



Α.Τ.Ε.Ι.Θ

Σ.Τ.Ε.Τ.Ρ.ΟΔ.

ΤΜΗΜΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΘΕΜΑ

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Πτυχιακή εργασία
Βασιλάκη Γεωργίου

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

κ. Γαργαλιάνος Σταμάτης

ΣΙΝΔΟΣ

ΙΟΥΝΙΟΣ 2011



Α.Τ.Ε.Ι.Θ

Σ.Τ.Ε.Τ.Ρ.Ο.Δ.

ΤΜΗΜΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΘΕΜΑ

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Πτυχιακή εργασία
Βασιλάκη Γεωργίου

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

κ. Γαργαλιάνος Σταμάτης

ΣΙΝΔΟΣ

ΙΟΥΝΙΟΣ 2011

Αφιερώνεται στους γονείς μου, Νίκο και Δέσποινα

ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ –ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

1. Α.Π.Θ – ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
2. Π.Γ.Ε-ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ
3. Π.Ο.Π.-ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗΣ ΟΝΟΜΑΣΙΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ
4. Σ.Ε.Β.Ε.-ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ
5. Σ.Ε.Β.Ι.Τ.Ε.Λ.- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ
ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΕΩΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ
6. Σ.Ε.Δ.Η.Κ.-ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΑΙΟΚΟΜΙΚΩΝ ΔΗΜΩΝ ΚΡΗΤΗΣ
7. Σ..Τ.Ε.Τ.Ρ.Ο.Δ.-ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ
8. H.A.C.C.P- HAZARD ANALYSIS CRITICAL CONTROL POINTS
(ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΚΑΙ ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΛΕΓΧΟΥ)
9. I. S.O - INTER NATIONAL ORGANIZATION OF STANDARDIZATION
(ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ)

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω όλους εκείνους που με χαρά δέχτηκαν να διαθέσουν τον χρόνο και τις γνώσεις τους για την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, τους γονείς μου, καθώς και τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Γαργαλιάνο Σταμάτη για την καθοδήγηση και τις συμβουλές του

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ	4
ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ-ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	5
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	6
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	7
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Τι εννοούμε με τον όρο «οργάνωση».....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Ιστορική αναδρομή της οργάνωσης και της οργανωτικής σκέψης.....	12-13
2.1. Οι θεμελιωτές της επιστημονικής και ορθολογικής οργάνωσης και διοίκησης.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Ορισμός του management.....	14-18
3.1 Μάνατζερ	14-15
3.2 Βασικές αρχές του μάνατζμεντ	15-16
3.3 Επίπεδα, λειτουργίες στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων.....	16-17
3.3 Οι λειτουργίες του μάνατζμεντ	17-18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Σχεδιασμός σύγχρονων οργανισμών.....	18-19
4.1 Απόψεις για τον σχεδιασμό ενός οργανισμού	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. Εταιρίες παραγωγής ελαιολάδου, οργάνωση των κύριων λειτουργιών της επιχείρησης.....	20-31
5.1. Η παραγωγική λειτουργία	20-29
5.2. Η λειτουργία του εφοδιασμού.....	29
5.3. Η λειτουργία της διανομής.....	30
5.4. Η λειτουργία της αποθήκευσης.....	30
5.5. Η χρηματοπιστωτική λειτουργία.....	30
5.6. Η λογιστική λειτουργία.....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. Η αγορά του κρητικού ελαιολάδου.....	31
6.1 Ποιότητα ανταγωνιστικότητα ελαιολάδου	31-32
6.2. Η εγχώρια αγορά.....	32-33
6.3. Προβλήματα του κλάδου παραγωγής και τυποποίησης κρητικού ελαιολάδου.....	34-35

6.4. Επιχειρήσεις παραγωγής και τυποποίησης που δραστηριοποιούνται στην Κρήτη.	35
6.5. Η αγορά κρητικού ελαιολάδου στο εξωτερικό	35-36
6.6. Τρόποι προώθησης του ελαιολάδου	36- 37
6.7. Ανάλυση των ευκαιριών και των κινδύνων	38-39
6.8.Προτάσεις	40-41
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.	42-94
Παράρτημα 1. Ερωτηματολόγιο	43-50
Παράρτημα 2. Στατιστικός έλεγχος	51-78
2.1 Συμπεράσματα	79-80
Παράρτημα 3. Ονόματα και διευθύνσεις επιχειρήσεων που επισκέφτηκα	81-83
Παράρτημα 4. Τεχνολογικά ζητήματα παραγωγής ελαιολάδου	84-94
4.1. Μεταποίηση και συντήρηση.	84-85
4.2. Συσκευασία.	85-93
4.3. Αποθήκευση και διακίνηση.	93
4.4. Εξαγωγές.	94
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.	95-96

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Για να μπορέσει μια ορχήστρα να σταθεί απέναντι σε ένα κοινό, κάνοντας τους ακροατές να χειροκροτήσουν στο τέλος της συναυλίας, θα πρέπει κάθε όργανο ξεχωριστά να είναι καλοκουρδισμένο και ο μουσικός που το παίζει να πατάει με ακρίβεια πάνω στις νότες. Όμως ακόμη και αν όλα αυτά γίνονταν σωστά πάλι το αποτέλεσμα δεν θα ήταν το επιθυμητό, εάν δεν υπήρχε ο άνθρωπος που διευθύνει, συντονίζει και οργανώνει όλα τα όργανα, έτσι ώστε το μουσικό αποτέλεσμα να είναι ένα άρτιο ηχητικό αποτέλεσμα για τα αυτιά του κοινού.

Μια άλλου τύπου ορχήστρα είναι και μια επιχείρηση που και αυτής το αποτέλεσμα για να είναι το επιθυμητό για τον καταναλωτή, θα πρέπει κάθε κύρια λειτουργία της επιχείρησης ξεχωριστά να δουλεύει άψογα. Τα μηχανήματα που αφορούν την κάθε λειτουργία θα πρέπει να είναι εξειδικευμένα σύγχρονης τεχνολογίας και καλά διατηρημένα, οι άνθρωποι που τα χειρίζονται θα πρέπει να είναι εκπαιδευμένοι με συγκεκριμένες γνώσεις και να το κάνουν με ακρίβεια. Όμως όπως και στην περίπτωση της ορχήστρας, ακόμη και αν όλα τα προηγούμενα γίνονταν σωστά, πάλι το αποτέλεσμα δεν θα ήταν το επιθυμητό, εάν δεν υπήρχε ένας μαέστρος, ένα οργανωτής, ένας συντονιστής, ένας άνθρωπος που να διαχειρίζεται και να διευθύνει το σύνολο των μονάδων συνδυάζοντας τις με τέτοιο τρόπο ώστε να λειτουργούν σαν ένας, συμπαγής οργανισμός.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο λόγος που επέλεξα να εργασθώ πάνω σε μια πτυχιακή εργασία με το θέμα αυτό είναι το γεγονός ότι μπορώ να ξεφύγω από τα στενά όρια των αντικειμένων του Τμήματος της Τεχνολογίας Τροφίμων. Αλλά και ο τόπος διεξαγωγής της έρευνας, ήταν από την αρχή της προσπάθειάς μου, τα στοιχεία που με ώθησαν να δουλέψω όσο μπορούσα για να μετατρέψω το αρχικό θέμα σε μια εμπειριστατωμένη επιστημονική έρευνα σχετικά με την Οργάνωση και την Διοίκηση των εταιριών παραγωγής ελαιολάδου στη Κρήτη. Σαν Κρητικός, σαν παραγωγός ελαιολάδου αλλά και σαν καταναλωτής, ορμώμενος από το ενδιαφέρον και την περιέργεια μου για αυτό το πανάρχαιο προϊόν, την επεξεργασία του αλλά και την διαχείριση της εμπορίας του από τις επιχειρήσεις, ολοκλήρωσα μια έρευνα τις οποίας τα αποτελέσματα και σας παραθέτω παρακάτω. Για την διεξαγωγή αυτής της έρευνας χρειάστηκε να δημιουργηθεί ένα ερωτηματολόγιο το οποίο και χρησιμοποίησα για την διεξαγωγή της έρευνας. Μετά από αρκετές αποτυχημένες προσπάθειες από μέρους μου και αφού πολλές ερωτήσεις άλλαξαν διορθώθηκαν ή απορρίφθηκαν, τελικά και με τις συμβουλές του κ. Γαργαλιάνου κατέληξα σε είκοσι επτά ερωτήσεις οι απαντήσεις των οποίων δείχνουν το πώς λειτουργεί η Οργάνωση και η Διοίκηση των εταιριών παραγωγής ελαιολάδου στην Κρήτη. Για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου επισκέφτηκα πενήντα μια εταιρίες από όλους τους νομούς της Κρήτης, όπου και μου απάντησαν οι εκάστοτε υπεύθυνοι για την Οργάνωση κι την Διοίκηση από κάθε εταιρία.

Η εργασία αυτή χωρίζεται σε τρία μέρη. Το **Θεωρητικό**, τα **Αποτελέσματα** της έρευνας (που έχουν σχέση με το Θεωρητικό) και τα **Συμπεράσματα**. Παρατίθενται επίσης σε παραρτήματα 1) **Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε.**, 2) **Οι επιχειρήσεις που επισκέφτηκα** και 3) **Τα τεχνολογικά ζητήματα παραγωγής ελαιολάδου.**

1. ΤΙ ΕΝΝΟΟΥΜΕ ΜΕ ΤΟΝ ΟΡΟ «ΟΡΓΑΝΩΣΗ»

Έχουν δοθεί πολλοί ορισμοί για τον όρο Οργάνωση. Γενικά, είναι η διαχείριση, ο συντονισμός και η τακτοποίηση προσώπων και πραγμάτων, σε σχέση με κάποιον επιδιωκόμενο σκοπό. Τις περισσότερες φορές στον ορισμό της “Οργάνωσης” δίνεται δεοντολογικός χαρακτήρας. Έτσι η Οργάνωση ορίζεται, σαν συστηματική προσαρμογή ανθρώπων και υλικών μέσων είτε, ως προσφορότερη χρησιμοποίηση των μέσων που διαθέτουμε για την επίτευξη ενός σκοπού, είτε σαν σύνολο κανόνων και συστηματικών ενεργειών, με τις οποίες εναρμονίζονται οι διατιθέμενοι συντελεστές της παραγωγής, σε ορισμένο χρόνο και σε ορισμένη οικονομία κατά τρόπο ώστε να επιτυγχάνεται η άριστη δυνατή αποτελεσματικότητα, είτε, σαν συνδυασμός των αναγκαίων ανθρώπων, μηχανών και χώρων σε μια συστηματική και αποτελεσματική συσχέτιση (Σατής, 2004: 9).

2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ

Ενδείξεις περί της εφαρμογής βασικών αρχών της Οργάνωσης και Διοίκησης ανευρίσκουμε σε όλους τους πολιτισμούς. Στην Μινωική κοινωνία της Κρήτης (2800-1400 π.Χ.) συναντάμε τον καταμερισμό των έργων και της εργασίας. Στον κώδικα του Χαμουραπί (1958 π.Χ.), στην αρχαία Κίνα, στην Αίγυπτο και αλλού βρίσκουμε διατάξεις οι οποίες ρυθμίζουν θέματα αμοιβών, επιβλέψεως και κατανομής εργασίας. Στους αρχαίους Έλληνες συγγραφείς συναντάμε πολλές αναφορές σε επιστημονικές παρατηρήσεις οργανωτικής φύσεως. Η βασική οικονομική αρχή που κυριαρχεί στην Οικονομική έχει την ρίζα της στην αρχαία Ελλάδα και έχει διατυπωθεί από τον Αρίστιππο τον Κυρηναίο το 435 π.Χ., την αναπτύσσει δε ο Ξενοφών (425-352 π.Χ.) στα «Οικονομικά» του όπου εξάγει τον καταμερισμό της εργασίας ανάμεσα σε άντρα και γυναίκα και στην «Κηρού Παιδεία» πώς με τον καταμερισμό των έργων αυξάνει η παραγωγή κοθόρνων. Ο Πυθαγόρας (580-500 π.Χ.) με την διδασκαλία του περί του αρμονίας, ο Πρωταγόρας (480-410 π.Χ.) με το αξίωμα «πάντων χρημάτων μέτρον άνθρωπος», ο Σωκράτης (470-399 π.Χ.) με την διδασκαλία του περί ηγεσίας και καταμερισμού των έργων, ο Πλάτων (429-327 π.Χ.) στην «Πολιτεία» και στους «Νόμους» υπογραμμίζει την αναγκαιότητα του καταμερισμού της εργασίας και της ειδίκευσης των εργαζομένων

επίσης ο Αριστοτέλης (348-322 π.Χ.) στα «Πολιτικά» έκανε λόγο για την ανάπτυξη των αρχών του καταμερισμού των έργων. Αυτά αποτελούν μερικά μόνον δείγματα του επιστημονικού πνεύματος των αρχαίων Ελλήνων (Χολέβας, 1989: 6).

2.1 ΟΙ ΘΕΜΕΛΙΩΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΡΘΟΛΟΓΙΚΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

O Fr. W. Taylor (1856-1915), αναγνωρίζεται διεθνώς σαν ο πατέρας της επιστημονικής οργάνωσης. Με την συνεργασία εργατών και εργοδοτών ασχολήθηκε από το 1883 με την μελέτη και την οργάνωση της εργασίας. Οι μελέτες του (Shop Management (1903), The Principles of Scientific Management (1909) και Testimony before the Special House Committee (1912), εκδόθηκαν επανειλημμένα σε έναν τόμο με τίτλο Scientific management. Το έργο του Ταίηλορ διαπνέεται από την άποψη ότι θεμελιώδες καθήκον της διοικήσεως αποτελεί η εξασφάλιση της μέγιστης ωφέλειας για τον εργοδότη μαζί με την εξασφάλιση της μέγιστης ωφέλειας για κάθε εργαζόμενο και προσπαθεί να εξηγήσει γιατί στην πραγματικότητα παρατηρούνται διαφορές και διαφωνίες μεταξύ διοικήσεως και εργαζομένων.

O Henri Fayol (1841-1926) θεωρείται αμέσως μετά τον Ταίηλορ ο θεμελιωτής της επιστημονικής οργάνωσης. Οι αρχές του περιλαμβάνονται στο βιβλίο του (Administration industrielle et generale) (1915) στο οποίο αναφέρεται σε πέντε κύρια θέματα: 1) Καθορισμός της έννοιας της διοίκησης, 2) Διάκριση των λειτουργιών της επιχείρησης, 3) Τα στοιχεία της διοίκησης, 4) Οι βασικές αρχές της διοίκησης και 5) Τα προσόντα του επιχειρηματικού ηγέτη.

Άλλοι συγγραφείς που με το έργο τους συνέβαλαν αποτελεσματικά στην επιστημονική ανάπτυξη της οργάνωσης και διοίκησης είναι οι: **Frank Gilbreth, Henry Gantt, Harrington Emerson, Henry Ford, Walter Rathenau, Hugo Stinnes, Thomas Bata, Oliver Sheldon, George Elton Mayo, Harry Arthur Hop, Marry Parker Follet, Karrol Antamienski κ.α.** (Χολέβας, 1989: 14).

3. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ MANAGEMENT

Το Μάνατζμεντ είναι ένας όρος που καθιερώνεται από την στιγμή που τα άτομα καταρτίζουν κοινωνικές ομάδες. Η ομαδική συνύπαρξη και συνεργασία τόσο σε μικρές όσο και σε ευρύτερες ομάδες, όπως είναι η οικογένεια, οργανισμοί ή επιχειρήσεις, ανέδειξαν το Μάνατζμεντ σε αρχή πρωταρχικής σημασίας. Ο Paul Hersey και ο Kenneth Blanchard στο βιβλίο τους «Business leadership» (1989) ορίζουν το Μάνατζμεντ σαν μια εργασία που πραγματοποιείται με άτομα και διαμέσου ατόμων και ομάδων για την εκπλήρωση των σκοπών ενός οργανισμού. Από άλλους μελετητές το Μάνατζμεντ ορίζεται ως η εκπλήρωση των σκοπών του οργανισμού μέσω Προγραμματισμού, Οργάνωσης, Διεύθυνσης και Ελέγχου των πηγών του οργανισμού. Το Μάνατζμεντ ορίζεται σαν ένα σύνολο δραστηριοτήτων (περιλαμβανομένων του Προγραμματισμού και της Λήψης των αποφάσεων, της Οργάνωσης, της Διεύθυνσης, και του Έλεγχου) που έχουν σαν στόχο να εκπληρώσουν τούς σκοπούς του οργανισμού κατά τρόπο αποτελεσματικό και αποδοτικό.

Το πόσο καλά αυτές οι δραστηριότητες πραγματοποιούνται αποτελεί και το μέτρο της Διοικητικής επιτυχίας. Υπάρχει βέβαια διαφορά μεταξύ του Μάνατζμεντ και της Ηγεσίας. Η Ηγεσία έχει ευρύτερη έννοια από το Μάνατζμεντ. Το Μάνατζμεντ είναι μια ειδική μορφή ηγεσίας με τη βοήθεια της οποίας πραγματοποιούνται οι σκοποί του οργανισμού. Η λέξη Διοίκηση είναι μια άλλη λέξη για το Μάνατζμεντ που χρησιμοποιείται για τα Σχολεία, Δημόσιους Οργανισμούς και Νοσοκομεία.

Το Μάνατζμεντ γενικά είναι μια τέχνη και μια επιστήμη. Επίσης το Μάνατζμεντ είναι μια κοινωνική διαδικασία. «Κοινωνική» διότι λαμβάνει υπόψη τις σχέσεις μεταξύ των ατόμων και του κοινωνικού συνόλου και τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ αυτών (Hall, 1995: 37).

3.1 MANATZER

Ο μάνατζερ είναι ένα άτομο που καθοδηγεί τις δραστηριότητες των άλλων με στόχο την εκπλήρωση των σκοπών του οργανισμού. Είναι δηλαδή το άτομο που είναι υπεύθυνο να διεκπεραιώνει τις διαδικασίες του Μάνατζμεντ.

Οι μάνατζερς έχουν διάφορους ρόλους να επιτελέσουν, γι' αυτό και πρέπει πάντοτε να είναι έτοιμοι να δίνουν απαντήσεις στα προβλήματα που παρουσιάζονται. Οι μάνατζερς εργάζονται υπό συνεχή πίεση, με πολλά προβλήματα και με την υποχρέωση να εκπληρώνουν ένα μεγάλο εύρος καθηκόντων. Ακόμα πρέπει να αντιδρούν στο πρόβλημα προτού αυτό εμφανιστεί και δεν περιμένουν να αντιδράσουν όταν αυτό εμφανιστεί.

Ο Mintzberg βιβλίο του «Management» (1973) αναφέρει ότι :

1. Οι μάνατζερς εργάζονται κάτω από συνθήκες συνεχούς πίεσης τόσο από πλευράς χρόνου όσο και από πλευράς απαιτήσεων. Το εύρος των καθηκόντων τους είναι μεγάλο και η ταχύτητα ανταπόκρισης στις αλλαγές που λαμβάνουν χώρα στο περιβάλλον επίσης πρέπει να είναι μεγάλη.
2. Οι μάνατζερς τις περισσότερες φορές αντιδρούν στο πρόβλημα και δεν περιμένουν να αντιδράσουν όταν αυτό εμφανιστεί.
3. Το Μάνατζμεντ είναι μια τέχνη και μια επιστήμη.

3.2 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ

Παρακάτω αναφέρονται κάποιες βασικές αρχές του Μάνατζμεντ:

1. Όλες οι ανθρώπινες οργανώσεις μοιάζουν μεταξύ τους και ότι μαθαίνει κάποιος στην διοίκηση του Α οργανισμού, μπορεί να το εφαρμόσει στην διοίκηση του Β οργανισμού. Κάθε επιχείρηση έχει τα μέλη της, το πρόγραμμα των δραστηριοτήτων της, τους κανόνες, τις διαδικασίες για την πρόσληψη του προσωπικού, τον καταμερισμό της εργασίας, τους αντικειμενικούς της σκοπούς κλπ.
2. Τα προβλήματα που παρουσιάζονται στο Μάνατζμεντ για μια μεγάλη επιχείρηση είναι παρόμοια με αυτά που παρουσιάζονται σε μια μικρή επιχείρηση. Τα προβλήματα της Επικοινωνίας ή των Δημοσίων Σχέσεων είναι πολυπλοκότερα σε μια μεγάλη επιχείρηση, αλλά υπάρχουν όμως περισσότεροι άνθρωποι σ' αυτή για να βοηθήσουν. Γενικά ο μάνατζερ σε μια μεγάλη επιχείρηση δε σπαταλά περισσότερο χρόνο από ότι ένας

μάνατζερ μιας μικρής επιχείρησης, εφόσον η μεγάλη αυτή επιχείρηση είναι καλά οργανωμένη.

3. Πολλοί οργανισμοί ικανοποιούν ευκολότερα μερικούς από τους στόχους τους από ότι άλλοι. Όταν συμβαίνει αυτό η αποτυχία ή η επιτυχία του μάνατζερ σε ένα από τα βασικά του καθήκοντα γίνεται κρίσιμη. Η διατήρηση πχ. της εξουσίας του διευθυντή σε μια φυλακή είναι πάντοτε κρίσιμη, ο προπονητής μιας ποδοσφαιρικής ομάδας όταν η ομάδα του κερδίζει δεν έχει να φοβηθεί ή να ενδιαφερθεί για τίποτα άλλο. Με άλλα λόγια κάθε επιχείρηση έχει έναν μάνατζερ που εξειδικεύεται περισσότερο στην πραγματοποίηση ενός σκοπού με αντίστοιχη ελάττωση της σπουδαιότητας των άλλων υπευθυνοτήτων του.
4. Πολλοί οργανισμοί περνούν κρίση από καιρό σε καιρό. Ο μάνατζερ πρέπει να διαθέτει ποικίλες ικανότητες για την αντιμετώπιση κάθε προβλήματος. Η βασική μέθοδος αποφυγής της κρίσης στον οργανισμό είναι η εύρεση των πιθανών αιτιών προτού αυτή εκδηλωθεί και η μετατροπή επομένως της κρίσης σε πρόβλημα ρουτίνας.
5. Οι λειτουργίες του Μάνατζμεντ, όπως η ικανότητα του μάνατζερ να **Προγραμματίζει**, να **Διευθύνει** και να **Ελέγχει** θεωρούνται βασικές για το μάνατζμεντ και αυτό βέβαια ισχύει για οποιαδήποτε μορφή οργανισμού. (Torrington, 1995: 49).

3.3 ΕΠΙΠΕΔΑ ΣΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Σε κάθε οργανισμό ή επιχείρηση διακρίνουμε τρία ιεραρχικά επίπεδα του Μάνατζμεντ. Το Υψηλό κλιμάκιο της ιεραρχίας, το Μεσαίο και το Χαμηλό επίπεδο.

