

**ΑΤΕΙ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΚΑΤΕΡΙΝΗΣ**

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ

Θεοδούλα Τουλγερίδου

**Διερεύνηση της δυνατότητας ανάπτυξης μιας
Εφοδιαστικής Αλυσίδας περισσευούμενου φαγητού.**

**Μελέτη περίπτωσης σε εστιατόρια και μονάδες
μαζικής εστίασης στην περιοχή της Θεσσαλονίκης**

Πτυχιακή Εργασία

**Τριανταφύλλου
Επιβλέπων καθηγητής**

Κατερίνη, 2016

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Για τη διεκπεραίωση της παρούσας Πτυχιακής Εργασίας, θα θελα θερμά να ευχαριστήσω τον καθηγητή κ. Δημήτριο Τριανταφύλλου κυρίως για την εμπιστοσύνη που με έδειξε και την υπομονή που έκανε κατά τη διάρκεια υλοποίησης της πτυχιακής εργασίας . Όπως επίσης και για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση του, για την επίλυση διάφορων θεμάτων.

Θα ήθελα επίσης να απευθυνθώ τις ευχαριστίες μου στους γονείς μου, συγγενείς και φίλους , οι οποίοι στήριξαν τις σπουδές μου με διάφορους τρόπους, φροντίζοντας για την καλύτερη μόρφωση μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία αφορά την εφοδιαστική αλυσίδα περισσευόμενου φαγητού, δηλαδή του φαγητού που περισσεύει από τα εστιατόρια και τις μονάδες μαζικής εστίασης. Στη βιβλιογραφική επισκόπηση περιγράφεται η αλυσίδα εφοδιασμού, τα πεδία εφαρμογής και το αντικείμενο των logistics ενώ περιγράφονται και οι ανθρωπιστικές εφοδιαστικές αλυσίδες. Ακόμη παρουσιάζεται το θέμα του περισσευόμενου φαγητού αλλά και οι λόγοι σπατάλης φαγητού στα νοικοκυριά και τον τομέα εστίασης. Η υλοποίηση της έρευνας για τη διερεύνηση της δυνατότητας ανάπτυξης μιας εφοδιαστικής αλυσίδας περισσευόμενου φαγητού έγινε με ερωτηματολόγια που απευθύνθηκαν σε 32 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο της εστίασης στην περιοχή της Θεσσαλονίκης. Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι οι συμμετέχουσες στην έρευνα επιχειρήσεις έχουν ανεπτυγμένο το αίσθημα της ανθρωπιστικής βοήθειας, διαθέτουν περισσευόμενο φαγητό, έχουν τη διάθεση να το διαθέσουν και να συμμετάσχουν στην οργάνωση μιας εφοδιαστικής αλυσίδας σε συνεργασία με άλλους κοινωνικούς φορείς.

Λέξεις κλειδιά: Περισσευόμενο, Ανθρωπιστική, Εφοδιαστική, Έρευνα.

ABSTRACT

This paper deals with the leftover food supply chain. Initially, the literature review is an introduction to supply chain and logistics, describing the supply chain, fields and the field of logistics application. Then referring to the humanitarian supply chains. Here, preceded the capture key definitions, describes the importance of humanitarian supply chains in modern supply chains and the main differences between commercial supply chains and humanitarian supply chains. Still, are the main challenges to the humanitarian supply chains and how to measure performance in humanitarian supply chains. Then we have a reference to the leftover food. Specifically mentioned food waste takes place in Greece, but also waste food purposes in households and the catering sector. The implementation of the survey to investigate the possibility of developing a logistics what remains food chain was by questionnaires sent to 32 companies active in catering in Thessaloniki. From the survey results show that participating in research companies have developed a sense of humanitarian assistance and contribute positively to the humanitarian supply chain in partnership with other social actors.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	viii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ.....	ix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	ix
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1.ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ	3
1.1 ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ	3
1.1.1 Αλυσίδα Εφοδιασμού	3
1.1.2 Πεδία Εφαρμογής εφοδιαστικής αλυσίδας.....	4
1.1.3 Αντικείμενο των Logistics.....	8
1.1.3.1 Το Στάδιο του Σχεδιασμού.....	9
1.1.3.2 Το Στάδιο του Ελέγχου	10
1.1.3.3 Το Στάδιο της Εκτέλεσης των Εργασιών Logistics	11
1.2 ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΕΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ	12
1.2.1 Εισαγωγή στις ανθρωπιστικές οργανώσεις	12
1.2.2 Κατηγορίες ανθρωπιστικών οργανώσεων	13
1.2.3 Ορισμοί ανθρωπιστικών εφοδιαστικών αλυσίδων	16
1.2.4 Η σημασία των ανθρωπιστικών εφοδιαστικών αλυσίδων στις σύγχρονες εφοδιαστικές αλυσίδες	17
1.2.5 Βασικές διαφορές μεταξύ εμπορικών εφοδιαστικών αλυσίδων και ανθρωπιστικών εφοδιαστικών αλυσίδων	18

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ (συνέχεια)

1.2.6	Βασικές προκλήσεις στις ανθρωπιστικές εφοδιαστικές αλυσίδες.....	20
1.2.7	Η μέτρηση της επίδοσης σε ανθρωπιστικές εφοδιαστικές αλυσίδες.....	20
1.2.7.1	Στρατηγικός Σχεδιασμός.....	21
1.2.7.2	Διαχείριση αποθεμάτων	22
1.2.7.3	Σχεδιασμός μεταφορών και δυναμικότητας.....	23
1.2.7.4	Διαχείριση Πληροφοριών και Αξιοποίηση Τεχνολογίας.....	24
1.2.7.5	Διαχείριση Ανθρώπινων Πόρων	25
1.3	ΠΕΡΙΣΣΕΥΟΥΜΕΝΟ ΦΑΓΗΤΟ.....	26
1.3.1	Η σπατάλη τροφίμων στην Ελλάδα.....	26
1.3.2	Λόγοι σπατάλης φαγητού στα νοικοκυριά και τον τομέα εστίασης.....	28
1.3.3	Η οργάνωση «ΜΠΟΡΟΥΜΕ»	30
2.	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	32
2.1	Σκοπός.....	32
2.2	Το δείγμα της μελέτης.....	32
2.3	Εργαλείο συλλογής	32
2.4	Εγκυρότητα και Αξιοπιστία	33
2.5	Δεοντολογικά θέματα.....	34
2.6	Διαδικασία συλλογής δεδομένων.....	34
2.7	Στατιστική ανάλυση	34
3.	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	35
3.1	Στοιχεία ερωτώμενων.....	35
3.2	Απαντήσεις στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου.....	38
4.	ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	69

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ (συνέχεια)

5.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	71
6.ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	73
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	74
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	79
1.Ερωτηματολόγιο	79
2. Αποτελέσματα των ερωτήσεων σε πρόγραμμα Excell.....	87

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	36
Πίνακας 2: Γενικά στοιχεία επιχειρήσεων.....	39
Πίνακας 3: Ανθρωπιστική βοήθεια.....	42
Πίνακας 4: Ημερήσιο φαγητό.....	44
Πίνακας 5: Περισσευόμενο φαγητό.....	46
Πίνακας 6: Παράδοση φαγητού.....	50
Πίνακας 7: Σας προβληματίζει η ασφάλεια των τυχόν προσφερόμενων-περισσευόμενων ειδών σχετικά με την ποιότητα;.....	52
Πίνακας 8: Θα θέλατε το όνομά σας ή το όνομα της επιχείρησής σας να αναφέρεται στην τυχόν προσφορά;.....	53
Πίνακας 9: Με τι σχετίζεται η τυχόν απόφαση της επιχείρησης να διαθέτει το περίσσειμα φαγητού;.....	54
Πίνακας 10: Εμπόδια αξιοποίησης περισσευόμενου φαγητού.....	58
Πίνακας 11: Πλεονεκτήματα διανομής περισσεύματος φαγητού.....	63
Πίνακας 12: Φορείς ενίσχυσης της προσπάθειας διάθεσης περισσεύματος φαγητού.....	66

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1.1: Διαδικασία διαχείρισης των Logistics.....	5
Σχήμα 1.2: Τα στάδια των Logistics.....	8
Σχήμα 1.3: Σχεδιασμός Logistics Αποφάσεων 3-Επιπέδων.....	9
Σχήμα 1.4: Τριγωνική αναπαράσταση των τριών αρχών που διεπουν τις ανθρωπιστικές οργανώσεις	13

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Φύλο.....	37
Γράφημα 2 : Ηλικία.....	37
Γράφημα 3: Θέση Εργασίας.....	37
Γράφημα 4 : Μορφωτικό Επίπεδο.....	37
Γράφημα 5: Έτη δραστηριοποίησης.....	40
Γράφημα 6: Αριθμός εργαζομένων.....	40
Γράφημα 7: Πελάτες.....	40
Γράφημα 8: Πρότυπο ασφαλείας τροφίμων.....	41
Γράφημα 9: Διαθέσιμα προϊόντα	41
Γράφημα 10: Έχετε ασχοληθεί στο παρελθόν με την ανθρωπιστική βοήθεια ως επιχείρηση;.....	43
Γράφημα 11: Αν ναι, τι προσφέρατε.....	43
Γράφημα 12: Αν όχι, θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε;.....	43
Γράφημα 13: Ημερήσια παραγόμενη ποσότητα φαγητού.....	45
Γράφημα 14: Κατανάλωση φαγητού.....	45

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ (συνέχεια)

Γράφημα 15 :Τι συνήθως περισσεύει;.....	47
Γράφημα 16 :Ποσότητες περισσευούμενου έτοιμου φαγητού.....	48
Γράφημα 17:Ποσότητες περισσευόμενων α υλών.....	48
Γράφημα 18:Διοχέτευση περισσευόμενου φαγητού.....	48
Γράφημα 19 :Είναι κατάλληλο για κατανάλωση.....	49
Γράφημα 20:Είδος περισσευόμενου φαγητού.....	49
Γράφημα 21:Ποσότητες διοχέτευσης περισσευόμενου φαγητού.....	49
Γράφημα 22: Συχνότητα διάθεσης περισσευόμενου φαγητού;.....	50
Γράφημα 23:Συσκευασία.....	51
Γράφημα 24:Θα ήσασταν πρόθυμοι να το συσκευάζατε εσείς;.....	51
Γράφημα 25 :Σας προβληματίζει η ασφάλεια των τυχόν προσφερόμενων- περισσευόμενων ειδών σχετικά με την ποιότητα;.....	52
Γράφημα 26: Θα θέλατε το όνομά σας ή το όνομα της επιχείρησής σας να αναφέρεται στην τυχόν προσφορά.....	53
Γράφημα 27 :Την επιθυμία της επιχείρησης να βοηθά ανθρώπους που έχουν ανάγκη.....	56
Γράφημα 28:Την επιθυμία της επιχείρησης να δείξει τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα της.....	56
Γράφημα 29:Την επιθυμία της επιχείρησης να αποκτήσει ένα «καλύτερο όνομα»	56
Γράφημα 30:Την αφοσίωση της επιχείρησης στο κοινωνικό σύνολο.....	57
Γράφημα 31:Το χαμηλό κόστος του εγχειρήματος.....	57

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ (συνέχεια)

Γράφημα 32:Την εστίαση της επιχείρησης στο κοινωνικό σύνολο.....	57
Γράφημα 33:Την επιθυμία της επιχείρησης να γίνει περισσότερο γνωστή.....	58
Γράφημα 34:Δυσκολία δικτύωσης με την τοπική κοινωνία.....	60
Γράφημα 35: Δυσκολία επιλογής κριτηρίων διάθεσης του περισσεύματος φαγητού.....	60
Γράφημα 36:Δυσκολία εύρεσης συνεργατών.....	61
Γράφημα 37:Δυσκολία εύρεσης χρόνου.....	61
Γράφημα 38:Δυσκολία διαχείρισης του έργου.....	61
Γράφημα 39:Δυσκολία διαχείρισης του επιπλέον κόστους.....	62
Γράφημα 40:Δικτύωση με τους καταναλωτές.....	64
Γράφημα 41:Δικτύωση με άλλες επιχειρήσεις.....	64
Γράφημα 42:Ανάπτυξη σχέσεων συνεργασίας με εξωτερικούς φορείς	64
Γράφημα 43:Απόκτηση μεγαλύτερης φήμης.....	65
Γράφημα 44:Ικανοποιητικότερη διαχείριση των αποθεμάτων και προμηθειών τροφίμων.....	65
Γράφημα 45:Ανάπτυξη ενός περισσότερο ηθικού προσανατολισμού.....	65
Γράφημα 46:Η εκκλησία.....	67
Γράφημα 47:Ιδιωτικοί, μη-κερδοσκοπικοί φορείς.....	67
Γράφημα 48:Φιλανθρωπικές οργανώσεις.....	67
Γράφημα 49:Ο Δήμος.....	68
Γράφημα 50:Εθελοντικές οργανώσεις.....	68

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αρχικά, με τον όρο logistics θέλουμε να χαρακτηρίσουμε το σύνολο των λειτουργιών της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας που σχεδιάζει, εφαρμόζει και ελέγχει σωστά και με ακρίβεια την ροή και αποθήκευση των αγαθών υπηρεσιών όπως και τις αναφερόμενες με αυτές πληροφορίες από το σημείο αφετηρία έως το σημείο κατανάλωσης αποσκοπώντας στην ικανοποίηση του καταναλωτή. Ακόμα, η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι ένας νέος όρος ο οποίος περιέχει την έννοια των ολοκληρωμένων logistics. Με τον συγκεκριμένο όρο παρουσιάζεται η αλληλοσυσχέτιση ανάμεσα του μάρκετινγκ, των logistics και της παραγωγής μέσα σε μια επιχείρηση, όπως επίσης και ο τρόπος που αυτή υπάρχει μεταξύ των διαφόρων επιχειρήσεων.

Η εφοδιαστική αλυσίδα έχει διάφορες δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με την λειτουργία του οργανισμού. Οι συγκεκριμένες λειτουργίες επαναλαμβάνονται στο κανάλι εκείνο όπου οι πρώτες ύλες γίνονται εν τέλει προϊόντα και τους προστίθεται η καταναλωτική αξία. Είναι όμως γεγονός ότι οι πηγές των πρώτων υλών, οι βιομηχανίες και τα σημεία πώλησης δεν είναι πάντοτε στο ίδιο γεωγραφικό μέρος. Οπότε, το συγκεκριμένο κανάλι απεικονίζει μια σειρά από βήματα δραστηριοτήτων logistics τα όπου επαναλαμβάνονται πριν φτάσει το προϊόν στον πελάτη.

Ο όρος logistics καλύπτει μια τεράστια γκάμα διαδικασιών σχεδιασμού, υλοποίησης και ελέγχου στο επιχειρηματικό πεδίο. Τα κύρια στοιχεία που συνθέτουν την ύπαρξη των logistics είναι η διοίκηση και ο στρατηγικός σχεδιασμός της επιχείρησης, η καλύτερη αξιοποίηση των έμψυχων (ανθρώπινων) και των άψυχων (υλικών) πόρων της, η παραγωγή, η αποθήκευση και η διανομή των αγαθών, από την πρώτη ύλη μέχρι το έτοιμο προϊόν και από την παραγωγή στο ράφι. Σε θεωρητική βάση τα logistics βοηθούν στην άνοδο των κερδών ενός οργανισμού και εξασφαλίζουν τη συνεχή διαθεσιμότητα των προϊόντων και των λοιπών πόρων της.

Ακόμα, η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας αποσκοπεί στην παραγωγή προϊόντων με όσο γίνεται μικρότερα έξοδα, τη διατήρηση των προϊόντων με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, την ολοκληρωμένη αξιοποίηση των υλικών μέσων της επιχείρησης, την πιο οικονομική μεταφορά των προϊόντων και τις όσο το δυνατόν

μικρότερες καθυστερήσεις και τελικά την εξοικονόμηση κέρδους για την επιχείρηση. Στην ουσία, ο όρος «εφοδιαστική αλυσίδα» περιέχει τις διαδικασίες εκείνες που είναι αναγκαίες με στόχο ένα προϊόν να περάσει από τη φάση της παραγωγής στη φάση της κατανάλωσης.

Σύμφωνα με τα προηγούμενα, τα logistics και η εφοδιαστική αλυσίδα είναι δύο έννοιες που συνδέονται άμεσα. Η εφοδιαστική αλυσίδα είναι το κύριο πεδίο που χρησιμοποιούνται τα logistics και όπου είναι ο κύριος παράγοντας που βοηθά στην επιτυχία των διαδικασιών της εφοδιαστικής αλυσίδας. Επίσης, τα logistics καθορίζουν το πώς χρειάζεται να οργανωθούν οι διαδικασίες της εφοδιαστικής αλυσίδας, όπως λόγου χάριν πώς πρέπει να γίνεται η διακίνηση των προϊόντων, μέσω ποιου δρομολογίου κ.λπ. (Christopher, 2007· Σιφνιώτης, 2004).

Η εξέταση της σπατάλης φαγητού στην Ελλάδα είναι ένα δύσκολο εγχείρημα εξαιτίας της έλλειψης μιας εκτεταμένης και εμπειριστατωμένης έρευνας γύρω από το ζήτημα, αλλά και της σχεδόν παντελούς έλλειψης δημόσιας συζήτησης γύρω από αυτό το σημαντικό κοινωνικό πρόβλημα. Η παρούσα εργασία ασχολείται με τη διερεύνηση της εφοδιαστικής αλυσίδας περισσευόμενου φαγητού. Στο πρώτο κεφάλαιο της βιβλιογραφικής επισκόπησης γίνεται μια επισκόπηση των ορών και εννοιών που σχετίζονται με την Εφοδιαστική Αλυσίδα, τα Ανθρωπιστικά logistics και το περισσευόμενο φαγητό. Στην συνέχεια στην Μεθοδολογία έχουμε τον σκοπό της έρευνας, το δείγμα και το εργαλείο συλλογής. Καθώς δίνεται και η διαδικασία συλλογής δεδομένων και η στατιστική ανάλυση. Ακολουθούν τα Αποτελέσματα όπου παρουσιάζονται και απαντιούνται τα ερωτηματολόγια και η εργασία τελειώνει με τη Συζήτηση Αποτελεσμάτων και τα Συμπεράσματα.

1.ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

1.1 ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

1.1.1 Αλυσίδα Εφοδιασμού

Τα Logistics είναι θα λέγαμε το πλαίσιο οργάνωσης που στόχος του είναι να δημιουργήσει ένα ενιαίο σχέδιο για τη ροή προϊόντων και πληροφοριών μέσα στην επιχείρηση. Η Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας βασίζεται στο συγκεκριμένο πλαίσιο και στοχεύει στο να πετύχει τη σύνδεση και το συντονισμό ανάμεσα στις λειτουργίες των άλλων φυσικών προσώπων και επιχειρήσεων με την επιχείρηση, ουσιαστικά των αγοραστών και των καταναλωτών.

Κάποιες από τις περιοχές στις οποίες εφαρμόζονται στρατηγικές Logistics είναι οι εξής (www.logistics.org.gr):

- Business Logistics
- Systems Logistics
- Περιβαλλοντικά Logistics
- City Logistics
- Logistics Υγείας
- Logistics Στρατού
- Logistics Υπηρεσιών
- Agro-Logistics
- Crisis Logistics
- Reverse Logistics

Η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας στην ουσία σημαίνει τη σημαντική αλλαγή από τις παραδοσιακές σχέσεις συνήθως και ανταγωνιστικές, όπου χαρακτήριζαν στο παρελθόν τη σχέση μεταξύ αγοραστή και προμηθευτή(Christopher,2007).

1.1.2 Πεδία Εφαρμογής εφοδιαστικής αλυσίδας

Τα Logistics χρησιμοποιούνται σε δύο κυρίως πεδία(www.logistics.org.gr):

- Το πρώτο πεδίο είναι η επιχείρηση, όπου χρειάζεται να οργανώσει την εισροή, την εσωτερική διακίνηση και την εκροή υλικών και προϊόντων κατάλληλα για να εξασφαλιστεί η μέγιστη ικανοποίηση των αγοραστών της.
- Το δεύτερο πεδίο είναι η εφοδιαστική αλυσίδα, όπου περιέχει όλες εκείνες τις επιχειρήσεις και οργανισμούς που είναι αναγκαίοι με σκοπό ένα προϊόν, από πρώτες ύλες να οδηγηθεί στον τελικό αγοραστή. Η σωστή οργάνωση και διοίκηση της ροής προϊόντων και πληροφοριών στην συγκεκριμένη αλυσίδα είναι επιτακτική ανάγκη σε μία παγκοσμιοποιημένη και ψηφιακή οικονομία, όπου ο ανταγωνισμός από ατομικός (επιχείρηση εναντίον επιχείρησης) γίνεται συλλογικός (εφοδιαστική αλυσίδα εναντίον εφοδιαστικής αλυσίδας).

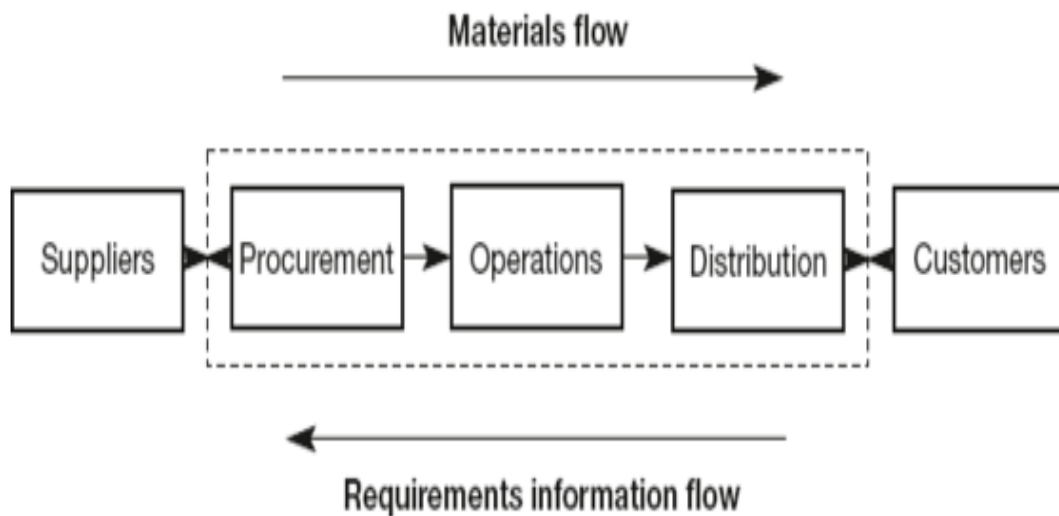
Επίσης, τα logistics είναι αναγκαία λειτουργία όπου βοηθά τα επιχειρησιακά συστήματα παραγωγής και marketing. Ακόμα, είναι μια διαδικασία που προσπαθεί να ολοκληρώσει τους επιχειρησιακούς στόχους με όσο γίνεται λιγότερα έξοδα. Ένα τέλειο σύστημα logistics χρειάζεται να παρέχει υπηρεσίες μεγάλης ποιότητας τόσο στον τομέα της παραγωγής όσο και στον τομέα του marketing, όπως και στους καταναλωτές του οργανισμού. Στην ουσία χρειάζεται να παρέχει υπηρεσίες μεγάλης ποιότητας με όσο γίνεται λιγότερα έξοδα. Τα κύρια ποιοτικά χαρακτηριστικά που είναι απαραίτητο να κατέχει το «logisticsmanagement» είναι τα εξής:

- Διαθεσιμότητα (Availability): Η διαθεσιμότητα έχει να κάνει με την ικανότητα του συστήματος να έχει πάντοτε, πολλά διαθέσιμα αποθέματα για να εξυπηρετεί τις ανάγκες της παραγωγής και των πελατών. Το σύστημα πρέπει να εκπληρώνει τις απαιτούμενες ποσότητες των προϊόντων, όταν ζητηθούν από την παραγωγή και τον πελάτη.
- Δυναμικότητα (Capacity): Η δυναμικότητα έχει να κάνει με την ικανότητα του συστήματος να διακινεί σύμφωνα με το χρονικό διάστημα που του έχουν ορίσει, τις ζητούμενες και παραγόμενες ποσότητες. Επίσης, η δυναμικότητα έχει να κάνει με την ταχύτητα εκτέλεσης μιας παραγγελίας και την συνέπεια.
- Συνέπεια (Consistency): Έχει να κάνει την δυνατότητα του συστήματος στο να παρέχει καθημερινά στους χρήστες του συστήματος, τα προϊόντα που

επιθυμούν σε δίχως λάθη, με σκοπό τα προϊόντα που παραλαμβάνει ο πελάτης να είναι εκείνα που παρήγγειλε και να είναι στη σωστή κατάσταση – ποιότητα.

Το ζητούμενο στα «logistics» με εξαίρεση την μεγάλη ποιότητα, είναι και η επίτευξη της άριστης ποιότητας με όσο γίνεται μικρότερα έξοδα. Επομένως, είναι απαραίτητο οποιαδήποτε επιχείρηση να αναγνωρίζει το γεγονός ότι κάθε μείωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του συστήματος «logistics» έχει την δυνατότητα να επιφέρει τη μείωση του κόστους ή και αντίστροφα (Σιφνιώτης, 2004).

Σύμφωνα με τα προηγούμενα, καταλαβαίνουμε ότι στόχος των «Logistics» είναι να γίνουν όλες οι απαραίτητες ενέργειες, όπως ο σχεδιασμός και συντονισμός των αναγκαίων δραστηριοτήτων, πάντοτε όμως με τα λιγότερα δυνατά έξοδα. Επομένως, δικαιολογημένα τα «Logistics» χαρακτηρίζονται ως ένας σύνδεσμος μεταξύ αγοράς και πελατών.



