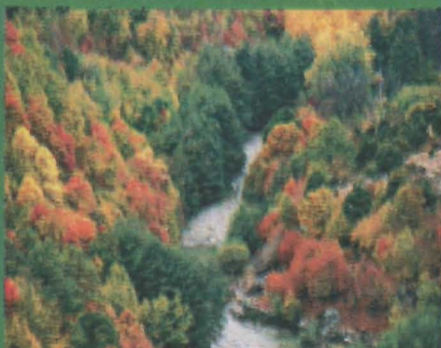
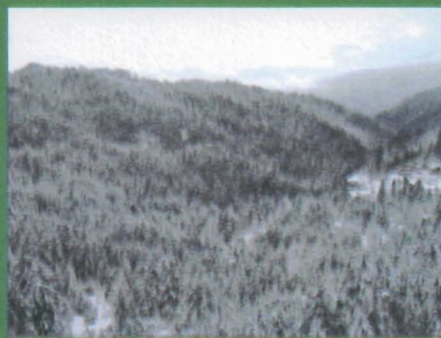


13⁰ Πανελλήνιο Δασολογικό Συνέδριο



Ανάπτυξη Ορεινών Περιοχών Προστασία Φυσικού Περιβάλλοντος

ΠΡΑΚΤΙΚΑ - ΤΟΜΟΣ II

Χλόη Καστοριάς - 7-10 Οκτωβρίου 2007
Κτήριο ΕΔΗΚΑ (εκθετήριο)

Ελληνική Δασολογική Εταιρεία

Η Επικοινωνία και η Συνεργασία μεταξύ των Διαφόρων Τμημάτων των Επιχειρήσεων Παραγωγής Επίπλου

Μουσκατ Αλέξανδρος¹, Παπαδόπουλος Ιωάννης²,
Τρίγκας Μάριος²

1. Κέντρο Εξαρτημάτων Κουζίνας ΑΕΒΕ, θέση Ντρασερέ, Μαγούλα Αττικής

2. Τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου, Παράρτημα Καρδίτσας, ΤΕΙ Λάρισας, 43100 Καρδίτσα

Περίληψη

Η ανάγκη για την αποφυγή λαθών ή παραλείψεων τα οποία οφείλονται σε ελλιπή συνεννόηση μεταξύ των ατόμων των διαφόρων τμημάτων ή κόμβων των τμημάτων, στις επιχειρήσεις επίπλου, και οδηγούν τελικά σε χάσιμο χρόνου και σε αύξηση του κόστους παραγωγής αποτέλεσε τον προβληματισμό για την αναζήτηση πιθανών λύσεων του προβλήματος και προσδιόρισε το σκοπό της έρευνας αυτής που γίνεται για πρώτη φορά στις ελληνικές επιχειρήσεις επίπλου. Για την έρευνα αυτή χρησιμοποιήθηκαν ειδικά δομημένα ερωτηματολόγια τα οποία συμπληρώθηκαν από ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα 30% από το σύνολο των 289 επιχειρήσεων. Ο διαχωρισμός των τμημάτων σε ένα εργοστάσιο του κλάδου παραγωγής επίπλων αν και αποδεικνύεται πολύ ουσιώδης δεν εφαρμόζεται στην πράξη σήμερα λόγω κόστους. Έτσι συχνά συγκεντρώνονται πολλές εργασίες διαφορετικού είδους σε έναν υπεύθυνο ο οποίος τις μοιράζει στο προσωπικό ανάλογα με το αντικείμενο και την ποσότητα των εργασιών με αποτέλεσμα να παρουσιάζεται μεγάλο πρόβλημα στην εφαρμογή των εντολών εργασίας που δίνονται από τους υπεύθυνους. Η λύση του ηλεκτρονικού τρόπου επικοινωνίας σε μια επιχείρηση με τα ελληνικά δεδομένα φαντάζει ακόμα μη εφικτή για το βασικό λόγο ότι απαιτούνται κεφάλαια τόσο για την αγορά των ηλεκτρονικών μέσων όσο και των λογισμικών. Η σωστή όμως μελέτη και σχεδιασμός ενός συστήματος επικοινωνίας μεταξύ των τμημάτων μιας επιχείρησης παραγωγής επίπλου μπορεί να προωθηθεί και να λειτουργήσει στις επιχειρήσεις.

Λέξεις κλειδιά: επικοινωνία τμημάτων, επιχειρήσεις επίπλου, ηλεκτρονικός τρόπος επικοινωνίας.

1. Εισαγωγή

Ο κλάδος παραγωγής επίπλων της ελληνικής βιομηχανίας ξεκίνησε να υφίσταται με την ανάπτυξη των πρώτων μεταποιητικών επιχειρήσεων κατά τη δεκαετία του 1850 (Παρμενίδης και Ρούπα 2003). Ένα κοινό σημείο αναφοράς για όλους τους επιχειρηματίες του κλάδου όλα αυτά τα χρόνια είναι η προσπάθεια για οργάνωση των επιχειρήσεών τους κατά τρόπο ώστε να υπάρχει ομαλή λειτουργία στην επικοινωνία μεταξύ των διαφορετικών ατόμων που έπαιρναν και παίρνουν μέρος στις διαδικασίες ανάπτυξης, παραγωγής και προώθησης των προϊόντων τους (Παππάς 2001). Σήμερα, οι διαφορετικές λειτουργίες μιας επιχείρησης γίνονται από διαφορετικά τμήματα τα οποία αποτελούνται από έναν ή περισσότερους ανθρώπους. Οι άνθρωποι αυτοί μπορεί να είναι εργαζόμενοι στην ίδια την επιχείρηση ή και εξωτερικοί συνεργάτες. Όλοι αυτοί λοιπόν πρέπει να συνεργάζονται για ένα κοινό αποτέλεσμα. Η ανάγκη για την αποφυγή λαθών ή παραλείψεων τα οποία οφείλονται σε ελλιπή συνεννόηση μεταξύ των ατόμων των διαφόρων τμημάτων ή κόμβων των τμημάτων, οδηγούν σε χάσιμο χρόνου και τελικά σε αύξηση του κόστους παραγωγής (Παπαδόπουλος κ.α. 2005). Η ανάγκη αυτή αποτέλεσε τον προβληματισμό για την αναζήτηση πιθανών λύσεων του προβλήματος και