Αναλυτικότερα:

1. Ο μάνατζερ πρώτης γραμμής έχει ως κύριο σκοπό να εξασφαλίζει ότι τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες του οργανισμού παραδίδονται στον πελάτη κανονικά και σε ημερήσια βάση. Στο επίπεδο αυτό ο μάνατζερ ή ο επόπτης

παρακολουθεί καθημερινά την πορεία της εργασίας για να διαπιστώσει αν αυτή πραγματοποιείται σύμφωνα με τα πρότυπα ποιότητας που έχουν προσδιοριστεί στη αρχή της διαδικασίας

2. Ο μάνατζερ στο μεσαίο κλιμάκιο έχει ως κύριο σκοπό να εξασφαλίσει τα χρήματα που απαιτούνται για τη λειτουργία του τμήματος του, τις ανθρώπινες και υλικές πηγές και παράλληλα να κατευθύνει και να συντονίζει την ομαδική εργασία στο τμήμα του, έτσι ώστε να εκπληρωθούν οι σκοποί του Τμήματος και κατ' επέκταση του Οργανισμού. Επίσης, κατευθύνει την εργασία των εποπτών και εφαρμόζει την πολιτική και την στρατηγική που έχει καθοριστεί στα υψηλά κλιμάκια της ιεραρχίας.
3. Ο Γενικός Μάνατζερ και οι άλλοι που βρίσκονται στα υψηλά κλιμάκια προσδιορίζουν τη στρατηγική κατεύθυνση του οργανισμού. Καθορίζουν την αποστολή του οργανισμού, τους σκοπούς και έχουν ένα όραμα για την επιχείρηση (Farid, 1998: 67).

3.4 ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ

Οι λειτουργίες του μάνατζμεντ είναι πέντε. Ο **προγραμματισμός**, η **οργάνωση**, η **στελέχωση**, η **διεύθυνση** και ο **έλεγχος**.

Κατά τον Προγραμματισμό ο μάνατζερ διατυπώνει τους σκοπούς του οργανισμού, την πολιτική, τις μεθόδους και τον τρόπο με τον οποίο θα εκπληρωθούν αυτοί οι σκοποί

Κατά την Οργάνωση ο μάνατζερ προσδιορίζει όλες τις πηγές, δηλαδή άτομα χρήματα και εξοπλισμό, ομαδοποιεί τα καθήκοντα, αναθέτει υπευθυνότητες και εξουσία και συντονίζει όλες τις δραστηριότητες και πηγές κατά τρόπο αποτελεσματικό, ώστε να εκπληρωθούν οι σκοποί.

Κατά την Στελέχωση ο μάνατζερ προσδιορίζει τις ανάγκες των ανθρωπίνων πηγών, επιλέγει το κατάλληλο προσωπικό και παράλληλα το εκπαιδεύει και το αναπτύσσει.

Κατά την Διεύθυνση ή Καθοδήγηση ο μάνατζερ επηρεάζει και παρακινεί τους άλλους να εκτελέσουν τα καθήκοντα τους που είναι αναγκαία για να εκπληρωθούν οι στόχοι του οργανισμού.

Ο μάνατζερ έχει ως σκοπό να αυξήσει την παραγωγικότητα λαμβάνοντας υπόψη τα κίνητρα που θα χρησιμοποιήσει, τον τρόπο επικοινωνίας και το ηγετικό στυλ που θα εφαρμόσει.

Κατά τον έλεγχο ο μάνατζερ εκτιμά τα αποτελέσματα και τα συγκρίνει με τα αναμενόμενα. Σε περίπτωση αποκλίσεων θα γίνουν οι κατάλληλες διόρθωσης, ώστε να επιτευχθεί σύμπτωση των αποτελεσμάτων με τις προδιαγραφές που καθορίστηκαν στην αρχή.

Όλες οι παραπάνω λειτουργίες του Μάνατζμεντ αλληλοσυνδέονται. Οι μάνατζερς στα διάφορα ιεραρχικά επίπεδα της επιχείρησης εφαρμόζουν όλες τις λειτουργίες του μάνατζμεντ όχι όμως και στον ίδιο βαθμό (Mintzberg, 1973: 38-39).

4. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Ο σχεδιασμός ενός οργανισμού είναι η διαδικασία του συντονισμού και της ομαδοποίησης των ενεργειών και των ρόλων μέσα στον οργανισμό ώστε να εξασφαλιστεί η αποτελεσματικότητά του. Κατά τον σχεδιασμό πρέπει να αξιολογηθούν οι διάφορες εναλλακτικές μορφές δομείς και στρατηγικής που εφαρμόζονται στο σύστημα. Με το σχεδιασμό πρέπει να επιτυγχάνεται τελικά η αντιμετώπιση της αβεβαιότητας και να εξασφαλίζεται η αποτελεσματική πρόβλεψη λειτουργίας του οργανισμού μέσα στο περιβάλλον του.

Ο σχεδιασμός ενός οργανισμού είναι ένα επίσημο σύστημα που εξασφαλίζει καταμερισμό και εξειδίκευση στον τομέα της εργασίας, ιεράρχηση στον τομέα της εξουσίας και υπευθυνότητας, τυποποίηση σχεδίων και κανόνων και διαχωρισμό του οργανισμού σε τμήματα.

Δεν υπάρχει ένας μόνο τρόπος ή ο καλύτερος τρόπος σχεδιασμού ενός οργανισμού. υπάρχουν ορισμένοι κανόνες που ο μάνατζερ πρέπει να ακολουθήσει προχωρώντας προοδευτικά προκειμένου να σχεδιάσει τον δικό του οργανισμό.

4.1 ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΕΝΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

Κατά τον σχεδιασμό της δομής ενός οργανισμού διακρίνουμε δύο απόψεις.

1. Η πρώτη είναι η κλασική άποψη που υποθέτει ότι υπάρχει ένας καλύτερος τρόπος σχεδιασμού ενός οργανισμού ανεξάρτητα από τις συνθήκες του περιβάλλοντος. Σαν κλασική άποψη για τον σχεδιασμό ενός οργανισμού θεωρείται το επιστημονικό Μάνατζμεντ και η ιδανική γραφειοκρατία. Παραδείγματα γραφειοκρατικής δομής είναι οργανισμών είναι οι κυβερνητικές υπηρεσίες και τα πανεπιστήμια. Παρόλο που το μοντέλο αυτό σχεδιασμού βελτιώνει την αποδοτικότητα του οργανισμού, εν τούτοις ακολουθώντας το μοντέλο αυτό έχουμε ανεπιθύμητα αποτελέσματα, όπως για παράδειγμα δυσκαμψία και αδιαφορία για τις ανθρώπινες και κοινωνικές διαδικασίες.
2. Η δεύτερη άποψη διατείνεται ότι δεν υπάρχει ένας ο καλύτερος τρόπος για να σχεδιαστεί ένας οργανισμός. Η μέθοδος σχεδιασμού εξαρτάται από τις συνθήκες του περιβάλλοντος (Μαντζάρης, 2006: 29-31).

5. ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ-ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΚΥΡΙΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

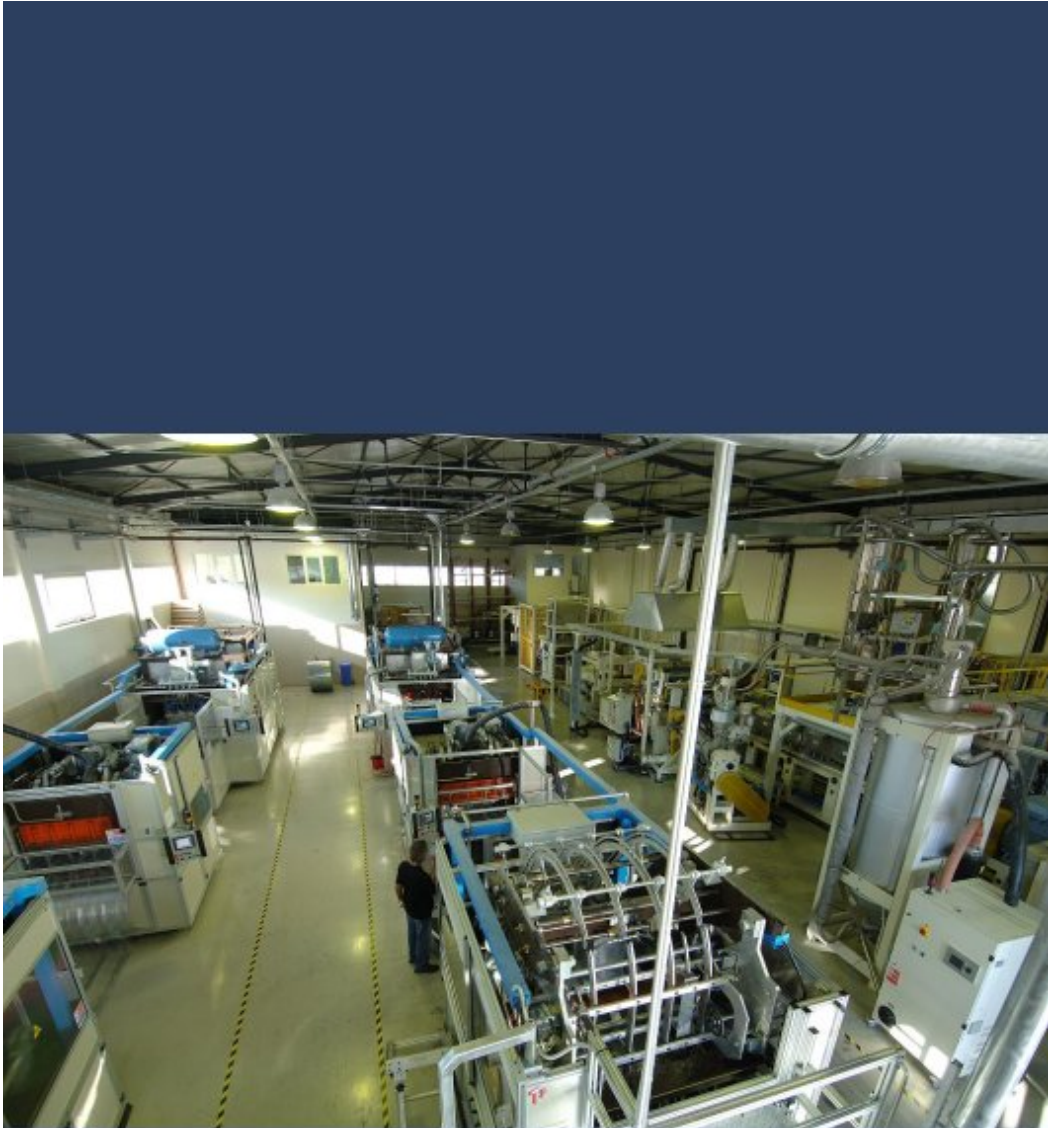
5.1. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

Η οργάνωση της παραγωγικής λειτουργίας συνίσταται στην ορθολογική διάταξη των μηχανών και των άλλων τεχνικών μέσων, στην ρύθμιση της ροής της εργασίας και γενικά στην ρύθμιση ολόκληρου του παραγωγικού έργου, με βάση ορισμένες αρχές. Οι αρχές αυτές είναι: η αρχή της ροής ή της συνεχούς ροής, η αρχή της ελαστικότητας στην εκτέλεση του παραγωγικού έργου και η αρχή της ελαχιστοποίησης του χρόνου για την εκτέλεση του έργου αυτού. Σκοπός της Οργάνωσης της Παραγωγικής λειτουργίας είναι η επίτευξη του μεγαλύτερου και ποιοτικά καλύτερου παραγωγικού έργου, στον μικρότερο δυνατό χρόνο και με το χαμηλότερο δυνατό κόστος.

Συστήματα οργάνωσης της παραγωγής.

Τα συστήματα οργάνωσης της παραγωγής είναι τα παρακάτω ξεκινώντας από το σύστημα όπου εφαρμόζεται απόλυτα η αρχή της ροής και προχωρώντας προς εκείνα στα οποία λιγότερο ή καθόλου εφαρμόζεται η αρχή αυτή.

- i. Το σύστημα παραγωγής Συνεχούς Ροής είναι η ψηλότερη βαθμίδα οργάνωσης της παραγωγής. Σε αυτό τα προϊόντα που είναι υπό επεξεργασία περνούν χωρίς διακοπή από τα διάφορα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας με κατάλληλο μηχανικό σύστημα και είναι προσδιορισμένη η χρονική διάρκεια κάθε φάσης επεξεργασίας. Ένα από τα μηχανικά συστήματα που χρησιμοποιούνται είναι η κινούμενη ταινία πάνω στην οποία είναι τοποθετημένο το υπό επεξεργασία αντικείμενο και οι εργαζόμενοι εκτελούν το έργο που τους έχει ανατεθεί. Πλεονέκτημα του συστήματος είναι η μείωση του κόστους παραγωγής λόγω συντόμευσης των αποστάσεων, αποφυγής σπατάλης χρόνου και υλικών και περιορισμού των δαπανών μεταφοράς. Μειονέκτημα του συστήματος είναι η ανελαστικότητα του σε περίπτωση επιθυμητής παραγωγής άλλου προϊόντος ή και μεταβολής του ρυθμού παραγωγής



Εικόνα 2. Άποψη εσωτερικού εργοστάσιου (Πηγή-www.oliveoilfactories.com)

- ii. Το σύστημα της Γραμμικής Παραγωγής αποτελεί τη δεύτερη, οργανωτικά, βαθμίδα. Σε αυτό οι εργαζόμενοι τοποθετούνται σε γραμμή, έχοντας κοντά τους τα απαραίτητα τεχνικά μέσα και το υπό επεξεργασία αντικείμενο περνά από μπροστά τους, μεταφερόμενο πάνω σε κινούμενο μηχανισμό. Έτσι, πετυχαίνεται ικανοποιητικός ρυθμός στην παραγωγή, με συνέπεια τη μείωση του κόστους. Μειονέκτημα και αυτού του συστήματος είναι η ανελαστικότητα του.
- iii. Το σύστημα παραγωγής σε Τμήματα ή Ομάδες. Αυτό εφαρμόζεται σε βιομηχανίες που παράγουν συγγενή προϊόντα, τα οποία ανήκουν στην ίδια

ομάδα και τα οποία, ενώ διαφέρουν μεταξύ τους, αποτελούνται από μέρη όμοια ή σχεδόν όμοια, που για την κατασκευή τους χρησιμοποιούνται τα ίδια μηχανήματα και κάποτε και η ίδια παραγωγική διαδικασία. Τα όμοια ή συγγενή μέρη των προϊόντων κατασκευάζονται σε χωριστά τμήματα του εργοστασίου, έτσι είναι δυνατή η τυποποίηση και η μαζική παραγωγή τους στο κάθε τμήμα. Πλεονέκτημα του συστήματος αυτού είναι η ελαστικότητα. μειονέκτημα του είναι ότι, αν σε ένα τμήμα γίνει διακοπή της παραγωγής, ενός έστω μέρους, θα σταματήσει και η παραγωγή των κυρίων προϊόντων στα οποία αυτό είναι απαραίτητο.

- iv. Το σύστημα της Εξατομικευμένης Εργοστασιακής Παραγωγής. Σε αυτό, στο εργοστάσιο συγκεντρώνονται μηχανήματα και εργαζόμενοι, για την παραγωγή εξατομικευμένων προϊόντων, τα οποία είναι μεν συγγενή, αλλά διαφέρουν μεταξύ τους από την άποψη των διαστάσεων, της ποιότητας, των ιδιοτήτων κλπ. Το σύστημα αυτό παρουσιάζει μεγάλη ελαστικότητα, αλλά μειονεκτεί ως προς το ότι δεν είναι δυνατός ο καθορισμός ενός σταθερού ρυθμού στην παραγωγική διαδικασία (Wilkinson, 1994: 51-57).

Το άριστο μέγεθος παραγωγής.

Η οργάνωση της παραγωγής μαζί με τα άλλα αποβλέπει στην επίτευξη του άριστου μεγέθους παραγωγής. Το άριστο αυτό μέγεθος εξετάζεται από **τεχνική** και από **οικονομική** άποψη.

- i. Η τεχνική άποψη συνδέεται προς την παραγωγική ικανότητα και συναρτάται προς τους εξής παράγοντες: Τη δυνατότητα διάθεσης των παραγόμενων προϊόντων. Τη δυνατότητα εξεύρεσης των απαιτούμενων εργατικών χεριών και πρώτων υλών. Τις χρηματοπιστωτικές δυνατότητες της επιχείρησης. Την αύξηση των κινδύνων και διάφορα οργανωτικά προβλήματα.
- ii. Η Οικονομική άποψη συνδέεται προς την αποτελεσματικότητα και μάλιστα την άριστη δυνατή. Άριστο μέγεθος παραγωγής από οικονομική άποψη, είναι εκείνο στο οποίο πραγματοποιείται, η δυνάμενη για να διατεθεί στην αγορά παραγωγή, με το χαμηλότερο δυνατό κόστος και οι οποία αποφέρει το ευνοϊκότερο δυνατό αποτέλεσμα, δηλαδή το κέρδος.

Συνδυασμός των δύο εννοιών οδηγεί στο ότι το άριστο μέγεθος παραγωγής είναι εκείνο που ταυτίζεται με το άριστο μέγεθος παραγωγής από οικονομική άποψη. Το άριστο αυτό μέγεθος παραγωγής δεν συμπίπτει πάντα με το μέγιστο δυνατό μέγεθος, είτε γιατί όταν φτάσει σε αυτό η παραγωγή δεν μπορεί να διατεθεί και μένουν αποθέματα που δημιουργούν προβλήματα και επιβαρύνσεις, είτε γιατί διογκώνεται υπέρμετρα το κόστος και γίνεται δυσμενέστερο το οικονομικό αποτέλεσμα σε σύγκριση με μια άλλη, μικρότερη σε μέγεθος παραγωγή.

Το άριστο μέγεθος παραγωγής δεν είναι σταθερό, αλλά μεταβάλλεται με την επίδραση διαφόρων παραγόντων και σε τελευταία ανάλυση, για κάθε επιχείρηση άριστο μέγεθος παραγωγής είναι εκείνο που πραγματοποιείται στον (εκάστοτε) άριστο βαθμό δραστηριότητας της επιχείρησης (άριστη σχέση συνολικής προσόδου και συνολικού κόστους) (Guest, 1992: 76-77).

Σχεδιασμός της παραγωγής.

α) Τεχνικός σχεδιασμός. Αυτός αποσκοπεί να προσδιορίσει με σαφήνεια και ακρίβεια την πορεία του παραγωγικού έργου και να εντάξει μέσα σε αυτή όλες τις σχετικές ενέργειες, με κατάλληλη μεταξύ τους εναρμόνιση. Ο προσδιορισμός αυτός εκτείνεται σε πρόσωπα, μηχανές, εργαλεία, ύλες και υλικά, σε ποσότητα και σε ποιότητα, σε τόπο και σε χρόνο, ώστε καθένας να γνωρίζει τι θα πράξει, με ποια μέθοδο, σε ποια θέση, σε ποιο χρόνο, με ποια μέσα και με ποια μηχανήματα.

Ο τεχνικός σχεδιασμός της παραγωγής χωρίζεται σε δύο μέρη: στο Σχέδιο Κατάστρωσης και στο Σχέδιο Εκτέλεσης.

1. Το Σχέδιο Κατάστρωσης αφορά την παροχή στοιχείων για την ποσότητα και την ποιότητα των προϊόντων που θα παραχθούν. Το σχέδιο αυτό εξαρτάται από το πρόγραμμα πωλήσεων.
2. Το Σχέδιο Εκτέλεσης αφορά την υποβοήθηση της πραγματοποίησης του σχεδίου κατάστρωσης και υποδιαιρείται, στο σχέδιο παραγωγικής ετοιμότητας και το σχέδιο ροής της εργασίας.

β) Το Σχέδιο Παραγωγικής Ετοιμότητας είναι σύνθεση των εξής μερικότερων σχεδίων: 1) του σχεδίου απασχόλησης των εγκαταστάσεων. 2) σχεδίου απασχόλησης των εργατών. 3) του σχεδίου κάλυψης των θέσεων εργασίας. 4) του σχεδίου χρησιμοποίησης μηχανών και 5) του σχεδίου χρησιμοποίησης υλών και υλικών

γ) Το Σχέδιο Ροής της Εργασίας είναι σύνθεση των παρακάτω μερικότερων σχεδίων:

1) του σχεδίου εργασίας, που καθορίζει το είδος και την σειρά των απαιτούμενων επιμέρους εργασιών, σε συνάρτηση με τις θέσεις και τα μέσα εργασίας, τις αμοιβές και τους ορισμένους χρόνους. Στους εργαζόμενους δίνονται έγγραφες οδηγίες με περιγραφή του χώρου, των μηχανών και εργαλείων, των διαδρόμων κ.ά.

2) του σχεδίου εκτέλεσης της εργασίας, το οποίο καθορίζει την χρονική διαδοχή των εργασιών σε όλη την εξέλιξη της παραγωγικής διαδικασίας. 3) Του σχεδίου ενδιάμεσων χρόνων, που καθορίζει τον πραγματικό χρόνο εργασίας και τους χρόνους διαθέτονται για μεταφορές και αποθηκεύσεις. 4) Του σχεδίου προθεσμιών, που καθορίζει τους στόχους της παραγωγής χρονικά και αφορά τον προσδιορισμό του χρόνου για κάθε τμήμα της εργασίας και την συνολική διάρκεια της επεξεργασίας και 5) του σχεδίου ενδοεργοστασιακών μεταφορών, που ρυθμίζει τοπικά και χρονικά τις διακινήσεις των υλικών και των προϊόντων σε συσχέτιση με το χρησιμοποιούμενο μέσο μεταφοράς (Duning, 1995: 69-73).

Η προπαρασκευή του παραγωγικού έργου στην πράξη.

Τα όργανα που χρησιμοποιούνται από τις μεγάλες επιχειρήσεις για την προπαρασκευή του παραγωγικού έργου στην πράξη, είναι τρία, το Γραφείο Μελετών, το Γραφείο Μεθόδων εργασίας και το Γραφείο Εντολών.

1) Το **Γραφείο Μελετών** έχει σαν αποστολή την μελέτη των λεπτομερειών της παραγωγικής δράσης της επιχείρησης και την κατάρτιση των σχεδίων παραγωγής. Για το σκοπό αυτό επιδίδεται σε τεχνικές μελέτες και έρευνες, ώστε να πετύχει βελτίωση των παραγόμενων προϊόντων και καθορισμό των τεχνικών λεπτομερειών της βιομηχανοποίησης. Αυτό καθορίζει το κατάλληλο σύστημα και τις προσφορότερες μεθόδους παραγωγής. Επίσης ερευνά για την δυνατότητα χρησιμοποίησης άλλων ή υποκατάστατων πρώτων υλών και για την τυποποίηση των προϊόντων. Ένα μέρος της απασχόλησης του μπορεί να το αφιερώνει σε καθαρά επιστημονικές μελέτες. Το Γραφείο Μελετών αποτελεί τον τεχνικό εγκέφαλο της επιχείρησης και υποτομείς του μπορεί να είναι, το Σχεδιαστήριο, το Χημείο, το Εργαστήριο Ποιοτικού Ελέγχου, το Εργαστήριο Προτύπων για τα προϊόντα κ.ά.

2) Το **Γραφείο Μεθόδων Εργασίας** έχει σαν σκοπό, την ανάλυση κάθε εφαρμοζόμενης ή προτεινόμενης μεθόδου εκτέλεσης της εργασίας, με σκοπό την επιλογή της άριστης που θα συμπίπτει με την άριστη παραγωγικότητα της εργασίας. Αναλυτικότερα, επιδίωξη του είναι να συνδυάσει την ορθολογική διαρρυθμίσει των χώρων εργασίας στο εργοστάσιο, τον ορθολογικό προσδιορισμό των θέσεων εργασίας, τον καθορισμό της προσφορότερης μεθόδου εκτέλεσης της εργασίας και τον προσδιορισμό του κανονικού χρόνου εκτέλεσης της. Τόσο η μελέτη της μεθόδου όσο και η μέτρηση της εργασίας που είναι αντικείμενα του Γραφείου Μεθόδων Εργασίας, γίνονται με επιστημονικά μέσα με επιμέλεια και τεχνικές, από ειδικευμένο προσωπικό.