Σχήμα 1.1: Διαδικασία διαχείρισης των Logistics (Christopher, 2007)

Η μέθοδος που επιλέγεται από τον εκάστοτε υπεύθυνο που σχεδιάζει ένα σύστημα «logistics», διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση.

- Κάποιοι ξεκινούν από τους προμηθευτές, από το σύστημα αγορών, παρακολουθούν την πορεία των προϊόντων και καταλήγουν στους αγοραστές (επιχειρήσεις που παράγουν κατόπιν παραγγελίας).
- Κάποιοι άλλοι κάνουν το τελείως αντίθετο, ουσιαστικά ξεκινούν από τους αγοραστές και με κάποιο σύστημα πρόβλεψης της ζήτησης σε μια χρονική στιγμή καταλήγουν στους προμηθευτές (επιχειρήσεις που παράγουν μαζικά με βάση τις προβλεπόμενες πωλήσεις).

Ανάλογα με την μορφή της κάθε επιχείρησης επιλέγεται μιας από της δύο μεθόδους.

Τα στοιχεία του συστήματος «logistics» και οι εργασίες που είναι απαραίτητες να πραγματοποιεί σε καθημερινή βάση το τμήμα «logistics» είναι οι εξής πέντε:

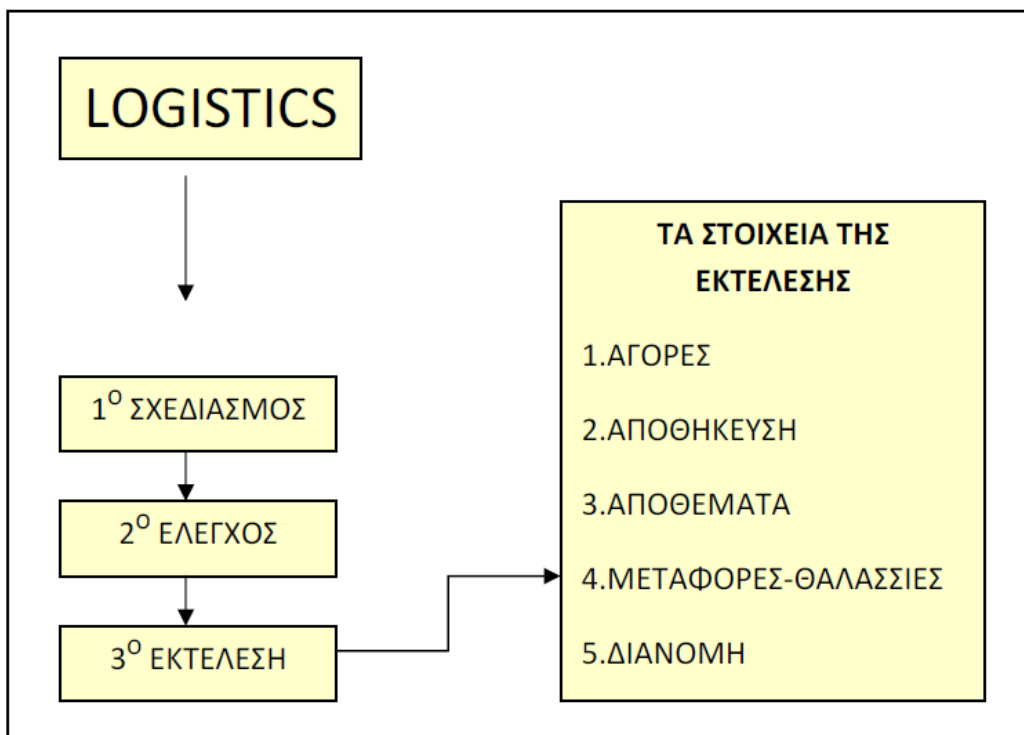
- Αγορές: οι «αγορές» έχουν να κάνουν με την εργασία απόκτησης προϊόντων ή υπηρεσιών από τρίτους, από προμηθευτές, από πηγές εκτός του οργανισμού. Έχουν σχέση ουσιαστικά με πρώτες ύλες, υλικά συσκευασίας, ενέργεια (καύσιμα, ηλεκτρισμός), ακόμη και υπηρεσίες.
- Αποθέματα: τα «αποθέματα» έχουν να κάνουν με την εργασία του υπολογισμού του άριστου επίπεδου των προϊόντων που χρειάζεται να κρατά ένας οργανισμός για να διεκπεραιώνει σωστά τις εργασίες του. Ακόμα, ο υπολογισμός του άριστου επίπεδου αποθεμάτων δίχως να έχουμε υπερστοκάρισμα, δεν είναι εύκολη εργασία γιατί δεν ξέρουμε το πόσο θα παραγγείλουμε, ποια ποσότητα και πότε θα γίνουν οι παραγγελίες προς τον προμηθευτή.
- Μεταφορές: οι «μεταφορές» έχουν να κάνουν με την εργασία εξεύρεσης του άριστου τρόπου διακίνησης των προϊόντων που παραγγέλνει η επιχείρηση από τις εγκαταστάσεις του προμηθευτή στις δικές της εγκαταστάσεις. Ακόμα, περιέχει την εξεύρεση των σωστών μέσων μεταφοράς, με στόχο τα προϊόντα να φτάνουν στον αγοραστή την ώρα που τα θέλει δίχως καθυστερήσεις.

- Αποθήκευση: η «αποθήκευση» έχει να κάνει με το σχεδιασμό, την οργάνωση και την λειτουργία της αποθήκης, ουσιαστικά συνδέεται με την εκτέλεση εργασίας παραλαβής, φύλαξης, εξαγωγής και παράδοσης των προϊόντων που αποκτά η επιχείρηση από τρίτους (3PL) ή των προϊόντων που παράγει η ίδια η επιχείρηση. Έχει να κάνει με έναν χώρο όπου πραγματοποιούνται διάφορες εργασίες μαζί, και χρειάζεται να γίνονται με υψηλή ακρίβεια, γρήγορα και οικονομικά, διότι παίζουν βασικό ρόλο στην τελική διαμόρφωση των εξόδων.
- Διανομή: η «διανομή» έχει να κάνει με την φυσική διακίνηση, στη μεταφορά των προϊόντων από την αποθήκη, τις εγκαταστάσεις και το εργοστάσιο προς τους τελικούς καταναλωτές. Παίζουν κύριο ρόλο στους οργανισμούς που παράγουν και διακινούν καταναλωτικά προϊόντα σε μεγάλο αριθμό αγοραστών, εξυπηρετώντας με αυτό το τρόπο διάφορα σημεία πώλησης, γι' αυτό και αντιμετωπίζονται ξεχωριστά από τις μεταφορές (Christopher, 2007· Σιφνιώτης, 2004).

1.1.3 Αντικείμενο των Logistics

Το αντικείμενο των Logistics είναι αρκετά ευρύ. Για τη δημιουργία και την εφαρμογή του χρειάζεται η μελέτη τριών κύριων σταδίων, τα οποία πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπ' όψιν από τον αρμόδιο που θα σχεδιάσει και θα παρουσιάσει το σύστημα. Τα στάδια αυτά είναι (Σιφνιώτης, 2004):

- Ο σχεδιασμός του συστήματος Logistics
- Ο έλεγχος του συστήματος
- Η εκτέλεση των εργασιών των logistics



Σχήμα 1.2: Τα στάδια των Logistics

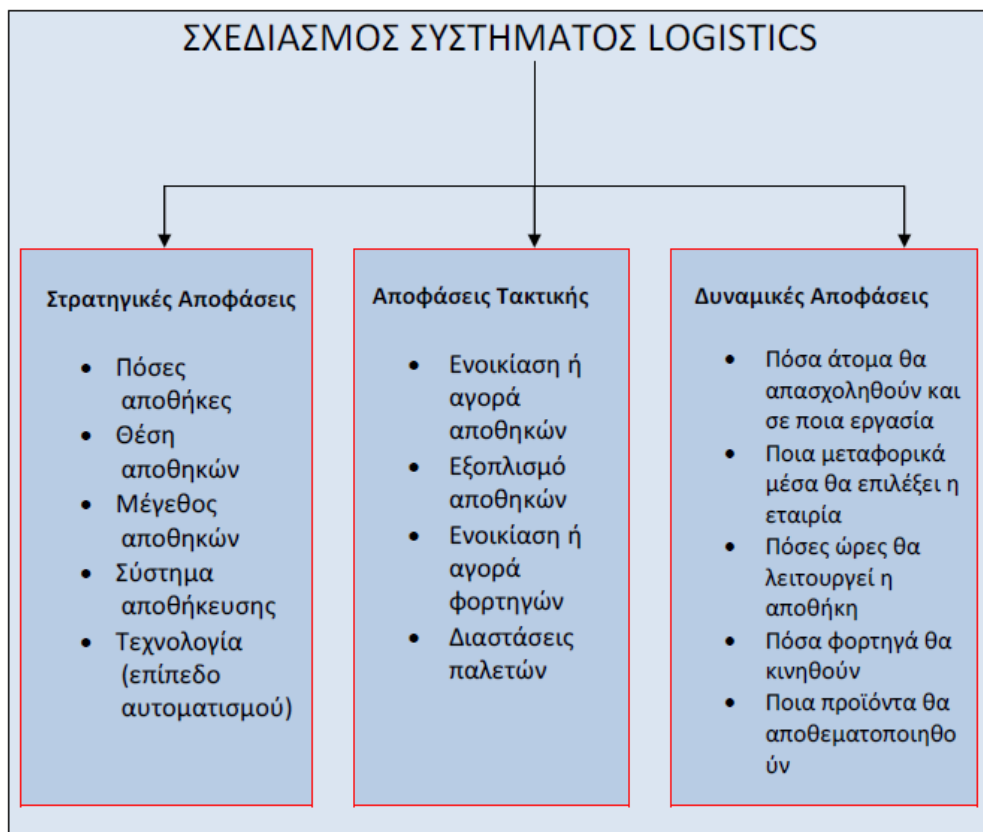
1.1.3.1 Το Στάδιο του Σχεδιασμού

Το στάδιο του σχεδιασμού (planning) είναι το αρχικό στάδιο των Logistics. Ο σχεδιασμός του συστήματος logistics είναι βασικός διότι θα επηρεάσει πολύ την κερδοφορία του οργανισμού. Αυτό γίνεται διότι τα θέματα που εξετάζει είναι αρκετά και βασικά. Οι τελικές αποφάσεις που θα παρθούν θα παίξουν ρόλο στις λειτουργίες της επιχείρησης, όπως και στην εκτέλεση των εργασιών που γίνονται καθημερινά.

Λόγο της δυσκολίας που εμφανίζει το σύστημα των Logistics, ο διαιρείται σε τρεις κατηγορίες:

- τον στρατηγικό σχεδιασμό,
- τον τακτικό σχεδιασμό και
- τον δυναμικό σχεδιασμό.

Καθένας από αυτούς τους σχεδιασμούς παρουσιάζει αρκετά ζητήματα για τα οποία ο οργανισμός πρέπει να βρει λύσεις. Ένα μικρό δείγμα αυτών των θεμάτων δίνεται στο παρακάτω πίνακα (Πίνακας 1.2).



Σχήμα 1.3: Σχεδιασμός Logistics Αποφάσεων 3-Επιπέδων

Ο σχεδιασμός του συστήματος logistics αποσκοπεί στην άνοδο της κερδοφορίας της επιχείρησης αλλά και ταυτόχρονα στο να τη βοηθήσει να είναι αλώβητη-ακέραιη στην απαιτητική αγορά. Ο κυριότερος σχεδιασμός από τους παραπάνω είναι ο στρατηγικός, διότι ρόλος του είναι να οργανώνει όλες τις λειτουργίες της εφοδιαστικής αλυσίδας. Κατέχει προσανατολισμό με ορίζοντα το λιγότερο πέντε χρόνων και, άρα, αναφέρεται σε μακροπρόθεσμες στρατηγικές αποφάσεις και αποτελέσματα.

Σημαντικό ενδιαφέρον εμφανίζει και ο τακτικός σχεδιασμός, οποίος βοηθά την επιχείρηση στη λήψη αποφάσεων οι οποίες θα την δεσμεύουν για ένα έως δύο χρόνια. Οι αποφάσεις που θα παρθούν για το συγκεκριμένο σχεδιασμό έχουν να κάνουν με καθημερινές δραστηριότητες και εργασίες, όπου εν τέλει από αυτές κρίνεται και η επιτυχία ενός οργανισμού.

Τέλος, ο δυναμικός σχεδιασμός

1.1.3.2 Το Στάδιο του Ελέγχου

Το στάδιο του ελέγχου του συστήματος, ακολουθεί αυτό του σχεδιασμού. Το στάδιο αυτό παρουσιάζεται από τη μια στον έλεγχο των αποτελεσμάτων και από την άλλη στο αν χρησιμοποιείται κατάλληλα το σύστημα. Ο συστηματικός και συνεχής έλεγχος βοηθά στο να μην υπάρχουν λανθασμένες ενέργειες, προλαμβάνει τυχόν λάθη και φροντίζει να φτάσουν τα προϊόντα από τους προμηθευτές της οργανισμού έως τους τελικούς αγοραστές έτσι όπως έχουν παραγγελθεί. Επομένως, στόχος του ελέγχου είναι διπλός.

- Ο πρώτος αναφέρεται στο αν πραγματοποιήθηκαν σωστά και αν εφαρμόστηκαν όλες οι αποφάσεις που πάρθηκαν από τους αρμόδιους της επιχείρησης. Στην συγκεκριμένη περίπτωση έχουμε τον ποσοτικό και τον ποιοτικό έλεγχο (παραγγελίες πελατών, αριθμός προϊόντων που στάλθηκαν κ.τ.λ.) ενώ ο δεύτερος σε ποιότητα, (αν το τελικό προϊόν που παράγει η επιχείρηση έχει την απαραίτητη ποιότητα, αν τα προϊόντα από τους προμηθευτές της επιχείρησης πληρούν τις προδιαγραφές της επιχείρησης κ.τ.λ.)

- Ο δεύτερος σκοπός έχει να κάνει με την επιτυχία του συστήματος που σχεδιάστηκε. Αν είναι αποδοτικό και αποτελεσματικό με σκοπό να διαμορφώσει διαχρονικά μια καλή εικόνα (image) της επιχείρησης προς τρίτους και προς τους καταναλωτές.

1.1.3.3 Το Στάδιο της Εκτέλεσης των Εργασιών Logistics

Το στάδιο της εκτέλεσης των εργασιών των logistics περιέχει τις επαναλαμβανόμενες εκείνες εργασίες που πρέπει να γίνουν με σκοπό να φτάσουν τα προϊόντα από τον προμηθευτή στον εκάστοτε αγοραστή. Η σωστή εκτέλεση των καθημερινών εργασιών των logistics εξασφαλίζει αν η επιχείρηση μπορεί να ικανοποιεί τους πελάτες της και μπορεί να παραμείνει στην αγορά. Οι καθημερινές αυτές εργασίες που είναι αναγκαίες για το στάδιο της εκτέλεσης, όπως αναφέρθηκαν και πιο πριν, είναι οι εξής:

- αγορές ή προμήθειες
- μεταφορές
- έλεγχος, διαχείριση αποθεμάτων
- αποθήκευση
- διανομή

1.2 ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΕΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ

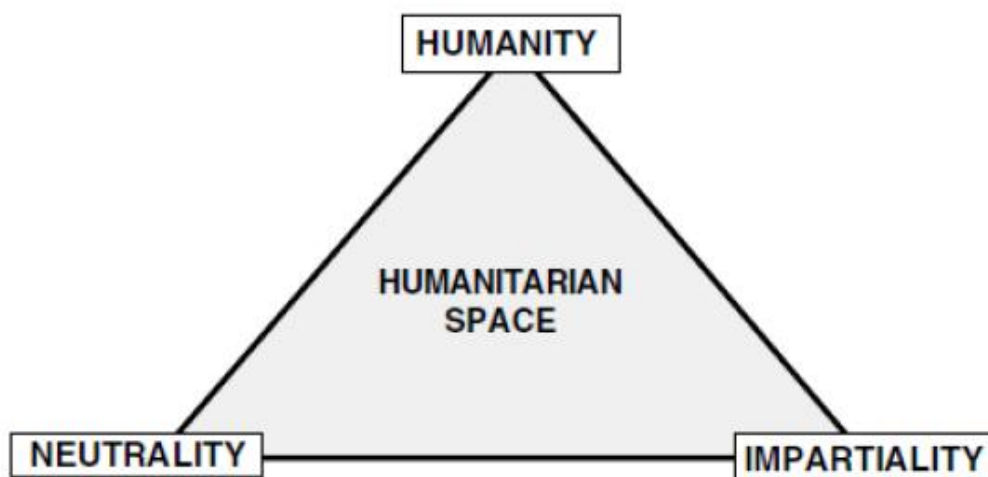
1.2.1 Εισαγωγή στις ανθρωπιστικές οργανώσεις

Αυτοί που προσφέρουν ανθρωπιστική βοήθεια είναι οι ανθρωπιστικές οργανώσεις. Οι ανθρωπιστικές οργανώσεις είναι οργανώσεις, των οποίων η σύσταση και οι διαδικασίες είναι παρόμοιες με αυτές των επιχειρήσεων, με τη μόνη διαφορά ότι δεν έχουν σκοπό το κέρδος, αλλά την ανακούφιση των ανθρώπων από μια καταστροφή.

Οι ανθρωπιστικές οργανώσεις διέπονται από τρεις αρχές, οι οποίες τις διαφοροποιούν από τις επιχειρήσεις. Προκειμένου κάποιος να καταλάβει τη λειτουργία τους θα πρέπει να γνωρίζει σε ποιες αρχές βασίζονται και αυτές είναι (Clark & Culikii 2007; OCHA, 2010; Van Wassenhove, 2006):

- Ανθρωπιά (Humanity) : Οι ανθρωπιστικές οργανώσεις βοηθούν οποιονδήποτε έχει ανάγκη, όπου και αν βρίσκεται.
- Ουδετερότητα (Neutrality) : Οι ανθρωπιστικές οργανώσεις δεν προσπαθούν να επηρεάσουν το αποτέλεσμα μιας διαμάχης με την παρέμβασή τους.
- Αμεροληψία (Impartiality) : Οι ανθρωπιστικές οργανώσεις δεν προσπαθούν να ευνοήσουν μια ομάδα πληγέντων ανθρώπων που έχουν ανάγκη τη βοήθειά τους εις βάρος μιας άλλης αντίστοιχης ομάδας πληγέντων.

Οι τρεις παραπάνω αρχές μπορούν να απεικονιστούν ως ένα δυναμικό και ελαστικό τριγωνικό σχήμα, όπως το παρακάτω (Van Wassenhove, 2006).



Σχήμα 1.4: Τριγωνική αναπαράσταση των τριών αρχών που διέπουν τις ανθρωπιστικές οργανώσεις (Van Wassenhove. 2006)

Το «humanitarian space» που βλέπουμε ότι δημιουργεί το τρίγωνο των τριών αρχών αντιπροσωπεύει τη ζώνη ηρεμίας, όπου οι πολίτες, χωρίς διαμάχες και προσφέροντας βοήθεια προστατεύονται από τα πυρά σε περιπτώσεις πολέμου και μπορούν να μετακινηθούν και να δράσουν ελεύθερα μέσα στη σκληρή πραγματικότητα της καταστροφής. Οι γραμμές μεταξύ στρατιωτών και ανθρωπιστών είναι πολύ λεπτές και έχουν παραβιαστεί ορισμένες φορές. Ακόμα και στις μέρες μας, η ασφάλεια είναι το νούμερο ένα ζήτημα.

1.2.2 Κατηγορίες ανθρωπιστικών οργανώσεων

Οι ανθρωπιστικές οργανώσεις, εκτός του ότι παρέχουν ανθρωπιστική βοήθεια σε καταστάσεις εκτάκτου ανάγκης, επιτελούν και έργο σε περιόδους ηρεμίας. Λόγω του ότι είναι πάρα πολλές, θα μπορούσαν να χωριστούν σε 3 κατηγορίες (Κίτσιος, 2009):

- Οργανισμοί Ηνωμένων Εθνών (United Nations Agencies)
- Κυβερνητικές Οργανώσεις (Intergovernmental Agencies)
- Μη-κυβερνητικές Οργανώσεις (NGOs)

Η τελευταία κατηγορία - οι NGOs έχουν συνήθως, τοπικά παραρτήματα σε πολλές χώρες και από αυτά προέρχεται η πρώτη ανταπόκριση στην καταστροφή (Nagumey, 2012). Διαθέτουν διάφορα τμήματα λειτουργίας, όπως επίσης και τμήματα logistics, που εκτελούν διαφορετικές διαδικασίες, ανάλογα και με τις ανάγκες που θα προκύψουν. Τα τμήματα αυτά μπορεί να είναι τα εξής (Howden, 2009):

- Προμήθειες
- Αποθήκευση
- Διαχείριση στόλου
- Μεταφορά (τόσο για προϊόντα όσο και για ανθρώπους)
- Διαχείριση ακίνητων περιουσιακών στοιχείων

- Διαχείριση κατασκευής
- Ασφάλεια
- Τεχνολογία Πληροφορικής (IT)
- Ράδιο - επικοινωνία

Η δραστηριότητα των οργανώσεων όμως, είναι κάθε φορά διαφορετική και για αυτόν το λόγο τα τμήματα αυτά πολλές φορές μπορεί να συγχωνεύονται ή να μην υφίστανται αφού οι διαδικασίες τους μπορεί να μην εκτελούνται από τη συγκεκριμένη οργάνωση, αλλά από άλλες πιο έμπειρες σε αυτό το τμήμα.

Παρακάτω αναφέρονται οι πιο μεγάλες και γνωστές ανθρωπιστικές οργανώσεις της κάθε κατηγορίας (PAHO & WHO, 2001).

Οργανισμοί Ηνωμένων Εθνών (United Nations Agencies)

- United Nations Development Program (UNDP)
- United Nations Office for the Coordination of Humanitarian Affairs (OCHA)
- World Food Program (WFP)
- United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR)
- United Nations Children's Fund (UNICEF)
- World Health Organization (WHO)

Κυβερνητικές Οργανώσεις (Intergovernmental Agencies)

- European Community Humanitarian Office (ECHO)
- Organization of American States (OAS)
- Caribbean Disaster and Emergency Response Agency (C'DERA)
- Coordination Center for the Prevention of Natural Disasters in Central America (CEPREDENAC)

Μη-κυβερνητικές Οργανώσεις (NGOs)

- The International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies (IFRC και CRS)
- Medecins sans Frontieres (MSF)
- Doctors of the World
- Cooperative for Assistance and Relief Everywhere (CARE)
- World Vision International
- Caritas Internationalis
- OXFAM
- The Salvation Army
- Save the Children
- International Red Cross Committee (ICRC)
- Voluntary Organizations in Cooperation in Emergencies (VOICE)

1.2.3 Ορισμοί ανθρωπιστικών εφοδιαστικών αλυσίδων

Ανθρωπιστική Εφοδιαστική (Humanitarian logistics):

Χαρακτηρίζεται η σχεδίαση, η χρήση και η εξέταση της αποτελεσματικής και αποδοτικής από άποψη κόστους ροής και αποθήκευσης αγαθών, υλικού, και σχετικής πληροφορίας, από την πηγή στο σημείο κατανάλωσης, με στόχο την επίτευξη των αναγκών του τελικού παραλήπτη (Thomas & Mizushima, 2005).

Οργάνωση εφοδιαστικής αλυσίδας παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας (Disaster relief supply chain management):

Περιέχει την δημιουργία και τον συντονισμό της κάθε δραστηριότητας η οποία έχει να κάνει με υλικά, δεδομένα και οικονομικές ροές σύμφωνα με το disaster relief. Ακόμα, περιέχει το συντονισμό και τη συνεργασία των ατόμων όπου είναι υπεύθυνα για την εφοδιαστική αλυσίδα, τους εξωτερικούς παρόχους υπηρεσιών και των ανθρωπιστικών οργανώσεων. Από την άλλη, δεν περιέχει την παροχή βοήθειας με στόχο την εξέλιξη των humanitarian logistics (Κονάcs & Spens, 2012).

Επίδοση εφοδιαστικής αλυσίδας παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας (Disaster relief supply chain performance):

Η εύρεση της επίδοσης μιας εφοδιαστικής αλυσίδας παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας έχει να κάνει με την επίδοσή της σχετικά με την ολοκλήρωση των σκοπών της, και με τη γενική της επίδοση (παραδείγματος χάριν με την αξιολόγηση των συμβατικών εφοδιαστικών αλυσίδων, σύμφωνα με τα έξοδα και το χρόνο) (Κονάcs & Spens, 2012).

Μεταφορά έκτακτης ανάγκης (Emergency Transport):

Η μεταφορά ατόμων ή αγαθών σε διάφορα σημεία περιέχει οχήματα ειδικά ή όχι σχεδιασμένα για χρήση σε συνθήκες έκτακτης ανάγκης (Κονάcs & Spens, 2012).

