
1 ως 30	0	406.364	ΣΥΝΟΛ. Υπόλοιπο : 0
31 ως 60	0	292.970	Εκκρ. αξιόγραφα : 1.771.769
61 ως 90	0	0	
91 ως 120	0	0	ΣΥΝΟΛ. άνοιγμα : 1.771.769
121 ως 150	0	0	
151 ως 180	0	0	ΣΥΝΟΛ. άνεπιρροή : 1.072.435
181 ως 210	0	0	Διαχρηστικά : 0
211 ως 240	0	0	Όριο πίστωσης : 0
241+	0	0	Υπέρε. πάσων : 1.771.769
			Μ.πλκικά προγ. : 0
			Μ.πλκικά υπολ. : 0
			Μ.χρ. πληρωμής : 64

ΑΕΙΟΧ (ΣΟΑΧΜΕΣ)

(ΧΙΛΙΑΔΕΣ) 59-08-0017, ΕΑΖΟΙΡΕΑΝΙΔΟΥ ΚΥΡΙΑΚΗ



Περίοδος τρέχουσας χρήσης

■ = Χρέωση

▨ = Πόστων

▩ = Υπόλοιπο

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Στον ανταγωνισμό αυτά που μας ενδιαφέρουν είναι:

- α. Ευπορική πολιτική προς τους μεταπωλητές (λιανοπωλητές - χονδρε-
υπόρους).
- β. Τιμή πώλησης.
- γ. Πιστώσεις.
- δ. Εκπτώσεις.
- ε. Περιθώρια κέρδους των μεταπωλητών μας.
- στ. Τελική τιμή πώλησης στον καταναλωτή.
- ζ. Ύψος αποθεμάτων της επιχείρησης και του μεταπωλητή.
- η. Ποιότητα.
- θ. Συσκευασία.
- ι. Αποτελεσματικότητα των δικτύων διανομής και διάθεσης.
- ια. Μέσα για την προώθηση των πωλήσεων και αποτελεσματικότητα των
μέσων (πωλητές, διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, προπαγάνδα, ενημέ-
ρωση, κίνητρα για τους πελάτες).
- ιβ. Μεταπωλησιακή εξυπηρέτηση - οδηγίες χρήσης - service κ.λ.π.
- ιγ. Η δημόσια εικόνα της επιχείρησης.
- ιδ. Το γενικό οργανωτικό επίπεδο της επιχείρησης.

Αυτά, όλα μαζί, συνθέτουν το επίπεδο του ανταγωνισμού και πρέπει να
δίδεται μεγάλη σημασία, γιατί στο χώρο της ετικετοποιίας, όσον αφορά την
ANKER, υπάρχουν γύρω στις 4 (τέσσερις) ετικετοποιίες, οι οποίες είναι
παλαιές και σοβαρές επιχειρήσεις. Ωστόσο δεν έχουν προχωρήσει στα μενέθρα
επενδύσεων που προχώρησε η ANKER, με αποτέλεσμα τη στιγμή αυτή να βρί-
σκονται σε ανταγωνισμό με την ANKER.

Στον τομέα της ταινίας τα πράγματα είναι πιο περίπλοκα γιατί υπάρχουν πολλές εταιρείες που κινούνται στο χώρο αυτό, με πρωτεργάτες την 5F, τον κλάδο αυτοκόλλητων της TEZA, την 3M, την ALLEX rack-ROLLER, ΤΟΝ ΛΑΔΗ και άλλες μικρότερες, οι οποίες δεν αποτελούν σοβαρό κίνδυνο.

Βέβαια, οι μικρές εταιρείες, κάποιες φορές, δημιουργούν προβλήματα στην αγορά, επειδή έχουν μικρά λειτουργικά έξοδα που συνήθως είναι της τάξεως των 2 - 3 - 5 το πολύ ατόμων. Αυτές παίρνουν υλικό από τον ΛΑΔΗ, ο οποίος έχει ένα εργοστάσιο στην Αταλάντη και έχοντας μικρό λειτουργικό κόστος, μπορούν και προσφέρουν τιμές χαμηλές. Βέβαια, από εκεί και πέρα το πράγμα αλλάζει γιατί κατ' αρχήν δεν έχουν ούτε το όνομα, ούτε την φερεγγυότητα της ANKER και δεν μπορούν μερικές φορές ν' ανταπεξέλθουν στην αυξημένη ζήτηση ή σε ανάγκες καλύψεως συγκεκριμένων ποσοτήτων σε συγκεκριμένη στιγμή, με αποτέλεσμα οι πελάτες να μένουν ακάλυπτοι και να επιστρέφουν στην ANKER.

Πολλές φορές, όμως, αυτές οι μικρές επιχειρήσεις μακροπρόθεσμα κάνουν καλό στην ANKER, γιατί βλέπει η αγορά τι θα πει μεγάλη εταιρεία, που ενδεχομένως θα πληρώσει ο πελάτης μεν κάτι παραπάνω στη μεγάλη εταιρεία, αλλά θα έχει τη σιγουριά που χρειάζεται.

Άλλωστε και η στροφή της Ευρώπης, γενικότερα, είναι προς το ποιοτικό προϊόν και όχι μόνο στους Ευρωπαίους, αλλά και γενικότερα ο καταναλωτής - πελάτης γνωρίζει ότι θα πληρώσει κάτι παραπάνω, αλλά ξέρει ότι θα έχει το ποιοτικό προϊόν που χρειάζεται και εκτός αυτού ότι πίσω του βρίσκεται ένας μεγάλος οργανισμός που μπορεί ανά πάσα στιγμή να τον καλύψει. Οι ανταγωνιστές αντιμετωπίζονται με την άρτια οργάνωση της ANKER, με το σωστό χτένισμα της αγοράς από τα TEAM των πωλητών και μέσα στα βιομηχανικά προϊόντα. Φυσικά δεν μιλάμε για το κομμάτι των ποτών, γιατί εκεί η ANKER είναι πολύ μικρή, υπάρχουν νίβαντες μέσα στην αγορά.

Απλά με το ποτό η ANKER προσπαθεί, με την 40χρονη πείρα της μέσα στην αγορά, να κάνει ότι μπορεί με τις επαφές της και να σπρώξει τα προϊόντα της.

Όπως συναίβει με κάποια επώνυμα ποτά που είχε η ANKER παλαιότερα, τα οποία της τα πήραν και έτσι τώρα δυσκολεύεται να ξανακάνει την ίδια κίνηση και να στείσει πάλι, όπως έστεισε παλαιότερα ένα WHITE HORSE και από 4.000 κιβώτια το πήγε στις 130.000 κιβώτια, τα οποία πήρε ο "ξένος". Οπότε δεν συμφέρει σε καυιά περίπτωση, να στείσεις μία επιχείρηση και ύστερα να έρθει ο "ξένος", αφού βλέπει ότι η αγορά απορροφά το προϊόν και να τα πάρει πίσω. Δεν μπορεί η ANKER να πειραματίζεται προς όφελος άλλων. Αυτό βέβαια συμβαίνει, γιατί τα συμβόλαια που γίνονται συνήθως δεν προβλέπουν και δε δεσμεύουν τέτοιου είδους καταστάσεις.

Τα συμβόλαια βέβαια προβλέπουν αποζημίωση σε αυτή την περίπτωση, αλλά τι να την κάνεις την αποζημίωση όταν είσαι χωρίς flaxing;

Το white horse ήταν ένα flaxing για την ANKER, διότι μαζί με το white horse προωθούνταν και άλλα προϊόντα, τα οποία δεν είχαν μεγάλη κατανάλωση. Γι' αυτό το λόγο η αποζημίωση δεν αρκεί, γιατί εκτός από την επιφανειακή ζημιά υπάρχει κι άλλη σε βάθος, αφού η έλλειψη flaxing επιδοά και στα άλλα προϊόντα της εταιρείας.