προσδιόρισε το σκοπό της έρευνας αυτής. Φυσικά ο μόνος τρόπος είναι η οργάνωση του τρόπου επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικών μέσων και κυρίως ηλεκτρονικών υπολογιστών. Για την οργάνωση αυτή θα χρειαστεί να αναπτυχθεί μια εφαρμογή η οποία να μπορεί να παραμετροποιεί κατά τέτοιο τρόπο όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης, ώστε με την αλλαγή κάποιου δεδομένου από έναν κόμβο, να αλλάζουν αυτόματα όλες οι λειτουργίες που επηρεάζονται από αυτήν την αλλαγή (Πετρίδου 2001). Ο απώτερος στόχος για τη δημιουργία ενός τέτοιου συστήματος δεν είναι απλά η λύση των προβλημάτων επικοινωνίας μεταξύ των τμημάτων μιας επιχείρησης, αλλά ο περιορισμός των δυνατών λαθών του συστήματος ώστε να αποφεύγεται η ύπαρξη αιτιών που θα μπορούσαν να προκαλέσουν ένα πρόβλημα.

Μετά από μελέτη σε επιμέρους πηγές για την ανάπτυξη της επικοινωνίας των εργαζομένων σε ίδιους χώρους, από τη στιγμή που εμφανίζεται η ομαδική εργασία ως σήμερα, κρίθηκε απαραίτητο να γίνει μια έρευνα με σκοπό τη μελέτη της επικοινωνίας των εργαζομένων και κατ' επέκταση των διαφόρων κόμβων και τμημάτων εργασίας των σύγχρονων επιχειρήσεων του κλάδου του ελληνικού επίπλου. Σημειώνεται ότι ανάλογης φύσης έρευνα για τις ελληνικές επιχειρήσεις επίπλου διεξάγεται για πρώτη φορά.

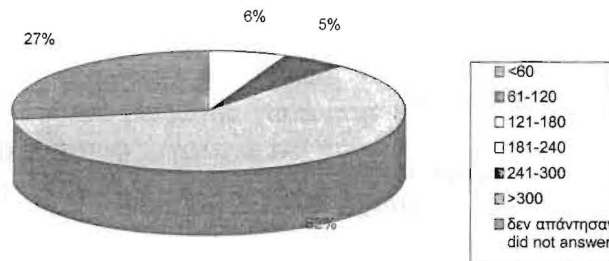
2. Υλικά και μέθοδοι

Η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε για την έρευνα αυτή βασίστηκε στη συμπλήρωση ειδικών ερωτηματολογίων, κατάλληλα δομημένων, ακολουθώντας τις αρχές του σχεδιασμού και της σύνταξή τους, όπως: (Fink 1995, Παπαδόπουλος 2005, Παπαδόπουλος κá 2005 Πασχαλούδης και Ζαφειρόπουλος 2002). Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν σε συνολικό δείγμα εκατό επιχειρήσεων του κλάδου επίπλου, το οποίο επιλέχτηκε με τυχαία δειγματοληψία από σύνολο διακοσίων ογδόντα εννέα επιχειρήσεων, ήτοι σε ποσοστό μεγαλύτερο του 30%. Το πρώτο στάδιο της έρευνας περιλάμβανε τηλεφωνική επικοινωνία με όλες τις επιχειρήσεις της έρευνας, ώστε να συμφωνήσουν για τη συμμετοχή τους στην έρευνα και να επιλεγεί ο τρόπος αποστολής των ερωτηματολογίων. Αυτά στάλθηκαν με τηλεμοιοτυπικό μηχάνημα ή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ανάλογα με την επιθυμία της κάθε επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις που δεν απάντησαν μέσα σε διάστημα τριών μηνών ειδοποιήθηκαν τηλεφωνικά και μετά από συνολική αναμονή πέντε μηνών τελικά συλλέχθηκαν εβδομήντα δύο απαντημένα ερωτηματολόγια (ποσοστό 72%), ιδιαίτερα μεγάλο ποσοστό για έρευνες αυτής της φύσης. Οι απαντήσεις αυτές στάλθηκαν με τον ίδιο τρόπο (fax ή e-mail) και καταγράφηκαν ηλεκτρονικά ώστε μετά από επεξεργασία να πάρουμε τα αποτελέσματα τα οποία παρουσιάζονται παρακάτω αναλυτικά. Η συγκέντρωση των στοιχείων έγινε από τον Απρίλιο μέχρι τον Ιούλιο του έτους 2003 και στη συνέχεια όλα τα δεδομένα αναλύθηκαν στατιστικά με το κοινωνικοοικονομικό στατιστικό πακέτο SPSSWIN ver 11.0 και έγιναν οι σχετικοί έλεγχοι συχνοτήτων (Frequencies), περιγραφικής στατιστικής (Descriptives) και διασταυρώσεων (Crosstabs) (Norusis 1997, Dennis and Duncan 2003).

3. Αποτελέσματα

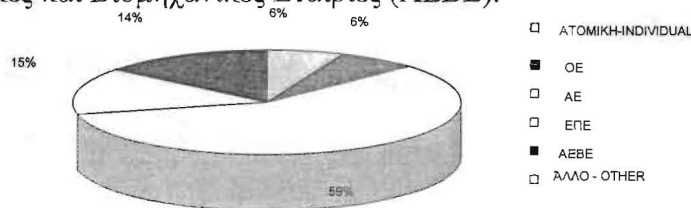
3.1 Το προφίλ των επιχειρήσεων της έρευνας

Αναλύοντας τα ερωτηματολόγια της έρευνας με την παραπάνω διαδικασία, καταγράφηκε το προφίλ των επιχειρήσεων παραγωγής επίπλων που συμμετείχαν στην παρούσα έρευνα. Το 62% των επιχειρήσεων αυτών παρουσιάζουν κύκλο εργασιών μεγαλύτερο από 300.000 €, ιδιαίτερα ενθαρρυντικό δεδομένο, όπου διαπιστώνεται η δυναμικότητά τους στον κλάδο επίπλου. Συμπληρωματικά αναφέρεται ότι ένα 6% αυτών των επιχειρήσεων έχουν κύκλο εργασιών από 181.0000 € έως 240.000 € και το άλλο 5% από 241.000 € έως 300.000 € (Σχήμα 1).