3) Το **Γραφείο Εντολών**, για την εκτέλεση και για τον έλεγχο του παραγωγικού είναι εκείνο που υλοποιεί τα πορίσματα, τόσο του Γραφείου Μελετών όσο και του Γραφείου Μεθόδων Εργασίας. Σκοπός του Γραφείου αυτού είναι η πληρέστερη χρησιμοποίηση όλων των διαθέσιμων από την επιχείρηση δυνάμεων και μέσων, με την χορήγηση εντολών με κάθε σχετική λεπτομέρεια και με τον έλεγχο της εκτέλεσης των εντολών.

Επειδή δεν μπορούν όλες οι επιχειρήσεις να διαθέσουν τα παραπάνω όργανα για την προπαρασκευή του παραγωγικού έργου κι επειδή η εσωτερική διάθρωση της κάθε επιχείρησης είναι θέμα της διοίκησης, αναφέρονται τα αντικείμενα που περιλαμβάνει η προπαρασκευή του παραγωγικού έργου:

1) σχεδιασμός της παραγωγής, 2) μελέτη των χρόνων – σχέδια εργασίας – σχέδιο παραγωγικού έργου – καθοδήγηση των εργαζομένων, 3) καθορισμός εργαλείων και εφοδίων, 4) επεξεργασία των εντολών παραγωγής, 5) εντολές για την παραγωγή, μερικές και συγκεντρωτικές, θέματα αμοιβών, δελτία εργασίας, καθορισμός χρονικής διάρκειας και προθεσμιών και καταμερισμός της εργασίας, 6) σχέδιο κατανομής της δράσης των παραγωγικών μέσων στο εργοστάσιο και 7) έλεγχος και εποπτεία στην ροή του παραγωγικού έργου (Richmond, 1996: 33-47).

Ειδική οργάνωση

Εκτός από την γενικότερη οργάνωση της παραγωγής απαιτείται η ειδικότερη οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας με την οποία αντιμετωπίζονται τα κύρια τεχνικά προβλήματα και οι οποία περιλαμβάνει: 1) Μηχανικό εξοπλισμό. Έχει σαν

αποστολή την υποκατάσταση της ανθρώπινης εργασίας με την μηχανική ενέργεια και τον πολλαπλασιασμό της ανθρώπινης προσπάθειας. Τα μηχανήματα πρέπει να χρησιμοποιούνται με κριτήριο, την μείωση του κόστους παραγωγής, την αύξηση της ποσότητας των παραγόμενων προϊόντων και την βελτίωση της ποιότητας τους.

2) Τελειοποίηση των μηχανικών μέσων. Περιλαμβάνει και τα χρησιμοποιούμενα εργαλεία τα οποία διευκολύνουν την ομαλή ροή της παραγωγικής διαδικασίας. Η οργάνωση επιβάλλει την αποφυγή αταξιών και απωλειών αλλά και την συντήρησή τους. Η τάξη στα εργαλεία διευκολύνεται με την ταξινόμηση, τις περιοδικές επιθεωρήσεις, τις ειδικές εργαλειοθήκες και διαρκείς απογραφές.

3) Συντήρηση και επισκευές. Ο έλεγχος των μηχανημάτων, η συντήρησή τους, ο προληπτικός έλεγχος και η άμεση επισκευή κάθε βλάβης διασφαλίζει την ομαλή λειτουργία των εγκαταστάσεων.

4) Οργάνωση των χώρων του εργοστασίου. Αναφέρεται στις θέσεις που πρέπει να τοποθετούνται τα τραπέζια εργασίας, οι μηχανές, οι αποθήκες και τα διάφορα άλλα τμήματα. Η ιδανική διαρρύθμιση των χώρων είναι αυτή στην οποία οι πρώτες ύλες εισέρχονται από την μία πλευρά του εργοστασίου, περνούν όλες τις διαδικασίες και βγαίνουν από την άλλη πλευρά σαν έτοιμα προϊόντα.

5) Ρύθμιση της εσωτερικής διακίνησης των αγαθών. Αφορά την παραλαβή των υλών και υλικών που θα χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή, την προώθησή τους στους χώρους όπου εκτελείται το παραγωγικό έργο και την προώθηση των παραγόμενων προϊόντων στους χώρους από όπου θα τα παραλάβουν οι παραλήπτες (Harris, 1996: 77).

Σχεδιασμός του προϊόντος.

Ο σχεδιασμός του προϊόντος εκφράζεται με τρεις όρους των οποίων τα αρχικά στην αγγλική S και για αυτό η εφαρμογή του αποκλήθηκε η εισαγωγή των τριών S στην βιομηχανία. Οι όροι αυτοί είναι: 1) **Simplification**, που σημαίνει απλοποίηση, δηλαδή περιορισμό των ποικιλιών και των τύπων των προϊόντων 2) **Specialisation**, που σημαίνει ειδίκευση ή εξειδίκευση και 3) **Standardization**, που σημαίνει προτυποποίηση, δηλαδή παραγωγή προϊόντων με βάση ένα πρότυπο.

Σκοπός των τριών S είναι η περικοπή των πολλών και επιβαρυντικών του κόστους ποικιλιών και της διευκόλυνσης της μαζικής παραγωγής και της παραγωγής σε σειρά. Η εισαγωγή των τριών S στην βιομηχανία και ειδικότερα η προτυποποίηση των προϊόντων οδηγεί στην τυποποίησή τους. Αυτή σημαίνει, παραγωγή ενός είδους

προϊόντων, απόλυτα ομοίων μεταξύ τους τόσο ως προς τα εξωτερικά χαρακτηριστικά αλλά και ως προς τα εσωτερικά χαρακτηριστικά τους που αφορούν την ποιοτική τους σύνθεση και τις ιδιότητες τους. Προϋπόθεση της τυποποίησης αποτελεί η προτυποποίηση (Elashman, 1998: 111-112).

Έλεγχος της παραγωγής και των προϊόντων.

Ο έλεγχος της παραγωγής διακρίνεται σε μερικότερους ελέγχους όπως:

1. Έλεγχος παραδοχής και διαλογής των υλών και των υλικών.
2. Έλεγχος των αποκλίσεων από το σχέδιο και το πρόγραμμα παραγωγής.
3. Έλεγχος της διαμόρφωσης του κόστους παραγωγής που αναλύεται σε κόστος υλικών, κόστος λειτουργίας μηχανημάτων, κόστος ενέργειας και κόστος εργασίας.
4. Έλεγχος της χρησιμοποίησης των μηχανών.
5. Έλεγχος της ποιότητας των προϊόντων.
6. Στατιστικός έλεγχος της παραγωγής.

Στοιχεία οργάνωσης εργοστασίου

1. Μέγεθος εργοστασίου. Αυτό αποτελεί συνάρτηση του μεγέθους της επιχείρησης, της παραγωγικής της ικανότητας, του είδους της χρησιμοποιούμενης πρώτης ύλης και του αριθμού των απασχολούμενων εργατών. Χωρίς να υπάρχει ευθεία αναλογία, οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν μεγάλες σε έκταση εγκαταστάσεις.

2. Τύποι κτιρίων. Για το εργοστάσιο πρέπει να επιλεγεί ο κατάλληλος τύπος κτιρίου που να ταιριάζει από κάθε άποψη με το αντικείμενο παραγωγής της επιχείρησης. Οι τύποι οικοδομών που χρησιμοποιούνται για την εργοστασιακή εγκατάσταση είναι οι μονώροφες οικοδομές, οι πολώροφες οικοδομές και οι οικοδομές με την μορφή στοάς.

3. Διάταξη κτιρίων. Η διάταξη των κτιρίων της εργοστασιακής εγκατάστασης της επιχείρησης πρέπει να γίνεται με τρόπο που να εξυπηρετεί την ταχύτερη και μικρότερης διάρκειας κίνηση υλών και προϊόντων και την εποπτεία.



Εικ3. Αεροφωτογραφία εργοστασιακής μονάδας (Πηγή-www.oliveoilfactories.com)

4. Οικοδομικά στοιχεία. Οι βάσεις των μηχανών πρέπει να είναι ανάλογες με τις μηχανές που θα τοποθετηθούν πάνω σε αυτές, τα δάπεδα πρέπει να είναι σταθερά, λεία και να καθαρίζονται εύκολα, οι πόρτες πρέπει να είναι πλατιές και να παρέχουν ασφάλεια και οι στέγες να παρέχουν όσο το δυνατόν φυσικό φωτισμό.

5. Η προστασία του περιβάλλοντος. Η όλη εργοστασιακή μονάδα πρέπει να είναι έτσι ρυθμισμένη, ώστε να μην ρυπαίνετε το περιβάλλον , είτε με λύματα είτε με καπνούς είτε με σκόνες είτε με δυσοσμία (Wilkinson, 1994: 93-107).

5.2 Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ

Εφοδιασμός είναι η λειτουργία της επιχείρησης που αφορά την συγκέντρωση των δυνάμεων, των μέσων και των υλικών που απαιτούνται για την πραγματοποίηση των σκοπών της. Με πλατιά έννοια, ο εφοδιασμός περιλαμβάνει την προμήθεια κεφαλαίων, υπηρεσιών, δικαιωμάτων, προσωπικού και υλικών αγαθών και απλώνεται σε όλα τα απαραίτητα για την δράση της επιχείρησης μέσα.

5.3 Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Η **διανομή ή διάθεση των παραγόμενων προϊόντων** έχει εξελιχθεί στην κύρια εκτελεστική λειτουργία της βιομηχανικής δραστηριότητας. Ενώ παλαιότερα το βάρος των επιχειρήσεων ριχνόταν στην παραγωγή τις τελευταίες δεκαετίες έχει ριχτεί στην διανομή, με δαπάνες μεγαλύτερες από αυτές τις βιομηχανοποίησης. Πολλοί μελετητές έχουν επισημάνει ότι σήμερα παράγεται εκείνο που ζητάει η κατανάλωση και όχι αυτό που εμείς επιθυμούμε να παράγουμε, καταντώντας η αγορά κατανάλωσης να γίνεται ο γνώμονας της βιομηχανικής επιχείρησης.

Η διανομή αφορά την λειτουργία του μάρκετινγκ, την έρευνα της αγοράς κατανάλωσης, την διαφήμιση, την προβολή των προϊόντων και τελικά την πώληση των προϊόντων αυτών (Koslow, 1996: 136).

5.4 Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗΣ

Η **αποθήκευση** είναι η διαδικασία που περιλαμβάνει την παραλαβή, την εναπόθεση, την διατήρηση και την παράδοση των προϊόντων. Η αποθήκευση γίνεται σε χώρους που διαμορφώνονται ειδικά για αυτήν την λειτουργία και στους οποίους ύστερα από παραλαβή, διατηρούνται ύλες, υλικά, προϊόντα ή εμπορεύματα. Ο χώρος μπορεί να είναι κλειστός, σκεπασμένος ή ακάλυπτος, κοντά ή μακριά από τις εγκαταστάσεις της επιχείρησης, να είναι ιδιόκτητος ή νοικιασμένος αρκεί να διαθέτεται ειδικά για εναποθήκευση.

5.5 Η ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Είναι η λειτουργία εκείνη της επιχείρησης που ασχολείται με την εξεύρεση κεφαλαίων για την επιχείρηση και με την διάθεσή τους, δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο δύναμη για την σύσταση, τη λειτουργία, τη διατήρηση, την ανάπτυξη και την επέκταση της επιχείρησης. Από αυτήν την λειτουργία εξαρτάται η διαμόρφωση του κεφαλαίου της επιχείρησης, ο κύκλος εργασιών της η δημιουργία και η διάθεση του κέρδους της και τελικά η πραγματική αξία της επιχείρησης.

5.6 Η ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Είναι η επιστήμη και η τεχνική η οποία, στα πλαίσια του γενικότερου επιχειρησιακού λογισμού, ασχολείται με την καταχώρηση, την κατάταξη και τον συσχετισμό, σε αξία

όλων των οικονομικών πράξεων που συμβάλουν στην μεταβολή των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης και δίνουν την εικόνα του μεγέθους και της διάθρωσης της περιουσίας, των κεφαλαίων, της κυκλοφορίας των περιουσιακών στοιχείων και των αποτελεσμάτων της επιχειρησιακής δράσης. Επίσης είναι η επιχειρησιακή λειτουργία που παίρνει το όνομα ενός τομέα, η οποία έχει ως αντικείμενο την καταγραφή και την διερμηνευση κάθε οικονομικής πράξης της επιχείρησης (Wallach, 1995: 64).

6. Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΚΡΗΤΙΚΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

6.1 Ποιότητα ανταγωνιστικότητα ελαιολάδου

Με το όρο ποιότητα εννοούμε το σύνολο των βασικών χαρακτηριστικών ή ιδιοτήτων ενός αγαθού. Στο ελαιόλαδο όμως τα πράγματα είναι πιο σύνθετα και η ποιότητα περιλαμβάνει πολλές παραμέτρους. Αυτές όλες οι παράμετροι, που παρουσιάζονται ακολούθως, είναι που καθορίζουν την ανταγωνιστικότητά του, σε συνδυασμό με απαιτούμενες δράσεις προβολής και διαφήμισης. Βέβαια, όσο μεγάλη κι αν είναι η προβολή και όσο καλή κι αν είναι η διαφήμιση, ένα κακής ποιότητας ελαιόλαδο δεν θα μπορέσει να ανταγωνιστεί τα άλλα που κυκλοφορούν στην αγορά. Οι καταναλωτές σήμερα, Έλληνες και ξένοι, είναι καλά πληροφορημένοι πάνω σε αυτά τα θέματα και αναζητούν την καλή ποιότητα.

Η ποιοτική κατάταξη του ελαιολάδου ακολουθεί διεθνείς σταθερές που συμβάλλουν στην τελική αξιολόγησή του:

- Χρώμα: το χρώμα του ελαιολάδου μπορεί να ποικίλει από σκούρο πράσινο μέχρι ανοιχτό πράσινο (χρυσάφι), με πολλές ενδιάμεσες και άλλες αποχρώσεις. Αυτό οφείλεται στις ουσίες που κυριαρχούν στον ελαιόκαρπο από τον οποίο παράγεται το λάδι.
- Παχύτητα: η παχύτητα του ελαιολάδου εξαρτάται από την περιοχή που παράγεται, για παράδειγμα το ελαιόλαδο της Κέρκυρας έχει χαμηλή παχύτητα, σε αντίθεση με το ελαιόλαδο της Πελοποννήσου.
- Διαύγεια: το ελαιόλαδο που προέρχεται από ώριμο καρπό έχει υψηλή διαύγεια, σε αντίθεση με το ελαιόλαδο που προέρχεται από πρώιμο καρπό.

- Οσμή – Γεύση: η οσμή και η γεύση του ελαιολάδου μπορεί να δείξει πολλά για την ποιότητά του. Η ευχάριστη οσμή και γεύση υποδηλώνουν ιδιαίτερα γνωρίσματα και μπορεί να οφείλονται στην περιοχή στην οποία καλλιεργήθηκαν τα ελαιόδεντρα, καθώς και στον τρόπο καλλιέργειάς τους. Η πικρή γεύση φανερώνει ότι ο ελαιόκαρπος μαζεύτηκε πριν ωριμάσει.
- Οξύτητα: ο βαθμός οξύτητας του ελαιολάδου υποδηλώνει την περιεκτικότητα του σε ελαϊκό οξύ και εξαρτάται από το στάδιο ωρίμανσης του ελαιοκάρπου, τον τρόπο συγκομιδής του και το χρονικό διάστημα που μεσολαβεί μεταξύ συγκομιδής και παραγωγής ελαιολάδου. (Κυριτσάκης, 2000).

6.2 Η εγχώρια αγορά κρητικού ελαιολάδου

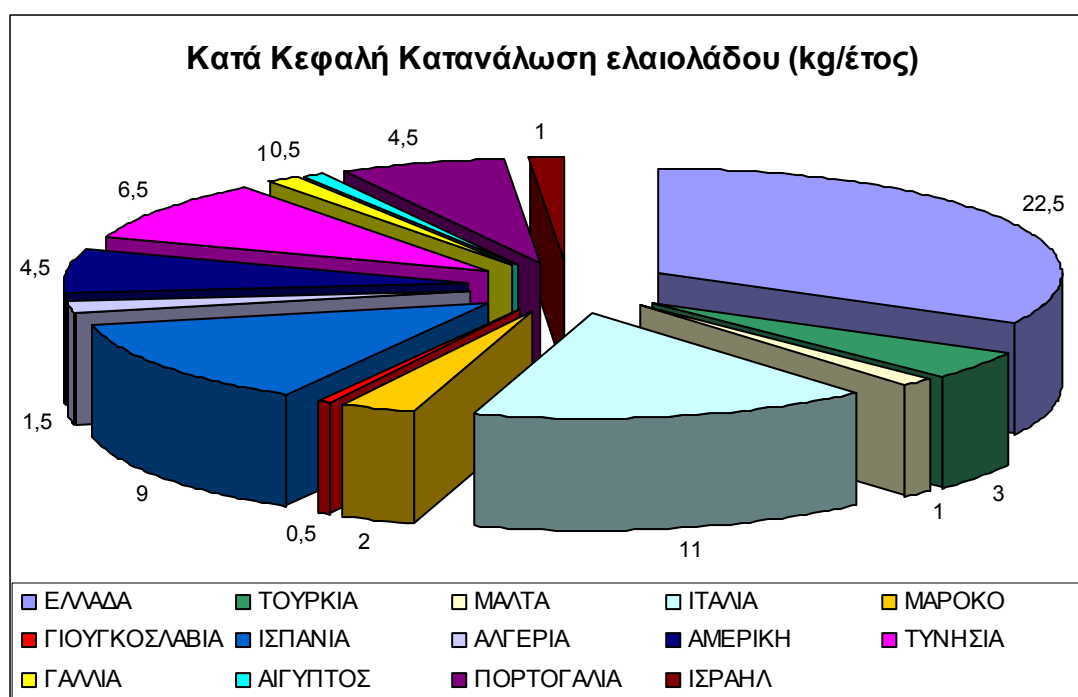
Το ελαιόλαδο στην Ελλάδα διαχρονικά συνεχίζει να είναι το πρώτιστο διατροφικό είδος. Για τον Έλληνα καταναλωτή θεωρείται το πιο σημαντικό συστατικό της διατροφής του, αποτελεί το απαραίτητο υλικό για την παρασκευή του φαγητού του και αναγνωρίζεται ως το βασικό στοιχείο για την προαγωγή της υγείας του.

Σύμφωνα με στοιχεία έρευνας που διεξήγαγε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τυποποίησης Ελαιολάδου (Σ.Ε.ΒΙ.Τ.Ε.Λ.) το 2002 σε εκατόν πενήντα νοικοκυριά πανελλαδικά, εννέα στους δέκα καταναλωτές αγοράζουν χύμα ελαιόλαδο. Αυτό συμβαίνει διότι δεν είναι ιδιαίτερα ενημερωμένοι για τους διαφορετικούς τύπους ελαιολάδου και τις παγίδες που μπορεί να κρύβει το χύμα προϊόν και διότι θεωρούν ότι το χύμα έχει καλύτερη ποιότητα, ότι δηλαδή είναι πάντα φρέσκο, αγνό και με χαμηλή παχύτητα, άρα και χαμηλή οξύτητα, επομένως είναι ελαφρύ. Οι έξι στους δέκα πιστεύουν ότι το χύμα ελαιόλαδο δεν μειονεκτεί σε σχέση με το τυποποιημένο και οι επτά στους δέκα πιστεύουν ότι το χύμα ελαιόλαδο είναι εξαιρετικά παρθένο ή παρθένο ελαιόλαδο.

Η ίδια έρευνα έδειξε ότι το λάδι που αγοράζουν χύμα επτά στους δέκα καταναλωτές είναι νοθευμένο ή ποιοτικά υποβαθμισμένο. Μόνο ένας στους δέκα προμηθεύεται πραγματικά εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, ενώ οι υπόλοιποι απλά νομίζουν ότι το καταναλώνουν.

Οι τυποποιητές αναφέρουν ότι από έλεγχο που έγινε σε δείγματα χύμα ελαιολάδου που κυκλοφορεί χωρίς έλεγχο, κυρίως σε δεκαεξάκιλους τενεκέδες, το 70% ήταν ποιοτικά υποβαθμισμένο και με μειωμένη θρεπτική αξία. Η ποιοτική αξιολόγηση των δειγμάτων, που πραγματοποιήθηκε με την συνεργασία του Εργαστηρίου Χημείας και Τεχνολογίας Τροφίμων του Α.Π.Θ, έδειξε ότι το 29% ανταποκρινόταν στο χαρακτηρισμό παρθένο ελαιόλαδο, το 36% ήταν εκτός προδιαγραφών, το 18% ήταν ακατάλληλο και το 17% νοθευμένο.

Ο μέσος Έλληνας καταναλωτής καταναλώνει είκοσι δύο κιλά ελαιόλαδο κατά μέσο όρο ετησίως ενώ οι Κρητικοί ξεπερνούν τα είκοσι πέντε κιλά κατά άτομο το χρόνο, ποσό που αντιστοιχεί σε κατανάλωση εβδομήντα γραμμαρίων ελαιολάδου ημερησίως. Η κατανάλωση αυτή, όπως φαίνεται από τον πίνακα που ακολουθεί και σύμφωνα με στοιχεία του Σ.Ε.Δ.Η.Κ, είναι σήμερα η υψηλότερη στον κόσμο. (Αλεξιάκης, 2005: 25)



Πηγή: Σύνδεσμος Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης (Σ.Ε.Δ.Η.Κ.) (www.ΣΕΔΗΚ.gr, 2009)

6.3 Προβλήματα του κλάδου παραγωγής και τυποποίησης κρητικού ελαιολάδου

Η τυποποίηση του ελαιολάδου είναι μια διαδικασία κατά την οποία το ελαιόλαδο δεν υφίσταται καμία επιπλέον χημική επεξεργασία. Αρχικά γίνεται η επιλογή του ελαιολάδου από τους παραγωγούς ανά την Κρήτη. Το ελαιόλαδο αυτό μεταφέρεται στο χώρο τυποποίησης, όπου αποθηκεύεται, υπόκειται σε συνεχείς ποιοτικούς ελέγχους και τέλος συσκευάζεται.

Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει συστηματικές προσπάθειες εμφιάλωσης του κρητικού ελαιολάδου, όχι μόνο για να βοηθηθεί το εξαιρετικό αυτό προϊόν να βγει στην αγορά του εξωτερικού αλλά και γιατί είναι πολλά τα οφέλη του για τον καταναλωτή. Πρώτα απ' όλα, το τυποποιημένο ελαιόλαδο εξασφαλίζει στον καταναλωτή ότι η παραγωγή του προϊόντος έγινε σε ελαιοτριβεία που πληρούν τους διεθνείς κανονισμούς υγιεινής, η μεταφορά και η τυποποίηση έγινε με διαδικασίες που είναι από τις αυστηρότερες στον κόσμο και οι πληροφορίες της ετικέτας ανταποκρίνονται πλήρως στα χαρακτηριστικά του προϊόντος. Επίσης, ελαχιστοποιεί την πιθανότητα νοθείας και ετερογένειας στην ποιότητά του από χρονιά σε χρονιά. Τέλος, το τυποποιημένο ελαιόλαδο, παρά το ότι επικρατεί η αντίθετη άποψη, πωλείται σε φθηνότερη λιανική τιμή αγοράς σε περιόδους που η τιμή του ελαιολάδου σε μορφή χύμα αυξάνεται.