Αυτός είναι και ο λόγος άλλωστε, που στον ισολογισμό του '94 έναντι του '93 έπεσαν οι πωλήσεις, διότι πήσαν από την ANKER κάποια επώνυμα μεγάλα ονόματα στο χώρο του ποτού. Επομένως ο τζίρος μειώθηκε σημαντικά, αφού μειώθηκαν τα ποτά που εφοδίαζαν τους πελάτες.

Έτσι στα βιομηχανικά προϊόντα η άρτια οργάνωση της ANKER, το σωστό χτένισμα της αγοράς, η αμεσότητα της επαφής με την αγορά, το δίκτυο διανομής, τα φορτηγά, οι 52 αντιπρόσωποι σε όλη την Ελλάδα και η προσπάθεια όλων, είναι ο τρόπος που αντιμετωπίζονται οι ανταγωνιστές.

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ

Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ANKER

Οι ετήσιες οικονομικές καταστάσεις της ANKER περιλαμβάνουν:

- α) τον ισολογισμό,
- β) τον λογαριασμό " αποτελέσματα χρήσεως ",
- γ) τον " πίνακα διαθέσεως αποτελεσμάτων " και
- δ) το προσάρτημα.

Κάθε παρέκκλιση αναφέρεται στο προσάρτημα μαζί με την πλήρη αιτιολόγηση της και με πληροφορίες για τις επιδράσεις της πάνω στην περιουσιακή διάρθρωση, τη χρηματοοικονομική θέση και τα αποτελέσματα χρήσης της εταιρείας.

Για να ληφθεί από την Γενική Συνέλευση έγκυρη απόφαση πάνω στις οικονομικές καταστάσεις, που έχουν εγκριθεί από το Διοικητικό Συμβούλιο της ANKER, πρέπει να έχουν ειδικά θεωρηθεί από:

- α) Τον Διευθύνοντα ή εντεταλμένο σύμβουλο ή μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου, που ορίζεται από αυτό,
- β) τον υπεύθυνο για την Γενική Διεύθυνση της εταιρείας,
- γ) τον υπεύθυνο για την Διεύθυνση του Λογιστηρίου.

Οι παραπάνω, σε περίπτωση διαφωνίας από πλευράς νομιμότητας του τρόπου κατάρτισης των οικονομικών καταστάσεων, οφείλουν εγγράφως τις αντιρρήσεις τους στην Γενική Συνέλευση.

Ισολογισμός αποτελέσματα χρήσεως.

Η δομή του ισολογισμού και του λογαριασμού " αποτελέσματα χρήσεως " της ANKER, απαγορεύεται να μεταβάλλεται από την μια χρήση στην άλλη.

Παρέκκλιση από την αρχή αυτή επιτρέπεται μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις με τον όρο, ότι η παρέκκλιση αυτή θα αναφέρεται στο προσάρτημα

και θα αιτιολογείται επαρκώς.

Οι λογαριασμοί που προβλέπονται καταχωρούνται στον ισολογισμό, στο λογαριασμό " αποτελέσματα χρήσεως και στον πίνακα διαθέσεως αποτελεσμάτων " ξεχωριστά ο καθένας και με ορισμένη σειρά. Λογαριασμός, στον οποίο δεν υπάρχει ποσό, ούτε της κλειόμενης, ούτε της προηγούμενης χρήσης, παραλείπεται.

Η δομή και οι τίτλοι των λογαριασμών που έχουν αραβική αρίθμηση στα υποδείγματα ισολογισμού και λογαριασμού " αποτελέσματα χρήσεως ", πρέπει να προσαρμόζονται ανάλογα, όταν η ειδική φύση της επιχείρησης το απαιτεί, ώστε οι χρησιμοποιούμενοι τίτλοι λογαριασμών να υποδηλώνουν με σαφήνεια τα απεικονιζόμενα στοιχεία. Η καταχώρηση ανουσιονενών στοιχείων στον ίδιο λογαριασμό, απαγορεύεται. Κάθε προσαρμογή που γίνεται σύμφωνα με τα παραπάνω, αναφέρεται και αιτιολογείται στο προσάρτημα.

Τα ποσά των λογαριασμών του ενεργητικού και του παθητικού του ισολογισμού της ANKER, καθώς και του λογαριασμού " αποτελέσματα χρήσεως " απεικονίζονται σε δύο τουλάχιστον στήλες, στις οποίες αντιπαρατίθενται τα αντίστοιχα και ομοειδή κονδύλια, της κλειόμενης και της προηγούμενης χρονιάς. Σε περίπτωση όμως, που στοιχεία δεν είναι ομοειδή και συγκοίσιμα με της αντίστοιχης της κλειόμενης χρήσης, γίνεται κατάλληλη αναμόρφωσή τους. Κάθε τέτοια αναμόρφωση αναφέρεται και επεξηγείται στο προσάρτημα.

ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΤΗΣΙΩΝ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ (ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ)

Η ANKER λόγω του ότι πληρεί όλες τις προϋποθέσεις δημοσιεύει συνοπτικό ισολογισμό.

Οι ετήσιες οικονομικές καταστάσεις υποβάλλονται στις διατυπώσεις δημοσιότητας, με μορφή και περιεχόμενο, το οποίο οι ελεγκτές της εταιρείας

έχουν συντάξει με την έκθεση ελέγχου τους.

Αντίγραφα των ετήσιων οικονομικών καταστάσεων, με τις σχετικές εκθέσεις του Διοικητικού Συμβουλίου και των ελεγκτών υποβάλλονται από την ANKER στο Υπουργείο Εμπορίου, είκοσι τουλάχιστον ημέρες πριν από την Γενική Συνέλευση.

Ο ισολογισμός της ANKER, ο λογαριασμός " αποτελέσματα χρήσεως " και ο " πίνακας διαθέσεως αποτελεσμάτων " μαζί με το σχετικό πιστοποιητικό ελέγχου, όταν προβλέπεται ο έλεγχος από Ορκωτούς Λογιστές δημοσιεύεται με τον τρόπο που αναφέρεται πιο κάτω.

Το Διοικητικό Συμβούλιο της ANKER οφείλει να δημοσιεύει τα έγγραφα της προηγούμενης παραγράφου είκοσι τουλάχιστον ημέρες πριν από την Συνεδρίαση της Γενικής Συνέλευσης.

α) σε μια ημερήσια πολιτική εφημερίδα, η οποία εκδίδεται στην Αθήνα και έχει ευρύτερη κυκλοφορία σε ολόκληρη την χώρα.

β) σε μια ημερήσια οικονομική εφημερίδα.

γ) σε μια τοπική εφημερίδα.

Μέσα σε είκοσι ημέρες από την έγκριση των οικονομικών καταστάσεων από την τακτική Γενική Συνέλευση, μαζί με το επικυρωμένο αντίγραφο των πρακτικών της, υποβάλλεται στο Υπουργείο Εμπορίου και αντίτυπο των εγκεκριμένων οικονομικών καταστάσεων.

Στις επόμενες σελίδες θα δούμε τους αριθμοδείκτες της ANKER , όπως προκύπτουν από ισολογισμούς έξι χρόνων.



ANKER A.B.E.E.

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1992 - 19η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1992) Α.Μ.Α.Ε. 2053/01/Β/86/2052 (Ποσό σε Δρχ.)

Ποσό κλεισίτης Χρήσεως 1992 Ποσό προηγούμενης Χρήσεως 1991

Ποσό κλεισίτη, Ποσό προηγούμενης Χρήσεως 1992 Χρήσεως 1991

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

Γ. ΠΑΘΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

Table with 4 columns: Description, 1992, 1991, 1990. Rows include: Εξυλισμός αμφοτερόπλευρο, Κτίρια & τεχνικά έργα, Μηχανήματα - τεχνικές εγκαταστάσεις, Μηχανοκίνητοι εξοπλισμοί, Γεωργικά & λοιπά εξοπλιστικά, Σύνολο Αμφοτερόπλευρο (II), Σύνολο παθίου ενεργητικού (II+III).

Δ. ΧΥΧΑΛΟΠΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

Table with 4 columns: Description, 1992, 1991, 1990. Rows include: Εμπόρευμα, Προμήθειες εταίρων & τραπεζών, Προμήθειες εταίρων - Αποθέματα, Υλικά εργαλείων & λοιπά, Προκαταβόλες για αγοράς & πωλημάτων.

II. Αποθήκες

Table with 4 columns: Description, 1992, 1991, 1990. Rows include: Εμπορεύματα, Χρηματοδοτήσεις, Προκαταβόλες για αγορές.

III. Ζητούμενα

Table with 4 columns: Description, 1992, 1991, 1990. Rows include: Τραπεζικά, Λοιπά, Κοινωνικές οφειλές & προκαταβόλες, Σύνολο απαιτούμενων ενεργητικών (II+III+IV).

IV. Δοθέντα

Table with 4 columns: Description, 1992, 1991, 1990. Rows include: Κοινωνικές οφειλές & προκαταβόλες, Σύνολο απαιτούμενων ενεργητικών (II+III+IV).

Ε. ΜΕΤΑΒΛΗΤΙΚΟΙ ΔΟΤΑΡΙΑΙ ΜΟΙ

Table with 4 columns: Description, 1992, 1991, 1990. Rows include: Δοθέντα, Σύνολο μεταβλητικών δοταριαίων (II+III+IV+V).

ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Γ+Δ+Ε)

Table with 4 columns: Description, 1992, 1991, 1990. Rows include: Δοθέντα, Σύνολο ενεργητικού (II+III+IV+V+Ε).

Σημειώσεις: 1. Στο παθίο εταίρων υποβλήθηκε το ποσό των 700.000,00 Δρχ....

2. Η τρέχουσα επένδυση της εταιρείας ανέρχεται σε 34.191,99 Δρχ....

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΟΤΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1992 (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1992)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΦΕΡΕΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Main financial statement table with 4 columns: Description, 1992, 1991, 1990. Rows include: Αποτελέσματα δραστηριοτήτων, Μεταβολή από προηγούμενη χρήση, Αποτελέσματα από επενδύσεις, Αποτελέσματα από λειτουργία, Αποτελέσματα από μεταβλητό κεφάλαιο, Αποτελέσματα από λοιπά, Αποτελέσματα από μεταβλητό κεφάλαιο, Αποτελέσματα από λοιπά, Αποτελέσματα από μεταβλητό κεφάλαιο, Αποτελέσματα από λοιπά.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΟΡΚΗΤΟΥ ΛΟΓΙΣΤΗ

Ελέγξαμε τις αναγραφείσες οικονομικές καταστάσεις κλειστά και το σύστημα Πιστοποίησης της Ανακοίνωσης της Εταιρείας ANKER A.B.E.E. της εταιρείας χημικών που ελήφθη την 31η Δεκεμβρίου 1992. Ο έλεγχός μας στο πλαίσιο του οποίου λάβαμε και γνώση των λογιστικών εγγράφων των εταίρων του υποκαταστήματος της εταιρείας, έγινε σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 37 του κώδα Ν. 2190/1990 της Ανακοίνωσης της Εταιρείας και τις ελεγκτικές διαδικασίες που χημικά καθορίσαμε, βάσει των εγγράφων και κειμένων των εταίρων που αναφέρονται στο παρόντα έγγραφο. Η εταιρεία ελέγχθηκε σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 42 του κώδα Ν. 2190/1990, δεν υπάρχουν ποσά που να μην έχουν ελεγχθεί από τους ελεγκτές της εταιρείας, η οποία δεν ελέγχεται από Ορκωτούς Λογιστές και επομένως για τον έλεγχο της οικονομικής κατάστασης της εταιρείας που υποβλήθηκε στο παρόντα έγγραφο, ελέγχθηκαν οι οικονομικές καταστάσεις της εταιρείας που υποβλήθηκαν στο παρόντα έγγραφο, ελέγχθηκαν οι οικονομικές καταστάσεις της εταιρείας που υποβλήθηκαν στο παρόντα έγγραφο, ελέγχθηκαν οι οικονομικές καταστάσεις της εταιρείας που υποβλήθηκαν στο παρόντα έγγραφο.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΥ

Έννοια και Αποστολή

Ανάλυση ισολογισμού είναι η κοιτική διαδικασία, που αποβλέπει στην εκτίμηση της τρέχουσας και προηγούμενης κατάστασης και των αποτελεσμάτων χρήσης, με πρωταρχικό σκοπό τον προσδιορισμό όσο το δυνατόν καλύτερων εκτιμήσεων και προβλέψεων για τις μελλοντικές συνθήκες και δραστηριότητες μιας επιχείρησης.

Γίνεται εφαρμογή αναλυτικών και τεχνικών μεθόδων στις οικονομικές καταστάσεις και δεδομένα για την εξαγωγή μετρήσεων και σχέσεων σημαντικών και χρήσιμων στην διαδικασία λήψης οικονομικών αποφάσεων.

Συνεπώς εξυπηρετεί την μετατροπή απλών στοιχείων σε γρήσιμες πληροφορίες.

Βασικοί Σκοποί.

Ανάλυση, διερεύνηση και εκτίμηση:

- Ρευστότητας.
- Ευστάθειας.
- Αποδοτικότητας.

Αναλυτικοί Σκοποί.

Ανάλυση και εκτίμηση:

- Δομής Περιουσίας.

- Δομής Κεφαλαίων.
- Αποδοτικότητας.
- Ρευστότητας.
- Καταχρέωσης.
- Κύκλου Εργασιών (ταχύτητες κυκλοφορίας).
- Σύνθεσης δαπανών και προσόδων.
- Κερδών και διάθεσης αυτών.

Στις επόμενες σελίδες γίνεται η ανάλυση των ισολογισμών με αριθμοδείκτες και συμπεράσματα αυτών όσο είναι δυνατό.

ANKER

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Α) ΔΟΜΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ						
1.Βαθμός Παγιοποιήσεως	23,94	21,78	18,31	29,84	31,37	39,27
2.Βαθμός Ρευστοποιήσεως	74	76,66	79,84	69,41	68,3	60,42
3.Βαθμός Δανειακής Επιβαρύνσεως	195,6	343	323	154,6	113,9	163
4.Βαθμός Ληκτότητας Υποχρεώσεων	803,16	479,38	621,93	387,07	357,44	827,04
5.Βαθμός Καλύψεως του Παγίου Κεφαλαίου	70,82	96,49	77,48	77,15	68,99	104,53
6.Βαθμός Αυτοχρηματο- δοτήσεως.	76	38,07	62,59	61,89	36,53	38,99
Β) ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙ- ΧΕΙΡΗΣΗΣ						
1.Βαθμός Κυκλοφοριακής Ρευστότητας	127,1	122,2	124,1	148,4	178,3	111,6
Γ) ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ						
1.Βαθμός Συνολικής Αποδοτικότητας	9,15	7,92	9,12	17,53	8,77	5,12
2.Βαθμός Ιδιωφελούς Αποδοτικότητας	27,1	35,5	38,6	45,3	19,3	13,6
Δ) ΚΑΛΥΨΗΣ ΚΑΤΑΒΑΛΛΟ- ΜΕΝΩΝ ΤΟΚΩΝ						
197,4	185,3	242,8	316,1	255,4	199,9	
Ε) ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΕΡΔΩΝ						
Μικτά_Κέρδη Κύκλος Εργασιών	23,63	28,86	31,7	33,65	31,85	30
Καθαρά_Κέρδη Κύκλος Εργασιών	6,12	6,4	6,9	11,29	8,05	5,72

APRIL 1974

AI OPMI REPTOITAI

1. OPMI REPTOITAI	1974	1974	1974
2. OPMI REPTOITAI	1974	1974	1974
3. OPMI REPTOITAI	1974	1974	1974
4. OPMI REPTOITAI	1974	1974	1974
5. OPMI REPTOITAI	1974	1974	1974
6. OPMI REPTOITAI	1974	1974	1974
7. OPMI REPTOITAI	1974	1974	1974
8. OPMI REPTOITAI	1974	1974	1974
9. OPMI REPTOITAI	1974	1974	1974
10. OPMI REPTOITAI	1974	1974	1974