Σχήμα 1. Κλάσεις κύκλου εργασιών επιχειρήσεων παραγωγής ελληνικού επίπλου
Figure 1. Fractions of turnover of Greek furniture manufacture enterprises

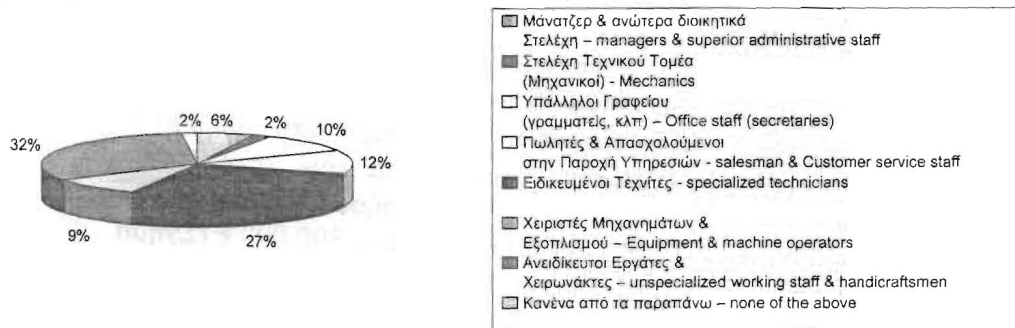
Επιπρόσθετα το 59% των επιχειρήσεων (Σχήμα 2) είναι ανώνυμες επιχειρήσεις, όσον αφορά τη νομική μορφή τους, ενώ το 6% είναι ατομικές εταιρίες, το 6% Ομόρρυθμες Εταιρίες (ΟΕ), το 15% είναι Εταιρίες Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) και το 14% είναι Ανώνυμες Εμπορικές και Βιομηχανικές Εταιρίες (ΑΕΒΕ).



Σχήμα 2. Νομική μορφή των επιχειρήσεων παραγωγής ελληνικού επίπλου
Figure 2. Legal form of Greek furniture manufacture enterprises

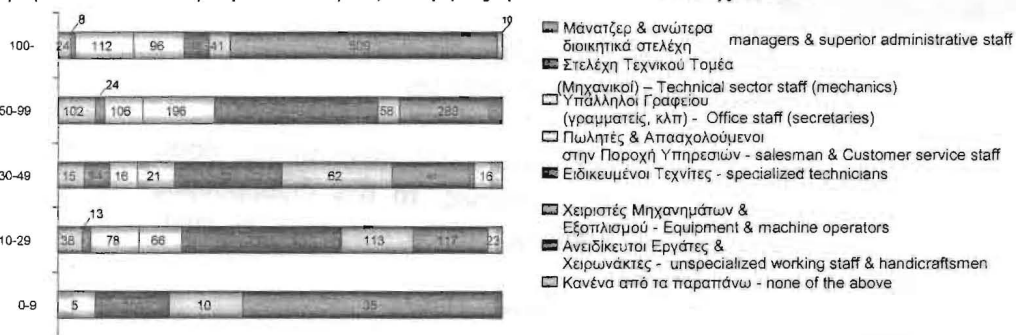
Όσον αφορά τώρα την ηλικία των επιχειρήσεων αυτών το 20% έχουν ιδρυθεί πριν από το 1970, το 52% αυτών ενδιάμεσα στο 1971 με το 1990, ενώ ένα ποσοστό 28% ιδρύθηκαν μετά το 1991 και είναι σχετικά νέες στο χώρο. Το 44% του συνόλου των επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα δηλώνουν ως δραστηριότητα την παραγωγή και εμπορία επίπλων γενικά, ένα 25% δηλώνει ότι ασχολούνται με την παραγωγή και εμπορία επίπλων γραφείου, το 22% δηλώνει ότι ασχολούνται με την παραγωγή και εμπορία επίπλων κουζίνας και ντουλάπας και ένα 9% δηλώνει ότι ασχολούνται με ειδικές κατασκευές επίπλων. Για την καλύτερη επεξεργασία των αποτελεσμάτων κατηγοριοποιήθηκαν οι επιχειρήσεις ανάλογα με τον αριθμό των ατόμων που απασχολούν (Σχήμα 3). Το 13% των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα απασχολούν από 1 έως 9 άτομα, το 50% από 10 έως 29 άτομα, το 9% από 30 έως 49, το 18% από 50 έως 99 και υπέρχει κι ένα 10% που απασχολεί πάνω από 100 άτομα. Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι ο μέσος όρος εργαζομένων ανά επιχείρηση είναι 39,84 άτομα. Κατά μέσο όρο μια επιχείρηση έχει 2,53 εργαζόμενους που είναι τελειόφοιτοι Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος - τουλάχιστον, έχει 2,58 εργαζόμενους με σπουδές σε Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα, 3,55 εργαζόμενους από Ινστιτούτα Επαγγελματικής

Κατάρτισης, 22,91 εργαζόμενους που έχουν τελειώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση και 10,43 εργαζόμενους που έχουν τελειώσει μόνο την πρωτοβάθμια εκπαίδευση. Οι ειδικότητες των εργαζομένων που συναντάμε στις επιχειρήσεις του κλάδου παραγωγής επίπλων είναι ανάλογες του μεγέθους και των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.