Ο κλάδος τυποποίησης ελαιολάδου αντιμετωπίζει αρκετά και σημαντικά προβλήματα. Το κυριότερο από αυτά είναι η προτίμηση του Έλληνα καταναλωτή για το χύμα ελαιόλαδο, για τους λόγους που έχουν αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, όπως επίσης το εύκολο κέρδος των μεσαζόντων στην αγορά του χύμα ελαιολάδου, που αποθαρρύνει τις επιχειρηματικές προσπάθειες για τυποποίηση επώνυμου προϊόντος. Ο μικρός αριθμός και το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων τυποποίησης ελαιολάδου είναι ένα ακόμα πρόβλημα του κλάδου, που έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη διαθέσιμων πόρων για την αγορά της πρώτης ύλης, τη δυσκολία προσέλκυσης του εξειδικευμένου στελεχιακού δυναμικού που απαιτείται για την ανάπτυξη τυποποιημένου επώνυμου ελαιολάδου, την ανεπάρκεια πόρων για την κάλυψη των εξόδων προβολής για το τυποποιημένο επώνυμο ελαιόλαδο, τη χαμηλή διαπραγματευτική ισχύ με τις ελληνικές αλυσίδες supermarket και την αδυναμία προσέγγισης των διεθνών αλυσίδων s/m. Τέλος, ένα ακόμα πρόβλημα που πρέπει να

αντιμετωπίσει ο κλάδος είναι η ανυπαρξία οργανωμένης εθνικής ελαϊκής πολιτικής, η οποία έχει ως αποτέλεσμα τις μεγάλες αυξομειώσεις στην τιμή του ελαιολάδου από χρονιά σε χρονιά, το μικρό περιθώριο κέρδους του παραγωγού, την εκπρόθεσμη καταβολή επιδοτήσεων στους παραγωγούς, τη διακίνηση μεγάλης ποσότητας ανώνυμου και νοθευμένου ελαιολάδου, τα ελάχιστα κρατικά κονδύλια για την προβολή του ελληνικού ελαιολάδου στο διεθνές περιβάλλον και την άγνοια των παραγωγών για την εμπορική αξία των τίτλων Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε., που έχουν απονεμηθεί σε πολλές ελαιοπαραγωγικές περιοχές της χώρας (Ψυλάκης, 2006: 31).

6.4 Επιχειρήσεις παραγωγής και τυποποίησης που δραστηριοποιούνται στην Κρήτη

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και τυποποίηση του ελαιολάδου στην Κρήτη είναι Συνεταιριστικές Οργανώσεις και Ιδιωτικές Επιχειρήσεις που διακρίνονται σε μονάδες παραγωγής (ελαιοτριβεία) και μονάδες τυποποίησης. Ο αριθμός των ελαιοτριβείων είναι αρκετά μεγάλος σε όλη την περιφέρεια σε αντίθεση με τον μικρότερο αριθμό οργανωμένων επιχειρήσεων τυποποίησης. Η Ελληνική και Ευρωπαϊκή πολιτική σχετικά με τις επιχειρήσεις παραγωγής ελαιολάδου τονίζει την ανάγκη εκσυγχρονισμού τους, χωρίς αύξηση της παραγωγικότητας, ώστε να ανταποκρίνονται στην κοινοτική νομοθεσία που αφορά περιβαλλοντικές και λοιπές απαιτήσεις. (Αλεξιάκης, 2005: 56).

6.5 Η αγορά κρητικού ελαιολάδου στο εξωτερικό

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, το κρητικό ελαιόλαδο είναι άριστης ποιότητας εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο όμως παρά την φήμη του στο εξωτερικό κατέχει ένα πολύ μικρό μερίδιο αγοράς.

Σύμφωνα με στοιχεία του Συνδέσμου Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης, από τους εκατόν πενήντα χιλιάδες τόνους ελαιολάδου που παράγονται στην Κρήτη τον χρόνο, το μεγαλύτερο μέρος, το 90%, εξάγεται από το νησί, είτε για άλλες περιοχές της Ελλάδας, είτε κυρίως για άλλες χώρες του κόσμου.

Το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών αυτών, περίπου το 90%, πωλείται σε μορφή χύμα κυρίως σε Ιταλικές βιομηχανίες για να χρησιμοποιηθεί σε προσμίξεις ως

βελτιωτικό των διαφόρων τύπου ελαιολάδων που παράγουν. Το υπόλοιπο 10% εξάγεται απευθείας από Συνεταιρισμούς ή ιδιωτικές επιχειρήσεις του νησιού σε αρκετές χώρες του κόσμου ως επί το πλείστον τυποποιημένο (στοιχεία Σ.Ε.ΔΗ.Κ.). Μερικές από αυτές τις χώρες είναι οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Ιαπωνία, η Αυστραλία, η Γερμανία, η Αγγλία, η Γαλλία, το Βέλγιο, η Ολλανδία και διάφορες άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (Λαμπράκη, 1999: 45).

6.6. Τρόποι προώθησης του ελαιολάδου

Η προβολή του Ελληνικού ελαιολάδου, όπως επίσης και η τυποποίησή του, είναι πολύ σημαντικοί παράγοντες για την διατήρηση υψηλής ποιότητας και τιμής του ελαιολάδου και κατά συνέπεια την αύξηση των εξαγωγών της χώρας μας. Πολλές προσπάθειες έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια από την πολιτεία και διάφορους φορείς για την επίτευξη αυτού του σκοπού, ο οποίος αναμένεται να βοηθήσει και στην τουριστική προβολή της Ελλάδας.

Πολύ σημαντική πρόταση ήταν αυτή του Συνδέσμου Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης (Σ.Ε.ΔΗ.Κ.) που έγινε το 2003, για συνδρομή του υπουργείου Μεταφορών και Επικοινωνιών στην προβολή του κρητικού ελαιολάδου στα μεγαλύτερα αεροδρόμια της χώρας και στα καράβια που εξυπηρετούν την Κρήτη. Η πρόταση αυτή αφορούσε την τοποθέτηση διαφημιστικών ταμπλό με θέμα το κρητικό ελαιόλαδο καθώς και την εκτύπωση και διανομή φυλλαδίου του Σ.Ε.ΔΗ.Κ. με τίτλο 'Κρητικό Ελαιόλαδο – Το μυστικό της μακροζωίας' σε τεύχη του περιοδικού 'Κίνηση – Motion' της Ολυμπιακής Αεροπορίας.

Θα πρέπει επίσης να αναφερθεί το πρόγραμμα «Κότινος» για την προώθηση της κατανάλωσης και εμπορίας του ελαιολάδου στην Ελλάδα και σε δέκα ακόμα χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τα έτη 2005-2007. Το πρόγραμμα αυτό αποτελεί συνέχεια αντίστοιχου προγράμματος που πραγματοποιήθηκε την περίοδο 2003-2004 και την υλοποίησή του στην Ελλάδα έχει αναλάβει ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τυποποίησης Ελαιολάδου (Σ.Ε.ΒΙ.Τ.ΕΛ.). Το πρόγραμμα προβλέπει δράσεις ενημέρωσης-προβολής σε ραδιόφωνο, τηλεόραση, περιοδικά, προωθητικές ενέργειες σε σημεία πώλησης, λειτουργία ανοιχτής γραμμής ενημέρωσης, προβολή στο διαδίκτυο, καθώς και ενέργειες δημοσιότητας και δημοσίων σχέσεων σε πολλές

αγορές του εξωτερικού. Ένα ακόμα πρόγραμμα είναι αυτό του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (Σ.Ε.Β.Ε.), σε συνεργασία με την κοινοπραξία Promagro, το οποίο έχει ως στόχο την προώθηση και προβολή πιστοποιημένων αγροτικών προϊόντων, μεταξύ των οποίων βρίσκεται και το ελαιόλαδο, σε χώρες της Δυτικής Ευρώπης (Γαλλία, Γερμανία, Μ. Βρετανία, Σουηδία και Ελλάδα). Στις ενέργειες του προγράμματος περιλαμβάνεται συμμετοχή σε εκθέσεις, εκπόνηση ερευνών αγοράς για τα προωθούμενα προϊόντα στη Γερμανία, Γαλλία, Μ. Βρετανία και Σουηδία, καθώς και έκδοση προωθητικού υλικού για την κάθε επιχείρηση και τα προϊόντα της, δημιουργία διαφημιστικών αφισών, προβολή από το διαδίκτυο και χρήση των υπηρεσιών e-partenariat του Σ.Ε.Β.Ε.

Σημαντική πρωτοβουλία είναι αυτή του Συνδέσμου Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης (Σ.Ε.ΔΗ.Κ.) για την δημιουργία του «Δικτύου Επιχειρήσεων Προϊόντων Ελαιολάδου Κρήτης», το οποίο θα περιλαμβάνει επιχειρήσεις που θα χρησιμοποιούν σε όλα ανεξαρτήτως τα προϊόντα που παράγουν αποκλειστικά παρθένο κρητικό ελαιόλαδο. Στόχος του Δικτύου είναι η ανάδειξη και προβολή της υγιεινής, γευστικής, ποιοτικής και πολιτιστικής αξίας του κρητικού ελαιολάδου, την ποιοτική βελτίωση του τουριστικού και ιδιαίτερα του αγροτουριστικού προϊόντος της Κρήτης από πλευράς ποιοτικής και υγιεινής διατροφής και την προβολή και προώθηση των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων που έχουν ως βάση το ελαιόλαδο. Βασικό κορμό του Δικτύου αποτελούν τα 'Εστιατόρια Αποκλειστικής Χρήσης Ελαιολάδου', στα οποία περιλαμβάνονται εστιατόρια και ταβέρνες που έχουν κατά βάση παραδοσιακό χαρακτήρα και τα φαγητά που προσφέρουν παρασκευάζονται αποκλειστικά με παρθένο κρητικό ελαιόλαδο. Στο δίκτυο περιλαμβάνονται επίσης και 'Καταστήματα Εμπορίας Παραδοσιακών Προϊόντων Ελαιολάδου', καθώς και 'Εργαστήρια Παραδοσιακών Προϊόντων Ελαιολάδου', τα οποία παρασκευάζουν ή και διαθέτουν παραδοσιακά κρητικά προϊόντα που έχουν ως βάση ή περιέχουν παρθένο κρητικό ελαιόλαδο. (Ψυλάκης, 2006: 63).

6.7 Ανάλυση των ευκαιριών και των κινδύνων

Πέρα από τα πλεονεκτήματα και τα προβλήματα που παρουσιάζονται και ζητούν επίλυση, οι επιχειρηματίες αλλά και οι αρμόδιοι φορείς καλούνται να διερευνήσουν και τις ευκαιρίες αλλά και τους κινδύνους που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη για τον

σχεδιασμό και την εφαρμογή ενός αποτελεσματικού σχεδίου δράσης. Ως ευκαιρίες μπορούν να θεωρηθούν:

- ❖ Η διάδοση της Μεσογειακής διατροφής και των ευεργετικών για τον οργανισμό ιδιοτήτων του ελαιολάδου έχει βοηθήσει στην προώθηση του κρητικού ελαιολάδου, το οποίο θεωρείται η βάση της κρητικής και πρόγονος της μεσογειακής διατροφής.
- ❖ Η διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης με χώρες που παράγουν μη ανταγωνιστικά προς την χώρα μας προϊόντα, έχει βοηθήσει στην εξαγωγική δραστηριότητα των Ελληνικών επιχειρήσεων. Επίσης, η κατάργηση των δασμών και η ελεύθερη διακίνηση αγαθών μέσα στα όρια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είναι ένα πολύ σημαντικό σημείο που θα έπρεπε να εκμεταλλευτεί περισσότερο η Κρήτη για την εξαγωγή του ελαιολάδου της πιο συστηματικά και σε μεγαλύτερο αριθμό χωρών από αυτές που ήδη εξάγει.

Ως κίνδυνοι στην προσπάθεια ανάπτυξης του κλάδου μπορούν να θεωρηθούν:

- ❖ Ο κατακερματισμός της γης και η έλλειψη επαγγελματιών αγροτών με μεγάλες καλλιεργήσιμες εκτάσεις. Λόγω του ότι η καλλιέργεια της ελιάς τα παλαιότερα χρόνια ήταν η κύρια ασχολία των κατοίκων της Κρήτης, ο παραδοσιακός τρόπος διάθεσης των κλήρων από τους γονείς ήταν η διαίρεση της γης σε μικρά κομμάτια ως κληρονομιά για τα παιδιά. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να συναντάμε μέχρι και στις μέρες μας ιδιοκτήτες μικρών εκτάσεων γης, οι οποίοι παράγουν ελαιόλαδο για προσωπική τους κατανάλωση κυρίως και λόγω της μικρής έκτασης γης που διαθέτουν, δεν θεωρούν σκόπιμο να επενδύσουν σε αυτήν.
- ❖ Το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των εξαγωγών κρητικού ελαιολάδου είναι σε μορφή χύμα και όχι οργανωμένα, ενισχύει τον κίνδυνο που υπάρχει για εξαφάνιση της ταυτότητας του κρητικού ελαιολάδου.
- ❖ Η αύξηση των εισαγωγών ελαιολάδου από αναπτυσσόμενες χώρες προς χώρες που εξάγει η Ελλάδα και πωλούν το ελαιόλαδο σε

χαμηλότερη τιμή, αποτελούν απειλή για την αύξηση των εξαγωγών της χώρας μας και του μεριδίου αγοράς της.

- ❖ Η δημοσιοποίηση πριν μερικά χρόνια της ισπανο-ιταλικής απάτης, με το επιβλαβές για την υγεία βενζοπυρένιο που εντοπίστηκε σε ισπανικά, ιταλικά και ελληνικά ελαιόλαδα και θεωρείται υπεύθυνο για θανάτους, είναι ένα γεγονός που έχει δημιουργήσει φόβο στους καταναλωτές ελαιολάδου διεθνώς και τους έχει κάνει επιφυλακτικούς στις αγορές τους. (Αλεξιάκης, 2005: 81-84)

6.8 Προτάσεις

Το κρητικό ελαιόλαδο με την πολιτιστική, ιστορική, διατροφική, περιβαλλοντική και οικονομική του αξία αποτελεί έναν σημαντικό πόρο για την Περιφέρεια, που όπως έχουμε πολλές φορές επισημάνει, παραμένει δυστυχώς αναξιοποίητο.

Η Μεσογειακή διατροφή, της οποίας βάση είναι το ελαιόλαδο, όπως επίσης η άριστη ποιότητα και η αφθονία του κρητικού ελαιολάδου, αποτελούν για την Κρήτη και κατ' επέκταση για την Ελλάδα, πολύ σοβαρά εξαγωγικά και οικονομικά πλεονεκτήματα. Παρόλα αυτά οι επιχειρήσεις της Κρήτης, ιδιωτικές και συνεταιριστικές, αδυνατούν να διεisdύσουν στις διεθνείς αγορές, με αποτέλεσμα οι εξαγωγές επώνυμου τυποποιημένου ελαιολάδου να είναι λιγότερες απ' ό,τι θα μπορούσαν να είναι. Θα πρέπει λοιπόν να βρεθούν λύσεις έτσι ώστε να γίνει πλήρης εκμετάλλευση των δυνατοτήτων που παρέχει το κρητικό ελαιόλαδο στο νησί.

Η εξαγωγή και πώληση τυποποιημένου επώνυμου κρητικού ελαιολάδου θα βοηθήσει στην αύξηση των εξαγωγών της Κρήτης καθώς και στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Θα συμβάλει επίσης στην αύξηση του μεριδίου αγοράς και στην προστασία του καταναλωτή, δίνοντάς του τη δυνατότητα να συγκρίνει και τελικώς να επιλέξει το συγκεκριμένο προϊόν. Επιπλέον, με τον τρόπο αυτό θα αυξηθεί η απασχόληση στις επιχειρήσεις του νησιού και θα ενισχυθούν οι επενδύσεις σε έρευνα και ανάπτυξη, όχι μόνο με την εξέλιξη της τεχνολογίας αλλά και με την απασχόληση εξειδικευμένων επιστημόνων και την ίδρυση ερευνητικών κέντρων.

Αναγκαία για την εξαγωγική δραστηριότητα της Κρήτης κρίνεται η πιστοποίηση του ελαιολάδου. Τα τελευταία χρόνια, οι μεγάλες αλυσίδες του εξωτερικού απαιτούν τα εισαγόμενα προϊόντα να συνοδεύονται από έγγραφα πιστοποίησης, δηλαδή έγγραφα που να πιστοποιούν ότι το είδος και η ποσότητα των φυτοφαρμάκων και λιπασμάτων που χρησιμοποιήθηκαν στην καλλιέργεια είναι σύμφωνα με την κοινοτική νομοθεσία. Θα πρέπει λοιπόν να θεσμοθετηθεί ένα εθνικό πλαίσιο προδιαγραφών και να ορισθεί αρμόδια αρχή πιστοποίησης, η οποία θα εξετάζει τα προϊόντα και θα τους χορηγεί ειδικό αναγνωρισμένο σήμα πιστοποίησης.

Ιδιαίτερης σημασίας θεωρείται και η διαμόρφωση μιας ενιαίας, συνολικής εικόνας, δίνοντας έμφαση στο γεγονός ότι το κρητικό ελαιόλαδο θεωρείται και είναι ένα παραδοσιακό και ποιοτικό προϊόν. Με αυτό τον τρόπο, το κρητικό ελαιόλαδο θα μπορέσει να προωθηθεί σε καταστήματα *delicatessen*.

Τον σημαντικότερο όμως ρόλο στην διεθνή ανταγωνιστικότητα του κρητικού ελαιολάδου παίζει το μάρκετινγκ. Οι κρητικές επιχειρήσεις θα πρέπει να ασχοληθούν με το προϊόν τους και όλα τα χαρακτηριστικά του: την ποιότητα, την γεύση, το χρώμα, την μυρωδιά, την συσκευασία, την ετικέτα, το βάρος, τις τεχνικές προδιαγραφές, το καταναλωτικό κοινό που απευθύνεται, την τιμή και βεβαίως το όνομα.

Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να μεριμνήσουν όχι μόνο για την πρόσληψη του κατάλληλου τεχνικού προσωπικού αλλά και επιστημονικού προσωπικού με εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα προώθησης, διαφήμισης και συσκευασίας του προϊόντος. Ιδιαίτερη θεωρείται και η συμβολή εξειδικευμένων στελεχών στην προετοιμασία των επιχειρήσεων για την είσοδο ή επέκτασή τους σε ξένες αγορές, ή για την ανάπτυξη συνεργασιών, κοινοπραξιών και εμπορικών δικτύων (*clusters*) για την προώθηση των εξαγωγών τους.

Είναι απαραίτητο επίσης να γνωρίζουν και να παρακολουθούν τις εξελίξεις στον κλάδο του ελαιολάδου παγκοσμίως και ιδιαίτερα στις χώρες στις οποίες εξάγουν. Η γνώση της αγοράς, που περιλαμβάνει τις καταναλωτικές συνήθειες των κατοίκων και τις ιδιαιτερότητες τους, αποτελεί βάση ανάπτυξης αλλά και διαφοροποίησης από τον τοπικό ανταγωνισμό. Ένα παράδειγμα στο σημείο αυτό αποτελεί το μέγεθος της

συσκευασίας (ποσότητα), η οποία θα πρέπει να είναι σύμφωνη με την πιθανή ποσότητα ελαιολάδου που μπορεί να καταναλώσει ένα νοικοκυριό στην αγορά του εξωτερικού σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

Τέλος, επιτακτική είναι η ανάγκη για τον σχεδιασμό σειράς προωθητικών ενεργειών και διαφήμισης του Κρητικού ελαιολάδου, τόσο στην αγορά της Ελλάδας και άλλων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όσο και σε ανερχόμενες αγορές τρίτων χωρών. Στόχος είναι η προβολή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του, των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του και των στοιχείων διαφοροποίησής του που θα συμβάλλουν στην αύξηση της ζήτησής του ως επώνυμο προϊόν. (Λαμπράκη, 1999: 93-97).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1. ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΑΣ

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

1. Ποιό σύστημα παραγωγής ακολουθείται από την επιχείρηση;

α) Συνεχούς ροής,

β) Γραμμικής παραγωγής,

γ) Παραγωγή σε τμήματα ή ομάδες,

δ) Εξατομικευμένη εργοστασιακή παραγωγή

.....
.....
.....
.....

2. Ποιά είναι τα κριτήρια με τα οποία έγινε η εκλογή της γεωγραφικής θέσης της επιχείρησης;

A) Ιδιόκτητο οικόπεδο

B) Τοποθέτηση επιχείρησης κοντά στους προμηθευτές

Γ) Τοποθέτηση της επιχείρησης κοντά σε λιμάνια, οδικά δίκτυα

Δ) Τυχαία τοποθέτηση

.....
.....
.....
.....

3. Υπάρχει κάποια λειτουργία της επιχείρησης που επιδιώκετε να εξελίξετε περισσότερο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ ποια είναι αυτή;

α) Εφοδιασμού

β) Διανομής

γ) Αποθηκεύσεις

δ) Χρηματοπιστωτική

ε) Λογιστική

4. Ποιοι είναι οι προμηθευτές με τους οποίους συνεργάζεται η επιχείρηση;

A) Παραγωγή της ευρύτερης περιοχής

B) Συνεταιρισμοί παραγωγών

Γ) Παραγωγοί και συνεταιρισμοί παραγωγών από άλλες χώρες

.....
.....
.....
.....
.....

5. Μπορεί η επιχείρηση να επεκταθεί σε νέες αγορές και να κατακτήσει νέους πελάτες;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ με ποιους τρόπους

.....
.....
.....
.....
.....

6. Η επιχείρηση πουλάει προϊόντα της στο εξωτερικό;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ σε ποιες χώρες;

.....
.....
.....
.....

7. Ποιά είναι τα κανάλια διανομής στο εσωτερικό και ποια στο εξωτερικό;

.....
.....
.....
.....
.....

8. Ποια μέσα διαθέτει η επιχείρηση για την προώθηση των πωλήσεων;

α) Δώρα,

β) Κουπόνια,

- γ) Διαγωνισμοί,
- δ) Έντυπα που κυκλοφορεί η επιχείρηση,
- ε) Διαφημίσεις σε ηλεκτρονικά μέσα ή στον τύπο,
- στ) Τοιχοκολλήσεις, αφίσες
- η) Άλλα μέσα

.....

.....

.....

.....

.....

9. Μπορεί μια ενδεχόμενη αύξηση της ζήτησης του παραγόμενου προϊόντος να ικανοποιηθεί από την επιχείρηση;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ με ποιους τρόπους;

α) Υπάρχουν προϊόντα στοκ;

β) Υπάρχει δυνατότητα αύξησης της παραγωγής;

γ) Υπάρχει δυνατότητα συνεργασίας με άλλη επιχείρηση ίδιου τύπου;

δ) Άλλους τρόπους;

.....

.....

.....

.....

.....

10. Υπάρχει ανταγωνισμός;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ πως τον αντιμετωπίζετε;

.....

.....

.....

.....

.....

11. Υπάρχει συνεργασία με άλλη επιχείρηση ίδιου τύπου;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ σε ποιους τομείς;

.....

.....

.....