1.2.4 Η σημασία των ανθρωπιστικών εφοδιαστικών αλυσίδων στις σύγχρονες εφοδιαστικές αλυσίδες

Στις μέρες μας, οι εφοδιαστικές αλυσίδες παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας παίρνουν όλο και μεγαλύτερη σημασία. Όπως αναφέρει η Emergency Events Database, τα περιστατικά των ανθρωπιστικών καταστροφών κάθε χρόνο παρουσιάζουν ανοδική πορεία από 50 σε 400 στις τελευταίες τρεις δεκαετίες. Ο κύριος ρόλος της οργάνωσης της εφοδιαστικής αλυσίδας με σκοπό την σωστή καταπολέμηση μιας ανθρωπιστικής καταστροφής, παρουσιάζεται από το στοιχείο ότι τα έξοδα μεταφοράς και διανομής της ανθρωπιστικής βοήθειας σε μια ανθρωπιστική καταστροφή φτάνουν το 80% όλων των εξόδων για την καταπολέμηση του συμβάντος (van Wassenhofe, 2006).

Η έρευνα των εφοδιαστικών αλυσίδων παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας μπορεί να παρέχει στις εμπορικές εφοδιαστικές αλυσίδες όλα τα παρακάτω:

- Δυνατότητα για γρήγορη ανταπόκριση σε αλλαγές στο περιβάλλον λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας (responsiveness). Σχεδόν όλες οι εφοδιαστικές αλυσίδες παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας τις περισσότερες φορές έχουν συνεχείς διακοπές και δυσκολίες στη λειτουργία τους. Η διαδικασία για να ανταπεξέλθουν στις συγκεκριμένες δυσκολίες παρέχει δεδομένα στις εμπορικές εφοδιαστικές αλυσίδες για καταπολέμηση ίδιων περιπτώσεων.
- Δεδομένα για τη διαχείριση σημαντικών δυσκολιών και ρίσκων, διότι οι εφοδιαστικές αλυσίδες παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας ειδικεύονται σ' αυτή.
- Οι συνέπειες μιας κρίσης είναι η δυσκολία ή και τη διακοπή της λειτουργίας των εμπορικών εφοδιαστικών αλυσίδων εκεί όπου παρουσιάζεται. Η άμεση καταπολέμηση της κρίσης και η επανέναρξη της φυσιολογικής λειτουργίας των εμπορικών εφοδιαστικών αλυσίδων στηρίζονται στην αποδοτικότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας που θα στηθεί (Wallace & Webber, 2004). Αυτές οι καταστάσεις είναι πάρα πολύ σημαντικές για την λειτουργία των επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα αυτό να κάνει διάφορες αμερικανικές εταιρείες όπου δημιουργούν τα προϊόντα τους σε χώρες της νοτιοανατολικής Ασίας, όπου εκεί παρέχουν φθηνό εργατικό

δυναμικό όμως δέχονται πολλές φορές πλήγματα από τοπικές ανθρωπιστικές καταστροφές, να μετακινούν την παραγωγή τους σε άλλα κράτη στα όποια αυτά τα φαινόμενα δεν παρουσιάζονται τόσο συχνά (Wright, 2012).

Όλα αυτά δικαιολογούν το ενδιαφέρον για την ανθρωπιστική εφοδιαστική και την παροχή πόρων που έχουν ξοδευτεί για την έρευνα, εξέλιξη, και εφαρμογή τους από κυβερνήσεις, εμπορικούς οργανισμούς αλλά και επιχειρήσεις (Κονάς & Sprens, 2007)

1.2.5 Βασικές διαφορές μεταξύ εμπορικών εφοδιαστικών αλυσίδων και ανθρωπιστικών εφοδιαστικών αλυσίδων

Οι σημαντικότερες διαφορές ανάμεσα των εμπορικών εφοδιαστικών αλυσίδων και εφοδιαστικών αλυσίδων παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας παρουσιάζονται παρακάτω:

- Σκοπός: Αρχικά, οι εμπορικές εφοδιαστικές αλυσίδες δουλεύουν με στόχο το κέρδος. Από την άλλη, όμως, οι εφοδιαστικές αλυσίδες παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας δουλεύουν με στόχο τη αύξηση της ανθρωπιστικής βοήθειας (Thomas & Korczak, 2005).
- Τρόπος λειτουργίας: Στις εμπορικές εφοδιαστικές αλυσίδες πολλές φορές δεν παρουσιάζονται εμπόδια. Η προσφορά και η ζήτηση είναι προκαθορισμένες και συνήθως παραμένουν οι ίδιες, ενώ το περιβάλλον όπου δουλεύουν δεν παρουσιάζει συγκεκριμένα προβλήματα. Από την άλλη, οι εφοδιαστικές αλυσίδες παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας δουλεύουν με άγνωστη και μονίμως αλλαγμένη ζήτηση (εξέτια των διαφοροποιήσεων των δεδομένων στα πεδία δράσης τους, όπως και της απουσίας σωστής επικοινωνίας ανάμεσα των πολλών προσπαθειών για προσφορά ανθρωπιστικής βοήθειας στο ίδιο συμβάν) (Cassidy, 2003) (Murray, 2005), όπως ακόμα και με άγνωστη και μονίμως αλλαγμένη προσφορά, διότι παροχή βοηθειών στις εφοδιαστικές αλυσίδες, είτε αυτές είναι χρηματικές είτε αυτές είναι υλικές είναι μη προβλέψιμες και άγνωστες. Επιπλέον, τα σημεία όπου οι εφοδιαστικές αλυσίδες δουλεύουν είναι συνήθως σε αναταραχή, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει η δυνατότητα σωστής ροής της εφοδιαστικής αλυσίδας και πολλές

φορς το δίκτυο υποδομών να δέχεται πλήγμα (Cassidy, 2003), (Long & Wood, 1995).

- Σημασία του χρόνου: Στις εμπορικές εφοδιαστικές αλυσίδες, ‘ο χρόνος είναι χρήμα’, ενώ στις εφοδιαστικές αλυσίδες παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας ο χρόνος συνεπάγεται με ανθρώπινες ζωές, διότι η καθυστέρηση στην παροχή ανθρωπιστικής βοήθειας σε μια πληγείσα περιοχή έχει ως αποτέλεσμα να χαθούν ζωές (Konács & Spens, 2012).
- Πηγές χρηματοδότησης: Αρχικά, στις εμπορικές εφοδιαστικές αλυσίδες οι οικονομικές εισροές κερδίζονται από διάφορα ποσά που παρέχουν οι καταναλωτές των συγκεκριμένων αλυσίδων. Από την άλλη, στις εφοδιαστικές αλυσίδες παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας οι εισροές παρέχονται μόνο από δωρητές όπου κατέχουν και προσφέρουν ποσά για την επίτευξη του στόχου. Και στις δύο περιπτώσεις βλέπουμε πολλές φορές πως η διανομή των αγαθών από την εφοδιαστική αλυσίδα να έχει διαφορές οριοθετήσεις σχετικά με αυτές που δίνουν οι μεγάλοι πελάτες ή αντίστοιχα οι μεγάλοι δωρητές (McLachlin, Larson, & Khan, 2009). Η συγκεκριμένη διαφορά στη χρηματοδότηση και στον κερδοσκοπικό χαρακτήρα των business supply chains σε αντίθεση με τον ανθρωπιστικό, μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα των εφοδιαστικών αλυσίδων παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας χαρακτηρίζει την μεγάλη διαφορά που παρουσιάζεται στην τεχνογνωσία και στις προσπάθειες καλύτερευσης της ροής στην εφοδιαστική αλυσίδα ανάμεσα των εμπορικών και των ανθρωπιστικών εφοδιαστικών αλυσίδων. Σύμφωνα με τις εμπορικές αλυσίδες τα οικονομικά κίνητρα και η χρηματοδότηση προσπαθειών καλύτερευσης επέφεραν μεγάλες διαφορές σε αποτελεσματικότητα και σε τεχνογνωσία από ότι εφοδιαστικές αλυσίδες όπου συνήθως οι εταιρείες logistics είναι απρόθυμες να μοιραστούν με ανθρωπιστικές οργανώσεις.

1.2.6 Βασικές προκλήσεις στις ανθρωπιστικές εφοδιαστικές αλυσίδες

Οι διαφορές αυτές δημιουργούν τις εξής προκλήσεις για τις εφοδιαστικών αλυσίδων παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας: (Beamon & Balciik, 2008)

- Απρόβλεπτες διακυμάνσεις στη ζήτηση, από άποψη χρόνου, τοποθεσίας, είδους και ποσοτήτων.
- Αιφνίδια εμφάνιση ζήτησης μεγάλων ποσοτήτων πληθώρας προϊόντων εντός συντόμου χρονικού διαστήματος (στη φάση της άμεσης απόκρισης).
- Σοβαρές επιπτώσεις σε περίπτωση καθυστερήσεων (απώλεια ανθρωπίνων ζώων)
- Ελλείμματα σε πόρους, έμπυχο δυναμικό, τεχνογνωσία, δυνατότητες μεταφοράς και αποθήκευσης, και χρημάτων.
- Διαφορετικοί τύποι ανθρωπιστικών καταστροφών απαιτούν τελείως διαφορετική αντιμετώπιση στην οργάνωση της εφοδιαστικής αλυσίδας.

1.2.7 Η μέτρηση της επίδοσης σε ανθρωπιστικές εφοδιαστικές αλυσίδες

Στην συνέχεια είναι οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας (CSFs) για ανθρωπιστικές εφοδιαστικές αλυσίδες, σύμφωνα με την λογική των CSFs για εμπορικές εφοδιαστικές αλυσίδες που παρουσιάσαμε και πιο πάνω. (Pettit & Beresford, 2009)

1.2.7.1 Στρατηγικός Σχεδιασμός

Αρχικά, και στις δυο κατηγορίες των εφοδιαστικών αλυσίδων ο στρατηγικός σχεδιασμός (strategic planning) έχει να κάνει με το μακροπρόθεσμο σχεδιασμό των επιχειρήσεων παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας σε σημεία τα οποία έχουν δεχτεί πλήγματα και περιέχει αποφάσεις που παίρνονται σε μεγάλο επίπεδο. Ακόμα, ο στρατηγικός σχεδιασμός έχει κύρια σημασία για την μαζική και κεντρικά ελεγχόμενη (OHE) αγορά (ή γενικότερα προμήθεια) και διανομή ανθρωπιστικού υλικού με την βοήθεια ενιαίων καναλιών διανομής, έχοντας κύριο ρόλο στην αποτελεσματικότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας (Long, 1997). Από την στιγμή όπου ο στρατηγικός σχεδιασμός έχει μελλοντικά πλάνα, εξετάζονται όλα τα στάδια του ανθρωπιστικού έργου σε μια ανθρωπιστική καταστροφή (preparation, response, reconstruction), όπου όλα από αυτά έχει αλλιώτικες ανάγκες από την εφοδιαστική αλυσίδα που το τροφοδοτεί με πόρους (Κονάcs & Spens, 2007). Σύμφωνα με τον στρατηγικό σχεδιασμό είναι αναγκαίο να παίρνονται υπόψην μακροσκοπικοί πολιτικοί και οικονομικοί παράγοντες από το περιβάλλον του σημείου όπου ερευνάται (Long & Wood, 1995). Αναλυτικότερα, ο στρατηγικός σχεδιασμός περιέχει τα εξής:

- Στήσιμο καναλιών διανομής ανθρωπιστικού υλικού
- Τοποθέτηση αποθηκευτικών χώρων
- Εξέταση σεναρίων έκτακτης ανάγκης και ανάλογη μέριμνα
- Τοποθέτηση κέντρων διανομής (κεντρικοποιημένη ή περιφερειακή)
- Ανάθεση υπηρεσιών σε τρίτους (Outsourcing)
- Όγκοι μεταφοράς
- Οικονομικά μεγέθη
- Εύρεση πόρων
- Κατανομή ανθρώπινου δυναμικού
- Μελλοντικός σχεδιασμός (Forward planning)
- Δημιουργία μακροπρόθεσμων σχέσεων συνεργασίας με σημαντικούς προμηθευτές βασικών πόρων

- Αναγνώριση δυνατών και αδύναμων σημείων της εφοδιαστικής αλυσίδας
- Προ-τοποθέτηση (Pre-positioning)

1.2.7.2 Διαχείριση αποθεμάτων

Σύμφωνα με τις εμπορικές εφοδιαστικές αλυσίδες βασικό ρόλο έχουν τα ονομαζόμενα “pull” συστήματα, ουσιαστικά τα συστήματα όπου η ροή στην εφοδιαστική αλυσίδα επηρεάζεται περισσότερο από τη ζήτηση από τον τελικό καταναλωτή, από την άλλη, σύμφωνα με τις ανθρωπιστικές εφοδιαστικές αλυσίδες βασικό ρόλο έχουν τα ονομαζόμενα συστήματα “push”, ουσιαστικά διανομή του κάθε δυνατού πόρου, με σκοπό την παροχή βοήθειας στα κέντρα διανομής στις πληγείσες περιοχές, και μετά παροχή του υλικού στους πληγέντες με την βοήθεια των “pull” συστημάτων (Whybark, 2007). Ακόμα, η διαχείριση αποθεμάτων (inventory management) έχει να κάνει με τα παρακάτω:

- Τη διαχείριση των υπάρχοντων αποθεμάτων που διακινούνται στο σύστημα
- Τη διαχείριση των πόρων που μπορούν να αποκτηθούν άμεσα από τοπικές πηγές της περιοχής που έχει πληγεί (Long & Wood, 1995)
- Τη διαρκή μείωση των χρόνων απόκτησης για τους πόρους μεγάλης σημασίας
- Την πρόβλεψη της ζήτησης (Gunasekaran & Ngai, 2003)

Βλέπουμε πως κύριο στοιχείο κάθε οργανισμού παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας είναι ο χρόνος διότι από την στιγμή όπου η βοήθεια καθυστερεί, ανθρώπινες ζωές χάνονται. Επομένως, η «χρονική αξία» του πόρου που παρέχεται ξεπερνά εκείνη της χρηματικής (Long & Wood, 1995). Έτσι, αρκετές ανθρωπιστικές οργανώσεις (κάποιες από τις μεγαλύτερες είναι ο Ερυθρός Σταυρός- IFRC και το World Vision) ξεκίνησαν να χρησιμοποιούν τακτικές προ-τοποθέτησης για τη αποδοτική και αποτελεσματική διαχείριση αποθεμάτων τους, με την τοποθέτηση αποθηκών με προμήθειες σε ανθρωπιστικό υλικό σε κύρια μέρη όπου παρουσιάζονται πολλές ανθρωπιστικές καταστροφές, αλλά και με τη σύναψη προ-συμφωνιών με προμηθευτές, με σκοπό εάν παρουσιαστεί μια ανθρωπιστικής καταστροφής να κερδίζεται χρόνος και χρηματικοί πόροι (Matthews, 2005). Στις μέρες μας, πραγματοποιείται μια προσπάθεια ενοποίησης των δικτύων αποθηκευτικών χώρων

διαφορετικών ανθρωπιστικών οργανώσεων, με στόχο την υλοποίηση ενός διεθνούς δικτύου το οποίο θα έχει την δυνατότητα να καταπολεμήσει τις ανθρωπιστικές καταστροφές πιο γρήγορα και πιο αποδοτικά (Pettit & Beresford, 2009).

1.2.7.3 Σχεδιασμός μεταφορών και δυναμικότητας

Σε αντίθεση με τις εμπορικές εφοδιαστικές αλυσίδες, όπου εκεί βρίσκεται ένας συγκεκριμένος στόλος μεταφορικών οχημάτων και δουλεύουν σε σημεία με λειτουργικές υποδομές, οι ανθρωπιστικές εφοδιαστικές αλυσίδες δουλεύουν συνήθως σε σημεία τα οποία έχουν κατεστραμμένες υποδομές και στηρίζονται σε έναν στόλο μεταφορικών οχημάτων που συγκεντρώνονται άμεσα στο εκάστοτε σημείο που παρουσιάστηκε μια καταστροφή (Kovács & Spens, 2007). Επομένως, παρουσιάζονται αρκετές διαφορές σχετικά με τον σχεδιασμό μεταφορών και της δυναμικότητας ανάμεσα των δύο περιστάσεων.

Στις εφοδιαστικές αλυσίδες παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας, ο σχεδιασμός μεταφορών και δυναμικότητας έχει να κάνει με τα εξής (Pettit & Beresford, 2009):

- Την επιλογή των μέσων μεταφοράς (αεροπλάνα, ελικόπτερα, πλοία, οχήματα, αμφίβια οχήματα σε περιπτώσεις πλημμύρας, ακόμη και υποζύγια σε δύσβατες ορεινές περιοχές) (Beresford, Jennings, & Pettit, 2002)
- Την εκμετάλλευση της χωρητικότητας των μέσων μεταφοράς, δηλαδή της δυναμικότητας του συστήματος
- Το χρονικό προγραμματισμό
- Τη συντήρηση
- Την εύρεση μέσων μεταφοράς
- Τις πληρωμές των μεταφορέων
- Την ανάθεση υπηρεσιών σε τρίτους (outsourcing)
- Τη σύναψη στρατηγικών συμμαχιών μεταξύ ανθρωπιστικών οργανώσεων ή με τοπικούς φορείς
- Τη διαρκή προσπάθεια για μείωση του κόστους

1.2.7.4 Διαχείριση Πληροφοριών και Αξιοποίηση Τεχνολογίας

Η κατάλληλη αξιοποίηση των δεδομένων είναι ένας κύριος παράγοντας για τη καλύτερευση της απόδοσης κάθε εφοδιαστικής αλυσίδας, είτε αυτή είναι εμπορική είναι αυτή είναι ανθρωπιστική. Η εφαρμογή πληροφοριακών συστημάτων παρέχει τη γενική εικόνα της εφοδιαστικής αλυσίδας και αυτοματοποιεί αρκετά τις διαδικασίες όπως παραδείγματος χάριν την εύρεση της απόδοσής της. Ακόμα, τα πληροφοριακά συστήματα παρέχουν αρκετά θετικά που διευκολύνουν τη λειτουργία του κάθε οργανισμού με τη λειτουργία των αγοραστών και των προμηθευτών του (Perry, 2007).

Επίσης, στις ανθρωπιστικές εφοδιαστικές αλυσίδες, η εφαρμογή πληροφοριακών συστημάτων και η μελετημένη ροή της πληροφορίας έχουν κύριο ρόλο στην σωστή και αποδοτική λειτουργία της αλυσίδας. Επομένως, στο στάδιο του στρατηγικού σχεδιασμού ο σχεδιασμός της διαχείρισης πληροφοριών εντός της αλυσίδας είναι βασικό στοιχείο της επιτυχίας (Soim, 2004). Επιπλέον, στις ανθρωπιστικές εφοδιαστικές αλυσίδες μεγάλη βοήθεια παρέχουν τα συστήματα υποστήριξης λήψης αποφάσεων (Decision Support Systems – DSS). Οι πολλές και διαφορετικές καταστροφές που έχουν την δυνατότητα να πραγματοποιηθούν, κάνουν το συγκεκριμένο σύστημα απαραίτητο. Ακόμα, τα συστήματα υποστήριξης λήψης αποφάσεων είναι πολλά με τα κυριότερα να είναι του ΟΗΕ και του World Food Program – WFP. Επίσης, σύμφωνα με το ΟΗΕ έχει δημιουργεί ένα σύστημα το οποίο κάνει πιο εύκολη την μετάδοση δεδομένων ανάμεσα των πολλών ανθρωπιστικών οργανώσεων, με σκοπό να μην παρουσιάζονται στο πεδίο λάθη από ασυνεννοησία και απουσία ενημέρωσης μεταξύ των οργανώσεων.

Να αναφέρουμε ακόμα πως το ποσοστό των ανθρωπιστικών οργανώσεων που εφαρμόζουν συστήματα για την παρακολούθηση της πορείας του ανθρωπιστικού υλικού που παρέχουν (aid tracing) είναι, πάρα πολύ μικρό (Fritz Institute).

Ακόμα, ένα στοιχείο για την καλή λειτουργία μιας ανθρωπιστικής εφοδιαστικής αλυσίδας είναι η κατάλληλη επιλογή μέσων επικοινωνίας. Εάν παρουσιαστεί μια κρίση, η ενημέρωση είναι απαραίτητο να στηρίζεται σε διάφορα μέσα επικοινωνίας, εξαιτίας πιθανής υπερφόρτωσης του συστήματος και μεγάλου ρίσκου σε περίπτωση καταστροφή υποδομών, παρόλα αυτά όμως ούτε σε πάρα πολλά διαφορετικά μέσα επικοινωνίας, εξέτια της συμβατότητας που παράγει ζητήματα και θέματα μεταξύ των χρηστών.

1.2.7.5 Διαχείριση Ανθρώπινων Πόρων

Εάν παρουσιαστεί μια ανθρωπιστική κρίση, βασικός στόχος της Διαχείριση Ανθρώπινων Πόρων (Human Resource Management) είναι να υπάρχουν τα απαραίτητα άτομα στο κατάλληλο σημείο όσο πιο γρήγορα (CILT, 2006) .

Τα σημαντικότερα ζητήματα έχουν να κάνουν με τη διαχείριση ανθρώπινων πόρων που παρουσιάζουν οι προσπάθειες παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας σε κατάσταση κρίσης έχουν να κάνουν με το εξειδικευμένο στην εφοδιαστική προσωπικό (logisticians). Η σημαντικότητά τους σε αυτό είναι πιο μικρή από ότι θα έπρεπε να είναι, αφού διότι είναι ελάχιστοι στον αριθμό, είναι σε μικρά επίπεδα της οργανωτική δομή, δεν έχουν μεγάλη ελευθερία στη λήψη αποφάσεων, και συνήθως δεν παρευρίσκονται στην αποστολή για την πρώτη εύρεση των απαιτήσεων σε ένα μέρος το οποίο έχει δεχτεί μια ανθρωπιστική καταστροφή (assessment team) (Perry, 2007).

Είναι γνωστό πως ο εντοπισμός συγκεκριμένου εξειδικευμένου προσωπικού είναι πιο εύκολος σε διεθνές παρά σε τοπικό επίπεδο. (Fritz Institute) Το συγκεκριμένο στοιχείο το χαρακτηρίζει η απουσία «ταλέντου» στο τομέα της εφοδιαστικής σε μια προσπάθεια παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας, διότι οι ανθρωπιστικές οργανώσεις συνηθίζουν να διαλέγουν ως χαμηλόβαθμα στελέχη για τις ομάδες τους στο πεδίο ανθρώπους από την πληγείσα περιοχή, και οι logisticians είναι τέτοια χαμηλόβαθμα στελέχη.

1.3 ΠΕΡΙΣΣΕΥΟΥΜΕΝΟ ΦΑΓΗΤΟ

1.3.1 Η σπατάλη τροφίμων στην Ελλάδα

Η εξέταση της σπατάλης φαγητού στην Ελλάδα είναι ένα δύσκολο εγχείρημα εξαιτίας της έλλειψης μιας εκτεταμένης και εμπεριστατωμένης έρευνας γύρω από το ζήτημα, αλλά και της σχεδόν παντελούς έλλειψης δημόσιας συζήτησης γύρω από αυτό το σημαντικό κοινωνικό πρόβλημα. Υπάρχει μία έρευνα από το Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, αλλά είναι περιορισμένη σχετικά με το ποιοτικό και ποσοτικό εύρος εξέτασης. Η δημόσια συζήτηση γύρω από το φαινόμενο της σπατάλης τροφίμων στην Ελλάδα, ουσιαστικά ανύπαρκτη μέχρι πριν λίγα χρόνια, προκαλείται σχεδόν αποκλειστικά από πρωτοβουλίες πολιτών (κυρίως Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις) και ακαδημαϊκούς φορείς και όχι κεντρικά και συντονισμένα από το κράτος, όπως συμβαίνει πλέον σε πολλές αναπτυγμένες χώρες. Εκεί η σπατάλη τροφίμων εδώ και πολλά χρόνια αντιμετωπίζεται με τη βοήθεια ΜΚΟ και έχει αναδειχθεί σε σημαντικό θέμα δημόσιας συζήτησης με αξιοσημείωτα αποτελέσματα, όπως π.χ. στη Μεγάλη Βρετανία.

Για πολλά χρόνια η εξέταση του φαινομένου της σπατάλης τροφίμων εστίαζε κυρίως στις οικονομικά λιγότερο αναπτυγμένες χώρες, όπου συναντάται και πιο έντονα το φαινόμενο της πείνας και του υποσιτισμού. Όμως, τις τελευταίες δύο δεκαετίες το φαινόμενο έχει αρχίσει και εξετάζεται και στις αναπτυγμένες χώρες καθώς αλλάζει σταδιακά η κοινή γνώμη σχετικά με τη σπατάλη πόρων γενικότερα, αλλά και επειδή όλο και περισσότεροι άνθρωποι στις πλούσιες χώρες αναγκάζονται να ζητήσουν στήριξη για την εξασφάλιση των διατροφικών τους αναγκών. Ενδεικτικά, στις αρχές του 2013, τα Ηνωμένα Έθνη, αναγνωρίζοντας τη σημασία αυτού του προβλήματος, εγκαινίασαν το πρόγραμμα «Think.Eat.Save.Reduce your Footprint» με στόχο τη δραστική μείωση της σπατάλης τροφίμων και στις πλούσιες χώρες.

Συνοπτικά, η σπατάλη τροφίμων ως παγκόσμιο φαινόμενο διαχωρίζεται στους παρακάτω τομείς:

- Πρωτογενής τομέας
- Τομέας μεταποίησης
- Τομέας χονδρεμπορίου

- Τομέας εστίασης
- Νοικοκυριά

Το ποσοστό συμμετοχής κάθε τομέα στο σύνολο της σπατάλης διαφέρει ανάλογα με το οικονομικό επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας. Στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες, η σπατάλη εστιάζεται κυρίως στην αγροτική παραγωγή και την μεταποίηση με αποτέλεσμα μεγάλο μέρος των παραγόμενων τροφίμων να «χάνονται στο δρόμο». Για παράδειγμα, έχει υπολογιστεί ότι η Ινδία χάνει κάθε χρόνο περίπου 21 εκατ. τόνους σιτηρών, όσο δηλαδή η συνολική παραγωγή της Αυστραλίας, εξαιτίας της έλλειψης κατάλληλων υποδομών⁵, τη στιγμή που η ίδια χώρα έχει τους περισσότερους ανθρώπους στον κόσμο κάτω από το όριο της φτώχειας.