BI PEYTOITIA THE ENIETREPHI

1. PEYTOITIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
2. PEYTOITIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
3. PEYTOITIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
4. PEYTOITIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
5. PEYTOITIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
6. PEYTOITIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
7. PEYTOITIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
8. PEYTOITIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
9. PEYTOITIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
10. PEYTOITIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974

CI ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI

1. ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
2. ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
3. ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
4. ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
5. ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
6. ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
7. ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
8. ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
9. ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974
10. ANOQOITOTIA THE ENIETREPHI	1974	1974	1974

DI KANVNIH IATSEANONEN TORIA

1. KANVNIH IATSEANONEN TORIA	1974	1974	1974
2. KANVNIH IATSEANONEN TORIA	1974	1974	1974
3. KANVNIH IATSEANONEN TORIA	1974	1974	1974
4. KANVNIH IATSEANONEN TORIA	1974	1974	1974
5. KANVNIH IATSEANONEN TORIA	1974	1974	1974
6. KANVNIH IATSEANONEN TORIA	1974	1974	1974
7. KANVNIH IATSEANONEN TORIA	1974	1974	1974
8. KANVNIH IATSEANONEN TORIA	1974	1974	1974
9. KANVNIH IATSEANONEN TORIA	1974	1974	1974
10. KANVNIH IATSEANONEN TORIA	1974	1974	1974

EI IRETEIZ IEPDAN

1. IRETEIZ IEPDAN	1974	1974	1974
2. IRETEIZ IEPDAN	1974	1974	1974
3. IRETEIZ IEPDAN	1974	1974	1974
4. IRETEIZ IEPDAN	1974	1974	1974
5. IRETEIZ IEPDAN	1974	1974	1974
6. IRETEIZ IEPDAN	1974	1974	1974
7. IRETEIZ IEPDAN	1974	1974	1974
8. IRETEIZ IEPDAN	1974	1974	1974
9. IRETEIZ IEPDAN	1974	1974	1974
10. IRETEIZ IEPDAN	1974	1974	1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

1974

Οι αριθμοδείκτες στοχεύουν στην ορθολογική διαχείριση και διοίκηση των οικονομικών οργανισμών, στην οικονομική έρευνα (στον τομέα της δραστηριότητάς τους), στην παροχή πληροφοριών στις οικίες κλαδικές ενώσεις, στο κράτος κ.λ.π.

Με τους αριθμοδείκτες εξυπηρετούνται οι ακόλουθοι στόχοι:

- α) Διάγνωση και εκτίμηση των όρων και συνθηκών λειτουργίας των οικονομικών οργανισμών.
- β) Σύγκριση των αριθμοδεικτών με αντίστοιχους ομοειδών οικονομικών οργανισμών.
- γ) Αξιοποίηση του λογιστικού και στατιστικού υλικού σε πιο υψηλό επίπεδο με τη σύνταξη οικονομικών και κοινωνικών μελετών.

Ας δούμε αναλυτικότερα τους αριθμοδείκτες της ANKER.

Αναλύοντας τους αριθμοδείκτες ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΕΩΣ και ΡΕΥΣΤΟΠΟΙΗΣΕΩΣ φαίνεται ότι η επιχείρηση είναι εντάσεως της κυκλοφοριακής παρουσίας. Αυτό είναι ευνοϊκό για εμπορική επιχείρηση, γιατί μπορεί να έχει ευελιξία στις συναλλαγές της και μικρότερο κόστος, επειδή έχει μικρό ποσό αποσβέσεων.

Τώρα, αν θέλουμε πιο ακριβή στοιχεία για τη δομή της περιουσιακής συγκροτήσεως της επιχείρησης θα συγκρίνουμε τους αριθμοδείκτες από ομοειδής επιχειρήσεις, που θεωρούνται ιδανικοί. Αν υποθέσουμε ότι οι ιδανικοί αριθμοδείκτες είναι: παγιοποιήσεως 28% και ρευστοποιήσεως 72%, τότε προσπαθώντας να φθάσουμε τις ιδανικές σχέσεις θα πρέπει να κάνουμε τις ακόλουθες σκέψεις:

- α) Αν η πάγια περιουσία κρίνεται ανανκαία, θα πρέπει να στραφούμε προς την κατεύθυνση αύξησεως της κυκλοφοριακής, αν φυσικά το επιτρέπουν οι συνθήκες της αγοράς. Η αύξηση των κυκλοφοριακών στοιχείων μπορεί να γίνει με αύξηση του Μετοχικού Κεφαλαίου ή με αύξηση των Αποθεματικών Κεφαλαίων ή με λήψη Δανείων και άλλων πιστώσεων ή σε συνδυασμό, όπως

αύξηση του Μετοχικού Κεφαλαίου και λήψη πιστώσεων.

β) Αν η πάγια περιουσία δε θεωρείται όλη αναγκαία, θα πρέπει να ρευστοποιήσουμε ένα μέρος της.

Όπως, βλέπουμε από τους συνεχόμενους ισολογισμούς η ANKER πληρεί ορισμένα από τα παραπάνω στοιχεία με αποτέλεσμα να πλησιάζει τους επιθυμητούς αριθμοδείκτες για τον κλάδο της.

Όσον αφορά το Δείκτη Δανειακής επιβάρυνσης τα πράγματα δεν είναι πολύ καλά, γιατί αν υποθέσουμε ότι ο ιδανικός αριθμοδείκτης είναι 100% αντιλαμβανόμαστε ότι η ANKER έχει αρκετά υψηλή Δανειοδότηση, αλλά όπως φαίνεται στη συνέχεια το ποσοστό μειώνεται. Συνέπεια αυτού είναι η ασήμαντη σχεδόν πιστοληπτική ικανότητα της ANKER. Σε αυτή την περίπτωση θα ήταν σωστό τα μερίσματα που διανέμονται να περιορισθούν σε ορισμένα ποσοστά, ώστε να γίνει η εξόφληση των δανείων.

Από το δείκτη Ληκτότητας Υποχρεώσεων φαίνεται ότι οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις είναι μεγάλες σε σχέση με τις μακροπρόθεσμες. Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρηση έχει ανεκμετάλλευτες αξίες και επιβάλλεται η αύξηση της δραστηριότητάς της.

Ο δείκτης Καλύψεως Παγίου Κεφαλαίου είναι μικρός στην αρχή, αφού ο ιδανικός είναι περίπου 100%. Αλλά, όπως φαίνεται στη συνέχεια η ANKER χρησιμοποίησε εντατικά τα κυκλοφοριακά ποιοισιακά της στοιχεία, για να αυξήσει τη δραστηριότητά της. Επίσης, όπως φαίνεται η σύναψη μακροπρόθεσμου δανείου της έδωσε τη δυνατότητα να χορηγεί πιστώσεις για την αύξηση του κύκλου εργασιών της.

Ο δείκτης αυτοχρηματοδότης φαίνεται ότι είναι αρκετά υψηλός και θεωρείται ικανοποιητικός.

Από τον αριθμοδείκτη Κυκλοφοριακής Ρευστότητας, αν θεωρηθεί ότι ο

ιδανικός αριθμοδείκτης είναι μεταξύ 100% και 110%, σημαίνει ότι η επιχείρηση έχει κατά προόδους ανεκμετάλλετα κεφάλαια από τα κεφάλαιά της, σε βάρος της αποδοτικότητάς της. Στον ισολογισμό του '94 όμως, δείχνει ότι ο ιδανικός δείκτης πλησιάζει κατά πολύ τον δείκτη της ANKER, που σημαίνει ότι η ANKER εκμεταλλεύθηκε κατάλληλα τα κεφάλαιά της.

Οι βαθμοί της αποδοτικότητας δεν θεωρούνται ικανοποιητικοί σε σύγκριση με το βαθμό ιδιωφελούς αποδοτικότητας και τον τόκο της αγοράς.