.....
.....
12. Έχει γίνει ποτέ αξιολόγηση της εταιρίας από εξωτερικούς φορείς

ΝΑΙ

ΟΧΙ

.....
.....
.....
.....
.....
.....
13. Έχει υπάρξει βελτίωση στον τεχνολογικό εξοπλισμό τα τελευταία έτη;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ σε ποιους τομείς;

α) Στην παραγωγή;

β) Στην διανομή;

γ) Στην αποθήκευση;

δ) Στην λογιστική λειτουργία;

ε) Στην διοίκηση;

στ) Σε άλλους τομείς;

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

.....
.....
.....
.....
.....
.....
14. Αξιολογείτε το προσωπικό;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ με ποιους τρόπους;

α) Τεστ δεξιοτήτων;

β) Μέτρηση της απόδοσης της εργασίας;

γ) Γραπτούς διαγωνισμούς;

δ) Άλλοι τρόποι.

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

.....
.....
.....
.....
.....
.....
15. Ποιες μέθοδοι χρησιμοποιούνται για την πρόσληψη του προσωπικού;

.....
.....

16. Δίνονται κίνητρα στους εργαζομένους για την αύξηση της αποδοτικότητας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ ποια είναι αυτά;

α) Δώρα;

β) Μπόνους;

γ) Αύξηση του μισθού;

δ) Προαγωγές;

ε) Άλλα κίνητρα.

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

.....
.....
.....
.....
.....

17. Ποιες είναι οι σχέσεις της επιχείρησης με τα συνδικάτα εργαζομένων;

α) Κακές,

β) Μέτριες,

γ) Καλές,

δ) Πολύ καλές,

ε) Άριστες,

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

.....
.....

18. Υπάρχει ενδιαφέρον από τους υπαλλήλους για την δουλειά τους;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ πώς αυτό εκδηλώνεται;

.....
.....
.....
.....

19. Βελτιώνει η επιχείρηση τις συνθήκες εργασίας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ με ποιους τρόπους;

.....
.....
.....
.....

20.Κάνετε προγραμματισμό στην επιχείρηση;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ α) μακροπρόθεσμο ή β) βραχυπρόθεσμο;

.....
.....
.....
.....

21. Τροποποιείτε τον προγραμματισμό της επιχείρησης;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ με ποιο τρόπο;

α) Σύμφωνα με τις περιβαλλοντικές συνθήκες;

β) Σύμφωνα με τις ανάγκες τις αγοράς;

γ) Σύμφωνα με τις ανάγκες τις επιχείρησης;

δ) Άλλους τρόπους;

.....
.....
.....
.....

22. Πως γίνεται η λήψη αποφάσεων;

α) Συλλογικά; Μέσω διοικητικού συμβουλίου.

β) Ατομικά; Αποφασίζει ο διευθυντής της επιχείρησης.

.....
.....
.....

23. Φροντίζετε για την εκπαίδευση στελεχών με σκοπό την ανάληψη καθηκόντων σε υψηλότερα επίπεδα;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ με ποιο τρόπο;

.....
.....
.....
.....

24. Έχει η επιχείρηση σας δυνατότητες ;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ ποιες είναι αυτές;

.....
.....
.....
.....
.....

25. Έχει η επιχείρησή σας αδυναμίες;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ ποιες είναι αυτές; Ι

.....
.....
.....
.....
.....

26. Υπάρχει βελτίωση στις τεχνικές καλλιέργειας των ελαιοδέντρων και συγκομιδής του ελαιοκάρπου;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ, είναι αυτή η βελτίωση επαρκής για την διασφάλιση της ποιότητας του τελικού σας προϊόντος;

α) Είναι επαρκής

β) Δεν είναι επαρκής

γ) Υπάρχει περιορισμένη επάρκεια και οι τεχνικές χρειάζονται βελτίωση

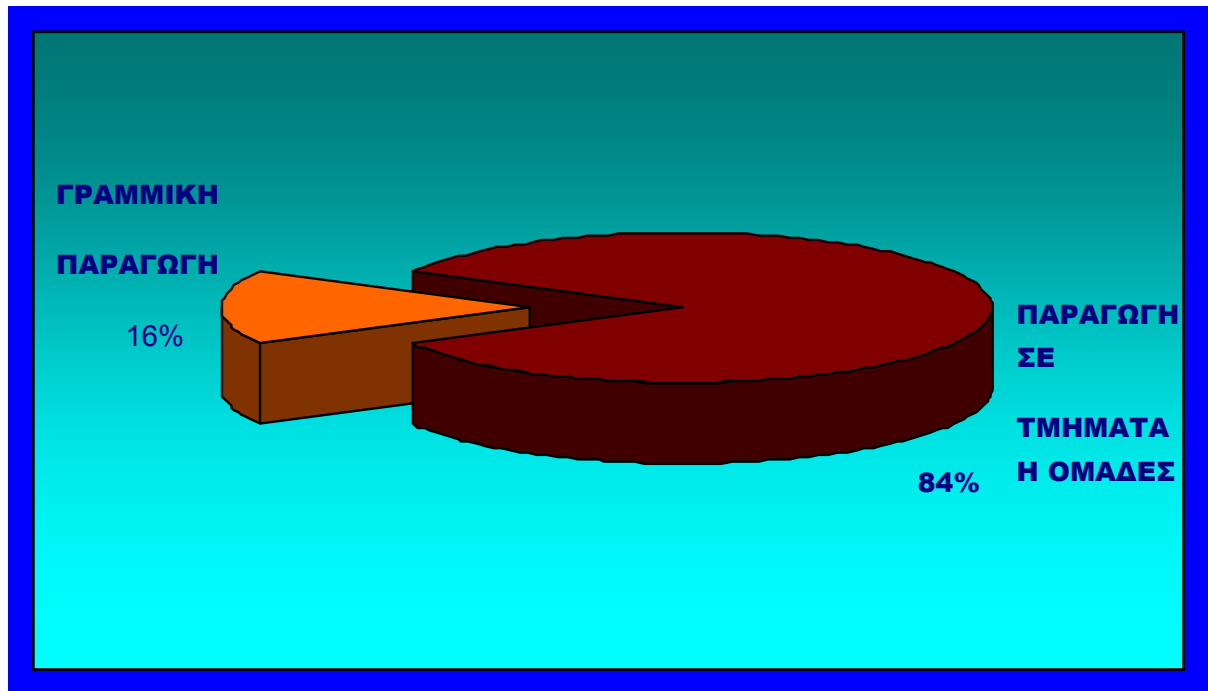
δ) Η ποιότητα του προϊόντος είναι ανεξάρτητη από τις τεχνικές καλλιέργειας και συγκομιδής

27. Πώς θα χαρακτηρίζατε την Ελληνική παραγωγή ελαιολάδου;

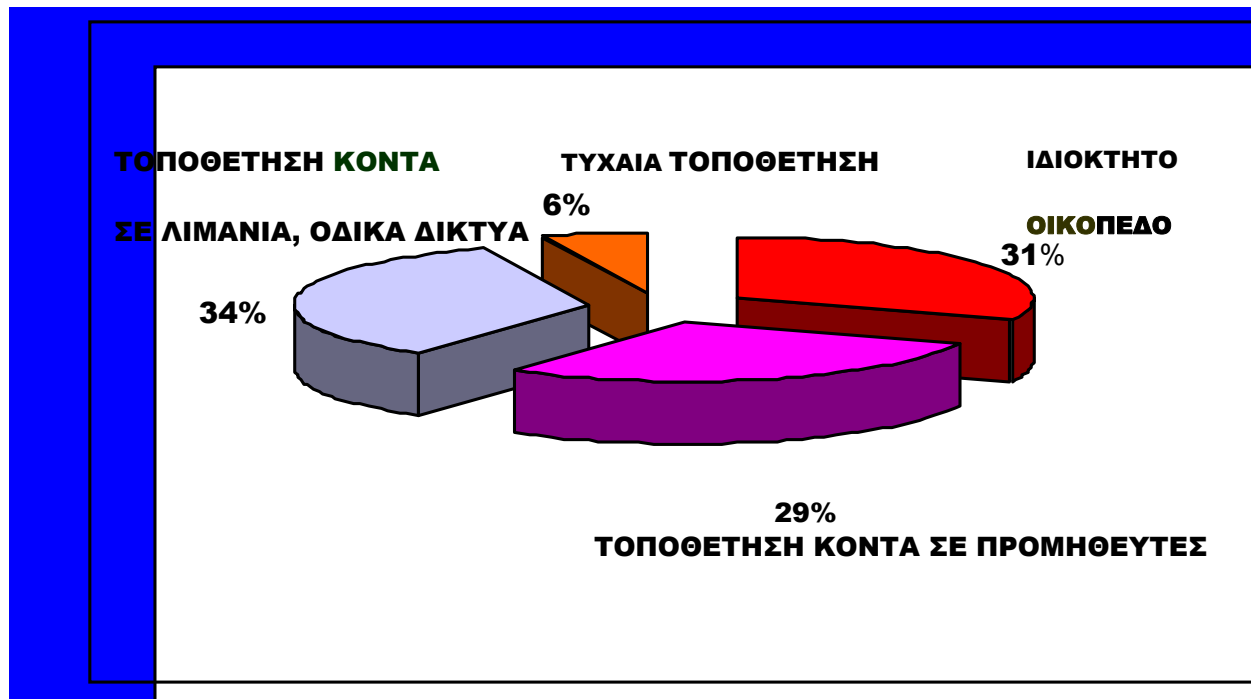
.....
.....
.....
.....

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ

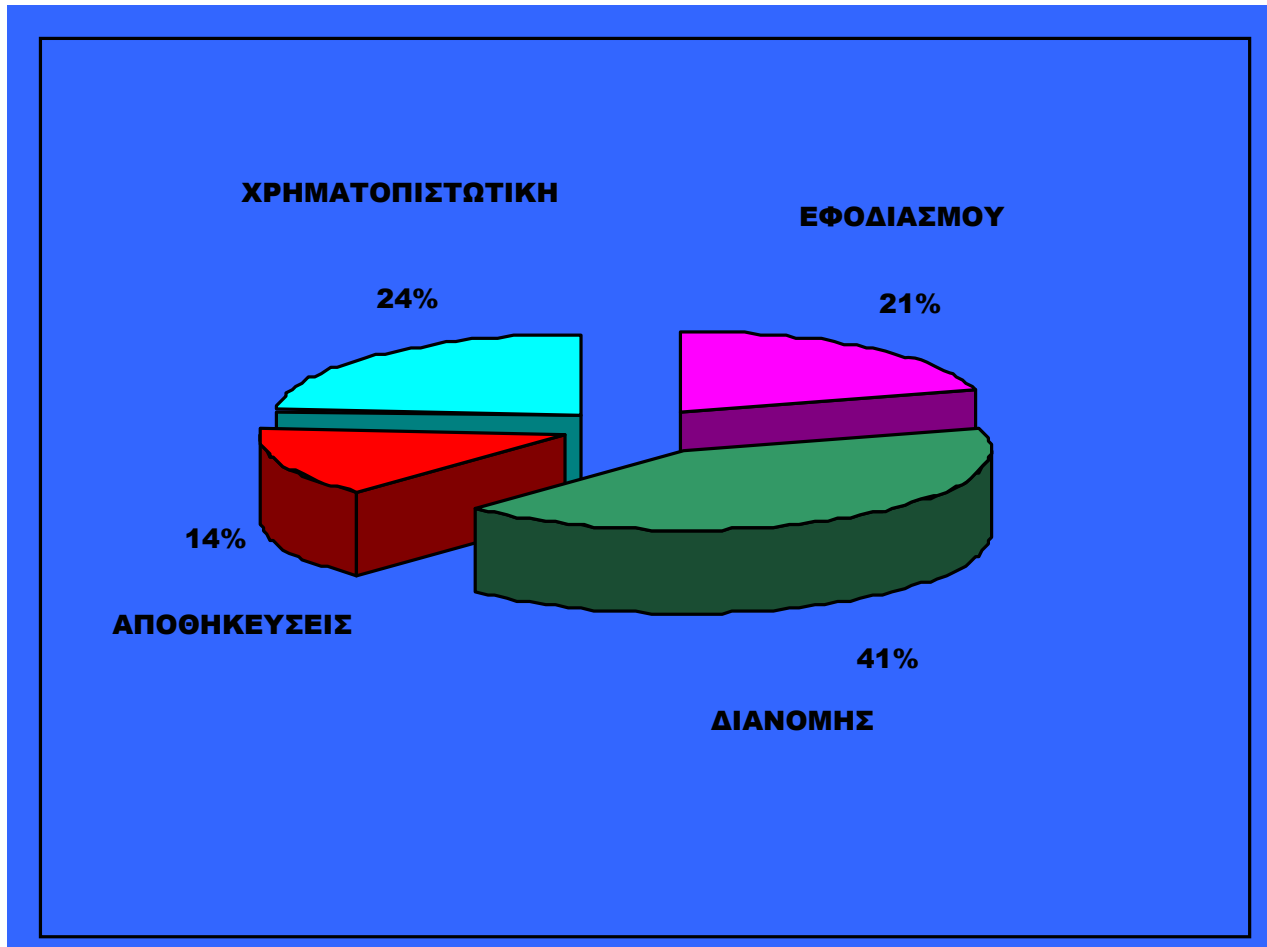
Ερώτηση 1. Ποιό σύστημα παραγωγής ακολουθείται από την επιχείρηση;



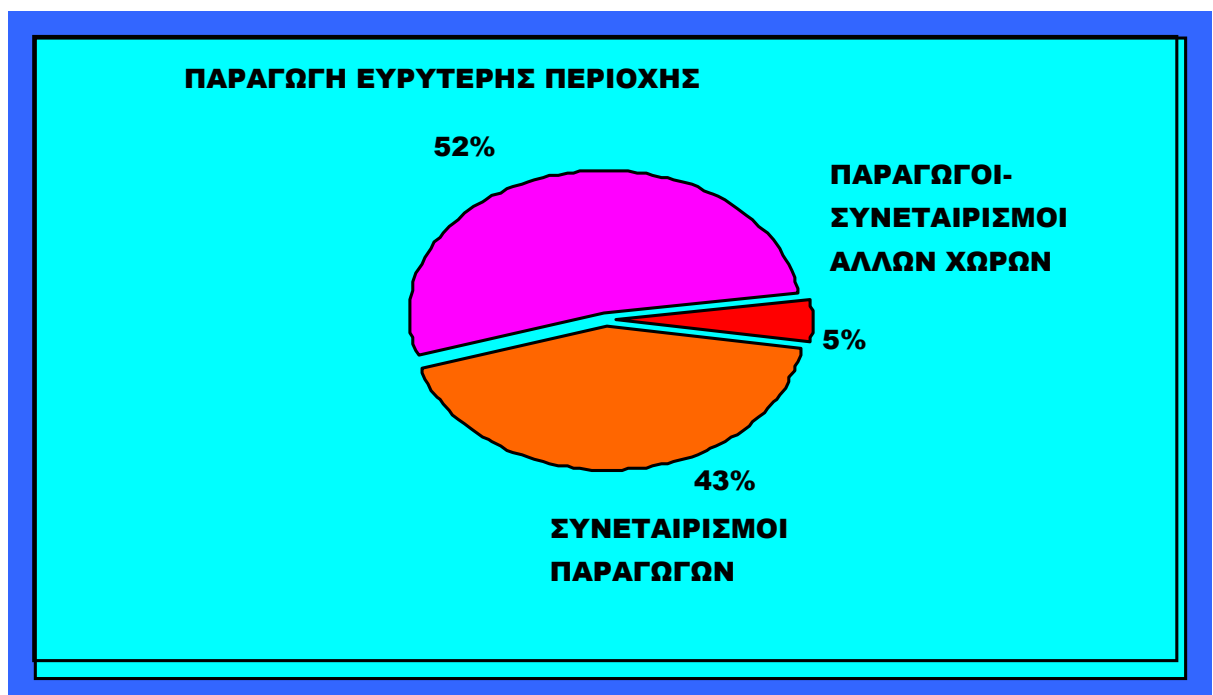
Ερώτηση 2. Ποιά είναι τα κριτήρια με τα οποία έγινε η εκλογή της γεωγραφικής θέσης της επιχείρησης;



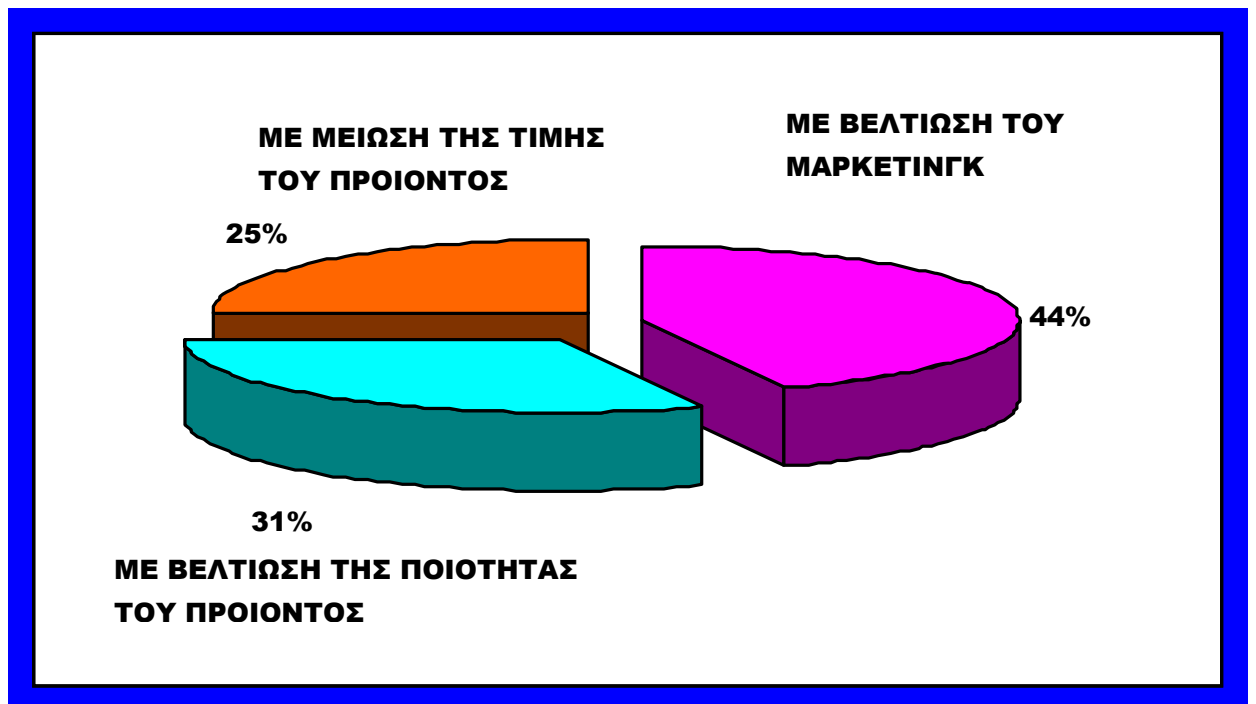
Ερώτηση 3. Υπάρχει κάποια λειτουργία της επιχείρησης που επιδιώκετε να εξελίξετε περισσότερο;



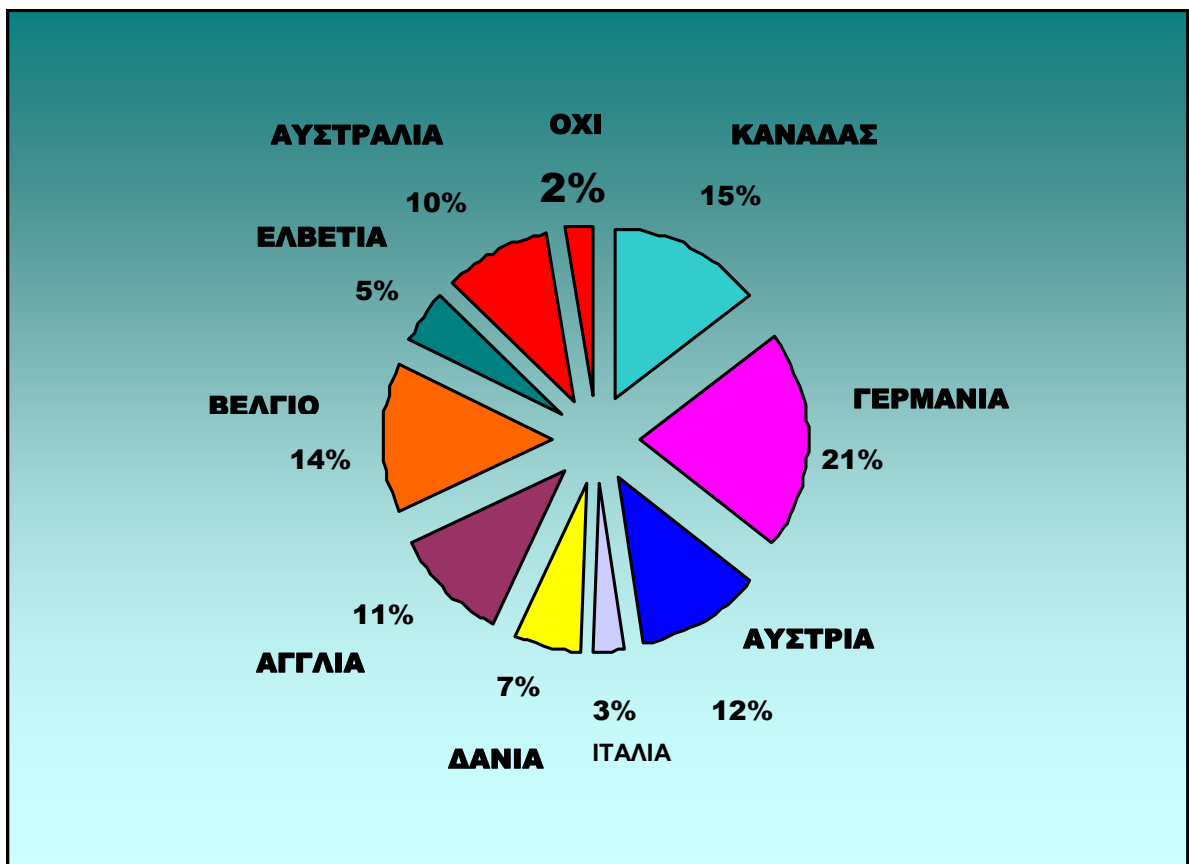
Ερώτηση 4. Ποιοι είναι οι προμηθευτές με τους οποίους συνεργάζεται η επιχείρηση;



Ερώτηση 5. Με ποιους τρόπους μπορεί η επιχείρηση να επεκταθεί σε νέες αγορές και να κατακτήσει νέους πελάτες;