Αντίθετα, στις οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες, στις οποίες ανήκει και η Ελλάδα, η σπατάλη τροφίμων εστιάζεται στους τελευταίους κρίκους της διατροφικής αλυσίδας, με το μεγαλύτερο ποσοστό (42%) να αντιστοιχεί στα νοικοκυριά. Για αυτό το λόγο οι προσπάθειες μείωσης της σπατάλης στις ανεπτυγμένες χώρες πρέπει να στοχεύουν στις αλλαγές συνηθειών των πολιτών σχετικά με το τι και πως ψωνίζουν και παράλληλα στην εύρεση αποτελεσματικών τρόπων αξιοποίησης του περισσευούμενου φαγητού, όπως για παράδειγμα είναι το μοντέλο του ΜΠΟΡΟΥΜΕ.

Στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες η σπατάλη τροφίμων προσεγγίζεται ως φαινόμενο συνήθως από την σκοπιά των σημαντικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Ενδεικτικά, σύμφωνα με μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, αν δεν ληφθούν άμεσα τα απαραίτητα μέτρα, η σπατάλη τροφίμων στην Ε.Ε., εξαιτίας της αύξησης του πληθυσμού και του διαθέσιμου εισοδήματος, θα αυξηθεί το 2020 σε 120 μετρικούς τόνους απορριμμάτων, όταν το 2006 βρισκόταν σε 89 μετρικούς τόνους.

Σε αντίθεση με άλλες ανεπτυγμένες χώρες, στην Ελλάδα, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης των τελευταίων ετών, το φαινόμενο προσεγγίζεται συνήθως από την ανθρωπιστική σκοπιά του προβλήματος, δηλαδή της αντίφασης της σπατάλης τροφίμων όταν πολλοί συνάνθρωποι μας βρίσκονται σε διατροφική ανασφάλεια. Αυτό είναι μία λογική συνέπεια της πολύ υψηλής ανεργίας στην Ελλάδα τα τελευταία έτη και της πραγματικότητας ότι σχεδόν το 1/3 του πληθυσμού ζει κάτω ή κοντά στο όριο της φτώχειας. Μία ακόμη συνέπεια της κρίσης είναι η μείωση της σπατάλης τροφίμων, αλλά μόνο έμμεσα, δηλαδή μέσω της αποδεδειγμένης μείωσης όλων των

απορριμμάτων των νοικοκυριών, που αποτελεί ακόμα ένα ενδεικτικό στοιχείο της μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματος και της κατανάλωσης (mproume.gr).

1.3.2 Λόγοι σπατάλης φαγητού στα νοικοκυριά και τον τομέα εστίασης

1. Μεγέθη συσκευασμένων μερίδων φαγητού

Εδώ τίθεται το δίλημμα μεταξύ της συσκευασίας ατομικών μερίδων που όμως συνεπάγεται μεγαλύτερη σπατάλη συσκευασίας ή της συσκευασίας πολλών μερίδων που συνεπάγεται μεγαλύτερη πιθανότητα σπατάλης τροφίμων

2. Προβλήματα στις ετικέτες προϊόντων

Μεγάλες ποσότητες τροφίμων σπαταλώνται εξαιτίας της τάσης των καταναλωτών να μεταχειρίζονται τις διάφορες επισημάνσεις στις ετικέτες προϊόντων ως το ίδιο, δηλαδή να μην διακρίνουν π.χ. μεταξύ “ημερομηνίας λήξης” και “κατανάλωσης κατά προτίμηση πριν”. Εξαιτίας της σύγχυσης στην Ελλάδα σχετικά με αυτές τις επισημάνσεις έχει χαθεί πρόσφατα μία σημαντική ευκαιρία για μείωση της σπατάλης τροφίμων στο λιανικό εμπόριο σχετικά με τα προϊόντα περασμένης διατηρησιμότητας.

3. Προβλήματα συσκευασιών

Ειδικές συσκευασίες θα μπορούσαν να επιμηκύνουν σημαντικά τη διάρκεια ζωής των προϊόντων, π.χ. ο πενταπλασιασμός της διάρκειας των λαχανικών που περιέχουν μεγάλο ποσοστό νερού εφόσον τυλιχτούν σε ειδική μεμβράνη

4. Προβλήματα αποθήκευσης

Όπως σημειώθηκε παραπάνω, αυτό το πρόβλημα είναι από τα πιο σημαντικά στις λιγότερο οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες, αλλά ακόμα και στις αναπτυγμένες παίζει σημαντικό ρόλο, π.χ. έχει υπολογιστεί ότι στην Μεγάλη Βρετανία 2 εκατ. τόνοι τροφίμων δεν αποθηκεύονται σωστά κάθε χρόνο.

5. Ελλιπής ενημέρωση

Ενώ όλο και περισσότεροι άνθρωποι στις αναπτυγμένες χώρες γνωρίζουν πλέον το φαινόμενο της σπατάλης τροφίμων, ελάχιστοι έχουν αλλάξει τις συνήθειες τους ή ενεργά προσπαθούν να μειώσουν την προσωπική τους σπατάλη. Στην Ελλάδα

διακρίνεται ένα χάσμα σε σύγκριση με λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες σχετικά με την ενημέρωση των πολιτών γύρω από το φαινόμενο.

6. Προτιμήσεις

Μεγάλες ποσότητες τροφίμων σπαταλώνται εξαιτίας των διατροφικών προτιμήσεων που έχουμε ως καταναλωτές, π.χ. η σπατάλη της φλούδας μιας πατάτας ή ενός μήλου, η κόρα του ψωμιού κλπ. Αυτός ο παράγοντας σπατάλης τροφίμων θεωρείται σύμφωνα με τις μελέτες από τους πιο δύσκολους να αλλάξει.

7. Σχεδιασμός

Ο σχεδιασμός των αγορών ενός νοικοκυριού θεωρείται σημαντικός παράγοντας σπατάλης τροφίμων, ειδικά σε μία χώρα όπως η Ελλάδα, της οποίας ο πληθυσμός μόλις τα τελευταία χρόνια δείχνει σημάδια ώριμης καταναλωτικής συμπεριφοράς εξαιτίας της οικονομικής κρίσης.

8. Κοινωνικό-οικονομικοί παράγοντες

Οι αλλαγές στη κοινωνική δομή των τελευταίων δεκαετιών στις αναπτυγμένες χώρες, με σημαντικότερη την αύξηση των ατομικών νοικοκυριών, παίζει ρόλο στην αύξηση της σπατάλης τροφίμων, καθώς τα ατομικά νοικοκυριά έχουν ισχυρότερη τάση προς τη σπατάλη σε σχέση με τα νοικοκυριά περισσότερων ατόμων. Η συγκεκριμένη τάση μπορεί να παρατηρηθεί και στην ελληνική κοινωνία.

Στους τομείς της μεταποίησης και του χονδρεμπορίου οι βασικοί λόγοι για τη σπατάλη φαγητού εστιάζονται σε υλικοτεχνικούς λόγους και προβλήματα μεταφοράς και αποθήκευσης (mproume.gr).

1.3.3 Η οργάνωση «ΜΠΟΡΟΥΜΕ»

Το Μπορούμε είναι μία μη κερδοσκοπική οργάνωση με σκοπό τον περιορισμό της σπατάλης τροφίμων και την καταπολέμηση του υποσιτισμού στην Ελλάδα. Στα πλαίσια του προγράμματος «Διάσωση & Προσφορά Τροφίμων», καθημερινά, σώζει φαγητό και τρόφιμα από όλους τους πιθανούς δωρητές και το προσφέρει, μέσω κοινωφελών φορέων, στους ανθρώπους που βρίσκονται σε διατροφική ανασφάλεια. Με αυτόν τον τρόπο μειώνει την περιβαλλοντική επιβάρυνση και παράλληλα στηρίζει επισιτιστικά τις πιο ευαίσθητες κοινωνικά ομάδες.

Προσεγγίζει συνολικά το φαινόμενο της σπατάλης φαγητού μέσω:

- του ενημερωτικού προγράμματος «Καμία Μερίδα Φαγητού Χαμένη»
- του εκπαιδευτικού προγράμματος «Μπορούμε στο Σχολείο»
- του προγράμματος διάσωσης περισσευούμενης αγροτικής παραγωγής «Μπορούμε στο Χωράφι»
- του προγράμματος διάσωσης προϊόντων από λαϊκές αγορές «Μπορούμε στη Λαϊκή»
- του εθελοντικού προγράμματος ενημέρωσης δυνητικών δωρητών τροφίμων «Μπορούμε στη Γειτονιά»
- Με το πρόγραμμα «Είμαστε Οικογένεια» στηρίζει άμεσα, αξιοπρεπώς και με διαφάνεια τους συνανθρώπους μας με την μεγαλύτερη διατροφική ανάγκη.

Όραμα της οργάνωσης είναι η ανάπτυξη ενός κοινωνικού κινήματος μείωσης της σπατάλης φαγητού και ταυτόχρονα αύξησης της επισιτιστικής στήριξης ανθρώπων σε ανάγκη με βάση την εθελοντική προσφορά.

Το «Μπορούμε» συντονίζει την προσφορά φαγητού και τροφίμων από εταιρείες εστίασης, ξενοδοχεία, ζαχαροπλαστεία, μανάβικα, φούρνους κλπ. σε ένα δίκτυο 450 ιδρυμάτων (ορφανοτροφείων, κοινωνικές υπηρεσίες δήμων, στέγες ανηλίκων, οικοτροφείων κλπ.) και συσσιτίων σε όλη την Ελλάδα.

Σε εβδομαδιαία βάση, πλήθος προσφορών περισσευόμενων τροφίμων εισέρχονται στο σύστημα (www.boroume.gr), τις οποίες επεξεργάζονται άμεσα οι εθελοντές της οργάνωσης, με αποτέλεσμα όλες οι προσφορές να αξιοποιούνται υπέρ

κοινωφελών σκοπών εντός λίγων μόλις ωρών. Παράλληλα, αναρτώνται σε τακτική βάση και οι ανάγκες πιθανών αποδεκτών από όλη την Ελλάδα με όλα τα στοιχεία επικοινωνίας, δίνοντας με αυτόν τον τρόπο τη δυνατότητα σε όποιον θέλει να βοηθήσει να το κάνει άμεσα.

Οι εθελοντές επικοινωνούν καθημερινά και καταγράφουν τις ανάγκες ιδρυμάτων, κοινωνικών υπηρεσιών δήμων, συσσιτίων και ιδιωτών. Ταυτόχρονα, ενημερώνονται για προσφορές φαγητού – τροφίμων από εταιρείες, εστιατόρια, ξενοδοχεία, αρτοποιεία, οπωροπωλεία κλπ. από όλη την Ελλάδα. Το «Μπορούμε» δικτυώνει την ανάγκη με την προσφορά με κριτήριο τη γεωγραφική εγγύτητα των δύο πλευρών, όχι μόνο για πρακτικούς λόγους αλλά και για την ενδυνάμωση της αλληλεγγύης σε τοπικό επίπεδο. Επίσης, η ΜΚΟ συντονίζει την παραλαβή της προσφοράς κατευθείαν από τον φορέα που έχει ανάγκη, ώστε οι δωρητές να μην επιβαρύνονται με κόστη μεταφοράς ή απασχόλησης προσωπικού και να μη χάνεται πολύτιμος χρόνος, κρίσιμο στοιχείο όταν πρόκειται για τρόφιμα ημέρας που πρέπει να καταναλωθούν άμεσα (mporoume.gr).

2.ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

2.1 Σκοπός

Σκοπός της έρευνας που πραγματοποιείται στα πλαίσια της παρούσας εργασίας είναι να διερευνηθεί η εφοδιαστική αλυσίδα περισσευούμενου φαγητού.

Τη διατύπωση του προβλήματος ακολούθησε η επιλογή ερευνητικής μεθόδου, η οποία αποφασίστηκε ότι θα είναι η ποσοτική συλλογή δεδομένων με τη χρήση ερωτηματολογίου.

2.2 Το δείγμα της μελέτης

Για την πραγματοποίηση της μελέτης, χρησιμοποιήθηκε ποσοτική έρευνα. Αποφασίστηκε ο πληθυσμός που θα αποτελέσει το δείγμα της συγκεκριμένης έρευνας να είναι εστιατόρια και ταβέρνες. Συνολικά μοιράστηκαν 40 ερωτηματολόγια εκ των οποίων επεστράφησαν 32 ερωτηματολόγια.

2.3 Εργαλείο συλλογής

Ως ερευνητικό μέσο, στην παρούσα εργασία, επιλέχτηκε ένα ερωτηματολόγιο το οποίο βοηθά στη γρήγορη συλλογή δεδομένων και επιτρέπει την ταχεία οργάνωση και ανάλυση τους (Cohen & Manion, 1997). Το ερωτηματολόγιο είναι ένα έντυπο στο οποίο βρίσκεται ένας αριθμός δομημένων ερωτήσεων που είναι τοποθετημένες με κατάλληλη σειρά και όπου τα άτομα πρέπει να δώσουν γραπτές απαντήσεις (Ζαφειρίου, 2003). Ένα σωστό ερωτηματολόγιο πρέπει να είναι σύντομο, να περιλαμβάνει βασικές οδηγίες συμπλήρωσης και να επιδέχεται κωδικογραφική και μηχανογραφική επεξεργασία

Για τη δημιουργία του ερωτηματολογίου, χρειάστηκε να ληφθούν υπόψη συγκεκριμένα χαρακτηριστικά όπως η πληρότητα, η σαφήνεια, η συνοχή, και η σωστή δομή. Ακόμα, (Javeau, 1996; Ρούσσος& Τσαούσης 2002).Για την διατύπωση των ερωτήσεων που αφορούν το λεξιλόγιο και την φρασεολογία του ερωτηματολογίου, αποφασίσθηκε οι ερωτήσεις να ακολουθούν τους κανόνες της

γραμματικής και του συντακτικού και να είναι διατυπωμένες με σαφήνεια (Javeau, 1996).

Επίσης, επιλέχθηκε οι ερωτήσεις να είναι συνοπτικές και περιεκτικές με στόχο τα άτομα να μπορούν με ευκολία να τις συμπληρώνουν. Έγινε, παράλληλα, προσπάθεια να αποφευχθούν άσκοπες και δίχως νόημα ερωτήσεις, ώστε να απαιτεί, όσο το δυνατό λιγότερο χρόνο να συμπληρωθεί (Χλουβεράκης, 2002).

2.4 Εγκυρότητα και Αξιοπιστία

Η εγκυρότητα και η αξιοπιστία μιας έρευνας αποτελούν βασικές συνιστώσες για την επιτυχία της. Ο όρος εγκυρότητα αναφέρεται στο βαθμό στον οποίο μια άποψη παρουσιάζει με ακρίβεια τα φαινόμενα στα οποία αναφέρεται. Από την άλλη, ο όρος αξιοπιστία αναφέρεται στην εξαγωγή ίδιων αποτελεσμάτων σε επαναληπτικές έρευνες κάτω από τις ίδιες συνθήκες σε μια προσπάθειας γενικευμένης ισχύος των ευρημάτων (Bird et al, 1999).

Την εγκυρότητα και την αξιοπιστία φροντίσαμε να την εξασφαλίσουμε σε όλα τα στάδια διεξαγωγής της έρευνας:

- Στο στάδιο σχεδιασμού: η αξιοπιστία εξασφαλίστηκε με την ύπαρξη στην αρχή του ερωτηματολογίου ενός εισαγωγικού κειμένου που ενημερώνει τους ερωτώμενους για το σκοπό και την χρησιμότητα της έρευνας και τους διαβεβαιώνει για την τήρηση του απορρήτου προσωπικών στοιχείων, ενέργειες που συμβάλλουν στην εγκυρότητα και αξιοπιστία (Cohen & Manion, 1994).
- Στο στάδιο συλλογής δεδομένων. Η συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε με την προσωπική παρουσία του ερευνητή, η οποία έδωσε τις κατάλληλες διευκρινήσεις στους συμμετέχοντες κατά τη διάρκεια της διαδικασίας διαπραγμάτευσης.
- Στο στάδιο ανάλυσης δεδομένων: Επιχειρήθηκε η κατάλληλη διαχείριση των δεδομένων με αποφυγή της υποκειμενικής ερμηνείας τους. Ωστόσο το ευκαιριακό και περιορισμένο δείγμα (στο προσωπικό του εργασιακού χώρου), όπως είδαμε, καθιστά την έρευνα περιορισμένης αξιοπιστίας.

2.5 Δεοντολογικά θέματα

Οι πληροφορίες που συλλέχθηκαν χρησιμοποιήθηκαν μόνο για τους σκοπούς της μελέτης. Οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα εθελοντικά, ενημερώθηκαν για το σκοπό της μελέτης και τη διαδικασία στην οποία θα λάμβαναν μέρος, καθώς και για το χρόνο που θα έπρεπε να αφιερώσουν. Επιπλέον, ενημερώθηκαν για τη διατήρηση του προσωπικού απορρήτου, που είναι πολύ σημαντικό στοιχείο, ώστε να εξασφαλιστεί ένα επίπεδο άνεσης για περισσότερο ακριβείς απαντήσεις. Σε όλα τα στάδια της μελέτης διαφυλάχθηκε η ανωνυμία των συμμετεχόντων.

2.6 Διαδικασία συλλογής δεδομένων

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τέλη Σεπτεμβρίου 2016 έως αρχές Οκτώβρη 2016 στην περιοχή της Θεσσαλονίκης . Η έρευνα στηρίχτηκε σε αυτό-συμπλήρωση, η οποία δεν απαιτούσε πάνω από 10 λεπτά και ολοκληρωνόταν υπό την εποπτεία του ερευνητή, μέθοδος που εξασφαλίζει τα πλεονεκτήματα τόσο της προσωπικής συνέντευξης, όσο και της αυτό-συμπλήρωσης. Έτσι, εξασφαλίστηκε η καλύτερη ποιότητα συλλογής δεδομένων, διότι ο ερευνητής είχε τη δυνατότητα να παρακινεί τους ερωτώμενους, να αποσαφηνίζει τις ερωτήσεις εκεί που χρειαζόταν και να εξηγεί το τι ζητάει ακριβώς η κάθε ερώτηση, ελαχιστοποιώντας τον αριθμό των μη απαντημένων ερωτήσεων. Επίσης επέτρεψε στους συμμετέχοντες να απαντήσουν μόνοι τους σε ερωτήσεις που έθιγαν ευαίσθητα θέματα και να μην επιλέγουν κοινωνικά αποδεκτές απαντήσεις (Bowling, 2005). Ακολουθήθηκε η ίδια σειρά συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων σε όλα τα άτομα. Δεν υπήρξε κάποιος περιορισμός στην ηλικία ή σε κάποιον άλλο παράγοντα σχετικά με την επιλογή του δείγματος.

2.7 Στατιστική ανάλυση

Για τη στατιστική ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η περιγραφική στατιστική. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πακέτο SPSS Statistics 19.0, με τη βοήθεια του οποίου ερμηνεύτηκαν τα αποτελέσματα που προέκυψαν από το σύνολο των ερωτηματολογίων που επεστράφησαν.

3.ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

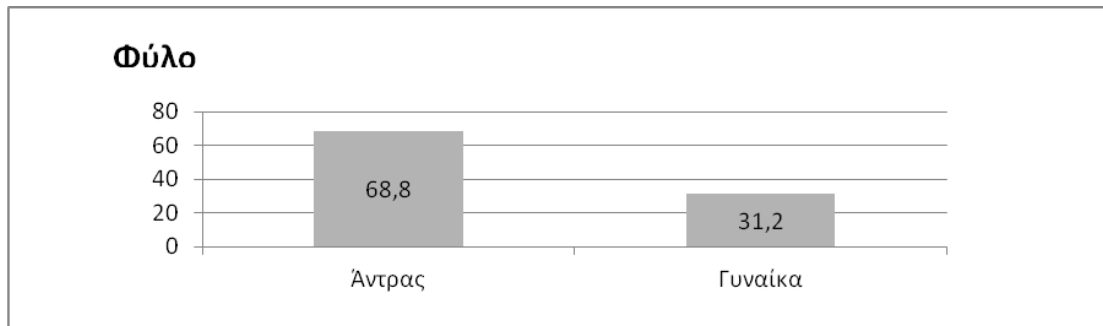
3.1 Στοιχεία ερωτώμενων

Η παρουσίαση των απαντήσεων όπως προέκυψαν από τα ερωτηματολόγια που διανεμήθηκαν σύμφωνα με τη Μεθοδολογία ξεκινά με την παράθεση των δημογραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος (Πίνακας 1). Στην έρευνα έλαβαν μέρος 32 άτομα εκ των οποίων το 68,8% ήταν άνδρες και το υπόλοιπο 31,3% γυναίκες. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες είχαν ηλικίες μέχρι 30 ετών με 40,3% και ακολουθούν όσοι είχαν ηλικίας μεταξύ 31-40 ετών με 34,1%. Σχετικά με τη θέση εργασίας οι περισσότεροι συμμετέχοντες είναι διευθυντές ή σερβιτόροι με ποσοστά 40,6%. Τέλος, όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο οι περισσότεροι με 59,4% είναι απόφοιτοι Λυκείου και ακολουθούν με 25% οι απόφοιτοι ΑΕΙ.

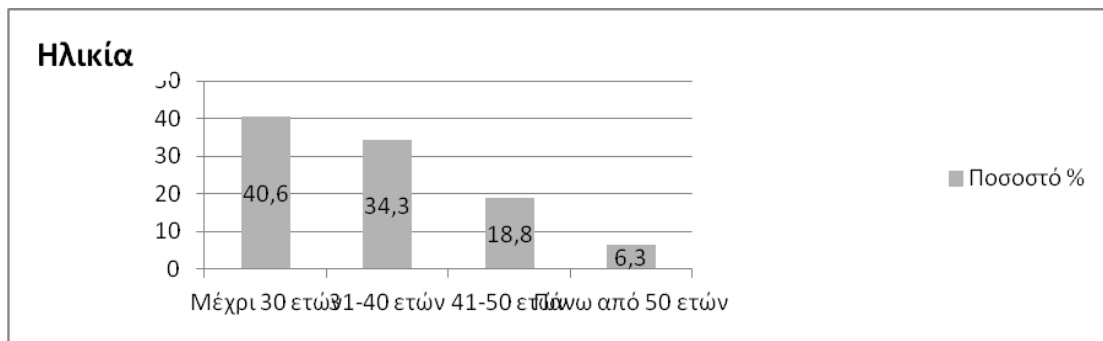
Πίνακας 1: Δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στην έρευνα.

Χαρακτηριστικό	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Φύλο		
Αντρας	22	68,8
Γυναίκα	10	31,3
Ηλικία		
Μέχρι 30 ετών	13	40,3
31-40 ετών	11	34,1
41-50 ετών	6	18,6
Πάνω από 50 ετών	2	6,2
Θέση εργασίας		
Διευθυντής	13	40,6
Πωλητής	4	12,5
Σερβιτόρος	13	40,6
Ταμίας	2	6,3
Μορφωτικό επίπεδο		
Λύκειο	19	59,4
ΑΕΙ	8	25,0
ΤΕΙ	4	12,5
Μεταπτυχιακό	1	3,1

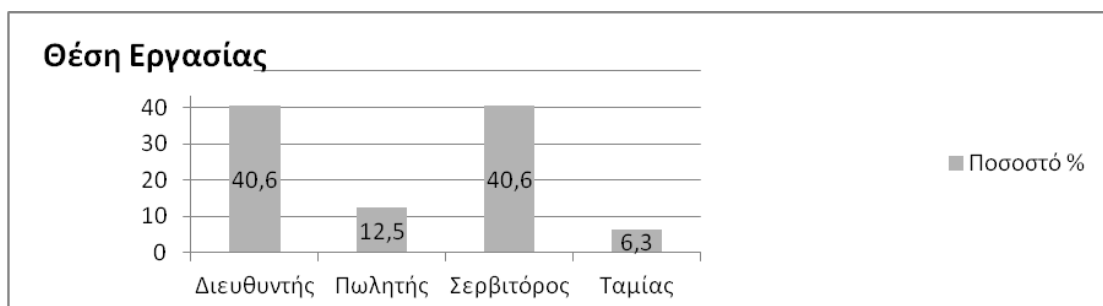
τα παραπάνω αποτελέσματα παρουσιάζονται γραφικά στα γραφήματα 1-4.