Σχήμα 3. Μέσος όρος εργαζομένων ανάλογα με την ειδικότητά τους
Figure 3. Average number of employees according to their specialty

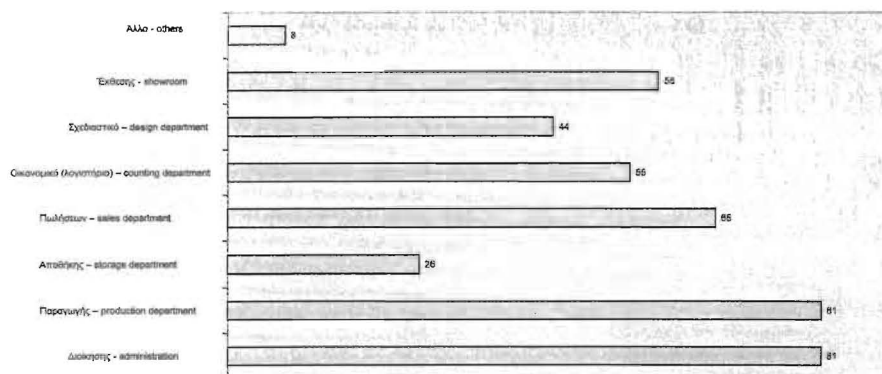
Ακολουθεί (Σχήμα 4) το σύνολο των εργαζομένων ανά ειδικότητα σε κάθε κατηγορία επιχειρήσεων ανάλογα με τον αριθμό εργαζομένων που απασχολούν.



Σχήμα 4. Αριθμός εργαζομένων ανά ειδικότητα σε σχέση με τον αριθμό εργαζομένων ανά εργοστάσιο
Figure 4. Number of employees per specialty according to the number of employees per industry

3.2 Η επικοινωνία στα τμήματα των επιχειρήσεων παραγωγής επίπλων.

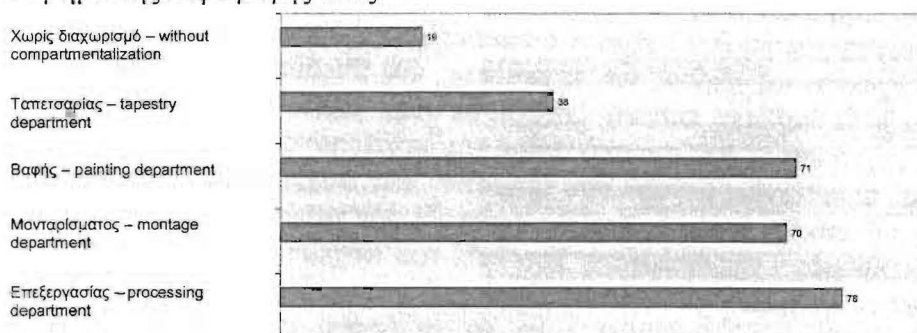
Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου ακολούθησαν ερωτήσεις σχετικές με την επικοινωνία μέσα στους χώρους των επιχειρήσεων. Αρχικά είναι σημαντικό πως το 93% των ερωτηθέντων πιστεύει πως ο διαχωρισμός τμημάτων κατά την οργάνωση μιας επιχείρησης είναι ουσιώδης και απαραίτητος άσχετα με το μέγεθος και τον αριθμό των εργαζομένων της επιχείρησης. Στο Σχήμα 5 φαίνονται τα ποσοστά των εταιριών στις οποίες λειτουργούν αυτόνομα ως ξεχωριστά τμήματα αυτά της διοίκησης (81%), παραγωγής (81%), αποθήκης (26%), πωλήσεων (66%), οικονομικό (55%), σχεδιαστικό (44%), έκθεσης (58%) και κάποια άλλα τμήματα (8%). Το τμήμα της παραγωγής θεωρείται από όλους ως το πιο σημαντικό τμήμα της επιχείρησης. Λόγω των πολλών και διαφορετικών μεταξύ τους εργασιών που συχνά γίνονται μέσα σ' αυτό δημιουργήθηκε η ανάγκη να χωριστεί σε υποτμήματα.



Σχήμα 5. Ποσοστό εταιρειών στις οποίες λειτουργούν ξεχωριστά τα τμήματα του κάθετου άξονα

Figure 5. Percentage of enterprises to which the departments of the vertical axis are operating separately

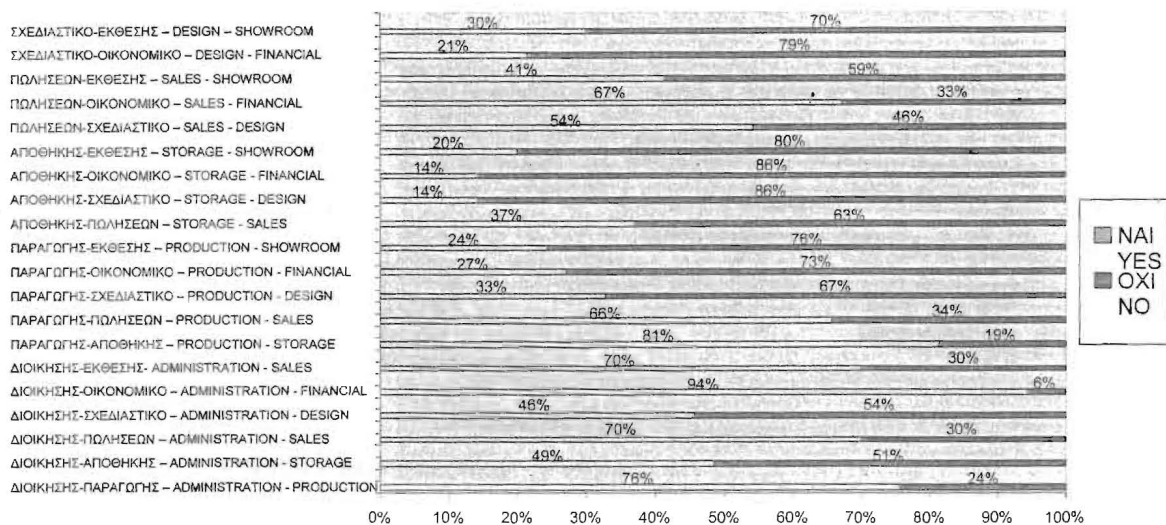
Στο Σχήμα 6 παρουσιάζονται τα ποσοστά των εργοστασίων που έχουν ξεχωριστά στο τμήμα παραγωγής, τα υποτμήματα της επεξεργασίας (78%), του μονταρίσματος (70%), της βαφής (71%), της ταπετσαρίας (38%), ενώ το 19% των επιχειρήσεων δε διαχωρίζουν σε υποτμήματα το τμήμα της παραγωγής τους.