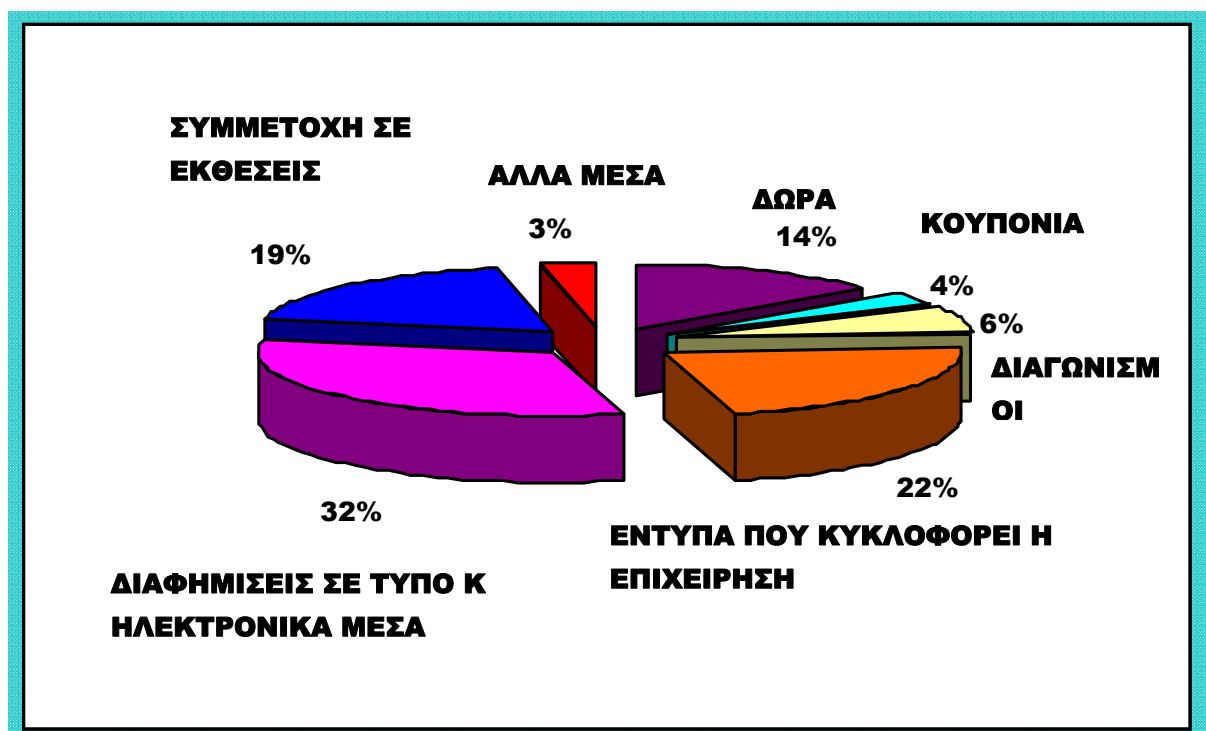
Ερώτηση 6. Η επιχείρηση πουλάει προϊόντα της στο εξωτερικό; Εάν ΝΑΙ σε ποιες χώρες;



Ερώτηση 7. Ποιά είναι τα κανάλια διανομής στο εσωτερικό και ποια στο εξωτερικό;



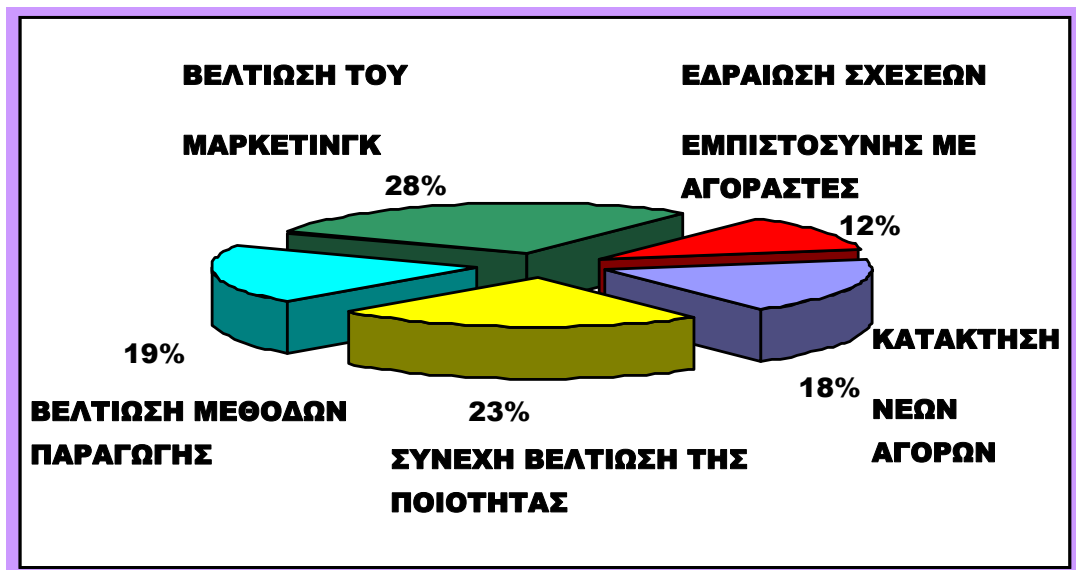
Ερώτηση 8. Ποια μέσα διαθέτει η επιχείρηση για την προώθηση των πωλήσεων;



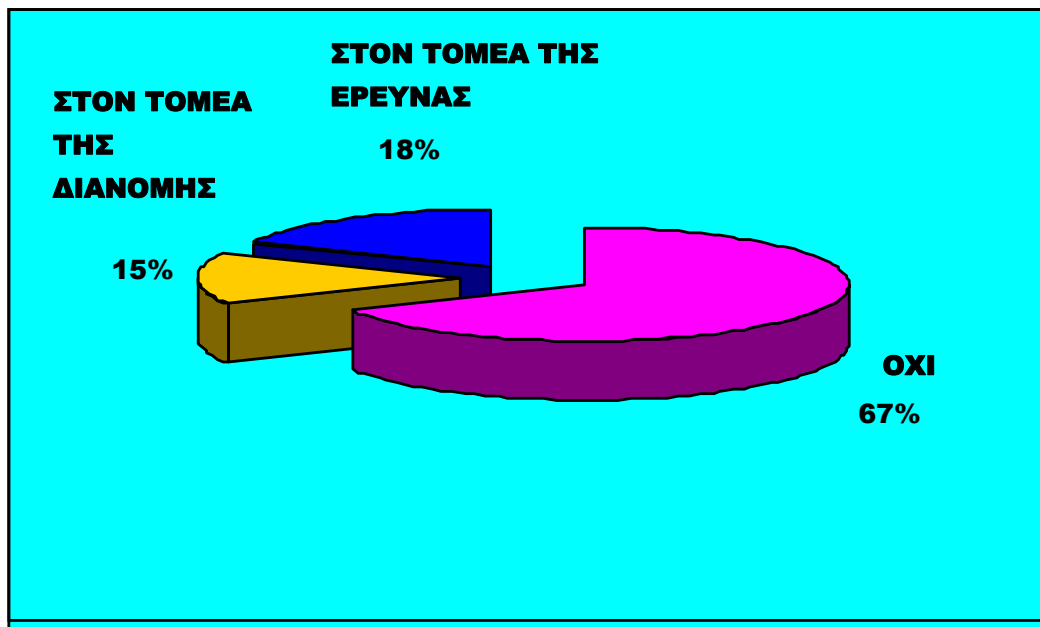
Ερώτηση 9. Πώς μπορεί μια ενδεχόμενη αύξηση της ζήτησης του παραγόμενου προϊόντος να ικανοποιηθεί από την επιχείρηση;



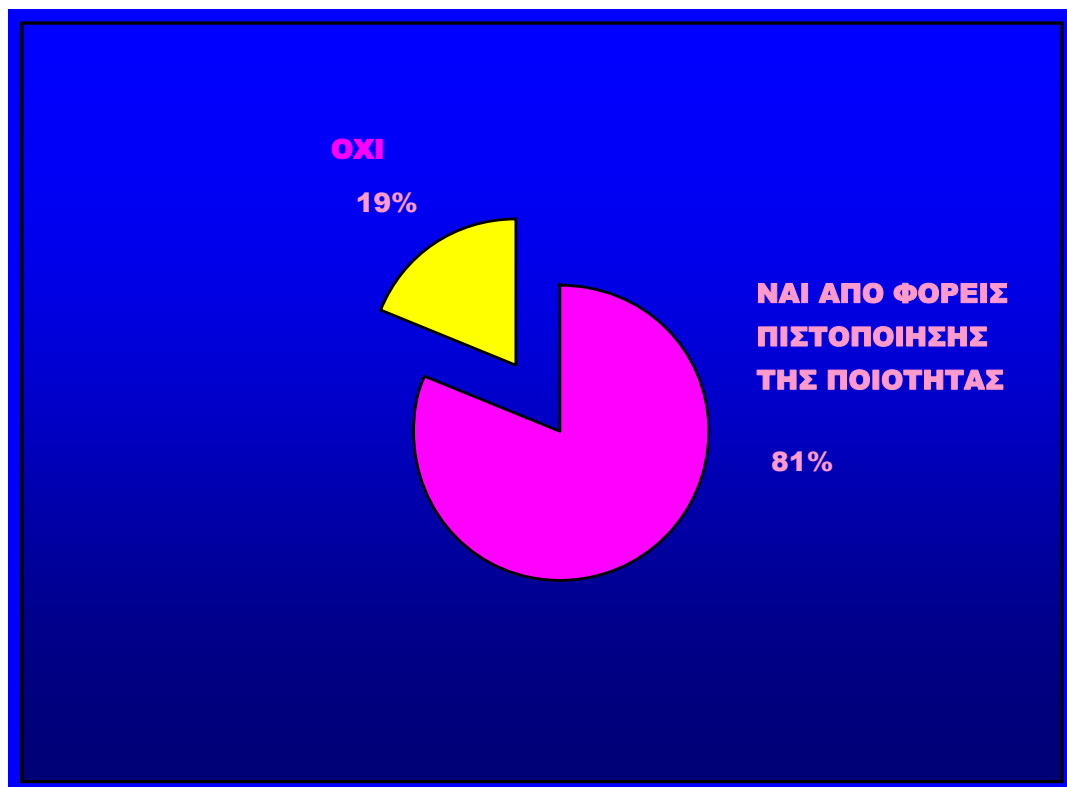
Ερώτηση 10. Πως αντιμετωπίζετε τον ανταγωνισμό;



Ερώτηση 11. Υπάρχει συνεργασία με άλλη επιχείρηση ιδίου τύπου; Εάν ΝΑΙ σε ποιους τομείς;



Ερώτηση 12. Έχει γίνει ποτέ αξιολόγηση της εταιρίας από εξωτερικούς φορείς;

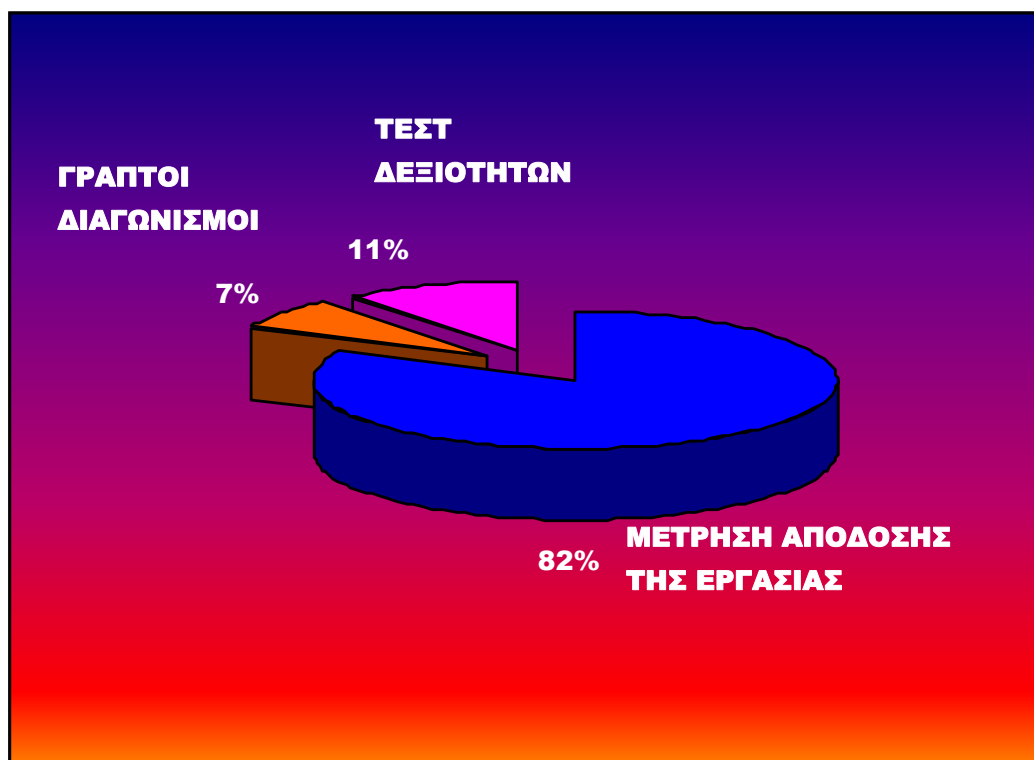


Ερώτηση 13. Έχει υπάρξει βελτίωση στον τεχνολογικό εξοπλισμό τα τελευταία έτη;

Εάν ΝΑΙ σε ποιους τομείς;



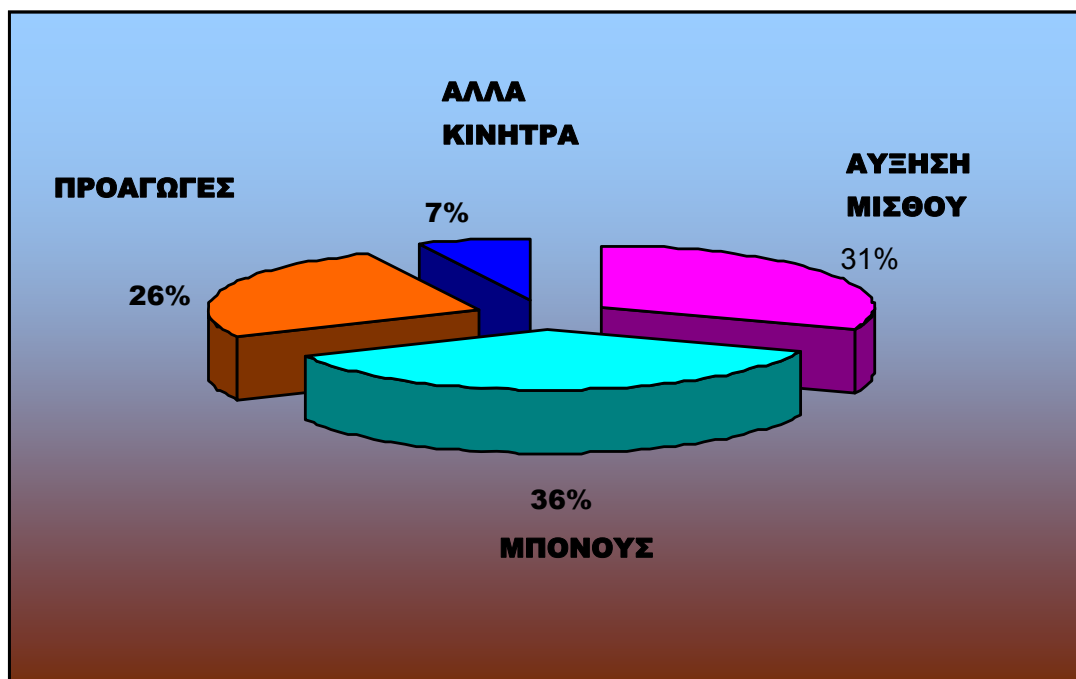
Ερώτηση 14. Με ποιους τρόπους αξιολογείται το προσωπικό σας;



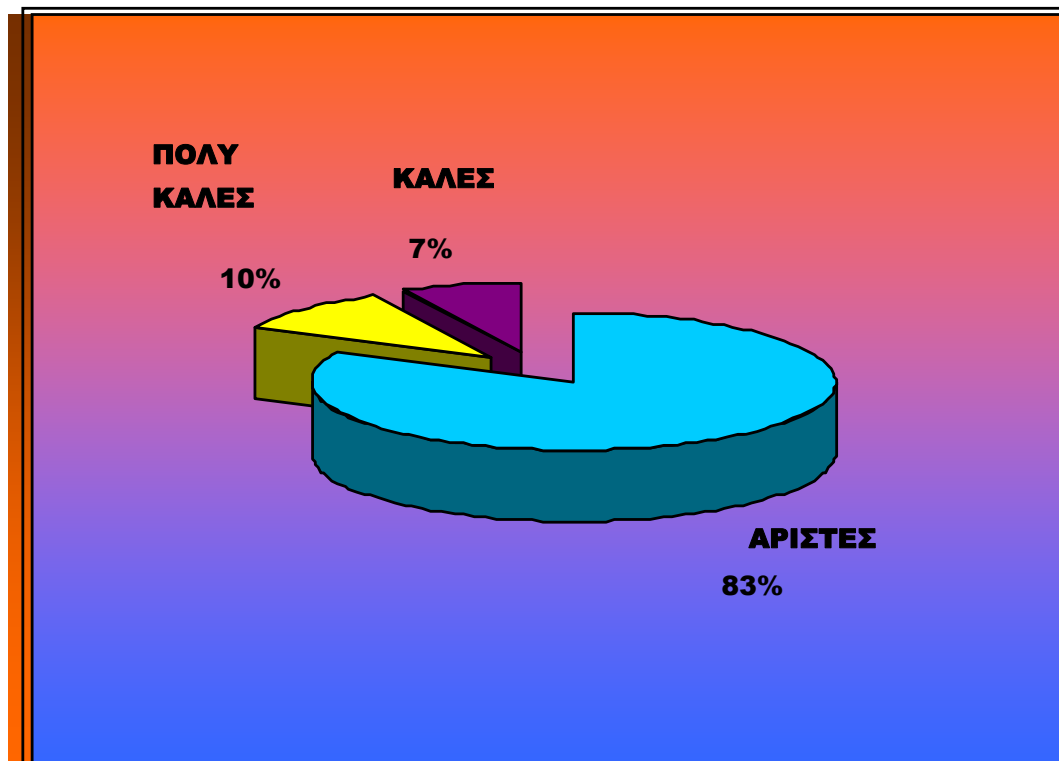
Ερώτηση 15. Ποιες μέθοδοι χρησιμοποιούνται για την πρόσληψη του προσωπικού;



Ερώτηση 16. Ποιά κίνητρα δίνονται στους εργαζομένους για την αύξηση της αποδοτικότητας τους;

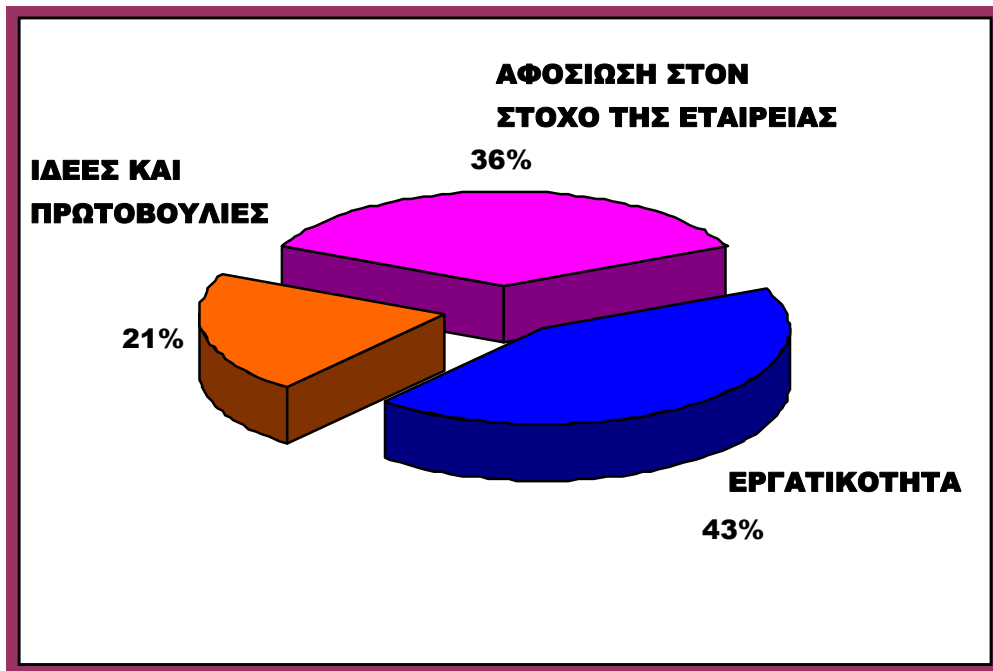


Ερώτηση 17. Ποιες είναι οι σχέσεις της επιχείρησης με τα συνδικάτα εργαζομένων;



Ερώτηση 18. Υπάρχει ενδιαφέρον από τους υπαλλήλους για την δουλειά τους;

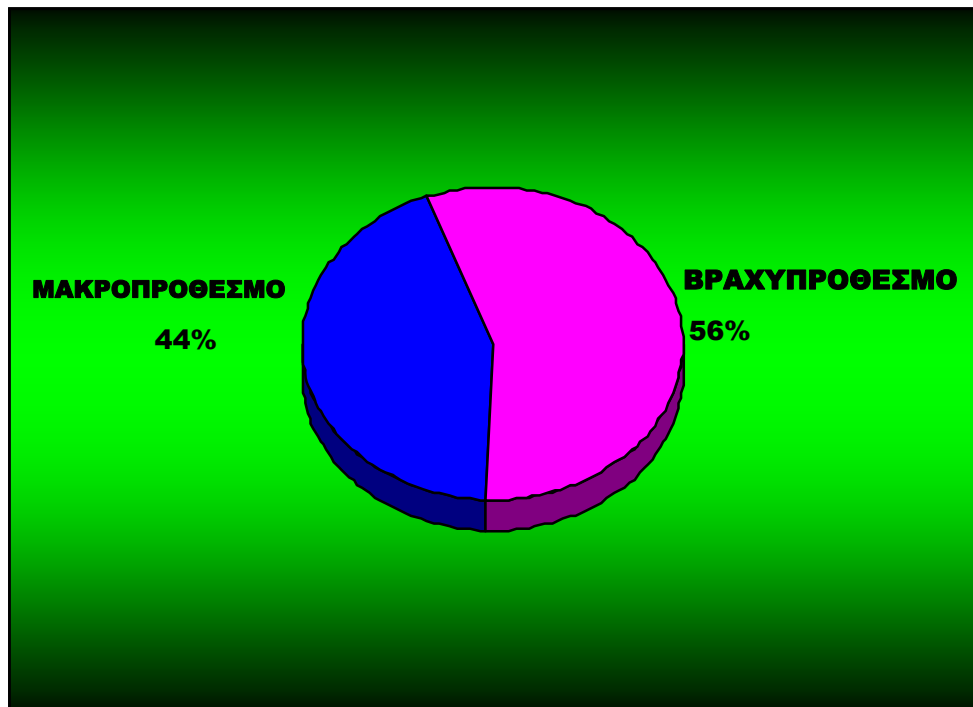
Εάν ΝΑΙ πως αυτό εκδηλώνεται;



Ερώτηση 19. Με ποιους τρόπους βελτιώνει η επιχείρηση τις συνθήκες εργασίας;



Ερώτηση 20. Τι προγραμματισμό κάνετε στη επιχείρηση;