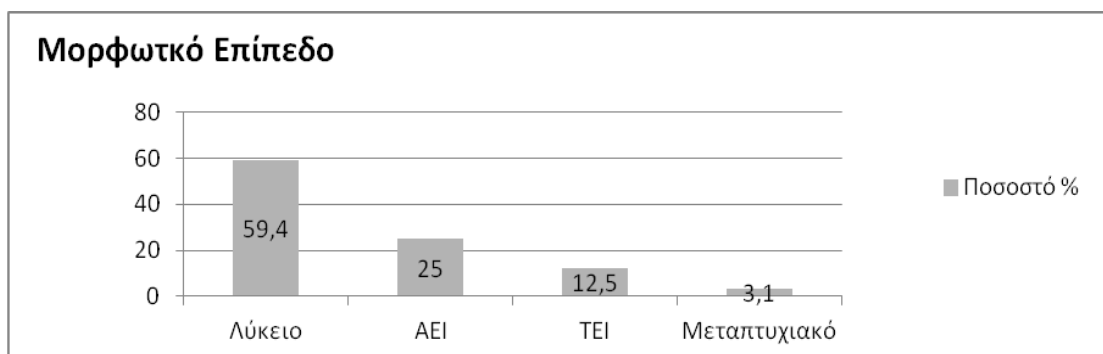
Γράφημα 1: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Φύλο.



Γράφημα 2 : Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Ηλικία.



Γράφημα 3: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Θέση Εργασίας.



Γράφημα 4 : Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Μορφωτικό Επίπεδο.

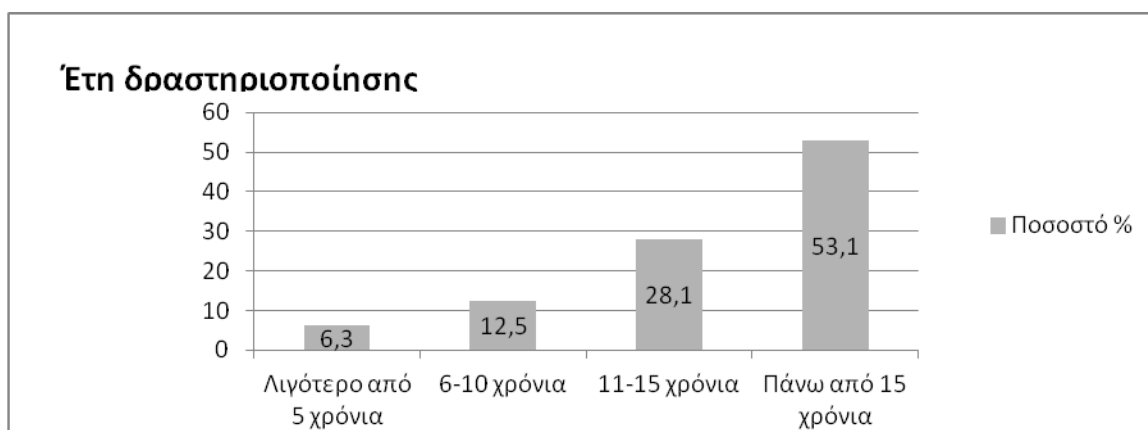
3.2 Απαντήσεις στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα γενικά στοιχεία των επιχειρήσεων των οποίων οι εκπρόσωποι έλαβαν μέρος στην έρευνα (Πίνακας 2). Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στο χώρο της εστίασης για πάνω από 15 χρόνια με ποσοστό 53,1% και ακολουθούν όσες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται για 11-15 χρόνια. Οι περισσότερες επιχειρήσεις απασχολούν λιγότερους από 10 εργαζόμενους (68,8%), και έχουν κυρίως μεμονωμένους πελάτες (84,4%). Όλες οι επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα δήλωσαν ότι διαθέτουν κάποιο πρότυπο ασφαλείας τροφίμων. Τέλος, όσον αφορά το είδος των προϊόντων που διαθέτουν οι επιχειρήσεις οι απαντήσεις μοιράστηκαν μεταξύ γρήγορου και μαγειρευτού φαγητού.

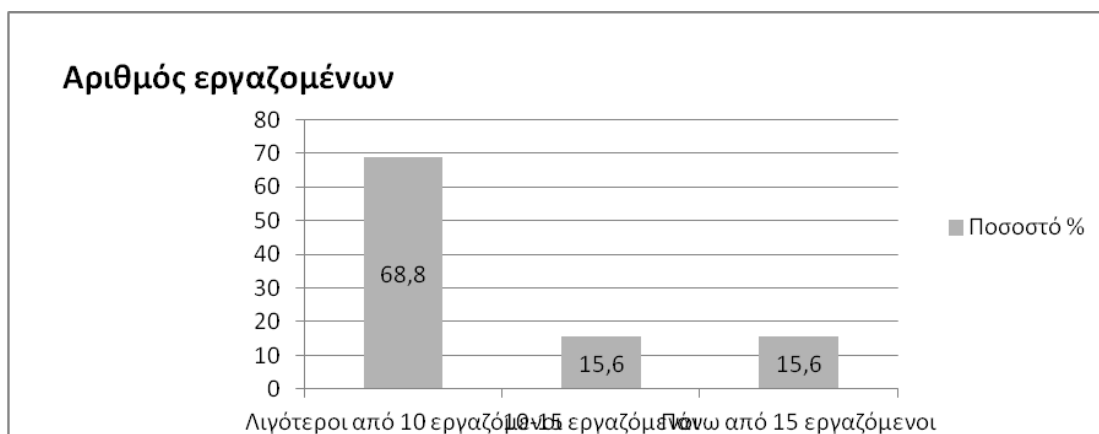
Πίνακας 2: Γενικά στοιχεία επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα.

Χαρακτηριστικό	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Έτη δραστηριοποίησης		
Λιγότερο από 5 χρόνια	2	6,3
6-10 χρόνια	4	12,5
11-15 χρόνια	9	28,1
Πάνω από 15 χρόνια	17	53,1
Αριθμός εργαζομένων		
Λιγότεροι από 10 εργαζόμενοι	22	68,8
10-15 εργαζόμενοι	5	15,6
Πάνω από 15 εργαζόμενοι	5	15,6
Πελάτες		
Μεμονωμένοι καταναλωτές	27	84,4
Άλλες επιχειρήσεις	5	15,6
Πρότυπο ασφαλείας τροφίμων		
Ναι	32	100,0
Όχι	0	0,0
Διαθέσιμα προϊόντα		
Γρήγορο φαγητό	16	50,0
Μαγειρευτό φαγητό	16	50,0

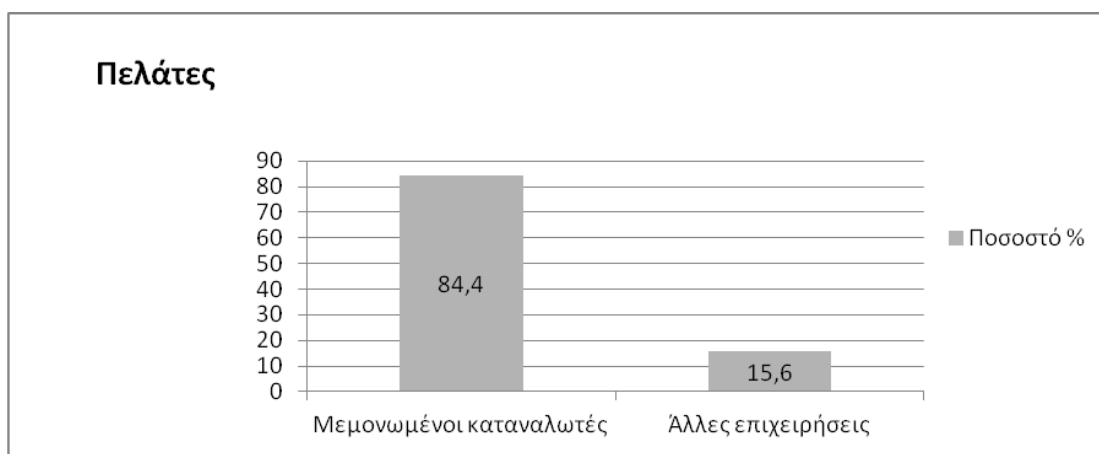
Στη συνέχεια παρουσιάζουμε διαγραμματικά τα αποτελέσματα των προηγούμενων πινάκων στα γραφήματα 5-9.



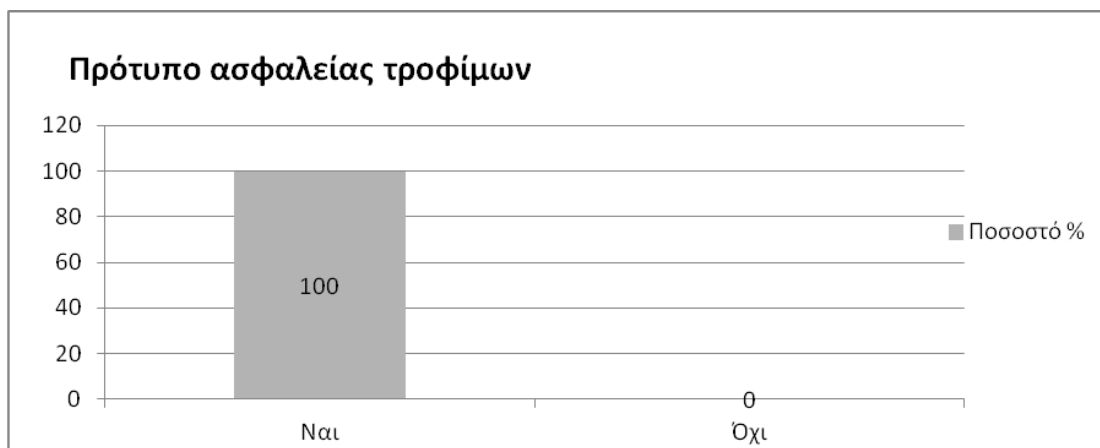
Γράφημα 5: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων στα Έτη δραστηριοποίησης .



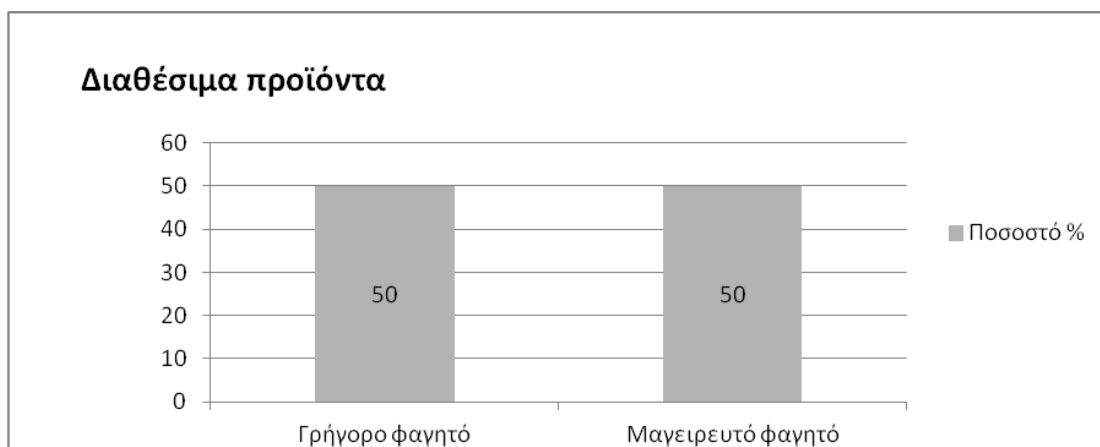
Γράφημα 6: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με τον Αριθμό εργαζομένων.



Γράφημα 7: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων ανά Πελάτες.



Γράφημα 8: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Πρότυπο ασφαλείας τροφίμων .



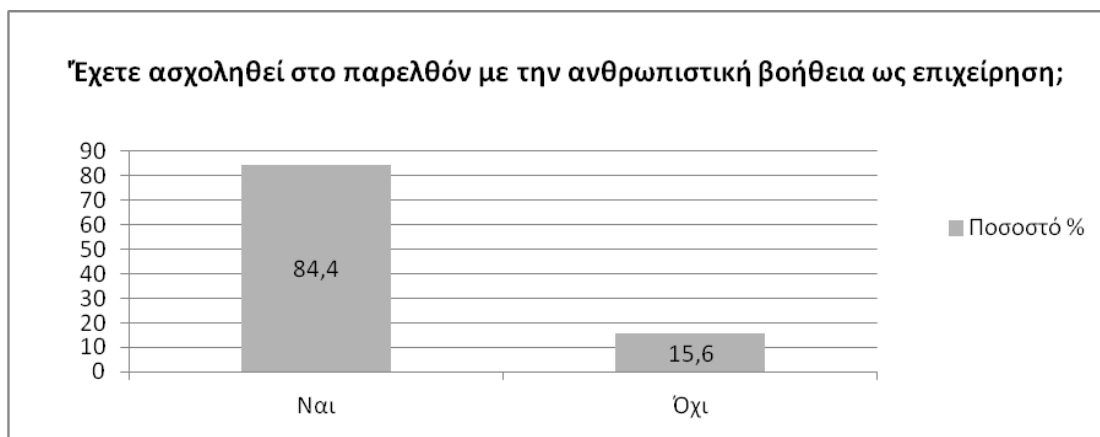
Γράφημα 9: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με τα Διαθέσιμα προϊόντα .

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των απαντήσεων στις ερωτήσεις σχετικά με το περίσσειμα φαγητού και τη διάθεσή του. Αρχικά , οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν αν έχουν ασχοληθεί στο παρελθόν με την ανθρωπιστική βοήθεια ως επιχείρηση. Εδώ οι περισσότεροι απάντησαν θετικά με 84,4%. Από αυτούς οι περισσότεροι δήλωσαν ότι πρόσφεραν κυρίως φαγητό με ποσοστό 81,5%. Αντίθετα, όσες επιχειρήσεις δεν έχουν ασχοληθεί με την ανθρωπιστική βοήθεια δήλωσαν ότι θα τους ενδιέφερε να συμμετάσχουν σε ποσοστό 60% (Πίνακας 3).

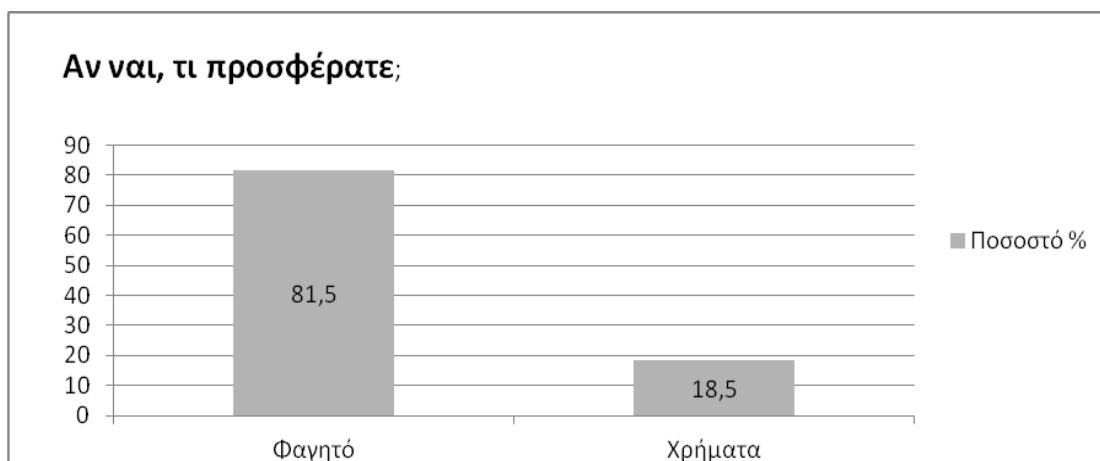
Πίνακας 3: Απαντήσεις σε ερωτήσεις σχετικά με τη συμμετοχή σε δράση ανθρωπιστικής βοήθειας.

Χαρακτηριστικό	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Έχετε ασχοληθεί στο παρελθόν με την ανθρωπιστική βοήθεια ως επιχείρηση;		
Ναι	27	84,4
Όχι	5	15,6
Αν ναι, τι προσφέρατε;		
Φαγητό	22	81,5
Χρήματα	5	18,5
Αν όχι, θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε;		
Ναι	3	60,0
Όχι	2	40,0

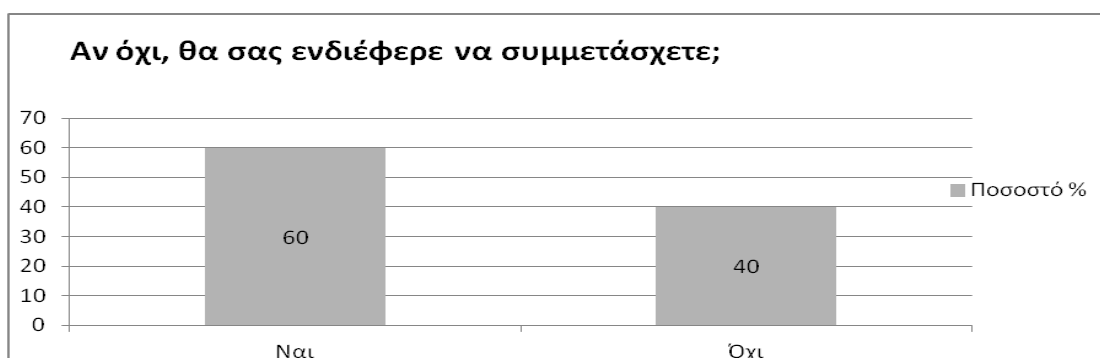
τα ίδια αποτελέσματα παρουσιάζονται γραφικά στα διαγράμματα 10-12.



Γράφημα 10: Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων σε ερώτημα: Έχετε ασχοληθεί στο παρελθόν με την ανθρωπιστική βοήθεια ως επιχείρηση;



Γράφημα 11: Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων σε ερώτημα: Αν ναι, τι προσφέρατε;

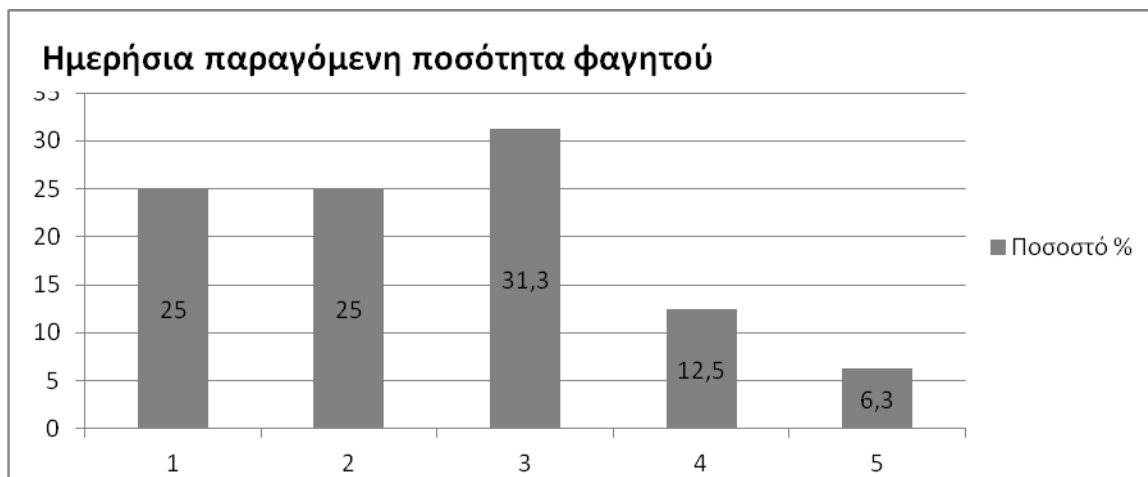


Γράφημα 12: Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων σε ερώτημα: Αν όχι, θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε;

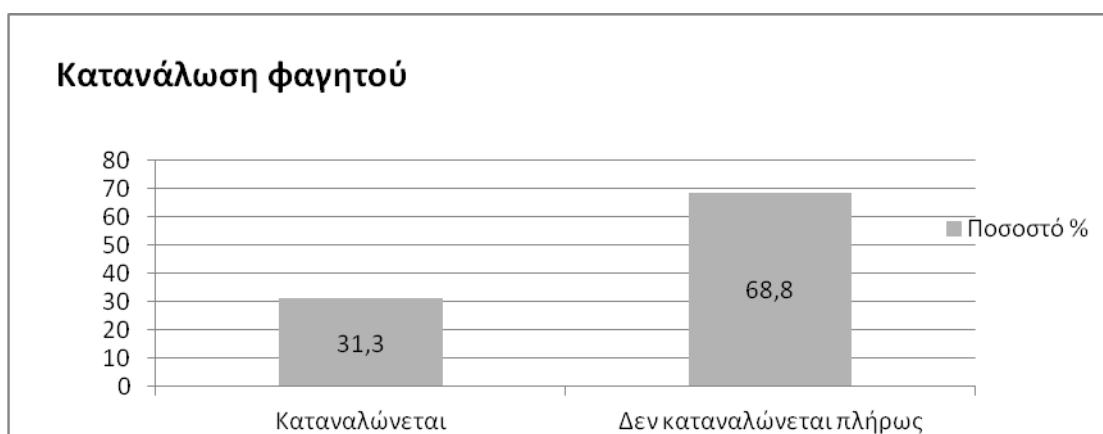
Στη συνέχεια οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με τις ποσότητες φαγητού που παράγουν καθημερινά. Οσον αφορά την ημερήσια παραγόμενη ποσότητα φαγητού αυτή κατά μέσο όρο είναι 250 μερίδες (± 119). Από το σύνολο των συμμετεχόντων το 68,8% δήλωσε ότι το παραγόμενο φαγητό δεν καταναλώνεται πλήρως (Πίνακας 4).

Πίνακας 4: Απαντήσεις σε ερώτημα σχετικά με τη παραγόμενη ποσότητα φαγητού.

Χαρακτηριστικό	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Ημερήσια παραγόμενη ποσότητα φαγητού		
100	8	25,0
200	8	25,0
300	10	31,3
400	4	12,5
500	2	6,3
Το φαγητό αυτό		
Καταναλώνεται	10	31,3
Δεν καταναλώνεται πλήρως	22	68,8



Γράφημα 13: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Ημερήσια παραγόμενη ποσότητα φαγητού.



Γράφημα 14: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Κατανάλωση φαγητού.

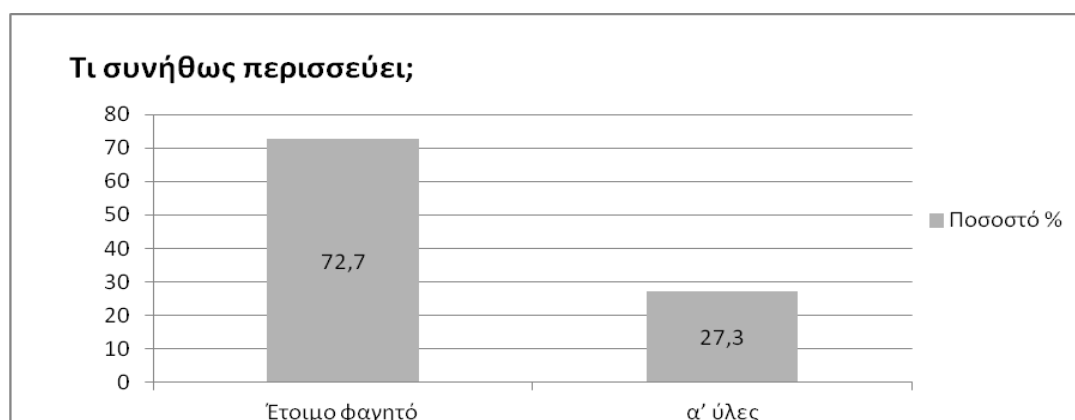
Οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν για το είδος του περισσευόμενου φαγητού. Από τις απαντήσεις τους, όπως δείχνει και ο Πίνακας 5, προκύπτει ότι συνήθως περισσεύει έτοιμο φαγητό (72,7%) και οι συνηθισμένες ποσότητες είναι 6-10 μερίδες (36,4%). Οι περισσευόμενες α' ύλες αφορούν κυρίως κρέας (22,7%) και λαχανικά (22,7%). Το περισσευόμενο φαγητό τις περισσότερες φορές είναι κατάλληλο για κατανάλωση, αφορά κυρίως έτοιμο φαγητό (72,7%), ενώ η διοχέτευσή του γίνεται κυρίως μέσω του μοιράσματος σε φτωχούς ή μέσω δωρεών. Οι συνηθισμένες αναφερόμενες ποσότητες περισσευόμενου φαγητού είναι 5 ή 10 μερίδες και η διοχέτευση γίνεται κυρίως ανά 3-5 μέρες (59,1%) ή και καθημερινά από μερικές επιχειρήσεις (40,9%). Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 5.

Πίνακας 5:Αποτελέσματα των απαντήσεων σχετικά με το είδος και ποσότητα περισσευόμενου φαγητού.