Σχήμα 6. Ποσοστό εταιρειών στις οποίες λειτουργούν ξεχωριστά στο τμήμα της παραγωγής τα υποτμήματα του κάθετου άξονα

Figure 6. Percentage of companies to which into the department of production the sub departments of vertical axis are operating separately

Για τη σωστή λειτουργία των επιχειρήσεων δε χρειάζεται να γίνει απλά αυτός ο διαχωρισμός και να γίνει καταμερισμός της εργασίας, αλλά πρέπει να υπάρξει μια οργάνωση τέτοια ώστε να υπάρχει συνεργασία και σωστή επικοινωνία μεταξύ των τμημάτων αυτών. Στο Σχήμα 7 παρουσιάζονται με μορφή ραβδογράμματος τα ποσοστά κατά τα οποία συνεργάζονται μεταξύ τους τα τμήματα των επιχειρήσεων. Το τμήμα της διοίκησης συνεργάζεται με αυτό της παραγωγής στο 76% των επιχειρήσεων, με της αποθήκης στο 49% αυτών, με των πωλήσεων στο 70% αυτών, με το σχεδιαστικό στο 46% αυτών, με το οικονομικό στο 94% αυτών και με της έκθεσης στο 70% αυτών. Το τμήμα της παραγωγής συνεργάζεται με αυτό της αποθήκης στο 81% των επιχειρήσεων, με των πωλήσεων στο 66% αυτών, με το σχεδιαστικό στο 33% αυτών, με το οικονομικό στο 27% αυτών και με της έκθεσης στο 24% αυτών. Το τμήμα της αποθήκης συνεργάζεται με αυτό των πωλήσεων στο 37% των επιχειρήσεων, με το σχεδιαστικό στο 14% αυτών, με το οικονομικό επίσης στο 14% αυτών και με της έκθεσης στο 20% αυτών. Το τμήμα των πωλήσεων συνεργάζεται με το σχεδιαστικό στο 54% των επιχειρήσεων, με το οικονομικό στο 67% αυτών και με της έκθεσης στο 41% αυτών. Τέλος το σχεδιαστικό τμήμα συνεργάζεται με το οικονομικό στο 21% των επιχειρήσεων και με της έκθεσης στο 30% αυτών.

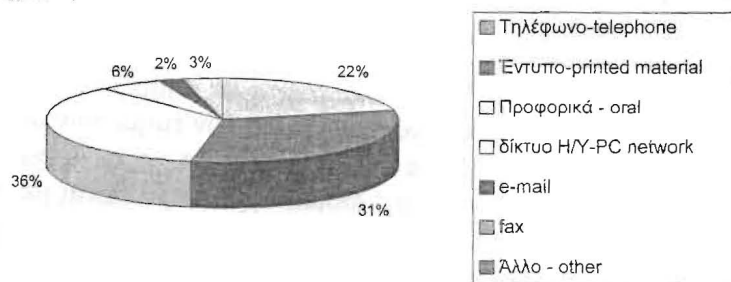


Σχήμα 7. Ποσοστό συνεργασίας των τμημάτων των επιχειρήσεων παραγωγής ελληνικού επίπλου

Figure 7. Percentage of cooperation between the departments of the greek furniture production enterprises

Σε ποσοστό 41% οι επιχειρήσεις βρίσκονται σε ένα συγκεκριμένο χώρο, ο οποίος είναι διαχωρισμένος για τα διάφορα τμήματά τους ανάλογα με τις ανάγκες τους. Το υπόλοιπο 59% των επιχειρήσεων διαθέτει για συγκεκριμένα τμήματα διαφορετικούς χώρους. Το 77% αυτών των επιχειρήσεων διαθέτει ξεχωριστούς χώρους για τις εκθέσεις, ένα 9% διαθέτει αποθήκη σε διαφορετικό χώρο, ενώ ένα 14% διαθέτει έκθεση ξεχωριστά στην οποία λειτουργεί και το τμήμα των πωλήσεων αλλά συχνά και το σχεδιαστικό τμήμα της επιχείρησης.

Για την υλοποίηση της επικοινωνίας μεταξύ των τμημάτων των επιχειρήσεων υπάρχουν δύο τρόποι. Ο πρώτος είναι να επικοινωνούν άμεσα οι υπεύθυνοι των τμημάτων μεταξύ τους και ο δεύτερος να επικοινωνούν μέσω της διοίκησης. Στο 79% των επιχειρήσεων της έρευνας επικοινωνούν οι υπεύθυνοι των τμημάτων μεταξύ τους, ενώ μόλις στο 21% αυτών μέσω της διοίκησης. Δημοφιλέστερος τρόπος επικοινωνίας είναι το τηλέφωνο σε ποσοστό 36%. Ακολουθεί ο προφορικός λόγος (31%) και η έντυπη επικοινωνία (22%). Με μικρότερα ποσοστά ακολουθούν η επικοινωνία μέσω τηλεμοιοτυπίας, η επικοινωνία μέσω δικτύου ηλεκτρονικών υπολογιστών, η επικοινωνία μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άλλοι τρόποι επικοινωνίας (Σχήμα 8).

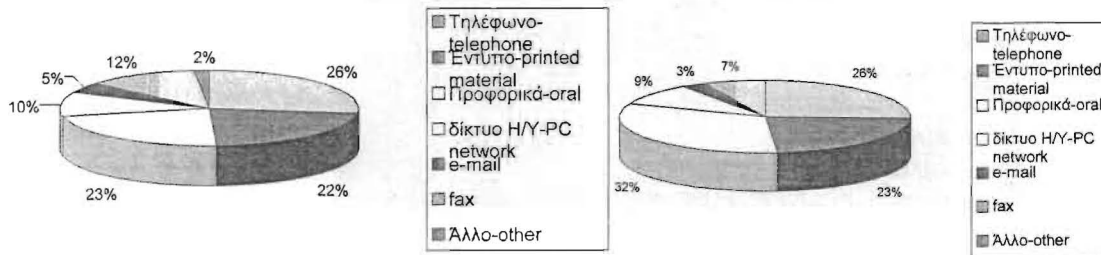


Σχήμα 8. Τρόποι επικοινωνίας των υπευθύνων των τμημάτων

Figure 8. Ways of communication between the departments directors

Η ίδια ερώτηση έγινε και δεύτερη φορά ώστε να διαπιστωθούν οι τρόποι επικοινωνίας μεταξύ των ατόμων ή των διαφόρων κόμβων εργασίας που ανήκουν στο ίδιο τμήμα της επιχείρησης (Σχήμα 9). Εδώ κυρίαρχο ρόλο έχει η προφορική επικοινωνία με ποσοστό, ακολουθεί η έντυπη επικοινωνία και η τηλεφωνική επικοινωνία, ενώ η επικοινωνία μέσω δικτύου Η/Υ, μέσω fax και μέσω e-mail κατέχουν πολύ μικρότερα ποσοστά. Από τις