Ο αριθμοδείκτης κάλυψης καταβαλλόμενων τόκων μπορεί να θεωρηθεί αρκετά ικανοποιητικός, αφού φτάνει σε σημείο με τα κέρδη της να καλύπτει τους τόκους των δανειστών της μέχρι και το τριπλάσιο.

Από τους δείκτες κερδών φαίνεται ότι τα ακαθάριστα κέρδη είναι αρκετά υψηλά, ενώ τα καθαρά έχουν ποσοστό πολύ μικρό, το οποίο οφείλεται στη μικρή κυκλοφοριακή ταχύτητα, που έχει ως συνέπεια τη μεγάλη επιβάρυνση με σταθερά έξοδα του κόστους κατά μονάδα των εμπορευμάτων.

Συμπερασματικά από τη σύγκριση των ισολογισμών φαίνεται ότι η ANKER χρόνο με το χρόνο ανέπτυξε μεγαλύτερη δραστηριότητα και απαιτείται να αυξηθεί πολύ περισσότερο στο επόμενο έτος.

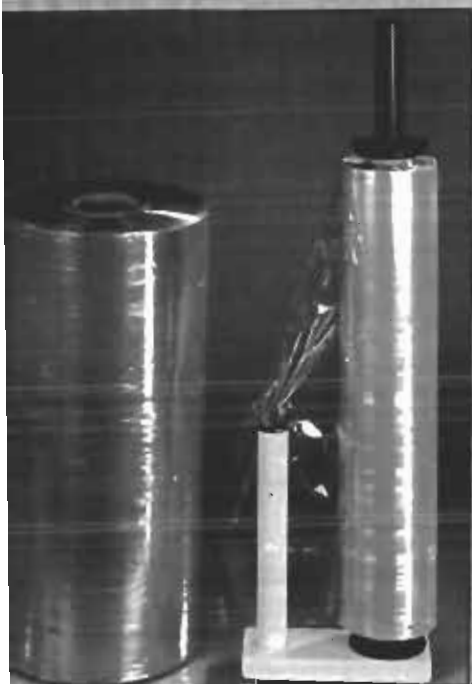
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



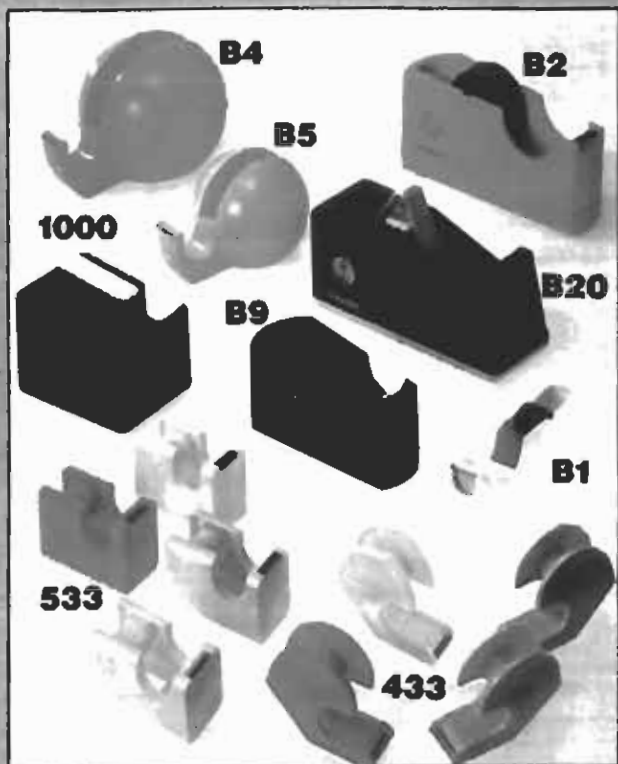
Ειδικές λευκές ετικέτες, σε μεγάλη ποικιλία σχημάτων και μεγεθών (Ζητήστε αναλυτικό κατάλογο)



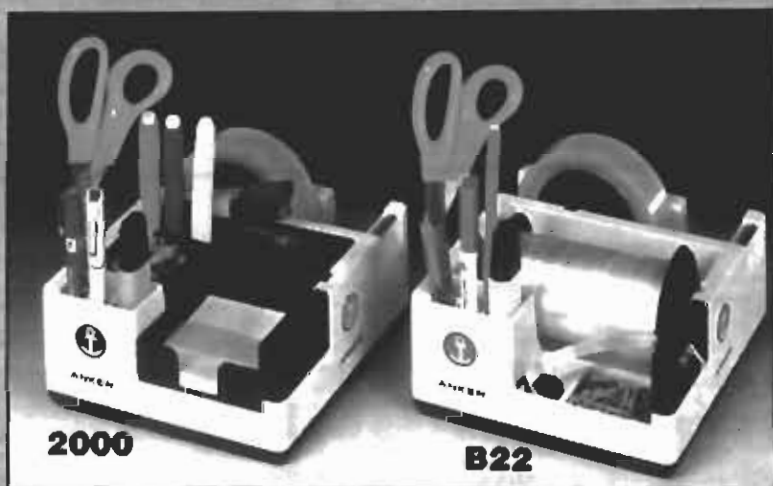
Ειδική, γενικής χρήσης σε σωλήνια 15, 30, 50 cc. για τσιμεντο, γυαλί κ.λ.π.



H-FILM για συσκευασία εμπορευμάτων σε παλέτες



Βάσεις αυτοκόλλητων ταινιών.



Ειδικές βάσεις συσκευασίας για αυτοκόλλητες ταινίες, καρτέλες, κ.λ.π. για καταστήματα, ζαχαροπλαστική, ανθεκτικότητα, κ.λ.π.



ΣΑΛΙΓ. ΜΕΤΑΛΛΙΚΟΙ

Μηχανισμοί αυτοκόλλητων ταινιών συσκευασίας

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Διαφήμιση είναι η απόρροια μαζική επικοινωνία, η οποία περιέχει το στοιχείο της πληρωμής, της οποίας ο τελικός σκοπός είναι η μετάδοση πληροφοριών και η δημιουργία μιας ευνοϊκής << γνώμης >> στους καταναλωτές για το προϊόν ή την επιχείρηση, που διαφημίζεται και έτσι να συμβάλλει στην προαγωγή των επιχειρησιακών στόχων. Το στοιχείο της πληρωμής στον ορισμό της διαφήμισης είναι απαραίτητο, διότι αν δεν υπάρχει θεωρείται δημοσιότητα.

Η διαφήμιση είναι μία από τις ισχυρότερες κινητήριες δυνάμεις για την ανάπτυξη της αγοράς. Ο κύριος - αν όχι μοναδικός - ρόλος της λοιπόν είναι εμπορικός. Γι' αυτόν γεννήθηκε και γι' αυτόν υπάρχει. Με δύο λόγια η διαφήμιση είναι μια μορφή επένδυσης πάνω στο προϊόν - όπως οι επενδύσεις σε έρευνα, εγκαταστάσεις, εξοπλισμό, ανθρώπινο δυναμικό - με στόχο την επιτάχυνση του ρυθμού ζήτησής του και την αγορά του από τον μεγαλύτερο δυνατό αριθμό καταναλωτών.

Η διαφήμιση ταξινομείται σε δύο κατηγορίες:

- 1) Τη διαφήμιση του προϊόντος.
- 2) Τη διαφήμιση της επιχείρησης παραγωγής του προϊόντος.

Η τελευταία αυτή έχει σαν σκοπό την αύξηση της φήμης της επιχείρησης και όχι ενός προϊόντος αυτής.

Παρακάτω θα ασχοληθούμε με την διαφήμιση του προϊόντος και τούτο, διότι αυτή αποτελεί μία από τις βασικότερες μεθόδους προώθησης των πωλήσεων ενός προϊόντος.

Η διαφήμιση του προϊόντος χρησιμοποιείται από τους βιομηχάνους για την πραγματοποίηση των παρακάτω εργασιών:

I) Να προωθήσει την πώληση του προϊόντος των διαυέσου των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης, οι οποίες ήδη διαθέτουν το προϊόν.