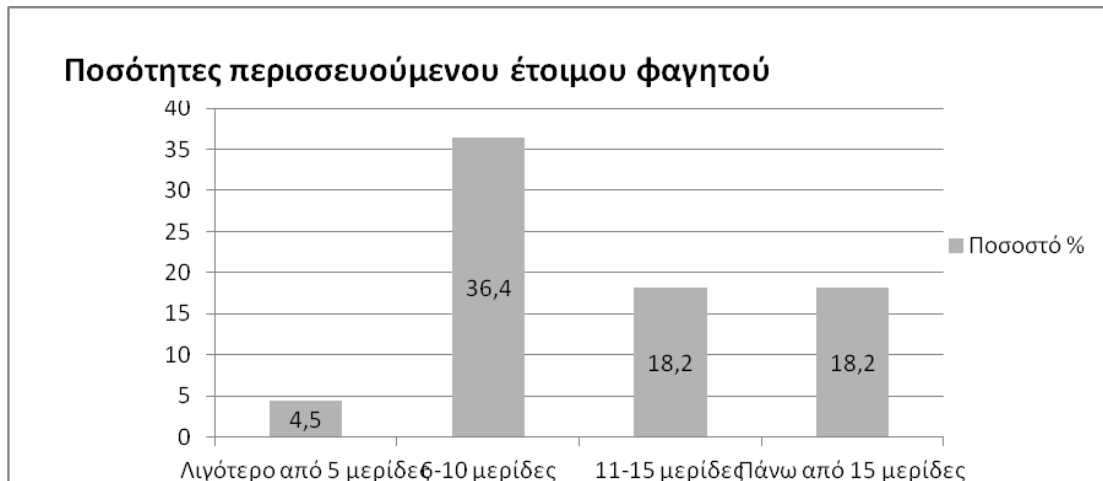
Χαρακτηριστικό	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Τι συνήθως περισσεύει;		
Έτοιμο φαγητό	16	72,7
α' ύλες	6	27,3
Ποσότητες περισσευόμενου έτοιμου φαγητού		
Λιγότερο από 5 μερίδες	1	4,5
6-10 μερίδες	8	36,4
11-15 μερίδες	4	18,2
Πάνω από 15 μερίδες	4	18,2
Ποσότητες περισσευόμενων α' υλών		
Κρέας	5	22,7
Θαλασσινά	2	9,1
Λαχανικά	5	22,7
Φρούτα	2	9,1
Διοχέτευση περισσευόμενου φαγητού		
Δωρεές	7	21,9
Στην εκκλησία	2	6,3
Σε φτωχούς	9	28,1
Είναι κατάλληλο για κατανάλωση		

Ναι	10	45,5
Μερικά ναι	12	54,5
Είδος περισσευόμενου φαγητού		
Έτοιμο φαγητό	16	72,7
Κάποιες α' ύλες	6	27,3
Ποσότητες διοχέτευσης περισσευόμενου φαγητού		
5 μερίδες	4	30,8
10 μερίδες	4	30,8
15 μερίδες	2	15,4
20 μερίδες	3	23,1
Συχνότητα διάθεσης περισσευόμενου φαγητού		
Κάθε μέρα	9	40,9
Ανά 3-5 μέρες	13	59,1

Τα Αποτελέσματα φαίνονται στα γραφήματα 15-22



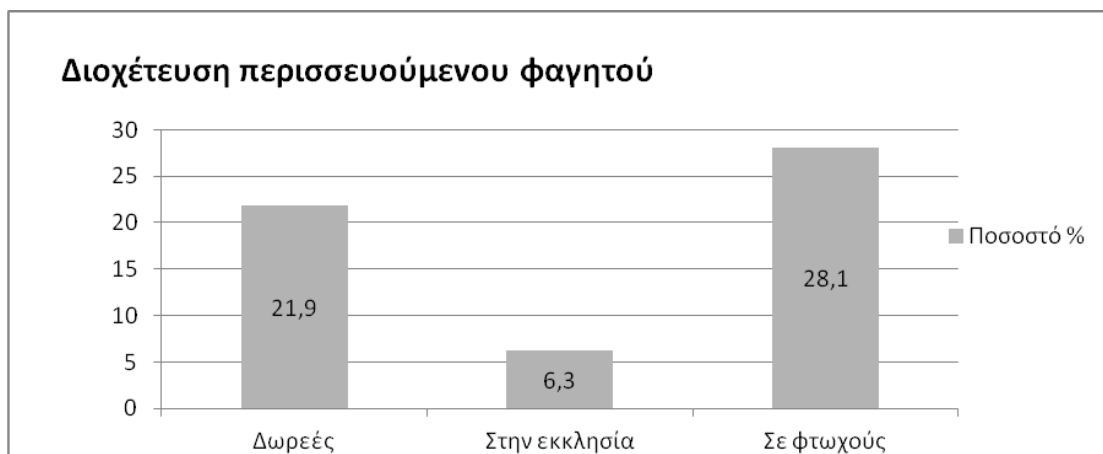
Γράφημα 15 : Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων σε ερώτημα: Τι συνήθως περισσεύει;



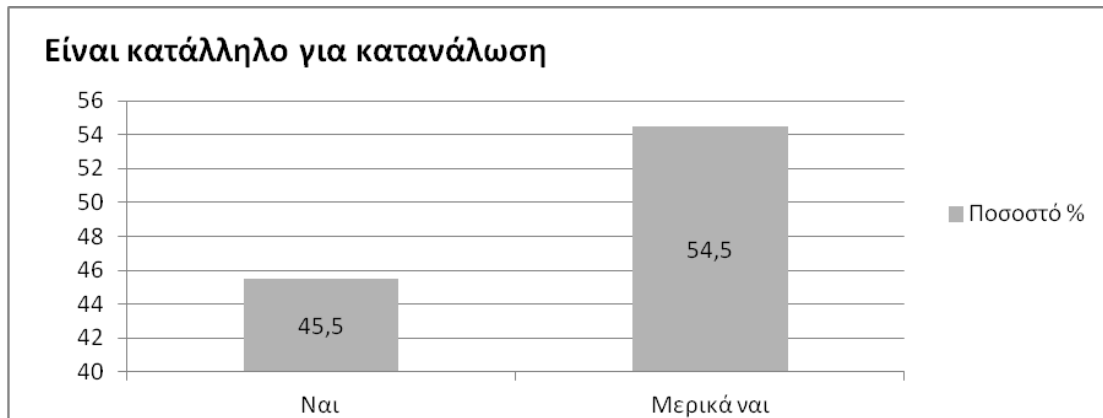
Γράφημα 16 : Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Ποσότητες περισσευόμενου έτοιμου φαγητού.



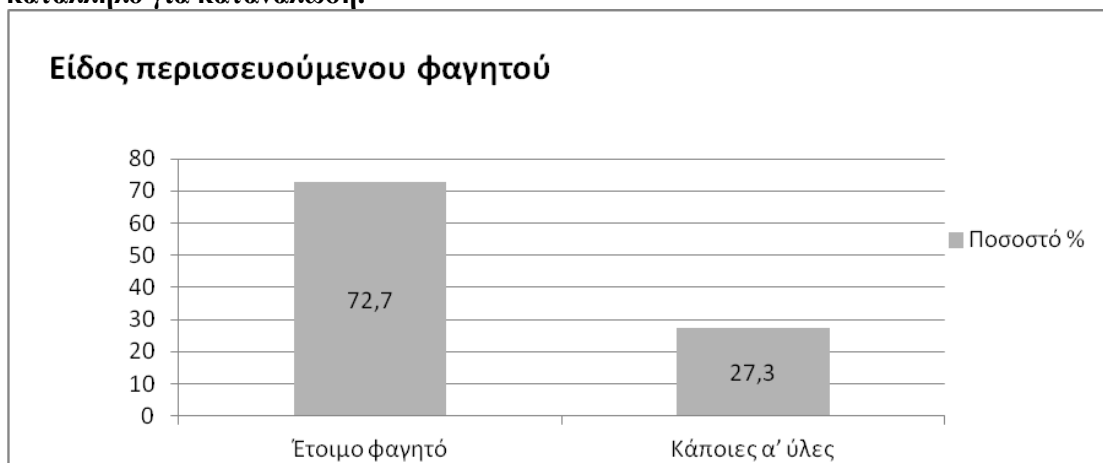
Γράφημα 17: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Ποσότητες περισσευόμενων α υλών.



Γράφημα 18: Διοχέτευση περισσευόμενου φαγητού.



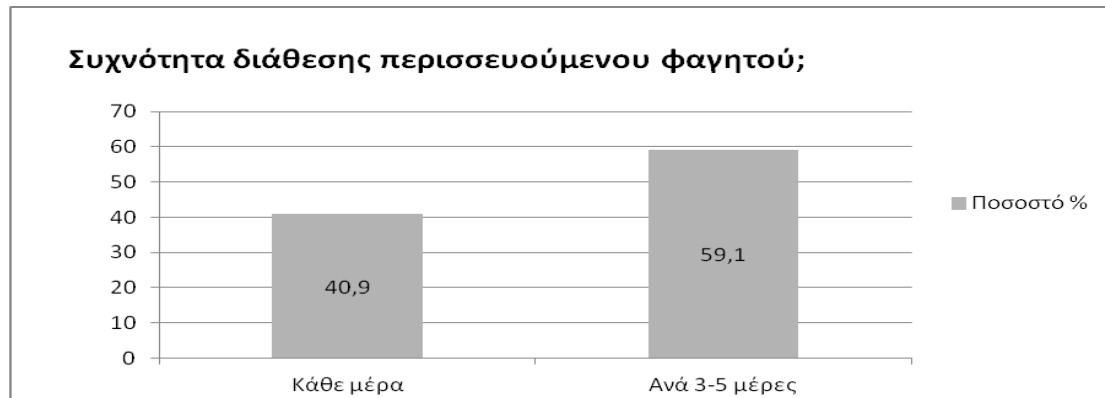
Γράφημα 19 : Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με ποιο Είναι κατάλληλο για κατανάλωση.



Γράφημα 20: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Είδος περισσευούμενου φαγητού.



Γράφημα 21: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Ποσότητες διοχέτευσης περισσευούμενου φαγητού.



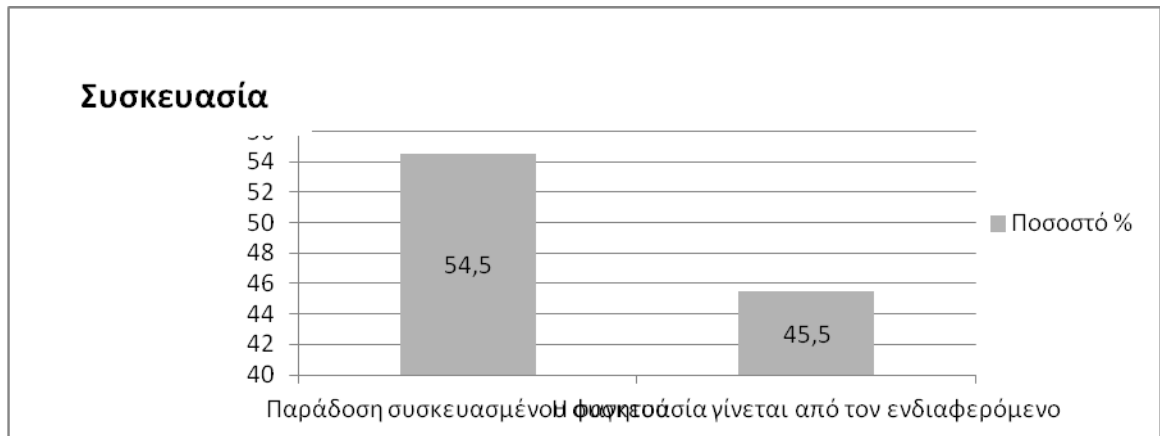
Γράφημα 22: Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων σε ερώτημα: Συχνότητα διάθεσης περισσευόμενου φαγητού;

Όσον αφορά την παράδοση του περισσευόμενου φαγητού οι περισσότεροι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι κάνουν παράδοση συσκευασμένου φαγητού με ποσοστό 54,5%. Σχετικά με το αν θα ήταν πρόθυμοι να συσκευάζαν οι ίδιοι το περισσευόμενο φαγητό οι περισσότεροι απάντησαν θετικά με 59,1%. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα 6.

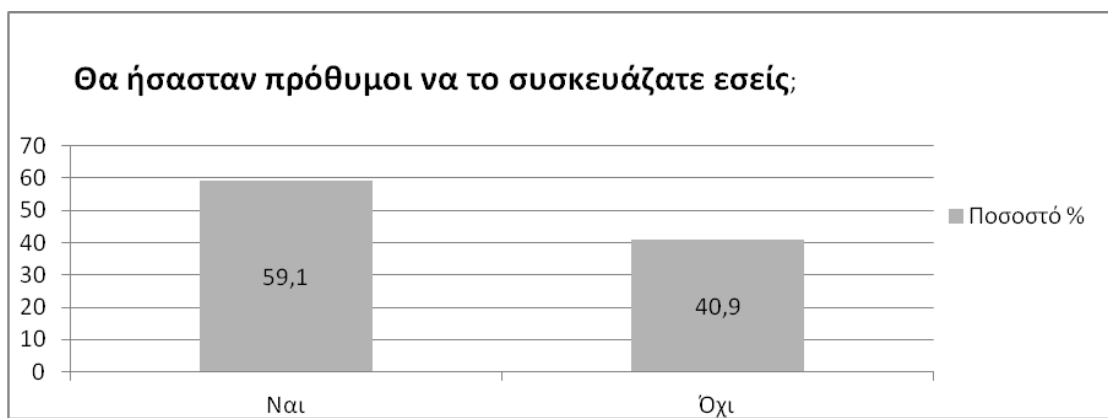
Πίνακας 6: Αποτελέσματα των απαντήσεων σχετικά με την παράδοση φαγητού

Χαρακτηριστικό	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Συσκευασία		
Παράδοση συσκευασμένου φαγητού	12	54,5
Η συσκευασία γίνεται από τον ενδιαφερόμενο	10	45,5
Θα ήσασταν πρόθυμοι να το συσκευάζατε εσείς;		
Ναι	13	59,1
Όχι	9	40,9

τα αποτελέσματα παρουσιάζονται γραφικά στα διαγράμματα 23-24.



Γράφημα 23: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων κατά Συσκευασία.



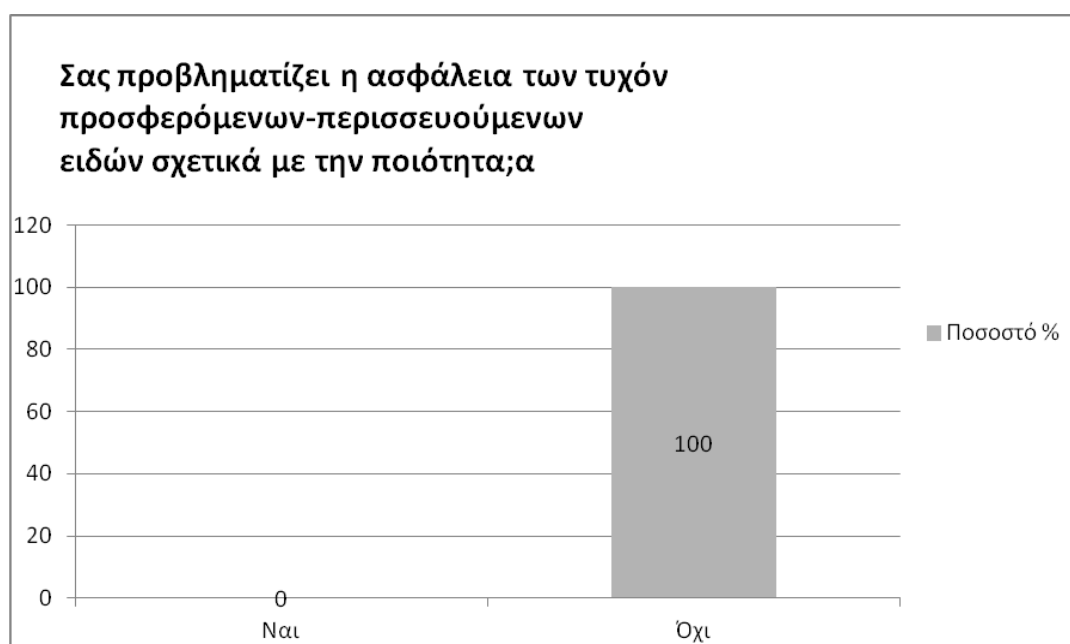
Γράφημα 24: Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων σε ερώτημα: Θα ήσασταν πρόθυμοι να το συσκευάζατε εσείς;

Όσον αφορά την ερώτηση σχετικά αν τους προβληματίζει η ασφάλεια των τυχόν προσφερόμενων-περισσευόμενων ειδών σχετικά με την ποιότητα, όλοι οι συμμετέχοντες που έδωσαν απάντηση διαφώνησαν . Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα 7.

Πίνακας 7: Αποτελέσματα των απαντήσεων σχετικά με το αν τους προβληματίζει η ασφάλεια των τυχόν προσφερόμενων-περισσευόμενων ειδών σχετικά με την ποιότητα;

Σας προβληματίζει η ασφάλεια των τυχόν προσφερόμενων-περισσευόμενων ειδών σχετικά με την ποιότητα;	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Ναι	0	0,0
Όχι	19	100,0

παρακάτω παρουσιάζονται με γραφική αναπαράσταση τα αποτελέσματα στο διάγραμμα 25.



Γράφημα 25 : Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων σε ερώτημα: Σας προβληματίζει η ασφάλεια των τυχόν προσφερόμενων-περισσευόμενων ειδών σχετικά με την ποιότητα;

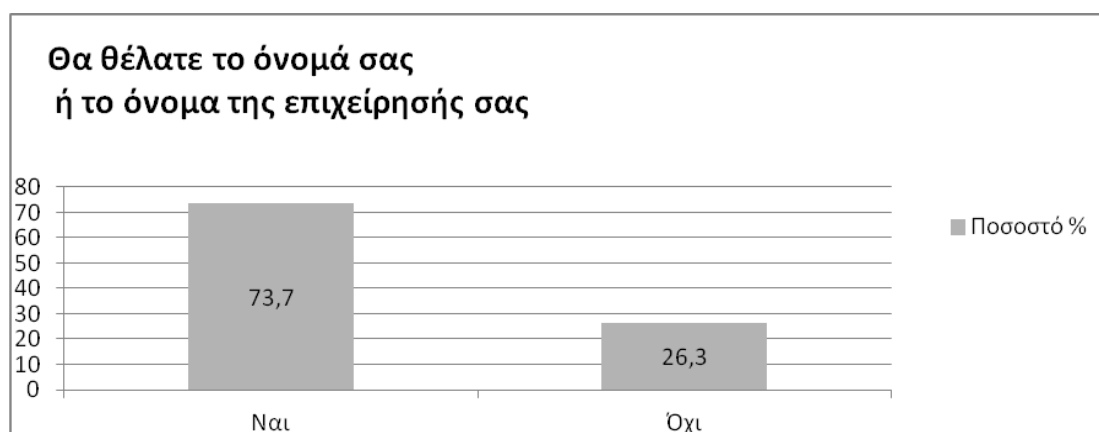
Σχετικά με το αν θα ήθελαν οι συμμετέχοντες να αναφέρεται το όνομά τους ή το όνομα της επιχείρησής τους στην τυχόν προσφορά οι περισσότεροι από αυτούς που

απάντησαν συμφώνησαν με ποσοστό 73,7% .Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα 8.

Πίνακας 8: : Αποτελέσματα των απαντήσεων σχετικά με το αν θα θέλατε το όνομά σας ή το όνομα της επιχείρησής σας να αναφέρεται στην τυχόν προσφορά;

Θα θέλατε το όνομά σας ή το όνομα της επιχείρησής σας να αναφέρεται στην τυχόν προσφορά;	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Ναι	14	73,7
Όχι	5	26,3

Τα Αποτελέσματα φαίνονται στο γράφημα 26.



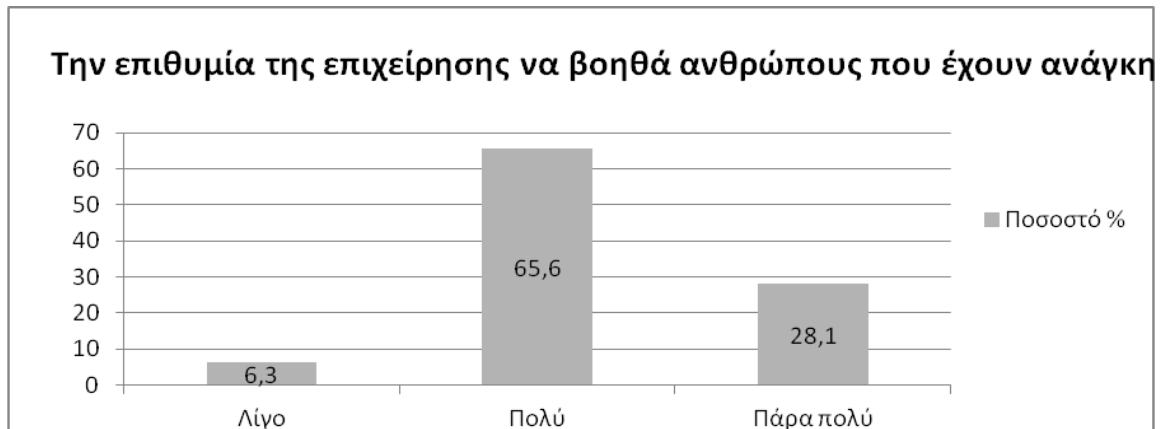
Γράφημα 26: Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων σε ερώτημα: Θα θέλατε το όνομά σας ή το όνομα της επιχείρησής σας να αναφέρεται στην τυχόν προσφορά;

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των απαντήσεων στην ερώτηση που ζητάει από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν με τι σχετίζεται η τυχόν απόφαση της επιχείρησης να διαθέτει το περίσσειμα φαγητού. Ο Πίνακας 9 δείχνει τις απαντήσεις που δόθηκαν. Όπως παρατηρούμε όλες οι αποφάσεις επιλέχθηκαν «πολύ» από την πλειοψηφία των συμμετεχόντων.

Πίνακας 9: Απαντήσεις σε ερώτηση σχετικά με το τι σχετίζεται η τυχόν απόφαση της επιχείρησης να διαθέτει το περίσσειμα φαγητού;

Με τι σχετίζεται η τυχόν απόφαση της επιχείρησης να διαθέτει το περίσσειμα φαγητού	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Την επιθυμία της επιχείρησης να βοηθά ανθρώπους που έχουν ανάγκη		
Λίγο	2	6,3
Πολύ	21	65,6
Πάρα πολύ	9	28,1
Την επιθυμία της επιχείρησης να δείξει τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα της		
Λίγο	5	15,6
Πολύ	21	65,6
Πάρα πολύ	6	18,8
Την επιθυμία της επιχείρησης να αποκτήσει ένα «καλύτερο όνομα»		
Λίγο	6	18,8
Πολύ	19	59,4
Πάρα πολύ	7	21,9
Την αφοσίωση της επιχείρησης στο κοινωνικό σύνολο		
Καθόλου	6	18,8
Λίγο	8	25,0

Πολύ	13	40,6
Πάρα πολύ	5	15,6
Το χαμηλό κόστος του εγχειρήματος		
Λίγο	4	12,5
Πολύ	17	53,1
Πάρα πολύ	11	34,4
Την εστίαση της επιχείρησης στο κοινωνικό σύνολο		
Καθόλου	6	18,8
Λίγο	9	28,1
Πολύ	12	37,5
Πάρα πολύ	5	15,6
Την επιθυμία της επιχείρησης να γίνει περισσότερο γνωστή		
Καθόλου	6	18,8
Λίγο	7	21,9
Πολύ	12	37,5
Πάρα πολύ	7	21,9



Γράφημα 27 : Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την επιθυμία της επιχείρησης να βοηθά ανθρώπους που έχουν ανάγκη.



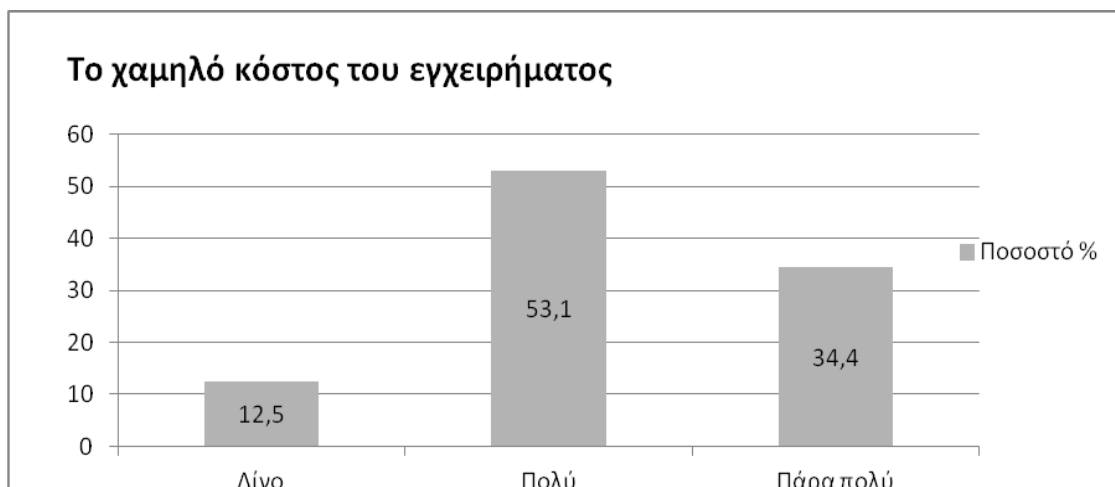
Γράφημα 28: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την επιθυμία της επιχείρησης να δείξει τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα της.



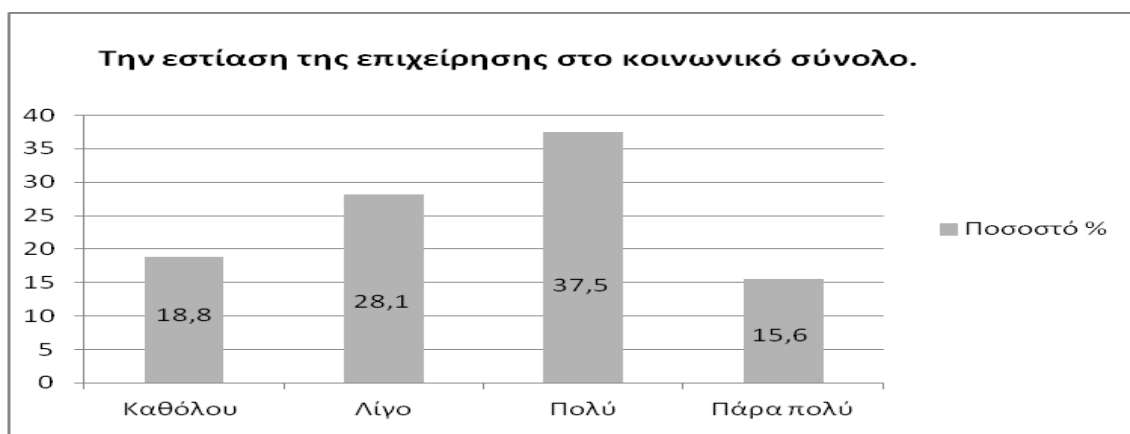
Γράφημα 29: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την επιθυμία της επιχείρησης να αποκτήσει ένα «καλύτερο όνομα».