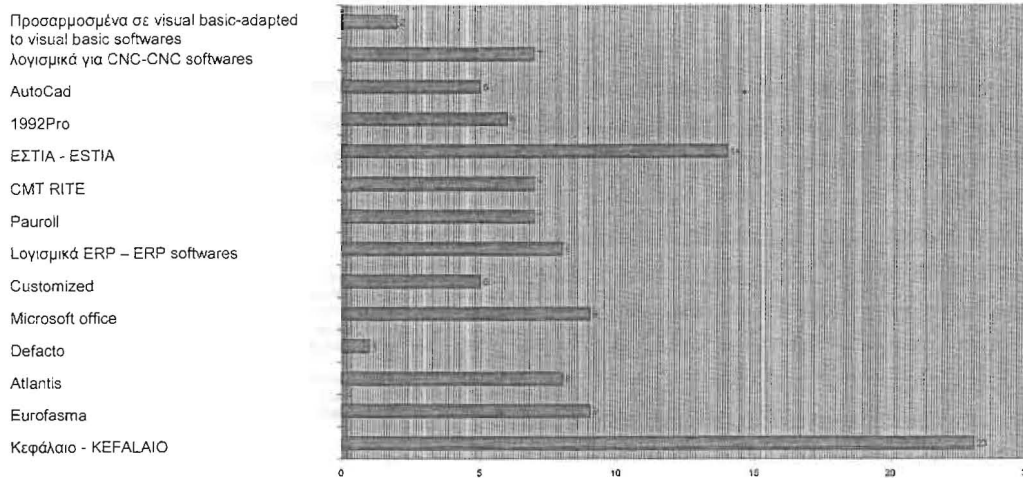
επιχειρήσεις στις οποίες οι εργαζόμενοι των διαφορετικών τμημάτων επικοινωνούν άμεσα το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών επικοινωνούν προφορικά. Ακολουθεί η επικοινωνία μέσω τηλεφώνου, η έντυπη επικοινωνία, η επικοινωνία μέσω δικτύου Η/Υ, η επικοινωνία μέσω fax και η επικοινωνία μέσω e-mail.



Σχήμα 9. Τρόποι επικοινωνίας εσωτερικά των τμημάτων και μεταξύ των εργαζομένων διαφορετικών τμημάτων
Figure 9. Ways of internal communication of the departments and between the employees of different departments

Σημαντικό είναι πως το 65% των ερωτηθέντων δηλώνει πως δεν εντοπίζει προβλήματα λόγω ελλείψεων στον τρόπο επικοινωνίας μεταξύ των τμημάτων ή των διαφόρων κόμβων εργασίας της επιχείρησης. Αντίθετα το 35% δηλώνει πως εντοπίζει προβλήματα τα οποία εστιάζει κυρίως στην όχι ικανοποιητική λειτουργία της ηλεκτρονικής επικοινωνίας. Το 29% των ερωτηθέντων δηλώνει πως οι ελλείψεις που υπάρχουν στον τρόπο επικοινωνίας των διαφόρων κόμβων εργασίας οδηγούν σε λάθη στην παραγωγή των προϊόντων και το 14% υποστηρίζει πως η μη καταγραφή εντολών σημαίνει τη μη επιβεβαίωση εργασιών με αποτέλεσμα να ξεχνιούνται παράμετροι ή και ολόκληρες εργασίες που τελικά οδηγούν σε αύξηση του κόστους παραγωγής.

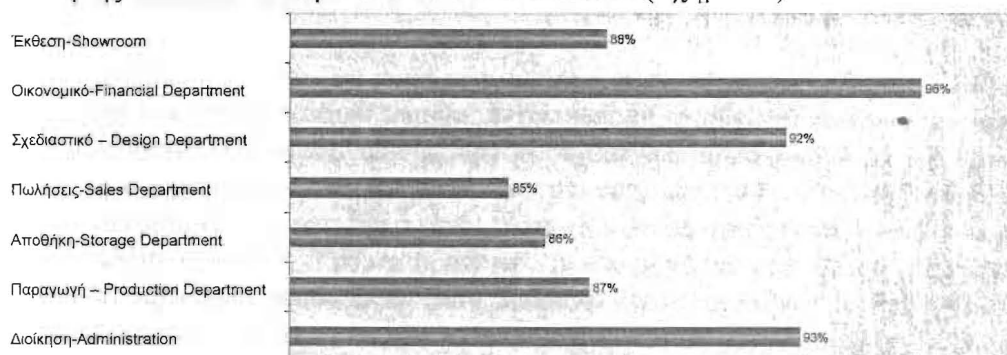
Οι τρόποι που πιστεύουν πως θα λύσουν αυτά τα προβλήματα είναι για το 53% η πλήρης αυτοματοποίηση των διαδικασιών επικοινωνίας τμημάτων και κόμβων εργασίας καθώς και της παραγωγής των προϊόντων, για το 41% η αυτοματοποίηση ορισμένων εργασιών που θεωρούν κύριες ανάλογα με τη δραστηριότητά τους και για ένα 6% λύση είναι η συγκεντρωτική εξουσία και η επικοινωνία μέσω αυτής και μόνο. Οι επιχειρήσεις πάντως που διαθέτουν μηχανήματα σύγχρονων τεχνολογιών που λειτουργούν με τη βοήθεια Η/Υ (CNC μηχανές) είναι το 30% του συνόλου, ενώ το υπόλοιπο 70% διαθέτει μόνο συμβατικά μηχανήματα. Βέβαια από αυτό το 30% που διαθέτει CNC μηχανές δεν είναι σίγουρο πόσοι τα χρησιμοποιούν με τον αποτελεσματικότερο τρόπο, ενώ αυτοί που δε διαθέτουν το κάνουν λόγω του αυξημένου κόστους αγοράς και συντήρησης αυτών των μηχανημάτων αλλά και επειδή είναι δύσκολο να βρεθούν άτομα ικανά για το χειρισμό τους. Παρόλα αυτά σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις διαθέτουν Η/Υ και μάλιστα το 94% χρησιμοποιεί λογισμικά πακέτα για την οργάνωση ορισμένων εργασιών, κατά κύριο λόγο για την οργάνωση του λογιστηρίου της επιχείρησης (Γιαννακόπουλος 1992, Τριανταφυλλάκης 2002). Τα λογισμικά που χρησιμοποιούν αποτελούν προϊόντα ενός φάσματος εταιριών αυτοματοποίησης, σχεδιαστικά προγράμματα καθώς επίσης και συστήματα ERP, αλλά και προσαρμοσμένα σε visual basic λογισμικά τα οποία είναι φτιαγμένα ειδικά για τις ανάγκες της κάθε επιχείρησης (Σχήμα 10).