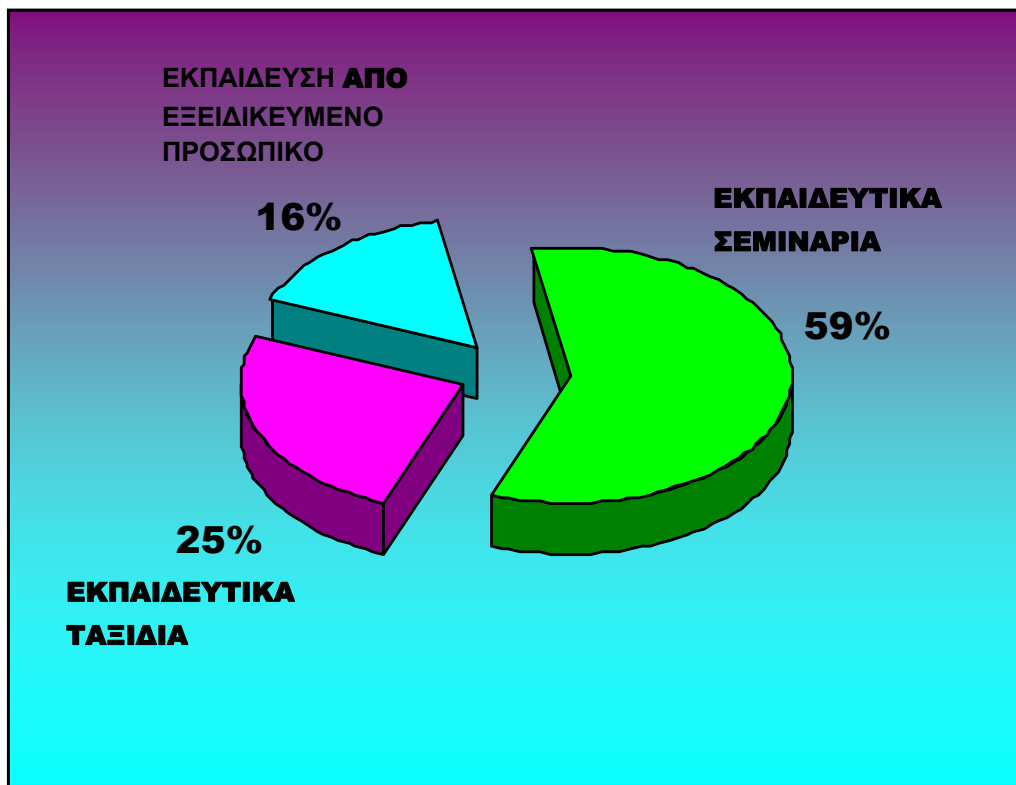
Ερώτηση 21. Με ποιο τρόπο τροποποιείτε τον προγραμματισμό της επιχείρησης;



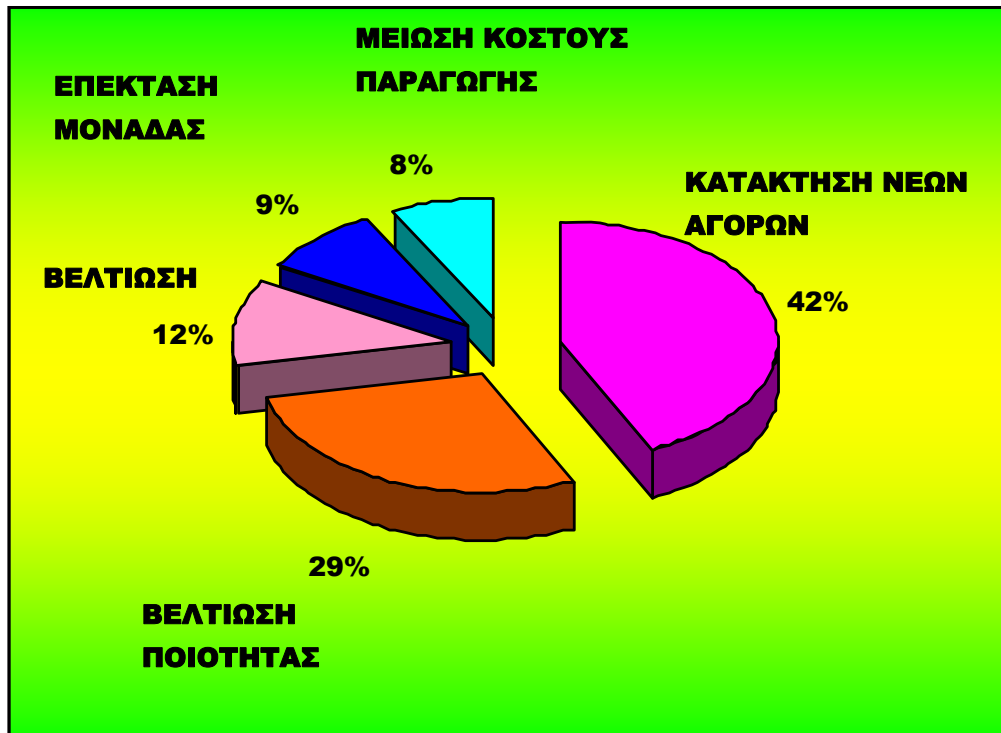
Ερώτηση 22. Πως γίνεται η λήψη αποφάσεων;



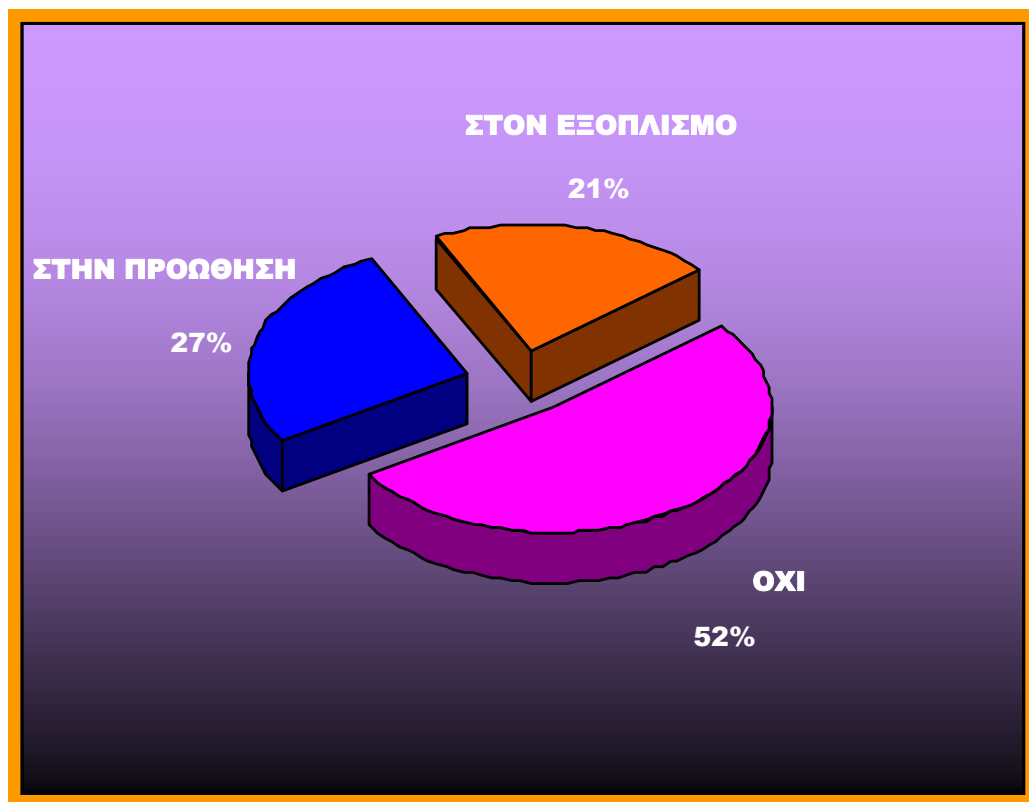
Ερώτηση 23. Με ποιους τρόπους φροντίζετε για την εκπαίδευση στελεχών με σκοπό την ανάληψη καθηκόντων σε υψηλότερα επίπεδα;



Ερώτηση 24. Ποιες δυνατότητες έχει η επιχείρησή σας;

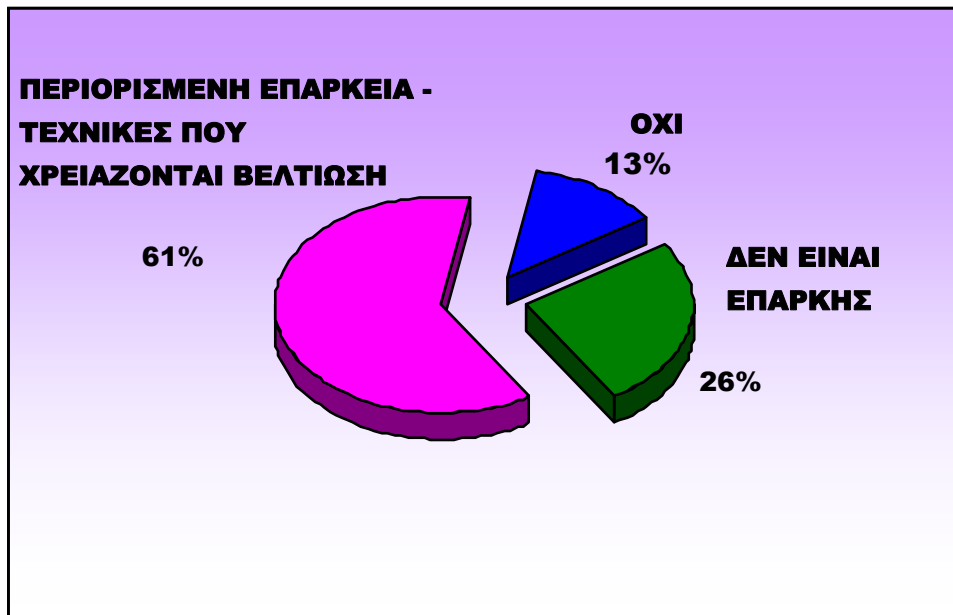


Ερώτηση 25. Έχει η επιχείρησή σας αδυναμίες; Εάν ΝΑΙ ποιες είναι αυτές;

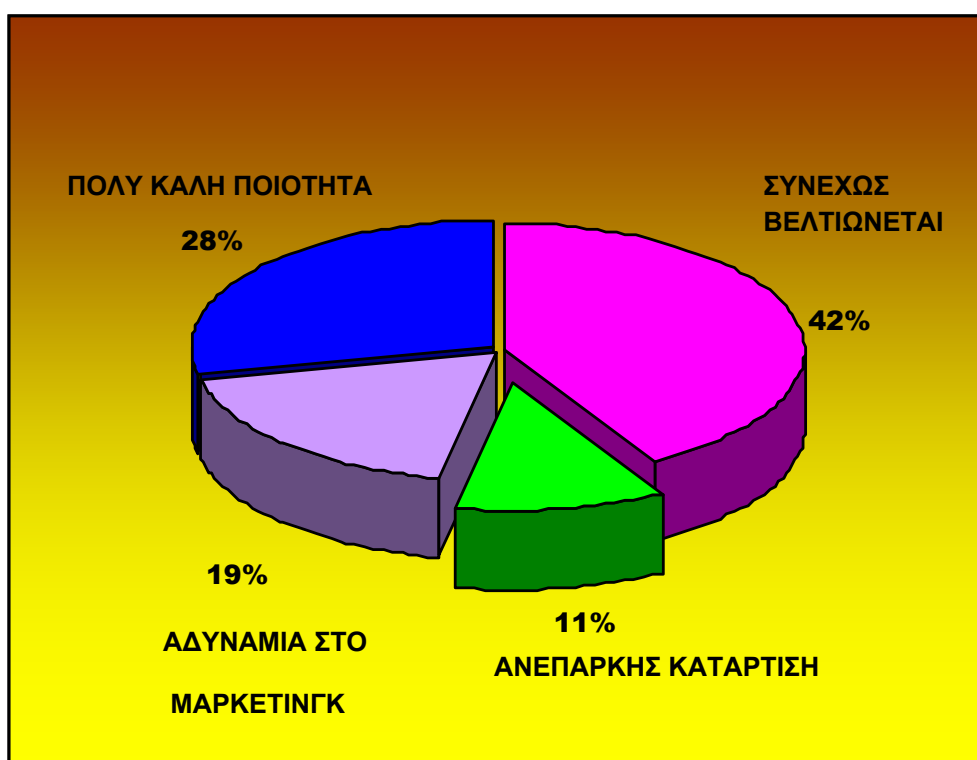


Ερώτηση 26. Υπάρχει βελτίωση στις τεχνικές καλλιέργειας των ελαιοδέντρων και συγκομιδής του ελαιοκάρπου;

Εάν ΝΑΙ, είναι αυτή η βελτίωση επαρκής για την διασφάλιση της ποιότητας του τελικού σας προϊόντος;



Ερώτηση 27. Πώς θα χαρακτηρίζατε την Ελληνική παραγωγή ελαιολάδου;



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μετά το πέρας της έρευνας αυτής διαπιστώνω, και σε πρώτο επίπεδο, ότι η επιλογή εγκατάστασης των περισσότερων επιχειρήσεων ελαιολάδου έχει γίνει με βάση την πρόσβαση τους σε λιμάνια και οδικά δίκτυα καθώς και σε προμηθευτές. Το σύστημα παραγωγής τους είναι ως επί το πλείστον σε τμήματα ή ομάδες ενώ η πρώτη ύλη προέρχεται από εγχώριους παραγωγούς και συνεταιρισμούς. Η συντριπτική πλειοψηφία από τις εταιρίες που ερωτήθηκαν εξάγουν τα προϊόντα τους και οι αγοραστές είναι χονδρέμποροι, καταστήματα εστίασης και Σουπερμάρκετ όπως και στο εσωτερικό.

Το σύνολο των εταιριών έχει βελτιώσει μια η παραπάνω από τις λειτουργίες της παραγωγής τα τελευταία έτη, υπάρχει δυνατότητα αύξησης της παραγωγής εάν υπάρχει ζήτηση ενώ μεγάλο βάρος δίνουν στην βελτίωση του Μάρκετινγκ, της προώθησης και της ποιότητας του προϊόντος καθώς θεωρούν ότι είναι αδύναμο σημείο τους αλλά και το κλειδί για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού και την κατάκτηση νέων αγορών επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τον τύπο, τα ηλεκτρονικά μέσα, έχουν ενημερωτικά φυλλάδια και συμμετέχουν σε εκθέσεις, με σκοπό να διαφημιστούν.

Οι μέθοδοι πρόσληψης που ακολουθούνται είναι η αξιολόγηση των βιογραφικών και οι συνεντεύξεις. Οι αξιολόγηση της εργασίας γίνεται με την μέτρηση της απόδοσης, χωρίς να σταματούν να δίνουν κίνητρα για την αύξηση της αποδοτικότητας με την βελτίωση των συνθηκών εργασίας τις αυξήσεις τα μόνους αλλά και τις προαγωγές.

Οι σχέσεις των επιχειρήσεων με τα συνδικάτα των εργαζομένων χαρακτηρίζονται από τις ίδιες τις επιχειρήσεις από πολύ καλές έως άριστες ενώ υπάρχει αντίστοιχο ενδιαφέρον των εργαζομένων για την δουλειά τους με τις επιχειρήσεις να φροντίζουν για την συνεχή εκπαίδευση των στελεχών τους με εκπαιδευτικά ταξίδια και σεμινάρια.

Ο προγραμματισμός των εταιριών είναι βραχυπρόθεσμος αλλά και μακροπρόθεσμος ενώ οι λήψη των αποφάσεων γίνεται περισσότερο ατομικά παρά συλλογικά και αυτό γιατί υπάρχουν αρκετές μικρές επιχειρήσεις οικογενειακού τύπου χωρίς διακριτή διάθρωση.

Οι επιχειρήσεις ιδιωτικές και συνεταιριστικές, αδυνατούν να διεισδύσουν στις διεθνείς αγορές, με αποτέλεσμα οι εξαγωγές επώνυμου τυποποιημένου ελαιολάδου να είναι λιγότερες απ' ό,τι θα μπορούσαν να είναι. Θα πρέπει λοιπόν να βρεθούν λύσεις έτσι ώστε να γίνει πλήρης εκμετάλλευση των δυνατοτήτων που παρέχει το κρητικό ελαιόλαδο στο νησί.

Πρώτα από όλα, θεωρείται απαραίτητη η διασφάλιση της εξαιρετικής ποιότητας που διακρίνει το κρητικό ελαιόλαδο. Για τον σκοπό αυτό, είναι πολύ σημαντική η οργάνωση του κλάδου. Απαιτούνται συνολικές και συντονισμένες προσπάθειες, καθώς και καλή συνεργασία των Κρητικών επιχειρήσεων παραγωγής, τυποποίησης και εμπορίας του ελαιολάδου και των τοπικών φορέων. Θα πρέπει επίσης, να εφαρμοστούν στις επιχειρήσεις αυτές συστήματα διασφάλισης ποιότητας (ISO, H.A.C.C.P., κλπ.), τα οποία θα πρέπει να ακολουθούνται από ελέγχους του τελικού προϊόντος για την κατοχύρωση της άριστης ποιότητάς του.

Σημαντική επίσης είναι και η καταπολέμηση της εμπορίας χύμα ελαιολάδου στο εξωτερικό με την μορφή χονδρικής αλλά και λιανεμπορίου στο εσωτερικό. Αυτό που έχει στρέψει αρκετούς ελαιοπαραγωγούς στην πώληση χύμα ελαιολάδου είναι το εύκολο κέρδος και το γεγονός ότι δεν προϋποθέτει επενδύσεις, επομένως μειώνει το ρίσκο. Οι λόγοι αυτοί, καθώς και τα συνεχή скаμπανεβάσματα των τιμών, λειτουργούν αποθαρρυντικά για τους επιχειρηματίες που σκοπεύουν να επενδύσουν και που έχουν τις γνώσεις και ίσως και τις απαιτούμενες διαπραγματευτικές ικανότητες, με αποτέλεσμα το επώνυμο τυποποιημένο κρητικό ελαιόλαδο να παραμένει ανεκμετάλλευτο.

Το εξαγωγικό πρόβλημα λοιπόν ξεκινά από την εγχώρια αγορά. Το εμπόριο χύμα ελαιολάδου δεν επιτρέπει την ανάπτυξη του κλάδου στο εσωτερικό και οδηγεί στην απώλεια εισοδήματος που θα προσέδιδε προστιθέμενη αξία στο κρητικό ελαιόλαδο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με την νόμιμη διακίνηση τυποποιημένου ελαιολάδου να μην μπορούν να αντεπεξέλθουν στον διεθνή ανταγωνισμό.

Ένα ακόμα πολύ σημαντικό σημείο είναι ότι οι επιχειρήσεις ελαιολάδου στην Κρήτη είναι πολλές σε αριθμό με μικρό όμως μέγεθος. Το γεγονός αυτό τις καθιστά

ανίσχυρες μπροστά στις οργανωμένες επιχειρήσεις του εξωτερικού, με αποτέλεσμα να μην καταφέρνουν να διεισδύσουν ή να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς τους στις ξένες αγορές.

Καθοριστικός είναι και ο ρόλος της πολιτείας στην στήριξη των επιχειρήσεων αυτών. Είναι απαραίτητη η εκπαίδευση του αγροτικού πληθυσμού και η θέσπιση κατάλληλων νομοθετικών ρυθμίσεων που να εφαρμόζονται, όπως επίσης και ο ορισμός αρμόδιων φορέων ελέγχου στο πρωτογενές και δευτερογενές στάδιο.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΦΤΗΚΑ

1. BARTISMA A.E, Αλφά Μυλοποτάμου, Ρέθυμνο.
2. ΠΡΩΤΟΓΕΡΑΚΗΣ Α.Ε , Βόροι, Ηρακλείου.
3. AGRON TERRA A.E, Άδελλε, Ρεθύμνου.
4. Βίος Απλούς Α.Ε, Πέραμα, Ρέθυμνο.
5. Ε.Α.Σ Ρεθύμνου, Τρία Μοναστήρια, Ρέθυμνο.
6. ΛΑΤΖΙΜΑΣ Α.Ε, Πάνορμο, Ρεθύμνου.
7. ΜΥΛΟΡΟΤΑΜΟΣ Α.Ε, Αγγελιανά, Ρεθύμνου.
8. ΜΠΡΑΧΙΜΟ Α.Ε, Πέραμα, Ρέθυμνο.
9. ΚΡΗΤΩΝ ΜΥΘΟΣ Α.Ε, Βαρύπετρο, Χανιά.
10. ΚΡΗΤΕΛ Α.Ε, Γαλλιά, Ηρακλείου.
11. Α.Β.Ε.Α. Α.Ε, Αγροκήπιο, Χανιά.
12. TERRA CRETA Α.Ε, Κολυμπάρι, Χανιά.
13. ΣΚΟΥΛΟΥΔΗΣ Α.Ε.Ε, 10 ΧΛΜ Ηρακλείου-Μοιρών.
14. ΑΣΤΡΟΝ ΜΙΡΑΜΒΕΛΟΥ Α.Ε, Νεάπολη, Λασιθίου.
15. ΑΝΔΡΟΥΛΑΚΗΣ ΠΑΥΛΟΣ, Καλλονή Πεδιάδος, Ηρακλείου.
16. ΔΙΓΕΝΑΚΗΣ, Κατακουζηνού 7, Ηράκλειο.
17. ΕΛΑΙΟΕΜΠΟΡΙΚΗ Ε.Π.Ε, Κεραμούτσι, Ηρακλείου.
18. ΕΛΑΙΟΚΟΣΜΟΣ ΚΡΗΤΗΣ Ε.Π.Ε, Παναγία Πεδιάδος, Ηρακλείου.
19. ΠΑΠΑΔΟΓΙΩΡΓΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε, Σόλωνος 12. Ηράκλειο.
20. ΕΥΡΙΠΠΙΔΗΣ Α.Ε, Πλώρα Καινουργιού, Ηρακλείου.
21. ΑΦΟΙ ΚΑΡΓΑΚΗ Α.Ε, Γαλλιά Καινουργιού, Ηρακλείου.
22. ΚΕΛΑΡΑΚΗΣ Γ., Θραψανό, Ηρακλείου.
23. ΜΑΥΡΑΚΗΣ Ε, Λ. Κνωσού 49, Ηράκλειο.
24. ΜΠΟΤΖΑΚΗΣ Α.Ε, Αλάγνι, Ηρακλείου.
25. ΜΠΟΥΡΝΑΖΑΚΗΣ Κ, Σγουροκεφάλι, Ηρακλείου.
26. ΠΑΠΑΔΟΓΙΩΡΓΑΚΗΣ Φ, Λ.Κνωσού 236, Ηράκλειο.
27. ΡΟΥΣΟΣ Α.Ε, Σκελέτζη 9, Ηράκλειο.
28. Σ. ΛΙΟΔΗΣ Κ ΣΙΑ Ο.Ε, Βρυούλον 7, Ηράκλειο.
29. ΜΕΛΑΜΠΙΑΝΑΚΗΣ Ε. Κ ΣΙΑ Ο.Ε. Πλώρα, Ηρακλείου.
30. ΜΑΝΩΛΑΚΗ Κ ΣΙΑ Ο.Ε, Επισκοπή, Ρεθύμνου.
31. ΧΑΡΜΑΝΗ-ΧΡΙΣΤΟΥΛΑΚΗΣ Ο.Ε, Καποδιστρίου 6, Ρέθυμνο.