α) Με την αύξηση του αριθμού των πελατών.

β) Με την πώληση περισσότερων μονάδων προϊόντος στους ήδη πελάτες.

II) Να βοηθήσει την πώληση μιας μάρκας προϊόντος με το να παρέχει στους καταναλωτές πληροφορίες. Π.χ. το όνομα και τη διεύθυνση των λιανοπωλητών, οι οποίοι διαθέτουν το συγκεκριμένο προϊόν κ.α.

III) Να βοηθήσει την πώληση ενός προϊόντος δια μέσου ενός δικτύου διανομής ή να διευρύνει το δίκτυο διανομής ενός παλαιού προϊόντος.

α) Με το να δημιουργήσει ζήτηση στις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης από τους καταναλωτές και

β) Με το να υποκινήσει το ενδιαφέρον των μεσαζόντων για το προϊόν δια μέσου απευθείας διαφήμισης.

IV) Να ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης, έτσι ώστε να επιδεικνύουν, διαφημίζουν και πουλάνε το προϊόν τους ενεργά.

α) Τονίζοντάς τους, διαμέσου της διαφήμισης, τις ευκαιρίες, οι οποίες τους παρέχονται να αυξήσουν τα κέρδη τους από αυτή την δραστηριότητα.

β) Πληροφορώντας τους για τα διάφορα προγράμματα προώθησης των πωλήσεων της επιχείρησης και ενθαρρύνοντάς τους να εκμεταλλευτούν καταλλήλως τις προωθητικές αυτές προσπάθειες της επιχείρησης.

V) Να ουδετεροποιήσει την προωθητική προσπάθεια μιας ανταγωνιστικής επιχείρησης με την χρησιμοποίηση της κατάλληλης διαφημιστικής καμπάνιας.

Σύμφωνα με την παραπάνω ανάλυση είναι πιθανό να παρατηρηθεί ότι η διαφήμιση μπορεί να κατευθύνεται:

α) Προς τον τελικό καταναλωτή.

β) Προς τους μεσάζοντες, οι οποίοι ασχολούνται με την διανομή του προϊόντος.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Η διαφήμιση γεννήθηκε και υπάρχει, για να << πουλάει >> προϊόντα και υπηρεσίες. Μικρή αλλά χαρακτηριστική απόδειξη το γεγονός ότι το διαφημιστικό ραδιοφωνικό - τηλεοπτικό σποτ, στην αγγλική γλώσσα λέγεται << commercial (message) = εμπορικό (μήνυμα) >> . Τα εισαγωγικά στην λέξη πουλάει δίνουν μια μεταφορική διάσταση, ακριβώς επειδή η διαφήμιση μόνη της δεν μπορεί να πουλήσει. Η διαφήμιση προτείνει και παρακινεί τον υποψήφιο αγοραστή προς το Α και Β προϊόν. Για την ολοκλήρωση της πώλησης και - κυρίως - για την επαναληπτική και μακρόχρονη πώληση, πρέπει να συνεργασθούν και άλλοι παράγοντες και μάλιστα σημαντικότεροι.

Ικανοποίηση ανάγκης : Το προϊόν πρέπει κατ' αρχήν να ικανοποιεί κάποια ανάγκη του καταναλωτή :πρακτική, οικονομική ή ψυχολογική - σωρευτικά ή διαζευτικά.

Ποιότητα - τιμή : Το προϊόν πρέπει να έχει ποιότητα και τιμή, σε σχέση αποδεκτή από τον καταναλωτή και σε επίπεδα ανταγωνιστικά, σε σύγκριση με τα ομοειδή προϊόντα.

Διανομή : Το προϊόν πρέπει να έχει σωστή διανομή σε σχέση με τον στόχο των συνολικών πωλήσεων που έχει και που συχνά άλλωστε βρίσκονται σε άμεση συνάρτηση με τον γεωγραφικό χώρο, τον οποίο έχει στόχο να καλύψει. Να μπορεί, δηλαδή, ο καταναλωτής να το βρει εύκολα και πάντα.

Όταν υπάρχουν αυτές οι βασικές προϋποθέσεις, τότε η σωστή διαφήμιση σίγουρα μπορεί να πουλήσει το προϊόν.

ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Η διαφήμιση, όπως ξέρουμε, είναι μία υπόσχεση, ένα μήνυμα. Ένα μήνυμα, που παίρνει διάφορες μορφές και φόρμες, αφού διαφορετικά είναι τα συστατικά του και οι τρόποι συνδυασμού και σύνθεσής τους.

Κύριο μέσο μιας διαφήμισης είναι ο λόγος - γραπτός ή προφορικός. Η διαφήμιση όμως μπορεί να αποτελείται και από εικόνες, μουσική, σύμβολα, ήχους, ακόμη και από σιωπές. Με αυτά τα συστατικά δημιουργούνται οι διάφορες μορφές και φόρμες διαφήμισης. Σε μια σχηματική απεικόνιση, η διαφήμιση μπορεί να αποτελείται από τα εξής στοιχεία:

ΛΟΓΟΣ
ΛΟΓΟΣ + ΕΙΚΟΝΑ } ΕΝΤΥΠΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΛΟΓΟΣ
ΛΟΓΟΣ + ΜΟΥΣΙΚΗ
ΛΟΓΟΣ + ΜΟΥΣΙΚΗ + ΗΧΟΣ } ΗΧΗΤΙΚΗ
(ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ)
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΛΟΓΟΣ + ΕΙΚΟΝΑ
ΛΟΓΟΣ + ΕΙΚΟΝΑ + ΜΟΥΣΙΚΗ
ΛΟΓΟΣ + ΕΙΚΟΝΑ + ΜΟΥΣΙΚΗ + ΗΧΟΣ } ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ
ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Έ ν τ υ π η δ ι α φ ή μ ι σ η : Οι κυριότερες μορφές έντυπης διαφήμισης είναι οι καταχωρήσεις εφημερίδων και περιοδικών και - κατά δεύτερο λόγο - οι αφίσες. Από εκεί κι ύστερα, ακολουθεί μια ατελείωτη ποικιλία έντυπης διαφήμισης, με φυλλάδια, προσούρες, μονόφυλλα, κάρτες, αυτοκόλλητα, γενικά έντυπα κάθε είδους και σχήματος, όπου ο μοναδικός κοινός παρανομαστής είναι η φαντασία και η δημιουργικότητα του διαφημιστή.

Η λ ε κ τ ρ ο ν ι κ ή δ ι α φ ή μ ι σ η : Δεσπόζεται από την τηλεόραση και περιλαμβάνει ακόμη τον κινηματογράφο, το ραδιόφωνο και το βίντεο.

ANKER ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Όπως έχει ήδη αναφερθεί στην ANKER υπάρχει ένα ξεχωριστό τμήμα **MARKETING**, το οποίο είναι υπεύθυνο για την έρευνα της αγοράς, αλλά και στην λήψη σημαντικών αποφάσεων, όσον αφορά την προώθηση των πωλήσεων της επιχείρησης μέσω κάποιων διαφημιστικών εκστρατειών.

Η διαφήμιση γίνεται κατά καιρούς μέσα από τον τύπο. Παλαιότερα γίνονταν και στο ραδιόφωνο, αλλά και στην τηλεόραση. Για τα βιομηχανικά προϊόντα τον κατάλληλο καιρό παίρνει μέρος, ύστερα από σχολαστική επιλογή του χώρου, σε εκθέσεις μεγάλου μεγέθους, όπως στον ΟΛΠ (Έκθεση Συσκευασίας).

Πριν λάβει χώρα το γεγονός αυτό γίνονται σημαντικές καταχωρήσεις στον τύπο, όχι μόνο ύστερα από κάποιον προγραμματισμό, αλλά και σε ανύποπτο χρόνο.

Επίσης όταν σε έντυπα γίνεται αφιέρωμα στην συσκευασία η ANKER εκθέτει τα προϊόντα με ιδιαίτερη επιτυχία.