Σχήμα 10. Συχνότητα χρήσης διαφόρων λογισμικών στα διάφορα τμήματα των επιχειρήσεων παραγωγής ελληνικών επίπλων

Figure 10. Frequency of use of different software at the departments of Greek enterprises of furniture

Είναι σημαντικό πως το 19% των ατόμων που απάντησαν για την κάθε επιχείρηση πιστεύουν πως η χρήση των λογισμικών πακέτων που χρησιμοποιούν δεν τους βοήθησε αρκετά στην οργάνωση των τμημάτων και συχνά δηλώνουν πως τους δημιουργούν και προβλήματα σε διάφορες φάσεις της εργασίας τους. Το 58% των επιχειρήσεων απάντησαν πως τα προγράμματα – λογισμικά που χρησιμοποιούν συνεργάζονται μεταξύ τους. Το ποσοστό ικανοποίησης από τη χρήση των λογισμικών πακέτων που χρησιμοποιούνται στο οικονομικό τμήμα της κάθε επιχείρησης, στην διοίκηση, στο σχεδιαστικό, στην έκθεση, στην παραγωγή, στην αποθήκη και στην πωλήσεων είναι άνω του 85% (Σχήμα 11).



Σχήμα 11. Ποσοστό επιχειρήσεων που βελτίωσαν τη λειτουργία των τμημάτων τους με τη χρήση λογισμικών πακέτων

Figure 11. Percentage of enterprises that have improved their departments operation by the use of software packages

Η ερώτηση πόσο δεκτικοί πιστεύετε πως θα ήταν οι εργαζόμενοι σε μια αλλαγή στον τρόπο επικοινωνίας τους στον εργασιακό χώρο και κατά πόσο θα υπήρχε προσαρμογή σε αυτή του ερωτηματολογίου είναι ίσως η πιο σημαντική διότι μας δείχνει γιατί κατά ένα μεγάλο ποσοστό οι επιχειρήσεις δεν προχωρούν σε ανατρεπτικές λύσεις στα προβλήματα που δημιουργούνται όταν αυτές αφορούν και τους εργαζόμενους. Μόνο το 29% του συνόλου των εργαζομένων στις επιχειρήσεις θα ήταν δεκτικοί σε μια αλλαγή που θα αφορούσε τον τρόπο επικοινωνίας τους στον εργασιακό χώρο ενώ μόνο το 32% του συνόλου των εργαζομένων πιστεύουν πως θα προσαρμοζόταν άμεσα σε μια τέτοια αλλαγή.

4. Συζήτηση - Συμπεράσματα

Οι υπεύθυνοι των τμημάτων πιστεύουν πως ο διαχωρισμός των τμημάτων σε ένα εργοστάσιο του κλάδου παραγωγής επίπλων είναι ουσιώδης και γι' αυτόν το λόγο προσπαθούν να έχουν διαχωρισμένες τις διάφορες εργασίες σε τομείς ανάλογα με το είδος της κάθε εργασίας. Συχνά όμως δε γίνεται διαχωρισμός σε τμήματα λόγω του ότι χρειάζονται διαφορετικά άτομα για να τα στελεχώσουν. Επειδή αυτό είναι ασύμφορο οικονομικά, συχνά συγκεντρώνονται πολλές εργασίες διαφορετικού είδους σε έναν υπεύθυνο ο οποίος τις μοιράζει στο προσωπικό ανάλογα με το αντικείμενο και την ποσότητα των εργασιών που υπάρχουν. Σ' αυτό το σημείο εντοπίζεται το μεγαλύτερο πρόβλημα που παρουσιάζεται στην εφαρμογή των εντολών εργασίας που δίνονται από τους υπεύθυνους. Λόγω του μεγάλου φόρτου εργασίας και των πολλών ευθυνών που αναλαμβάνουν είναι δύσκολο να εκτελέσουν σωστά τον έλεγχο που χρειάζονται οι εργασίες που εκτελούνται ενώ άλλες τις αφήνουν να γίνουν υπ' ευθύνη άλλων εργαζόμενων. Ο τρόπος που δίνονται αυτές οι εντολές είναι συνήθως ο προφορικός λόγος είτε άμεσα είτε μέσω του τηλεφώνου. Αυτό είναι μεγάλο πρόβλημα διότι δεν υπάρχει καταγραφή των στοιχείων που δίνονται σε μια εντολή με αποτέλεσμα στην πορεία να παρεμπονούνται ή να ξεχνιούνται κάποια από αυτά και το αποτέλεσμα να είναι λανθασμένο. Πολλές επιχειρήσεις προσπάθησαν να λύσουν το πρόβλημα αυτό καθορίζοντας την έντυπη επικοινωνία ως μέσω με το οποίο θα πρέπει να δίνονται οι διάφορες εντολές εργασίας.