Γράφημα 30: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την αφοσίωση της επιχείρησης στο κοινωνικό σύνολο.



Γράφημα 31: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με το χαμηλό κόστος του εγχειρήματος.



Γράφημα 32: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την εστίαση της επιχείρησης στο κοινωνικό σύνολο.



Γράφημα 33: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την επιθυμία της επιχείρησης να γίνει περισσότερο γνωστή.

Η επόμενη ερώτηση ζητούσε από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν πόσο σημαντικά πιστεύουν ότι είναι τα παρακάτω εμπόδια στην προσπάθεια μιας επιχείρησης να αξιοποιήσει το περίσσειμα φαγητού. Ο Πίνακας 10 δείχνει τις απαντήσεις που δόθηκαν. Όπως παρατηρούμε όλα τα εμπόδια επιλέχθηκαν «λίγο» ή «καθόλου» από την πλειοψηφία των συμμετεχόντων.

Πίνακας 10: Απαντήσεις σε ερώτηση σχετικά με τα εμπόδια αξιοποίησης περισσευούμενου φαγητού

Εμπόδια αξιοποίησης περισσευούμενου φαγητού	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Δυσκολία δικτύωσης με την τοπική κοινωνία		
Καθόλου	12	37,5
Λίγο	10	31,3

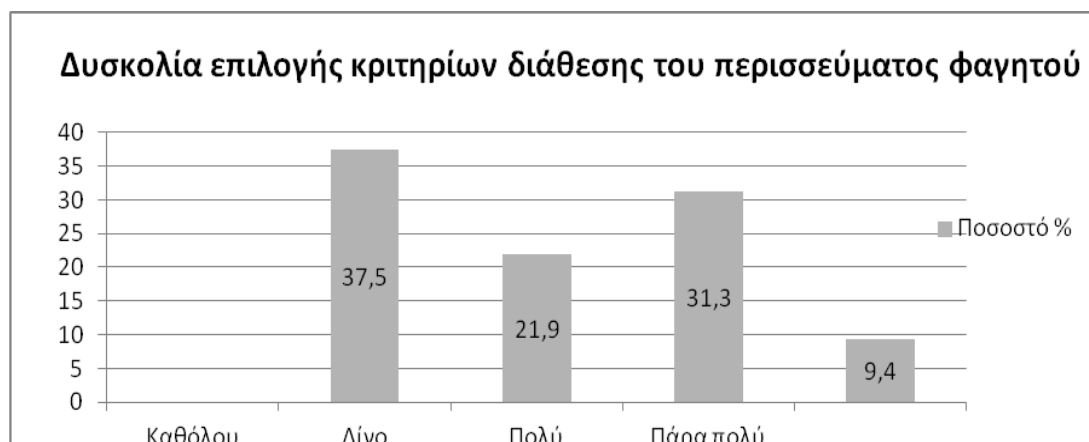
Πολύ	8	25,0
Πάρα πολύ	2	6,3
Δυσκολία επιλογής κριτηρίων διάθεσης του περισσέυματος φαγητού		
Καθόλου	12	37,5
Λίγο	7	21,9
Πολύ	10	31,3
Πάρα πολύ	3	9,4
Δυσκολία εύρεσης συνεργατών		
Καθόλου	12	37,5
Λίγο	10	31,3
Πολύ	8	25,0
Πάρα πολύ	2	6,3
Δυσκολία εύρεσης χρόνου		
Καθόλου	6	18,8
Λίγο	13	40,6
Πολύ	10	31,3
Πάρα πολύ	3	9,4
Δυσκολία διαχείρισης του έργου		
Καθόλου	6	18,8
Λίγο	13	40,6
Πολύ	10	31,3

Πάρα πολύ	3	9,4
Δυσκολία διαχείρισης του επιπλέον κόστους		
Καθόλου	6	18,8
Λίγο	13	40,6
Πολύ	10	31,3
Πάρα πολύ	3	9,4

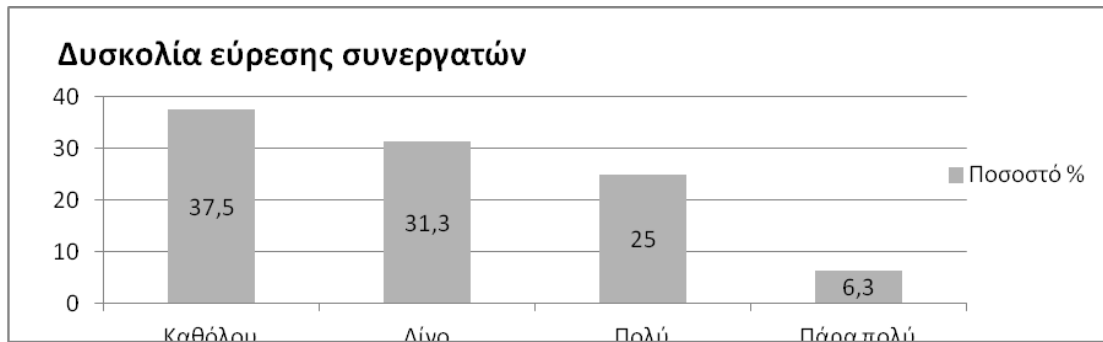
Τα ίδια αποτελέσματα παρουσιάζονται γραφικά στα διαγράμματα 34-39.



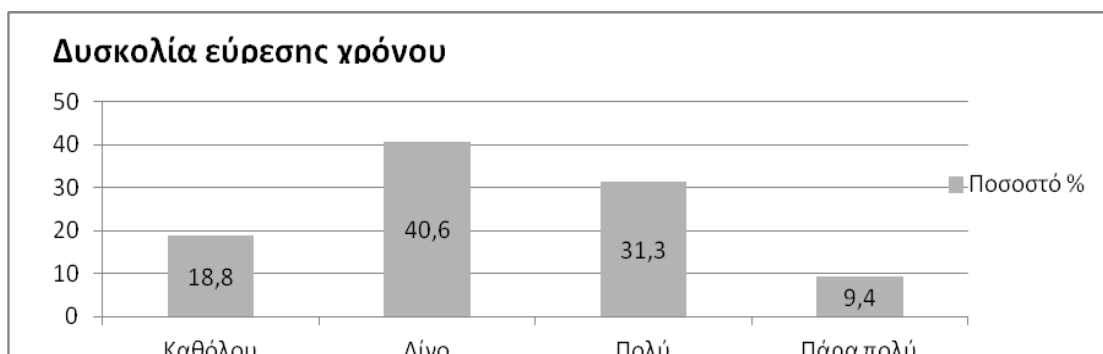
Γράφημα 34: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την δυσκολία δικτύωσης με την τοπική κοινωνία



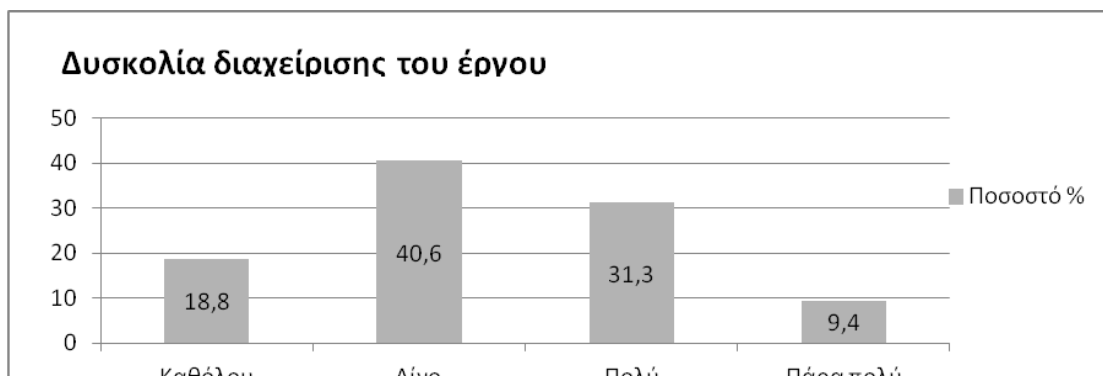
Γράφημα 35: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την δυσκολία επιλογής κριτηρίων διάθεσης του περισσεύματος φαγητού



Γράφημα 36: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την δυσκολία εύρεσης συνεργατών



Γράφημα 37: : Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την δυσκολία εύρεσης χρόνου



Γράφημα 38: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την δυσκολία διαχείρισης του έργου



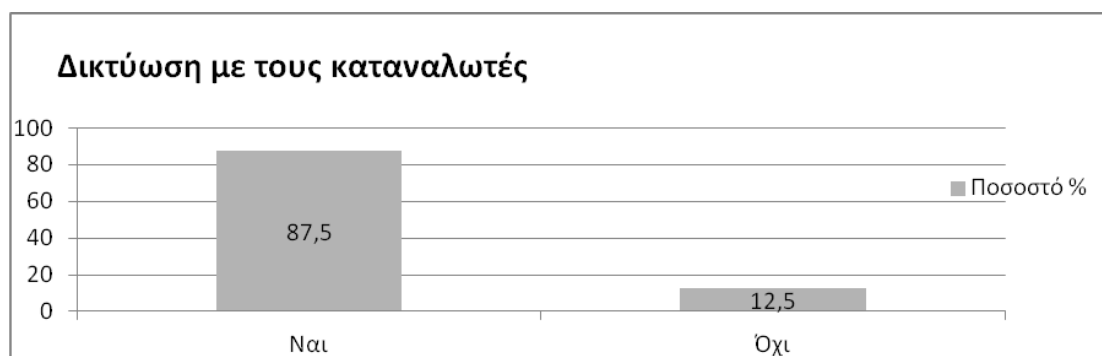
Γράφημα 39 : Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με δυσκολία διαχείρισης του επιπλέον κόστους.

Στην συνέχεια η ερώτηση ζητούσε από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν σε ποιους από τους παρακάτω τομείς θεωρούν ότι θα βοηθούσε την επιχείρησή τους, εάν εφαρμόζανε κάποιο πρόγραμμα διανομής περισσεύματος φαγητού. Ο Πίνακας 11 δείχνει τις απαντήσεις που δόθηκαν. Όπως παρατηρούμε όλα τα πλεονεκτήματα επιλέχθηκαν από την πλειοψηφία των συμμετεχόντων εκτός από την επιλογή δικτύωσης με άλλες επιχειρήσεις

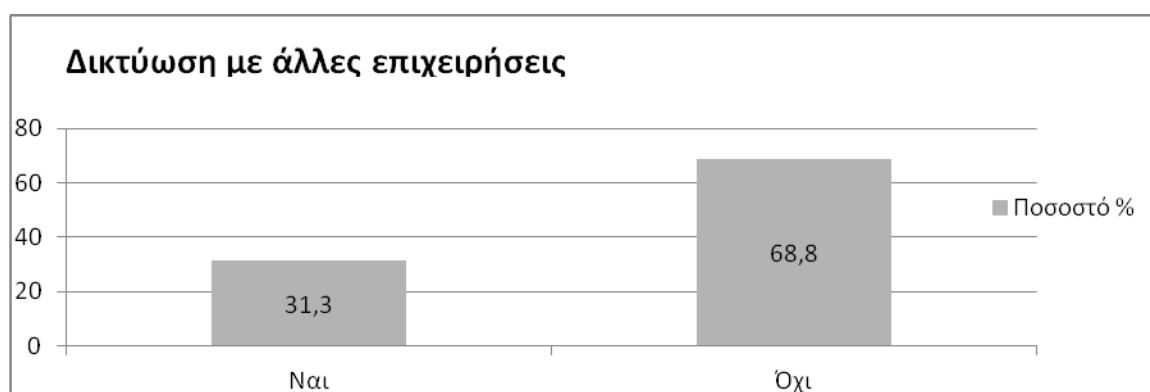
Πίνακας 11: Απαντήσεις σε ερώτηση σχετικά με τα πλεονεκτήματα διανομής περισσεύματος φαγητού

Πλεονεκτήματα διανομής περισσεύματος φαγητού	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Δικτύωση με τους καταναλωτές		
Ναι	28	87,5
Όχι	4	12,5
Δικτύωση με άλλες επιχειρήσεις		
Ναι	10	31,3
Όχι	22	68,8
Ανάπτυξη σχέσεων συνεργασίας με εξωτερικούς φορείς		
Ναι	29	90,6
Όχι	3	9,4
Απόκτηση μεγαλύτερης φήμης		
Ναι	29	90,6
Όχι	3	9,4
Ικανοποιητικότερη διαχείριση των αποθεμάτων και προμηθειών τροφίμων		
Ναι	29	90,6
Όχι	3	9,4
Ανάπτυξη ενός περισσότερο ηθικού προσανατολισμού		
Ναι	25	78,1
Όχι	7	21,9

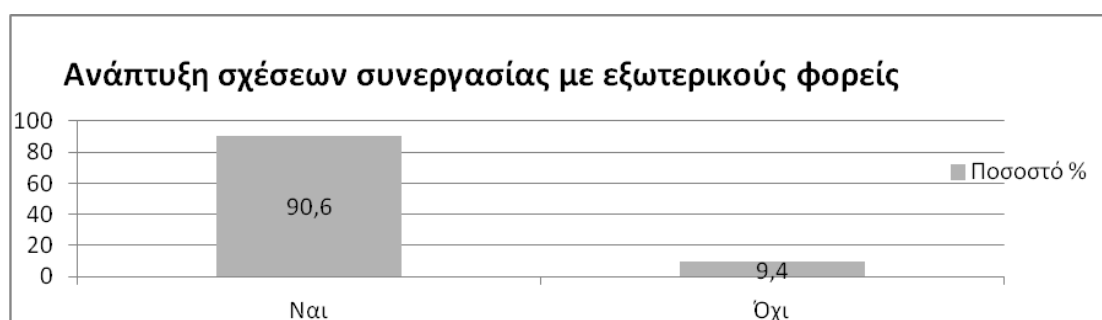
Τα αποτελέσματα φέρονται στα γραφήματα 40-45.



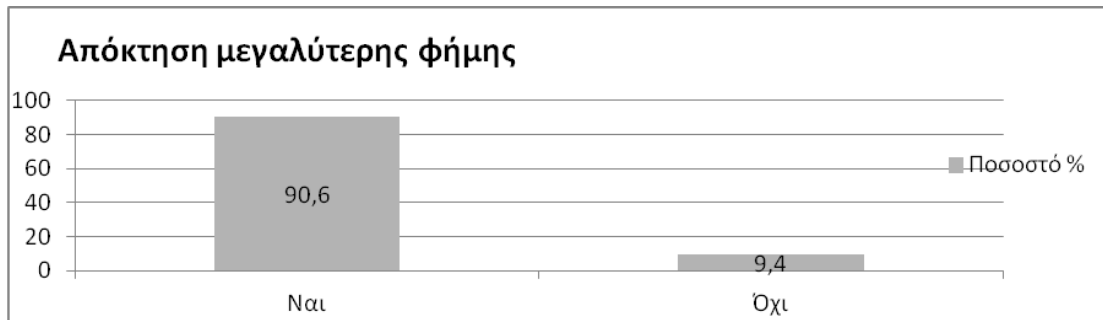
Γράφημα 40: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την δικτύωση με τους καταναλωτές



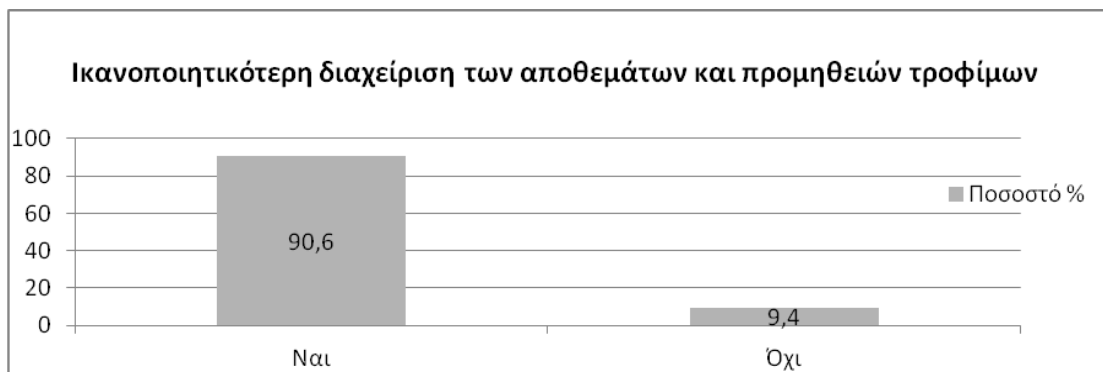
Γράφημα 41: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την δικτύωση με άλλες επιχειρήσεις



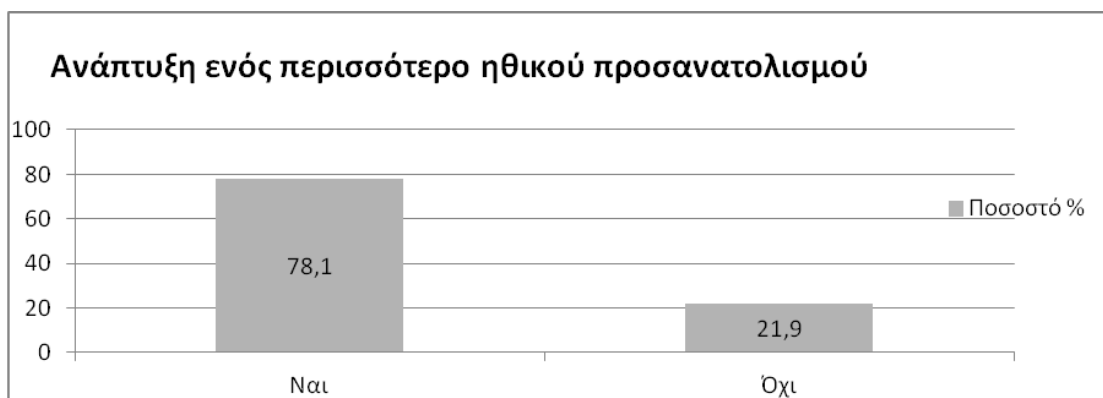
Γράφημα 42: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την ανάπτυξη σχέσεων συνεργασίας με εξωτερικούς φορείς



Γράφημα 43: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την απόκτηση μεγαλύτερης φήμης



Γράφημα 44: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την ικανοποιητικότερη διαχείριση των αποθεμάτων και προμηθειών τροφίμων



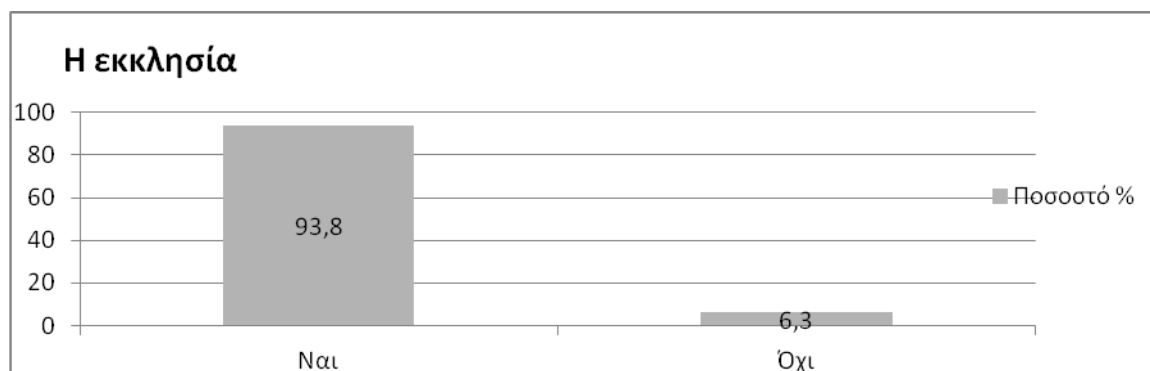
Γράφημα 45: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σύμφωνα με την ανάπτυξη ενός περισσότερο ηθικού προσανατολισμού

Η τελευταία ερώτηση ζητούσε από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν ποιοι φορείς πιστεύουν ότι θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην προσπάθεια διάθεσης περισσεύματος φαγητού. Ο Πίνακας 12 δείχνει τις απαντήσεις που δόθηκαν. Όπως παρατηρούμε όλοι οι φορείς επιλέχθηκαν από την πλειοψηφία των συμμετεχόντων.

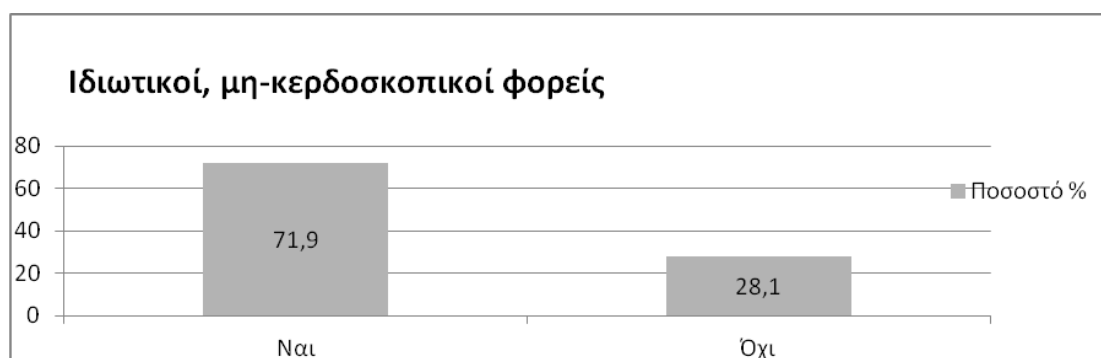
Πίνακας 12: Απαντήσεις σε ερώτηση σχετικά με τους φορείς ενίσχυσης της προσπάθειας διάθεσης περισσεύματος φαγητού

Φορείς ενίσχυσης της προσπάθειας διάθεσης περισσεύματος φαγητού	Συχνότητα n	Ποσοστό %
Η εκκλησία		
Ναι	30	93,8
Όχι	2	6,3
Ιδιωτικοί, μη-κερδοσκοπικοί φορείς		
Ναι	23	71,9
Όχι	9	28,1
Φιλανθρωπικές οργανώσεις		
Ναι	30	93,8
Όχι	2	6,3
Ο Δήμος		
Ναι	25	78,1
Όχι	7	21,9
Εθελοντικές οργανώσεις		
Ναι	30	93,8
Όχι	2	6,3

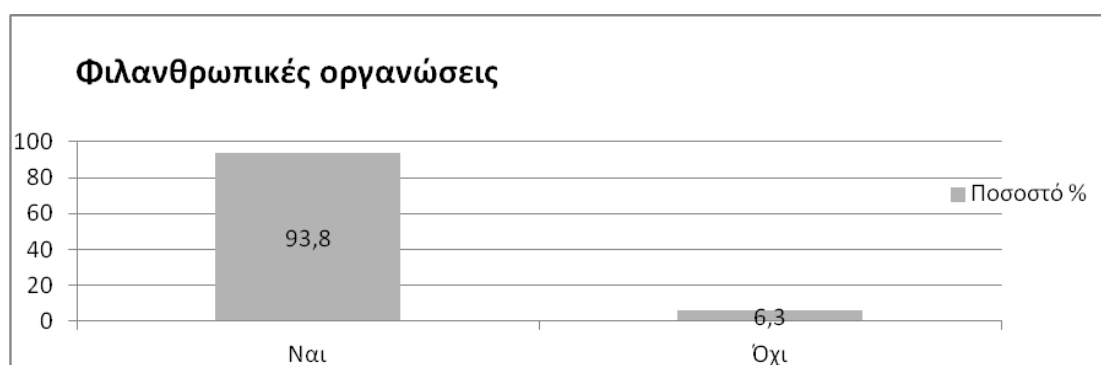
Τα ίδια αποτελέσματα παρουσιάζονται γραφικά στα διαγράμματα 46-50.