Όσον αφορά τους ανταγωνιστές θα μπορούσαμε να πούμε ότι υπάρχουν πολλοί σε αυτόν τον χώρο, όμως ποτέ δεν δημιουργήθηκε η ανάγκη δαπάνης για διαφημιστικές εκστρατείες λόγω των αιτιών που σημειώνονται παρακάτω:

1. Υπάρχει μια μεγάλη ζήτηση στην αγορά για τα προϊόντα της συγκεκριμένης επιχείρησης, λόγω του ότι τα προϊόντα έχουν άριστη ποιότητα και τιμή αποδεκτή από τον καταναλωτή.
2. Η σωστή οργάνωση της επιχείρησης έχει επιτύχει να έχουν σωστή διανομή τα προϊόντα και έτσι ο καταναλωτής μπορεί να τα βρει παντού και πάντοτε.
3. Τα προϊόντα ικανοποιούν κάποιες βασικές ανάγκες των καταναλωτών,

οι οποίοι κατέχουν μεγάλη μερίδα στην αγορά.

4. Η μάρκα του προϊόντος της επιχείρησης έχει σημαντικές διαφορές από τα ανταγωνιστικά προϊόντα. Ο κόσμος εμπιστεύεται αυτή την μάρκα λόγω της μοναδικότητας της σχέσης: καλή ποιότητα - τιμή καλή.

Έτσι βλέπουμε ότι τα προϊόντα έχουν πολυάριθμα πλεονεκτήματα, τα οποία κρίνονται από τους καταναλωτές κατά την ώρα της αγοράς.

5. Η επιχείρηση διαθέτει αρκετά κεφάλαια για την υποστήριξη άλλων προγραμμάτων προώθησης των πωλήσεων, όπου μέσα σε αυτά δεν συμπεριλαμβάνεται η διαφήμιση.

Έτσι μπορούμε να καταλάβουμε βγάζοντας ένα τελικό συμπέρασμα, έπειτα από όλα αυτά, ότι κάτω από αυτές τις συνθήκες η διαφήμιση είναι περιττή ΚΑΙ ΜΟΝΟ ΤΟ ΟΝΟΜΑ ANKER ΑΡΚΕΙ !!!!

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

ΣΤΟΧΟΙ - ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η διοίκηση της ANKER για την σωστή λειτουργία της και μελλοντική ανάπτυξή της θέτει κάποιους στόχους, όπου με σωστό προγραμματισμό και επιμονή βαδίζει προς την πραγμάτωσή τους.

Προγραμματισμός είναι η διαδικασία που καθορίζει στόχους και περιγράφει τα μέσα και τις ενέργειες που θα λάβουν χώρα σε ορισμένο χρονικό διάστημα για την επιτυχία αυτών των σκοπών.

Τα προγράμματα της επιχείρησης χωρίζονται σε μακροχρόνια και σε βραχυχρόνια.

Μέσα στους μακροχρόνιους στόχους της επιχείρησης, είναι η σωστή επένδυση των κεφαλαίων της, ώστε να της αποφέρουν ολοένα και περισσότερο κέρδος. Επίσης βασικός στόχος της επιχείρησης, είναι η προώθηση του προϊόντος στην αγορά ολοένα και περισσότερο, χρόνο με τον χρόνο.

Τα μακροχρόνια αυτά προγράμματα συνδέονται με την εξουσία του καθορισμού στόχων, σε επίπεδα ιεραρχίας που έχουν την αμοδιότητα καταστρώσεως της στρατηγικής της επιχείρησης.

Γενικά τα στρατηγικά προγράμματα συνδέονται με την γενικότερη ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης και την κατανομή των πόρων για εκτεταμένη χρονική περίοδο. Τα στρατηγικά προγράμματα καλύπτουν από πλευράς στόχων όλα τα προγράμματα της εταιρείας, γιατί τα δεύτερα υποστηρίζουν τα πρώτα.

Ειδικότερα τα στρατηγικά προγράμματα θέτουν τις βάσεις για το πλαίσιο των άλλων λεπτομερειακών προγραμμάτων.

Μέσα στους βραχυχρόνιους στόχους που έχει θέσει η επιχείρηση θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τους ακόλουθους:

α) Το προϊόν να έχει την αναμενόμενη αναγνώριση στην αγορά, δηλαδή να μην γίνεται λανθασμένη πρόβλεψη της ζήτησης και εσφαλμένη ανάλυση των αναγκών και κινήτρων του καταναλωτή.

β) Το προϊόν να έχει καλή ποιότητα: η επιχείρηση με την επάρκεια κεφαλαίων που διαθέτει, αλλά και την διαρκή ανανέωση του μηχανολογικού εξοπλισμού, επιτυγχάνει τον εφοδιασμό της αγοράς με προϊόντα άριστης ποιότητας.

γ) Σωστή κοστολόγηση: προσπαθεί να επιτύχει όσο το δυνατόν μείωση του κόστους παραγωγής και διάθεσης προϊόντος, ώστε να προσφέρει προϊόντα σε τιμή πώλησης ιδιαίτερα χαμηλή, η οποία να είναι ανταγωνιστική, να αποφέρει κέρδη στην επιχείρηση και να είναι σε επίπεδα πιο χαμηλά από αυτά που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι καταναλωτές.

δ) Τα προϊόντα να συμφωνούν με την φήμη της επιχείρησης: η ποιότητα του προϊόντος πρέπει να είναι τόσο καλή, όσο καλή είναι και η φήμη της επιχείρησης. Στην αντίθετη περίπτωση ο καταναλωτής θα το καταλάβει και γρήγορα θα εγκαταλείψει τα προϊόντα. Με τέτοιου είδους αποτυχίες η επιχείρηση αναπτύσσει τις αρνητικές διαθέσεις των καταναλωτών απέναντι στην ίδια και τα προϊόντα της, πράγμα που το ννωρίζει αυτό η διοίκηση της ANKER και προσπαθεί να το αποφύγει με κάθε τρόπο.

Εκτός όμως απ' αυτούς τους στόχους που έχουν αναφερθεί, σημαντικό μέρος κατέχουν στον προγραμματισμό της επιχείρησης και οι κοινωνικοί στόχοι, οι οποίοι μπορεί να μην έχουν άμεση σχέση με τους βασικούς στόχους και επιδιώξεις της επιχείρησης, η διοίκηση όμως παλεύει να τους καλύψει στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό. Αυτοί οι στόχοι είναι: η ικανοποίηση των αναγκών του προσωπικού της επιχείρησης, η βελτίωση των συνθηκών εργασίας (εκσυγχρονισμοί, εξυγίανση εγκαταστάσεων κ.λ.π.), η ασφάλεια των εργαζομένων, το έμποακτο ενδιαφέρον για τον περιορισμό της μόλυνσης του πε-

ριβάλλοντος, η συνδρομή σε διάφορους κοινωνικούς σκοπούς κ.α.

Η γνώση των σκελών της επιχείρησης και η ενημέρωση πάνω σ' αυτούς, βελτιώνει την αίσθηση της συμμετοχής των εργαζομένων στην επιτυχία τους.

Για την επίτευξη των σκοπών καταστρώνεται και μια πολιτική, όπου προσδιορίζει μία σειρά ενεργειών που καθοδηγεί τα στελέχη πάνω στον τρόπο εκτέλεσης των καθηκόντων.