Η λύση του ηλεκτρονικού τρόπου επικοινωνίας σε μια επιχείρηση σύμφωνα με τους υπευθύνους δε μπορεί να υλοποιηθεί διότι χρειάζεται μεγάλο κεφάλαιο για την αγορά των ηλεκτρονικών μέσων και των λογισμικών που θα χρειαστεί να παραχθούν αλλά κι επειδή είναι δύσκολο να βρεθεί εξειδικευμένο προσωπικό και μάλιστα με την αμοιβή που δύναται μια ελληνική επιχείρηση να προσφέρει. Παρόλα αυτά οι ελληνικές επιχειρήσεις την τελευταία περίοδο έχουν προβεί σε αγορές μηχανημάτων που δέχονται ηλεκτρονικές εντολές. Από αυτές πολλές είναι μάλιστα οι επιχειρήσεις εκείνες που διαθέτουν και λογισμικά πακέτα τα οποία τις διευκολύνουν σε διάφορες εργασίες. Είναι σημαντικό ότι οι υπεύθυνοι που έκαναν τις αγορές των λογισμικών αυτών δήλωσαν πως προσπάθησαν να αγοράσουν λογισμικά τα οποία να μπορούν να συνεργάζονται και να ανταλλάζουν πληροφορίες. Επίσης δηλώνουν πως τα λογισμικά αυτά τους βοήθησαν στο να μειώσουν τους χρόνους που χρειάζονταν συγκεκριμένες εργασίες αλλά και να περιορίσουν υπολογιστικά κυρίως λάθη του ανθρώπινου δυναμικού. Αυτές οι ενέργειες των επιχειρήσεων δείχνουν την πορεία στην επικοινωνία των διαφόρων κόμβων εργασίας μέσα στις επιχειρήσεις του κλάδου παραγωγής και εμπορίας επίπλων. Η πορεία προς την ηλεκτρονική μορφή επικοινωνίας μέσα στις επιχειρήσεις έχει ήδη προχωρήσει αρκετά. Αυτό που χρειάζεται τώρα είναι σωστή μελέτη και σωστός σχεδιασμός του συστήματος αυτού ώστε να μπορέσει να προωθηθεί και να λειτουργήσει στις επιχειρήσεις.

Βιβλιογραφία

- Γιαννακόπουλος, Α., 1992. Μεθοδολογία Ένταξης Μηχανογραφικής Υποστήριξης στις λειτουργίες Αποθηκών. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα, σελ. 452.
- Dennis, H. and Duncan, C. 2003. Στατιστική με το SPSS 11 για WINDOWS. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα, σελ 291.
- Fink, A. 1995. How to Design Surveys. Survey Kit, vol. 5. Sage.
- Norusis, M. 1997. SPSS Professional Statistics 7.5. Chicago: SPSS Inc. 276 p.
- Παπαδόπουλος, Ι., Γ. Νταλός, Κ. Σούτσας, 2005. «Έρευνα ανταγωνιστικότητας και ανταπόκρισης στις μεταβολές του εξωτερικού περιβάλλοντος των θεσσαλικών επιχειρήσεων επίπλων, ως στοιχεία ενός δυναμικού μάρκετινγκ». Γεωτεχνικά Επιστημονικά Θέματα, τ. 4/2005 Θεσσαλονίκη: 70-84.
- Παπαδόπουλος Ι., 2005. «Μάρκετινγκ Προϊόντων Ξύλου - Επίπλου». Διδακτικές Σημειώσεις του Τμήματος Σχεδιασμού & Τεχνολογίας Ξύλου-Επίπλου του Τ.Ε.Ι. Λάρισας, σελ. 100.
- Παρμενίδης Γ., Ρούπα Ε., 2003. Το Αστικό Έπιπλο στην Ελλάδα 1830-1940, Πανεπιστημιακές εκδόσεις Ε.Μ.Π., Αθήνα, σελ. 231.

- Πετρίδου Ε., 2001. Διοίκηση – Μάνατζμεντ - Μια Εισαγωγική Προσέγγιση. Εκδόσεις Ζυγός (2^η έκδοση), Θεσσαλονίκη σελ. 205-219, 226-260.
- Πασχαλούδης, Δ., Ζαφειρόπουλος, Κ. 2002. Έρευνα Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Γκιούρδας, Αθήνα, σελ. 88.
- Παππά Ιωάννη, 2001. Οργάνωση Παραγωγής και Τρεις Σωματοφύλακες - μετά είκοσι έτη. Εκδόσεις Gutenberg Αθήνα, σελ. 189.
- Τριανταφυλλάκης, Α., 2002. Η Εφαρμογή Συστημάτων Ε.Ρ.Ρ. στην Πράξη. Μετατρέποντας τη Δαπάνη σε Επένδυση, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα, σελ. 532.

The Communication and the Cooperation Between Different Departments of Furniture Production Enterprises

**Mouskat Alexander¹, Papadopoulos Ioannis²,
Trigkas Marios²**

1. Center of Kitchen Accessories, Drasere Place, Magoula Atiiki

2. Department of Wood and Furniture Technology and Design, Karditsa Branch, TEI of Larissa, 43100 Karditsa

Abstract

The need to avoid mistakes or defections that are caused to defective communication between persons of different departments or hubs in the departments of the furniture enterprises and they finally lead to waste of time and to production's cost increase, constituted the speculation for the research of possible solutions of the problem and determined the aim of this study which is materialized for the first time for the Greek furniture enterprises. For the research specially constructed questionnaires were used which were filled by a representative sample of 30% of the sum of 289 enterprises. The separation of the departments into an industry of the furniture production branch although it is proved to be fundamental it isn't putted into practice because of the cost. Thus, often many activities of different type are concentrating into a person who sets them to the personnel according to the subject and the quantity of the activities having as a result a major problem concerning the application of work orders that are given by the directors. The solution of the electronic way of communication into an enterprise according to the Greek standards seems to be not achievable yet for the basic reason that capitals for the purchase of electronic means are indicated such as for the software. However the proper study and planning of a communication system between the departments of a furniture enterprise could be promoted and function by them.

Key Words: departments communication, furniture enterprises, electronic way of communication.



Ελληνική Δασολογική Εταιρία

ISSN: 1109-7574