32. ΚΡΗΤΙΚΗ ΓΗ ΑΒΕΕ, Σούδα, Χανίων.
33. ΑΝΔΡΟΝΙΚΑΚΑΣ Γ, Νεροκούρου, Χανίων.
34. ΑΦΟΙ ΚΟΥΡΙΔΑΚΗ Α.Ε, Βουκολιές, Χανίων.
35. ΕΛΒΑ Α.Ε, Βαμβακόπουλο, Χανίων.
36. ΡΕΝΙΕΡΗΣ Ε.Ε.Ε., Σφακοπηγάδι, Χανίων.
37. ΚΟΛΥΜΠΑΡΙ Α.Ε, Κολυμπάρι, Χανίων.
38. ΚΡΗΤΙΚΗ ΓΑΙΑ Α.Ε, Σούδα, Χανίων.
39. Χ.Β.Ι ΓΙΑΝΟΥΛΗΣ Α.Ε, Κισσάμου 177, Χανιά.
40. HELLENIC PRODUCTS S.A, Ποταλίου 28, Ρέθυμνο.
41. ΜΑΝΩΛΑΚΗ Κ ΣΙΑ Ο.Ε, Καστέλι, Λασιθίου.
42. Α.Σ, ΚΡΙΤΣΑΣ, Κριτσά, Λασιθίου.
43. Creta Oil Α.Ε.Β.Ε, Αλάγνι, Ηρακλείου..
- 44.ΚΡΗΤΙΔΑ Α.Ε.Β.Ε, Κυπαρισσίας 27,Ηράκλειο.
45. ΣΗΦΑΚΗΣ Κ Ο.Ε, Γωνιές, Λασιθίου.
46. OLICO Α .Ε, Μελλέσες, Ηρακλείου.
47. OLIVETA Α.Ε, Ιεράπετρα,Λασιθίου.
48. ΕΝΩΣΗ ΠΕΖΩΝ, Πεζά, Ηρακλείου.
49. ΜΠΙΡΛΙΡΑΚΗ ΑΦΟΙ Κ ΣΙΑ Ο.Ε, Πάνορμο, Ρεθύμνου.
50. MARENTOIL Α.Ε, Κίσσαμος, Χανίων.
51. ΧΡΟΝΑΚΗ Μ Κ Α Ε.Π.Ε, Κουνάβοι, Ηρακλείου

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

4.1. ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΕΛΑΙΟΔΕΝΤΡΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Η καλλιέργεια του εδάφους των ελαιώνων αποτελεί μια φροντίδα που σκοπό έχει να απαλλάξει έγκαιρα των ελαιώνα από τα ζιζάνια που κλέβουν από τα δέντρα υγρασία και πολύτιμα θρεπτικά συστατικά. Η ελιά αρχίζει να παράγει από τον τρίτο χρόνο μετά την φύτευση της .σημαντική όμως παραγωγή δίνει στα έξι με επτά της χρόνια. Η ελιά για να καρποφορήσει πρέπει να δέχεται δυο τύπους κλαδεμάτων. Ένας τύπος κλαδέματος είναι το κλάδεμα καρποφορίας που γίνεται κάθε χρόνο λίγο μετά την συγκομιδή και ο άλλος τύπος είναι το κλάδεμα ανανέωσης που γίνεται σε γέρικα δέντρα για την επαναφορά τους σε παραγωγική κατάσταση .Η λίπανση με κατάλληλα λιπάσματα στο σωστό χρόνο και η άρδευση κυρίως στην περίοδο της άνοιξης συντελούν στην εξασφάλιση μιας σταθερής παραγωγής που θα βελτιώνεται χρόνο με το χρόνο. Η προσβολή των ελαιοδέντρων από ζιζάνια όπως ο λεκάνιος και ο δάκος, μπορούν να προκαλέσουν σημαντικές ζημιές στην ποιότητα και την ποσότητα της παραγωγής, για αυτό χρησιμοποιούνται ειδικές παγίδες



Εικόνα 4. Ελαιόκαρπος πριν την συγκομιδή (πηγή-wwwolivephoto.gr)

Από τα μέσα του Νοέμβρη μέχρι τον Φλεβάρη η καρποί της ελιάς έχουν αποκτήσει αρκετό λάδι και αρχίζουν να συγκομίζονται. Η συγκομιδή του ελαιοκάρπου γίνεται με ράβδισμα της ελιάς και πτώση του καρπού σε δίχτυα από λινάτσα ή πλαστικό όπου στην συνέχεια τοποθετούνται σε σακιά για την μεταφορά τους στο ελαιουργείο. Η παραγωγή ελαιολάδου στην Κρήτη σήμερα υπερβαίνει τους 150.000 τόνους ετησίως, με την έκταση των ελαιώνων να ξεπερνά τα 2.350.000 στρέμματα (Αλεξιάκης, 2005: 17-18).



Εικόνα 5. Συγκομιδή ελαιοκάρπου
(πηγή-www.olivephoto.gr)

4.2 ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ

Σήμερα δύο διαφορετικές διαδικασίες εξαγωγής ελαιόλαδου χρησιμοποιούνται ευρέως οι οποίες βασίζονται στη φυγοκέντριση. Τα φυγοκεντρικά συστήματα, διακρίνονται σε τριών και δύο φάσεων, ανάλογα με τα προϊόντα που δίνουν στο τέλος της επεξεργασίας .

Επιπλέον εφαρμόζεται η «παραδοσιακή διαδικασία», κατά την οποία το ελαιόλαδο εξάγεται με πίεση σε υδραυλικό πιεστήριο. Τα τρία συστήματα διαφέρουν σημαντικά ως προς το ποσό των υγρών αποβλήτων και των άλλων παραπροϊόντων που παράγουν. Η επεξεργασία του ελαιολάδου αποτελείται από **επτά** βήματα:

1. Παραλαβή του καρπού

Μετά τη συγκομιδή οι ελιές παραδίδονται στις μεταποιητικές μονάδες για επεξεργασία το ταχύτερο δυνατόν. Η μεταφορά τους γίνεται σε πλαστικά τελάρα (κλούβες) με οπές αερισμού ή πλαστικούς σάκους. Σε περίπτωση που χρειάζεται να αποθηκευτεί ο καρπός θα πρέπει να είναι για μικρό χρονικό διάστημα σε χώρο με καλό αερισμό.

2. Πλύσιμο

Οι ελιές τοποθετούνται αρχικά σε χοάνη παραλαβής ελαιοκάρπου και στη συνέχεια με μεταφορική ταινία οδηγούνται στο αποφυλλωτήριο, όπου απομακρύνονται τα φύλλα και άλλα φερτά υλικά. Ακολουθεί πλύσιμο για την απομάκρυνση ξένων υλών (σκόνη, χώμα, κ.λπ.). Το νερό μπορεί να ανακυκλωθεί μετά από κατακρήμνιση ή διήθηση των στερεών συστατικών του. Απαιτούνται περίπου 100-120 L νερού για την πλύση 1000 kg ελαιοκάρπου. Μετά το πλύσιμο ακολουθεί η άλεση του καρπού σε ελαιόμυλο ή σπαστήρα.

3. Σπάσιμο-άλεση ελαιοκάρπου

Στα παραδοσιακά ελαιοτριβεία η άλεση του καρπού γίνεται με κυλινδρικές μυλόπετρες. Στις σύγχρονες μονάδες χρησιμοποιούνται μεταλλικοί μύλοι, σφυρόμυλοι και σπαστήρες με οδοντωτούς δίσκους. Εάν οι ελιές που υποβάλλονται σε επεξεργασία είναι παγωμένες ή πολύ ξηρές, προστίθεται μια μικρή ποσότητα νερού (100-150 l ανά 1000 kg καρπού).

4. Μάλαξη

Μετά την άλεση, η ελαιοζύμη αναμιγνύεται στο μαλακτήρα μετά την προσθήκη ζεστού νερού. Η μάλαξη αποτελεί βασικό στάδιο της επεξεργασίας και συντελεί στην συνένωση των μικρών ελαιοσταγονιδίων με μεγαλύτερες σταγόνες λαδιού. Για τη διευκόλυνση της διαδικασίας η ελαιοζύμη θερμαίνεται στους 28-30°C.



Εικόνα 6. Ανάμιξη ελαιοζύμης (πηγή-www.oliveextraction.com)

Στο μαλακτήρα προστίθεται νερό μέχρι και 100 % της ποσότητας της ελαιοζύμης, πριν την εξαγωγή του ελαιόλαδου σε διφασικό ή τριφασικό φυγοκεντρικό σύστημα.

5. Παραλαβή του ελαιόλαδου

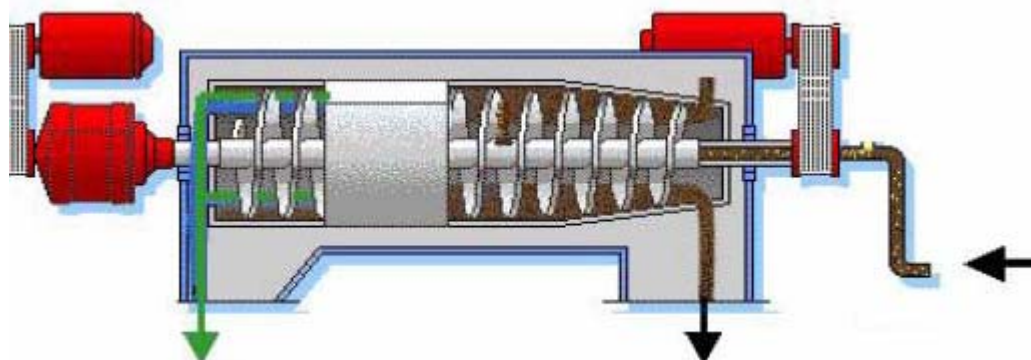
Η παραδοσιακή μέθοδος της πίεσης και η διαδικασία των τριών φάσεων παράγουν το παρθένο ελαιόλαδο και δύο τύπους αποβλήτων: τα υγρά απόβλητα (κατσίγαρος) και τα στερεά απόβλητα (ελαιοπυρήνας). Η παραδοσιακή μέθοδος είναι μια ασυνεχής διαδικασία (batch type process) που διαφοροποιείται σε δύο φάσεις με την πίεση των αλεσμένων καρπών. Η υγρή φάση (μίγμα νερού/λαδιού) διαχωρίζεται αργότερα προκειμένου να ληφθεί το ελαιόλαδο. Υπολογίζεται ότι από 1.000 kg καρπού παράγονται περίπου 350 kg ελαιοπυρήνα (περιεκτικότητα σε υγρασία 25 %) και περίπου 450 kg υγρά απόβλητα (απόνερα). Εντούτοις, αν και είναι πιο οικολογική, η τεχνική αυτή είναι ασυνεχής, γεγονός που αποτελεί μειονέκτημα για τη σύγχρονη βιομηχανία (Λαμπράκη, 1999:97).



Εικόνα 7. Εξαγωγή ελαιολάδου (πηγή-www.oliveextraction.com)

Η τριφασική διαδικασία είναι μια συνεχής διαδικασία (continuous process) που έχει αντικαταστήσει την παραδοσιακή μέθοδο. Χρονολογείται από τη δεκαετία του 1970-1980. Οι αλεσμένες ελιές τοποθετούνται σε ένα τριφασικό φυγοκεντρικό διαχωριστήρα (decanter) όπου τα διαφορετικά μέρη (ελαιόλαδο, απόνερα, ελαιοπυρήνας) διαχωρίζονται με την επίδραση της φυγοκέντρου δύναμης. Το κύριο μειονέκτημα της μεθόδου είναι οι μεγάλες ποσότητες ύδατος που απαιτούνται και συνεπώς η παραγωγή σημαντικού όγκου υγρών αποβλήτων που προκαλούν ρύπανση. Υπολογίζεται ότι από 1.000 kg καρπό, παράγονται 500 kg ελαιοπυρήνα (περιεκτικότητα σε υγρασία 50 %) και 1.200 kg υγρά απόβλητα. Πριν μερικά χρόνια εμφανίστηκε στην αγορά το διφασικό σύστημα (αποκαλούμενο και «οικολογικό σύστημα»). Σε αυτή τη διαδικασία, τα τελικά προϊόντα είναι το ελαιόλαδο και ο ελαιοπυρήνας στον οποίο ενσωματώνονται τα απόνερα. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα του συστήματος είναι η μειωμένη κατανάλωση νερού και η έλλειψη υγρών αποβλήτων. Υπολογίζεται ότι κατά την επεξεργασία 1.000 kg καρπού παράγονται 800 kg περίπου υγρής ελαιοπυρήνας. Σοβαρό, όμως, μειονέκτημα της μεθόδου είναι ότι η ελαιοπυρήνα που προκύπτει έχει αυξημένη υγρασία και είναι δύσκολη στο χειρισμό, στη μεταφορά και την επεξεργασία. Επιπλέον, ξηραίνεται με αργό ρυθμό και έχει υψηλό ρυπαντικό φορτίο.

Εικόνα 8. Ο διφασικός διαχωριστήρας



6. Καθαρισμός του ελαιόλαδου

Τα στερεά σωματίδια (τεμαχίδια σάρκας, φλοιού, θρύμματα πυρηνόξυλου, κλπ) που βρίσκονται διαλυμένα στην υγρή φάση απομακρύνονται με τη χρήση παλινδρομικά κινούμενων κοσκίνων (κόσκινα απολάσπωσης). Σημειώνεται ότι το βάρος των στερεών σωματιδίων υπολογίζεται σε ποσοστό 0.5-1 % επί του συνολικού βάρους της υγρής φάσης.

7. Τελικός διαχωρισμός

Ο τελικός διαχωρισμός του ελαιόλαδου από τα φυτικά υγρά γίνεται με τη χρήση φυγοκεντρικών ελαιοδιαχωριστήρων.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, οι τρεις διαφορετικές επεξεργασίες παραλαβής ελαιόλαδου (παραδοσιακή, τριφασική και διφασική) διαφέρουν σημαντικά στον όγκο και τη σύσταση των αποβλήτων που παράγουν. Παρακάτω παρουσιάζονται οι διαφορές μεταξύ των τριών διαδικασιών (Αλεξάκης, 2005).

Μέση σύσταση υγρών αποβλήτων ελαιουργείων

Χαρακτηριστικά Τιμή (γραμμάρια/λίτρο)

Ολικά στερεά 14-126

Πτητικά οργανικά στερεά 12-105

Ολικά αιωρούμενα στερεά 0.4-24

Χημικά απαιτούμενο οξυγόνο 25-162

Βιοχημικά απαιτούμενο οξυγόνο 9.2-100

Ολικό οργανικό άζωτο 0.009-3.2

Ολικός φώσφορος ίχνη-1.4

Πίνακας 2. Χαρακτηριστικά των αποβλήτων των κλασικών και φυγοκεντρικών ελαιουργίων.

ΤΥΠΟΣ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΟΥ	ΚΛΑΣΙΚΟ	ΦΥΓΟΚΕΝΤΡΙΚΟ
Βιοχημικά απαιτούμενο οξυγόνο, (BAO) σε γραμμάρια στο λίτρο	90-100	35-48
Αιωρούμενα στερεά (%)	0.1	0.9
Ολικά στερεά (%)	12	6
Ολικά οργανικά στερεά (%)	10.5	5.5
Ολικά ανόργανα στερεά (%)	1.5	0.5
Οργανικές ουσίες (%)		
Ολικά σάκχαρα	2-8	0.5-2.6
Αζωτούχες ενώσεις	0.5-2	1.7-2.4
Οργανικά οξέα	0.5-1	0.2-0.4
Πολυαλκοόλες	1-1.5	0.3-0.5
Πηκτίνες, ταννίνες	1-1.5	0.2-0.5
Πολυφαινόλες	2-2.4	0.3-0.8
Λίπη	0.03-1	0.5-2.3
Ανόργανα στοιχεία (%)		

P	0.11	0.03
K	0.72	0.27
Ca	0.07	0.02
Mg	0.04	0.01
Na	0.09	0.03

Από τους παραπάνω πίνακες προκύπτει ότι το διφασικό σύστημα δημιουργεί μεγαλύτερο όγκο στερεού υπολείμματος, παράγει όμως μικρότερα ποσά υγρών αποβλήτων και χαμηλότερες τιμές του βιοχημικά απαιτούμενου οξυγόνου πέντε ημερών (BAO5). Είναι επίσης χαρακτηριστικό ότι η περιεκτικότητα του ελαιόλαδου σε πολυφαινόλες είναι μικρότερη στο τριφασικό σύστημα λόγω των υψηλών ποσών προστιθέμενου νερού. Επιπλέον στα φυγοκεντρικά ελαιοτριβεία έχουμε μειωμένη περιεκτικότητα των αποβλήτων σε στερεά σε σχέση με τα κλασικά. Αυτό οφείλεται στο γεγονός, ότι η διαδικασία της φυγοκέντρισης απαιτεί εκτός από την προσθήκη νερού στους κατακόρυφους διαχωριστήρες, οι οποίοι υπάρχουν κατά κανόνα τόσο στα κλασικά όσο και στα φυγοκεντρικού τύπου ελαιουργεία, και συνεχή προσθήκη μίας επιπλέον ποσότητας νερού ίσης προς το 30-50 % του επεξεργάσιμου καρπού. Η προσθήκη αυτή αφ' ενός προκαλεί μία φυσιολογική αραίωση των περιεχόμενων συστατικών, αφ' ετέρου όμως αυξάνει την τελικά παραγόμενη ποσότητα αποβλήτων ανά μονάδα επεξεργαζόμενου καρπού. Τέλος το ελαιόλαδο που προκύπτει από τη διφασική επεξεργασία είναι υψηλής ποιότητας και σταθερό στην οξείδωση.

Οι μέθοδοι εξαγωγής του ελαιόλαδου διαφέρουν ανάλογα με τη χώρα και την περιοχή. Στην Ισπανία και ειδικότερα στις νότιες περιοχές όπου η παραγωγή προέρχεται αποκλειστικά από μεσαίου και μεγάλου μεγέθους συνεταιρισμούς, η διφασική μέθοδος εξαγωγής ελαιόλαδου χρησιμοποιείται σε ποσοστό 95%. Στην Ιταλία χρησιμοποιείται ευρύτατα το τριφασικό σύστημα.

Η πλειονότητα των ελαιουργείων που λειτουργούν στην Ελλάδα είναι φυγοκεντρικά

τριών φάσεων. Διατηρούνται επίσης μερικά πιεστικά παλαιού τύπου. Τα ελαιουργεία δύο φάσεων δεν έχουν διαδοθεί πολύ στη χώρα μας κυρίως λόγω του ημιστερεού αποβλήτου που παράγουν, το οποίο δεν είναι επεξεργάσιμο στα πυρηνελαιουργεία. Εν τούτοις, την τελευταία πενταετία γίνεται μία προσπάθεια εξάπλωσης αυτών, κυρίως σε περιοχές της νότιας Πελοποννήσου.

Η κύρια περιβαλλοντική παράμετρος που συνδέεται με τη λειτουργία των ελαιουργείων στην Ελλάδα, είναι τα παραγόμενα υγρά απόβλητα (κατσίγαρος). Ο κατσίγαρος παράγεται από ελαιουργεία που χρησιμοποιούν φυγοκεντρικούς διαχωριστήρες τριών φάσεων, τα οποία είναι και τα πολυπληθέστερα στον ελλαδικό χώρο. Το στερεό υπόλειμμα (πυρηνόξυλο) της συγκεκριμένης παραγωγικής διαδικασίας μπορεί να εκληφθεί ως χρήσιμο παραπροϊόν αφού αποτελεί την πρώτη ύλη των πυρηνελαιουργείων (Ψυλάκης, 2006: 12-27).

4.3 ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Το ελαιόλαδο συσκευάζεται σε ανοξείδωτα μεταλλικά δοχεία με την λευκοσιδηρά συσκευασία να κατέχει σημαντική θέση. Επίσης χρησιμοποιούνται γυάλινες φιάλες με σκοτεινό χρώμα ενώ αποφεύγονται διαφανής γυάλινες και πλαστικές συσκευασίες, οι οποίες όταν χρησιμοποιούνται πρέπει να τοποθετούνται μέσα σε χαρτοκιβώτια. Η επιλογή της συσκευασίας γίνεται με σκοπό να προστατευτεί το ελαιόλαδο από την οξείδωση και να είναι η μεταφορά και αποθήκευση του.



Εικόνα 9. Εμφιάλωση ελαιολάδου (πηγή: www.oliveextraction.com).

4.4. ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ

Η εναπόθεση και η διατήρηση των συσκευασμένων προϊόντων γίνεται σε ειδικά διαμορφωμένους χώρου με τις κατάλληλες συνθήκες (υγρασία, φως, θερμοκρασία) ώστε να μην υπάρξει υποβάθμιση της ποιότητας του ελαιολάδου. Από τους χώρους αποθήκευσης γίνεται η φόρτωση των συσκευασιών ελαιολάδου σε φορτηγά οχήματα και η διακίνηση του. Η εύκολη και ανεμπόδιστη κίνηση των οχημάτων, η γρήγορη χρόνοι στη ροή των προϊόντων με την ελάχιστοι κατανάλωση ενέργειας, η απόλυτη ασφάλεια και η σαφής λειτουργικότητα, αποτελούν απαιτήσεις της συγκεκριμένης λειτουργίας καθώς οι χώροι φορτοεκφορτώσεις αποτελούν τα πιο νευραλγικά σημεία μιας αποθήκης (Κυριτσάκης, 2000).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Αλεξιάκης, Α., 2003. **Το ελαιόλαδο και η παραγωγή του**, Αθήνα, Εκδόσεις Σιδέρη, Α Έκδοση
- Κυριτσάκης, Α., Καραμεσίνη-Κυριτσάκη, Ε, 2000. **Όλα τα μυστικά για το ελαιόλαδο**, Εκδόσεις Αγροτύπος Α.Ε.
- Λαμπράκη, Μ., 1999. **Λάδι γεύσεις και πολιτισμός**, Αθήνα.-Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Α΄ έκδοση.
- Μάντζαρης, Γ., 2006. **Σύγχρονη οργάνωση και διοίκηση επιχειρήσεων**, Αθήνα- Εκδόσεις Γκιούρδας.
- Σαρρής, Ν., 2003. **Βασικές αρχές μανάτζμεντ**, Αθήνα -Εκδόσεις Έλλην, Β΄ έκδοση.
- Χολέβας, Γ., 1990. **Οργάνωση και διοίκηση επιχειρήσεων θεωρία και πράξη**, Αθήνα - Εκδόσεις Σμπύλιας, Α΄ έκδοση.
- Ψυλάκης, Ν., 2006. **Το ελαιόλαδο**. Αθήνα- Εκδόσεις Καρμάνωρ, Α΄ έκδοση.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- .Biech, E., 1996. **The HR handbook**, B Edition, Greenwood , Amsterdam –Publishing.
- Duning, S., 1995. **Doing business in Europe**, Berlin -B Edition, Lexington Publishing.
- Elashman, F., 1998. **Multicultural management**, Houston -A Edition, Gulf Publishing.
- Guest, D., 1992. **Human resource management**, Oxford -C Edition, Towers Publishing.
- Harris, P., 1996. **Leadership strategies for the world of business**, Houston- D Edition, Gulf Publishing.
- Hart, T., 1997. **Employee relations management**, London- F Edition, K. Sisson Publishing.
- Holden, L., 1994. **London- Industrial relations**, B Edition, Holden Publishing.
- Koslow, L., 1996. **Business abroad**-A quick guide to international business, Houston- D Edition, Gulf Publishing,.

Makridakis. S., 1991. **Opportunities and challenges for business**, San Francisco -B Edition. Jossey Publishing.

Putti, J., 2002. **Culture and management**, Singapore -E Edition, Graw Hill Publishing.

Richmond, Y., 2000. **Understanding East Europeans**, New York -B Edition, Warner Publishing.

Torrington, D., 1995. **Personal management, Singapore-** C Edition, Prentice Hall Publishing.

Wallach, J., 2003. **Working with Americans**, NewYork -B Edition, Graw Hill Publishing.

Wiilkinson, A., 1994. **Managing quality**, London -C Edition, Dale Publishing.

Zodl, A., 2001. **Export-Import, Cincinnati** -D Edition, Better Way Publishing.

Paul H, Kenneth B 1989. **Business leadership**. Houston - B Edition, Gulf Publishing.

Mintzberg, A., 1973. **Management, London**-A Edition, Neuman Publishing

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ

www.oliveoil.com

www.ΣΕΔΗΚ.gr

www.olivephoto.gr

www.oliveextraction.com