Η πολιτική περιέχει οδηγίες για την πορεία της επιχείρησης προς ένα στόχο. Είναι κανόνες και διατάξεις που λειτουργικά υπαγορεύουν πλαίσια συμπεριφοράς που συνδέονται με τους σκοπούς και τις επιδιώξεις, γιατί τις στηρίζουν και τις υποβοηθούν. Χωρίς την πολιτική των ενεργειών, οι γενικοί αντικειμενικοί στόχοι δεν επιτυγχάνουν. Κύρια χαρακτηριστικά της επιχείρησης, όταν θέτει στόχους είναι: η σταθερότητα, η μεθοδικότητα των κινήσεών της, ο ρεαλισμός, η ιεράρχηση και η συνέπεια. Ένα πρόγραμμα πολιτικής αποτελείται από επαναλαμβανόμενες ενέργειες που " υποστηρίζουν " τον ή τους γενικούς στόχους της επιχείρησης. Όπως αναφέραμε και προηγουμένως στόχος της επιχείρησης είναι η αύξηση των κερδών. Όμως η πολιτική που θα εφαρμόσει για την επίτευξη του στόχου θα είναι η αύξηση του όγκου των πωλήσεων, η προσέλκυση όσο το δυνατόν περισσότερου καταναλωτικού κοινού με την εφαρμογή μεθόδων προώθησης των πωλήσεων. Μετά το στάδιο της κατάστροφης της πολιτικής που καθορίζει τις ενέργειες χωρίς άμεσες λεπτομέρειες, το επόμενο στάδιο είναι η σχεδίαση των λεπτομερών προγραμμάτων μέσα στα πλαίσια των γενικότερων επιδιώξεων και σκοπών. Με αυτά γίνονται σαφείς οι ενέργειες για την επίτευξη των στόχων και γίνεται και πιο εύκολος ο έλεγχος, αν τελικά οι πραγματοποιούμενες ενέργειες είναι σύμφωνες με αυτές που ορίζει το πρόγραμμα. Ο έλεγχος εξάλλου προϋποθέτει τον προγραμματισμό, αφού αυτός τελικά είναι το αντικείμενο του ελέγχου.

Αυτή είναι η πορεία και η μεθοδολογία που ακολουθεί η ANKER για την επίτευξη των προκαθορισμένων στόχων της, μέσα από ένα βραχυχρόνιο ή μακροχρόνιο, ανάλογα, σχεδιασμό κινήσεων.

Συνοψίζοντας, οι στόχοι της εταιρείας είναι:

- Κέρδη.
- Οικονομικότητα - αποτελεσματικότητα (ελαχιστοποίηση της ζημιάς και μείωση κόστους).
- Αύξηση του κύκλου εργασιών της.
- Ρευστότητα και οικονομική αυτοτέλεια.
- Επέκταση.
- Αύξηση της φήμης και πελατείας.
- Ανάπτυξη του επιχειρησιακού δυναμικού.
- Μόρφωση και επιμόρφωση προσωπικού.
- Σύγχρονη τεχνολογία.
- Καλές ανθρώπινες και δημόσιες σχέσεις.
- Δίκαιη αμοιβή εργασίας.
- Επιδίωξη κύρους.
- Απόκτηση νοήτρου.
- Επικράτηση στην αγορά.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Φτάνοντας στο τέλος της εργασίας μας, η οποία έχει σαν αντικείμενο την οργανωτική και διοικητική διάρθρωση μιας μενάλης εμπορικής και εισαγωγικής εταιρείας της Α.Ν.Κ.Ε.Ρ. Α.Β.Ε.Ε. καταλήγουμε στα εξής συμπεράσματα. Η συγκεκριμένη οικονομική μονάδα πλεονεκτεί:

- σε ορθολογική οργάνωση και διοίκηση,
- σε αξιόλογο τεχνικό εξοπλισμό,
- σε εξειδίκευση και καταμερισμό εργασιών,
- σε μικρότερη επιβάρυνση του κόστους αγοράς των προϊόντων της και χαμηλό κόστος εφοδιασμού,
- σε δυνατότητα επιστημονικής έρευνας της αγοράς και του κοινωνικο-οικονομικού περιβάλλοντος,
- σε σημαντικές πηγές πληροφοριών που την βοηθούν στην λήψη ορθολογικών επιχειρησιακών αποφάσεων,
- σε ικανότητα για λεπτομερή προγραμματισμό της επιχειρησιακής συμπεριφοράς της,
- σε ευχέρεια επιστημονικής έρευνας της ποιότητας των προϊόντων της,
- σε οργάνωση που της δίνει ως ένα βαθμό ανεξαρτησία, αυτοτέλεια και επιβίωση σαν ανεξάρτητη οντότητα στον κόσμο της οικονομίας,
- σε αξιόλογο σύστημα οικονομικού λογισμού (καλή λογιστική οργάνωση, στατιστική λογιστική κόστους, πλούσια πληροφόρηση),
- σε μεγάλη πιστωτική επιφάνεια και μεγάλη δυνατότητα αυτοχρηματοδότησης,
- σε οικονομική, κοινωνική και πολιτική δύναμη, που προσδίδει το μέγεθος και ο πλούτος της,
- στη σύγχρονη τεχνολογία της μπορεί να ικανοποιεί όλους τους στόχους της με την εφαρμογή της αρχής του μετρίασμένου κέρδους (και

- όχι με την εφαρμογή της αρχής της μεγιστοποίησης του κέρδους),
- στις καλές ανθρώπινες σχέσεις μεταξύ του προσωπικού της, αλλά και στις δημόσιες σχέσεις,
 - σε κάλυψη των κοινωνικών αναγκών του ανθρώπινου δυναμικού της, μέσα στον χώρο της μεγάλης επιχείρησης (η ανάγκη του ατόμου να ανήκει κάπου, να έχει σχέσεις και να γίνεται αποδεκτό, η ανάγκη για αυτοσεβασμό, για κάποια κοινωνική θέση, για αναγνώριση, για εκτίμηση, για τον σεβασμό που αξίζει να δέχεται από τους άλλους).

Έτσι βλέπουμε την ANKER μπροστά στην εξέλιξη, όσον αφορά τις επενδύσεις, βλέπει μπροστά και είναι στελεχωμένη με άτομα νέα αξιόλογα που ανωρίζονται για την πρόοδο της εταιρείας. Άτομα που δεν εργάζονται μόνο για λογαριασμό τους, που έχουν πόνοσυνα και επιτυγχάνουν πάντοτε άριστα αποτελέσματα. Η ατομική προσπάθεια απαιτείται για την βελτίωση, αλλά πρέπει να συνδυάζεται και να εμπλέκεται με τις προσπάθειες άλλων, για να είναι πραγματικά αποτελεσματική. Η εφαρμογή αρχίζει με την επεξεργασία μιας πολιτικής ποιότητας και την καθιέρωση της κατάλληλης οργανωτικής δομής τόσο για την διοίκηση, όσο και για την ενθάρρυνση της συμμετοχής στην ποιότητα μέσα από ομάδες εργασίας. Έτσι υπάρχει προγραμματισμός βελτίωσης που περιλαμβάνει όλα τα διοικητικά στελέχη, αλλά και καθιέρωση συστημάτων κίνητρων ποιότητας που καθοδηγούν την διαδικασία βελτίωσης και εξασφαλίζουν την λύση των προβλημάτων μια για πάντα, χρησιμοποιώντας μεθόδους διορθωτικής δράσης. Από την στιγμή που είναι καθιερωμένα τα προγράμματα και τα συστήματα, η διαρκής εκπαίδευση, κατάρτιση και επικοινωνία είναι στοιχεία κλειδιά.

Έτσι με το σωστό πνεύμα της εμπειρίας των παλαιότερων, των γνώσεων των νεότερων και της καλής συνεργασίας που υπάρχει ανάμεσα στα στελέχη και προσωπικό, αυτά αποτελούν εγγύηση ότι η ANKER θα πάει καλά και θα έχει το ποθητό αποτέλεσμα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΧΡΗΣΤΟΥ Γ. ΦΛΩΡΟΥ: ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.
ΕΚΔΟΣΗ: ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ, 1993.

2. ΔΗΜΗΤΡΗ ΜΠΟΥΡΑΝΤΑ: ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ.
ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ.
ΕΚΔΟΣΗ: ΤΕΑΜ Ε.Π.Ε., 1992.

3. ΝΙΚΟΥ Μ. ΣΙΓΑΝΟΥ : ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ. €
ΕΚΔΟΣΗ: ΓΑΛΛΙΟΣ, 1990.