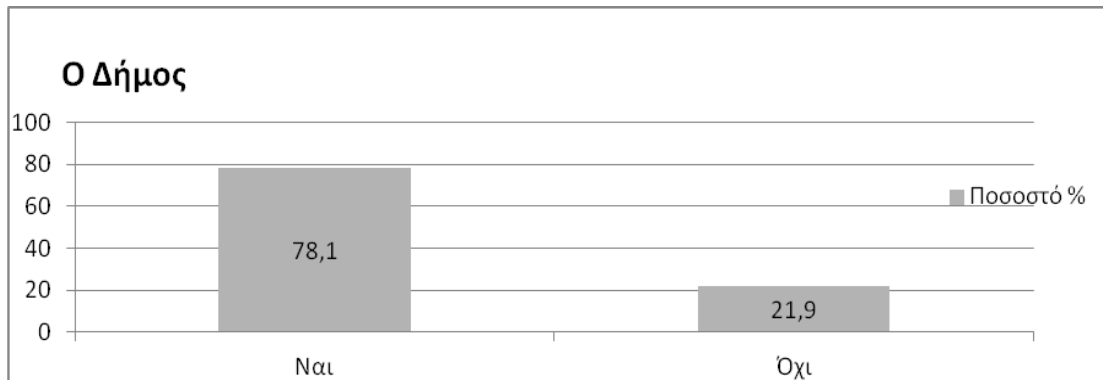
Γράφημα 46: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σχετικά με την εκκλησία



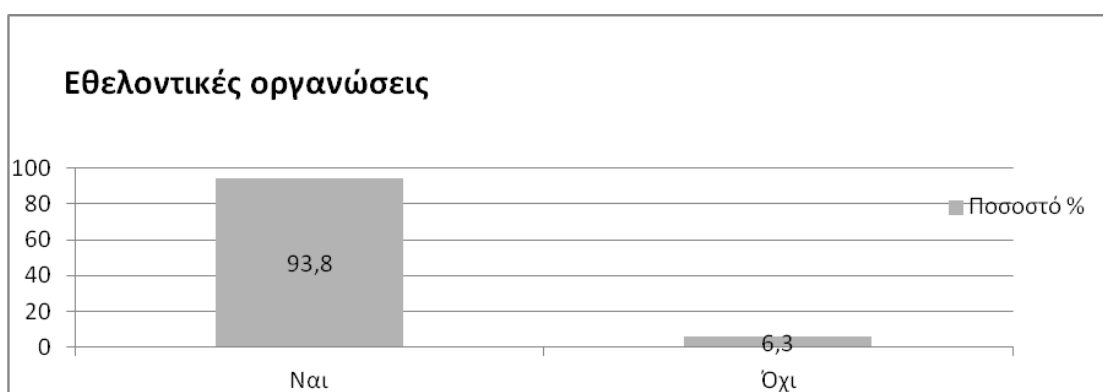
Γράφημα 47: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σχετικά με τους Ιδιωτικούς, μη-κερδοσκοπικούς φορείς



Γράφημα 48: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σχετικά με τις φιλανθρωπικές οργανώσεις



Γράφημα 49: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σχετικά με τον δήμο



Γράφημα 50: Ποσοστιαία κατανομή των ερωτώμενων σχετικά με εθελοντικές οργανώσεις

ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Σκοπός της έρευνας που διενεργήθηκε στα πλαίσια της παρούσας εργασίας ήταν να διερευνηθεί η εφοδιαστική αλυσίδα περισσευόμενου φαγητού. Στην έρευνα έλαβαν μέρος 32 άτομα, εκπρόσωποι 32 επιχειρήσεων εστίασης, εκ των οποίων οι περισσότεροι ήταν άνδρες, με ηλικίες μέχρι 30 ετών, διευθυντές των επιχειρήσεων ή σερβιτόροι, κυρίως απόφοιτοι Λυκείου.

Όσον αφορά τις επιχειρήσεις των οποίων οι εκπρόσωποι έλαβαν μέρος στην έρευνα, η πλειοψηφία αυτών δραστηριοποιείται στο χώρο της εστίασης για πάνω από 15 χρόνια, απασχολούν λιγότερους από 10 εργαζόμενους και έχουν κυρίως μεμονωμένους πελάτες. Όλες οι επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα δήλωσαν ότι διαθέτουν κάποιο πρότυπο ασφαλείας τροφίμων, ενώ όσον αφορά το είδος των προϊόντων που διαθέτουν οι επιχειρήσεις οι απαντήσεις μοιράστηκαν μεταξύ γρήγορου και μαγειρευτού φαγητού.

Το δεύτερο μέρος της έρευνας περιλάμβανε ερωτήσεις σχετικά με το περίσσειμα φαγητού και τη διάθεσή του. Όπως προκύπτει από τα παραπάνω αποτελέσματα, οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν ασχοληθεί με την ανθρωπιστική βοήθεια στο παρελθόν προσφέροντας κυρίως φαγητό. Χαρακτηριστικό είναι ότι όσες επιχειρήσεις δεν έχουν ασχοληθεί με την ανθρωπιστική βοήθεια οι περισσότερες δήλωσαν ότι θα τους ενδιέφερε να συμμετάσχουν. Οι επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα στην πλειοψηφία τους παράγουν κατά μέσο όρο 250 μερίδες φαγητού ημερησίως, οι οποίες δεν καταναλώνονται πλήρως από τους πελάτες. Συνεπώς υπάρχουν ποσότητες περισσευόμενου φαγητού. Από τα αποτελέσματα βρέθηκε ότι συνήθως περισεύει έτοιμο φαγητό και οι συνηθισμένες ποσότητες είναι 6-10 μερίδες. Οι περισσευόμενες α' ύλης αφορούν κυρίως κρέας και λαχανικά. Το περισσευόμενο φαγητό τις περισσότερες φορές είναι κατάλληλο για κατανάλωση, αφορά κυρίως έτοιμο φαγητό, ενώ η διοχέτευσή του γίνεται κυρίως μέσω του μοιράσματος σε φτωχούς ή μέσω δωρεών. Οι συνηθισμένες αναφερόμενες ποσότητες περισσευόμενου φαγητού είναι 5 ή 10 μερίδες και η διοχέτευση γίνεται κυρίως ανά 3-5 μέρες ή και καθημερινά από μερικές επιχειρήσεις.

Όσον αφορά την παράδοση του περισσευόμενου φαγητού οι περισσότεροι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι προσφέρουν παράδοση συσκευασμένου φαγητού. Επίσης ανέφεραν ότι δεν τους προβληματίζει η ασφάλεια των τυχόν προσφερόμενων-

περισσευόμενων ειδών σχετικά με την ποιότητα, ενώ δήλωσαν ότι θα ήθελαν να αναφέρεται το όνομά τους ή το όνομα της επιχείρησής τους στην τυχόν προσφορά.

Στη συνέχεια, από τις απαντήσεις που δόθηκαν προκύπτει ότι η απόφαση της επιχείρησης να διαθέτει το περίσσευμα φαγητού σχετίζεται με την επιθυμία της επιχείρησης να βοηθά ανθρώπους που έχουν ανάγκη, την επιθυμία της επιχείρησης να δείξει τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα της, την επιθυμία της επιχείρησης να αποκτήσει ένα «καλύτερο όνομα», την αφοσίωση της επιχείρησης στο κοινωνικό σύνολο, το χαμηλό κόστος του εγχειρήματος, την εστίαση της επιχείρησης στο κοινωνικό σύνολο και την επιθυμία της επιχείρησης να γίνει περισσότερο γνωστή.

Ακολούθως, όσον αφορά τα εμπόδια στην προσπάθεια μιας επιχείρησης να αξιοποιήσει το περίσσευμα φαγητού, κανένα δεν θεωρήθηκε ιδιαίτερα σημαντικό. Πιο συγκεκριμένα από την πλειοψηφία των συμμετεχόντων δεν θεωρήθηκαν σημαντικά τα εξής εμπόδια για την αξιοποίηση περισσευόμενου φαγητού: η δυσκολία δικτύωσης με την τοπική κοινωνία, η δυσκολία επιλογής κριτηρίων διάθεσης του περισσεύματος φαγητού, η δυσκολία εύρεσης συνεργατών, η δυσκολία εύρεσης χρόνου, η δυσκολία διαχείρισης του έργου και η δυσκολία διαχείρισης του επιπλέον κόστους.

Όσον αφορά τους τομείς όπου θα βοηθούσε τις επιχειρήσεις η εφαρμογή κάποιου προγράμματος διανομής περισσεύματος φαγητού είναι η δικτύωση με τους καταναλωτές, η ανάπτυξη σχέσεων συνεργασίας με εξωτερικούς φορείς, η απόκτηση μεγαλύτερης φήμης, η ικανοποιητικότερη διαχείριση των αποθεμάτων και προμηθειών τροφίμων και η ανάπτυξη ενός περισσότερο ηθικού προσανατολισμού.

Τέλος, σχετικά με τους φορείς που θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην προσπάθεια διάθεσης περισσεύματος φαγητού, βρέθηκε ότι είναι η εκκλησία, οι ιδιωτικοί, μη-κερδοσκοπικοί φορείς, οι φιλανθρωπικές οργανώσεις, ο Δήμος και οι εθελοντικές οργανώσεις.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συνοψίζοντας, σύμφωνα με όλα τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι οι συμμετέχουσες στην έρευνα επιχειρήσεις έχουν ανεπτυγμένο το αίσθημα της ανθρωπιστικής βοήθειας και συμβάλλουν θετικά στην ανθρωπιστική εφοδιαστική αλυσίδα. Το φαινόμενο της σπατάλης τροφίμων έχει πολύ μεγάλες διαστάσεις παγκοσμίως και στην Ελλάδα, αλλά μετά τα πρώτα βήματα της αναγνώρισης του προβλήματος, έρχονται τώρα τα επόμενα βήματα της αλλαγής προσέγγισης του φαινομένου, της ενημέρωσης της κοινής γνώμης, της αλλαγής νοοτροπιών και της εμφανούς δραστηριοποίησης κρατικών και υπερκρατικών μηχανισμών, αλλά και πολλών ΜΚΟ, συνθέτοντας ένα αισιόδοξο μήνυμα, πως η υφιστάμενη κατάσταση μπορεί στα άμεσο μέλλον να βελτιωθεί δραστικά προς όφελος των ανθρώπων και του περιβάλλοντος.

Η εφοδιαστική αλυσίδα ανθρωπιστικής βοήθειας είναι η απόλυτη αλυσίδα ανάγκης και ανταπόκρισης. Όσον αφορά το περισσευούμενο φαγητό, περισσότερες από 1.000 μερίδες φαγητού εξαιρετικής ποιότητας «σώζει» καθημερινά από τους κάδους των σκουπιδιών και στη συνέχεια τις διανέμει όπου υπάρχει ανάγκη η μη κερδοσκοπική εταιρεία «Μπορούμε». Οι εθελοντές καταπολεμούν τη σπατάλη των περισσευούμενων τροφίμων προωθώντας τα για κοινωφελείς σκοπούς σε κάθε γωνιά της χώρας. Το «Μπορούμε» λειτουργεί εδώ και περίπου δύομισι χρόνια ως κόμβος επικοινωνίας των δωρητών τροφίμων και των φορέων-αποδεκτών, δημιουργώντας «γέφυρες» μεταξύ του εκάστοτε δωρητή και του πιο κατάλληλου αποδέκτη. Στόχος είναι η ανάπτυξη ενός νέου κινήματος που θα φέρει στην επιφάνεια την κοινωνική ευαισθησία των πολιτών και των επιχειρήσεων, μέσω της δημιουργίας ενός καινοτόμου μοντέλου αξιοποίησης τροφίμων, τα οποία αντί να καταλήγουν στα σκουπίδια θα προσφέρονται στους ολοένα και περισσότερους ανθρώπους που λόγω της οικονομικής κρίσης αδυνατούν να καλύψουν τις ανάγκες σίτισής τους.

Ευελπιστούμε στο μέλλον να δημιουργηθούν κι άλλες αντίστοιχες οργανώσεις οι οποίες θα προσφέρουν πραγματική ανθρωπιστική βοήθεια και θα επιτελούν σημαντικό έργο στον τομέα του περισσευούμενου φαγητού.

Από την παρούσα εργασία πρόεκυψαν τα ακόλουθα συμπεράσματα

- Το φαινόμενο της σπατάλης έχει πάρει μεγάλες διαστάσεις στην Ελλάδα και παγκοσμίως.
- Η εφοδιαστική αλυσίδα ανθρωπιστικής βοήθειας:
 - Μπορεί να σώσει περισσευούμενο φαγητό.
 - Διανέμει αυτό που υπάρχει ανάγκη.
- Υπάρχει διαθέσιμο φαγητό από όλα τα εστιατόρια σε ποσότητες 5-10 μερίδες ημερησίως
- Η παράδοση του φαγητού μπορεί να γίνει με την κατάλληλη συσκευασία.
- Τα εστιατόρια είναι διαθέσιμα για συνεργασία
- Οι συμμετέχοντες της έρευνας έχουν αναπτυγμένο αίσθημα ανθρωπιστικής βοήθειας.
- Υπάρχει τελικά δυνατότητα ανάπτυξης στο δίκτυο ανθρωπιστικής βοήθειας για διανομή περισσευόμενου φαγητού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης και το μόνο που απομένει είναι η ανάπτυξη μιας πρωτοβουλίας για την οργάνωση μιας ανθρωπιστικής αλυσίδας.

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στην έρευνα του περισσευόμενου φαγητού, στην πόλη της Θεσσαλονίκης. Αδυναμία της έρευνας υπήρξε η ότι αυτή έγινε μόνον στη Θεσσαλονίκη και σε περιορισμένο αριθμό μονάδων εστίασης δεδομένου ότι πολλοί αρνήθηκαν να απαντήσουν.

Αν συνέχιζα την έρευνα στο μέλλον, θα ήθελα να διανέμω περισσότερα ερωτηματολόγια και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας, για να συγκρίνω κατά πόσο γνωρίζουν οι επιχειρηματίες το φαινόμενο του περισσευόμενου φαγητού και τι κάνουν για αυτό, ώστε να περιοριστεί η σπατάλη των τροφίμων και τέλος να συμβάλουν στην αντιμετώπιση του υποσιτισμού στην Ελλάδα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξενόγλωσση

Beamon, B. M., & Balcik, B. (2008). Performance measurement in humanitarian relief chains. *International Journal of Public Sector Management* Vol. 21 No. 1, 2008 , 4-25.

Beresford, A., Jennings, E., & Pettit, S. J. (2002). Emergency relief logistics: a disaster response model. 7th Logistics Research Network Conference. Birmingham: September.

Bhatnagar, R., Sohal, A.S., Millen, R., (1999), "Third-party logistics services: a Singapore perspective", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, pp. 29, 9, 569-587.

Bird, M., Hammersley, M., Gomm, R., Woods, P. (1999). Εκπαιδευτική Έρευνα στην Πράξη – Εγχειρίδιο Μελέτης, Πάτρα: ΕΑΠ.

Boowling, A. (2005). Mode of questionnaire administration can have serious effects on data quality. *Oxford: Journal of Public Health*, 27 (3): 281-291.

Bowersox, D.J., Daugherty, P.J., Droge, C.L., Rogers, D.S., Wardlow, D.L., 1990, *Leading Edge Logistics Competitive Positioning for the 1990s*, Council of Logistics Management.

Cassidy, B. W. (2003). A logistics lifeline. *Trafic World*, October 27.

Christopher, M.(1989), "The logistics approach", *Director*, pp. 43, 1, 66-69.

Christopher, M. (2007). *Logistics and Supply Chain Management*, σελ. 4-28, Εκδόσεις Financial Times.

CILT. (2006). *Ανάκτηση από Chartered Institute of Logistics and Technology*.

Cohen, L. & Manion, L. (1994). *Μεθοδολογία εκπαιδευτικής έρευνας*. Αθήνα: Μεταίχμιο.

Daugherty, P.J., Germain, R., Droge, C., 1995, "Predicting EDI technology adoption in logistics management: the influence of context and structure", *Logistics & Transportation Review*, pp. 31, 4, 309-324.

Edwards, J., (1994), "Going places", *CIO*, pp. 7, 17, 70-74.

Gattorna J., (2003), *Handbook of Supply Chain Management*, Prentice Hall

Gunasekaran, A., & Ngai, E. W. (2003). The successful management of a small logistics company. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 33 No. 9, 825-842.

Hill, S., 1994, "Want better customer service? Think logistically", *Manufacturing Systems*, pp. 12, 3, 11.

Javeau, C. (1996). Η έρευνα με ερωτηματολόγιο – Το εγχειρίδιο του καλού ερευνητή (Μτφ.: Κ. Τζαννόνε-Τζώρτζη). Αθήνα: Τυπωθήτω.

Kovács, G., & Spens, K. M. (2007). Humanitarian logistics in disaster relief operations. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 37 Iss: 2, 99 - 114.

Kovács, G., & Spens, K. M. (2012). *Relief Supply Chain Management for Disasters: Humanitarian Aid and Emergency Logistics*. Hershey PA: Business Science Reference (an imprint of IGI Global).

Long, D. (1997). *Logistics for disaster relief: engineering on the run*. IIE Solutions, Vol. 29 No. 6.

Long, D., & Wood, D. (1995). The logistics of famine relief. *Journal of Business Logistics*, Vol. 16 No. 1, 213-229.

Matthews, S. (2005). *Logistical Challenges*. *Forced Migration Review*, July, 38.

McLachlin, R., Larson, P. D., & Khan, S. (2009). Not-for-profit supply chains in interrupted environments: The case of a faith-based humanitarian relief organisation. *Management Research News*, Vol. 32 Iss: 11, 1050-1064.

Mocker D. & Noble E. (1981). *Training part-time instructional staff* στο: Grabowski, S. (επιμ) *Preparing Educators of Adults*, San Fransisco: Jossey-Bass

Murray, S. (2005). How to deliver on the promises: supply chain logistics: humanitarian agencies are learning lessons from business in bringing essential supplies to regions hit by the tsunami. *Financial Times*, January 7, 9.

Oppenheim, A.N. (1986). *Questionnaire design and attitude measurement*. London: Gower.

Perry, M. (2007). Natural disaster management planning : a study of logistics managers responding to the tsunami. *International Journal of Distribution and Logistics Management*, Vol.37 No.5, 409-433.

Pettit, S., & Beresford, A. (2009). Critical success factors in the context of humanitarian aid. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 39 Iss: 6, 450 - 468.

Porter M., (2003) *Competitive Strategy*, Free Press, New York.

Render J., Heizer B., (2004), *Principles of Operation Management*, Prentice Hall

Richardson, H.L., (1995), "Logistics help for the challenged", *Transportation & Distribution*, pp. 36, 1, 60-64.

Soin, S. S. (2004). Critical success factors in supply chain management at high technology companies. Toowoomba: University of Southern Queensland.

Thomas, A., & Mizushima, M. (2005). Logistics Training: necessity or luxury? *Forced Migration Review*, No. 22, 60-61.

Thompson A.A., Srtickland A.J. (2001), *Strategic Management: Concepts and Cases*, 12th Edition, Boston, McGraw-Hill Irwin

van Wassenhofe. (2006). Humanitarian aid logistics: supply chain management in high gear. *Journal of the Operational Research Society* 57, 475–489.

Wallace, M., & Webber, L. (2004). *The Disaster Recovery Handbook*. New York, NY: AMACOM.

Wheelen T., Hunger J., (2004), *Strategic Management and Business Policy*, Prentice Hall

Whybark, D. C. (2007). Issues in managing disaster relief inventories. *International Journal of Production Economics*, Vol. 108 Nos 1/2, 228-235.

Wright, R. (2012). Supply chain: Tsunami, floods and storms move logistics up the agenda. *Financial Times*.

Ελληνική

Ζαφειρίου, Γ. (2003). Μέθοδοι έρευνας στη Βιβλιοθηκονομία. Διδακτικές σημειώσεις. Θεσσαλονίκη: Α.Τ.Ε.Ι, Σίνδος

Ζυγιάρης Σ. (2000), Διαχείριση και Λογιστική Αλυσίδας Παραγωγής, Έκθεση για το ερευνητικό πρόγραμμα INNOREGIO: διάδοση τεχνολογιών ανάπτυξης καινοτομίας, σελ. 24.

Λαζαρόπουλος, Χ. (2000), Περιοδικό *Logistics&Management*, Εκδόσεις Τεχνοεκδοτική.

Λαμπριανίδης Λ., (2001), Στοιχεία Οικονομικής Γεωγραφίας, εκδόσεις Παράκη, Αθήνα

Μπαλτάς Γ. , Παπαβασιλείου Ν. (2003) Διοίκηση Δικτύων Διανομής και Logistics, εκδόσεις Rosilli , Αθήνα

Παπαδημητρίου Ε., Σχινάς Ο., (2004), Εισαγωγή στα Logistics, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα

Προφυλλίδης Β.,(2000), Οικονομική των Μεταφορών, Εκδόσεις Παπασωτηρίου

Ρούσσοσ, Π., Τσαούσης, Γ. (2002). Στατιστική εφαρμοσμένη στις κοινωνικές επιστήμες. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Σαχίνης, Ν. (2006), Περιοδικό SUPPLY MANAGEMENT, Εκδόσεις Σταμούλη.

Σιφνιώτης, Κ. (2004). *LogisticsManagement - Θεωρία και Πράξη*, σελ.19-53, Εκδόσεις Παπαζήσης. Αθήνα.

Χλουβεράκης, Γ. (2002). Εισαγωγή στη Στατιστική: Περιγραφικές μέθοδοι και εφαρμογές στην ψυχοπαιδαγωγική έρευνα. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Πηγές από το Διαδίκτυο

www.logistics.org.gr

www.logistics.org.gr

www.mporoume.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

1.Ερωτηματολόγιο έρευνας

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΣΣΕΥΜΑΤΟΣ
ΦΑΓΗΤΟΥ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ημερομηνία:

Όνομα επιχείρησης:

Όνομα ερωτώμενου (προαιρετικό):

Φύλο: Άνδρας Γυναίκα Ηλικία:

Θέση εργασίας:

Μορφωτικό επίπεδο ερωτώμενου

Γυμνάσιο Λύκειο ΑΕΙ ΤΕΙ Μεταπτυχιακό

Α.ΓΕΝΙΚΑ ΣΟΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Έτη δραστηριοποίησης της εταιρίας:

1, <5 χρόνια 2, 6-10 3, 11 – 15 4, > 15

Αριθμός εργαζομένων στην εταιρεία

<10	10-15	>15
-----	-------	-----

Η επιχείρησή σας:

Έχει πελάτες μεμονωμένους καταναλωτές;

Έχει πελάτες άλλες επιχειρήσεις;

Τηρεί κάποιο πρότυπο ασφάλειας τροφίμων ; Ναι Όχι

Τι είδους προϊόντα (τρόφιμα) διαθέτει η επιχείρησή σας:

γρήγορο φαγητό

μαγειρευτό φαγητό

άλλο

Β. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΠΕΡΙΣΣΕΥΜΑ ΦΑΓΗΤΟΥ ΚΑΙ ΤΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΟΥ, Πριν απαντήσετε στα ερωτήματα διαβάστε τις παρακάτω περιγραφές :

Περίσσευμα φαγητού είναι: οποιοδήποτε είδους φαγητού που περισσεύει από κατάσταση , μονάδα, δομή , εκδήλωση μαζικής εστίασης ή από ένα απλό γεύμα και είναι κατάλληλο να προσφερθεί χωρίς κόστος και να καταναλωθεί με ασφάλεια από άλλους καταναλωτές.

Ανθρωπιστική βοήθεια παρέχεται είτε από μεμονωμένους πολίτες είτε από οργανισμούς και έχει ως στόχο να βοηθήσει την προετοιμασία και την επείγουσα αντιμετώπιση κρίσεων που πλήττουν σοβαρά τους λαούς, είτε πρόκειται για φυσικές καταστροφές είτε για καταστροφές προκαλούμενες από τον άνθρωπο είτε για διαρθρωτικές κρίσεις.

2. Έχετε ασχοληθεί ποτέ στα παρελθόν με την ανθρωπιστική βοήθεια ως επιχείρηση;

Ναι

Όχι

3. Αν ναι τι συνήθως προσφέρατε;

φαγητό

χρήματα

άλλο

.....

4. Αν όχι θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε;

Ναι

Όχι

Παρακαλούμε απαντήστε στα παρακάτω ερωτήματα ασχέτως της θετικής ή αρνητικής σας απάντησης στο προηγούμενο ερώτημα.

5. Τι ποσότητες φαγητού παράγει η επιχείρησή σας ανά ημέρα (περίπου πόσες μερίδες);

.....

6. Το φαγητό αυτό καταναλώνεται ή έχετε και περισσεύματα;

Ναι καταναλώνεται

Όχι δεν καταναλώνεται πλήρως

Άλλο

7. Αν όχι τι συνήθως περισσεύει;

έτοιμο φαγητό

ημίετοιμο

ά ύλες

8. Τι ποσότητες περισσεύουν;

έτοιμο φαγητό <5μερίδων 6-10 11-15 > 15 μερίδων

ημίετοιμο φαγητό <5μερίδων 6-10 11-15 > 15 μερίδων

ά ύλες κρέας (κιλά) ψάρια-θαλασσινά (κιλά) λαχανικά (κιλά)

φρούτα (κιλά)

9. Τι κάνετε με το περίσσειμα φαγητό;

.....

10. Είναι κατάλληλο για κατανάλωση;

ναι

όχι

μερικά ναι

11. Τι θα μπορούσατε να προσφέρετε με βάση το περίσσειμα φαγητού που διαθέτετε;

έτοιμο φαγητό

κάποιες 'α ύλες

άλλο.....

12. Σε τι ποσότητες περίπου μπορείτε να προσφέρετε;

.....

13. Πόσο συχνά θα μπορούσατε να διαθέσετε αυτά τα φαγητά

Κάθε μέρα	Ανά 3-5 μέρες	Ανά εβδομάδα	Άλλο
-----------	---------------	--------------	------------

14. Σχετικά με την παράδοση του φαγητού;

θα το παραδίνατε συσκευασμένο

θα προτιμούσατε να γίνει η συσκευασία από τον «ενδιαφερόμενο»

15. Θα ήσασταν πρόθυμοι να το συσκευάζετε εσείς;

Ναι

Όχι

16. Σας προβληματίζει η ασφάλεια των τυχόν προσφερόμενων

περισσευόμενων ειδών σχετικά με την ποιότητα ;

.....

17. Προτείνετε έναν τρόπο ώστε να πιστοποιείται η καλή κατάσταση των προσφερόμενων ειδών μετά την προσφορά σας .

.....

18. Θα θέλατε το όνομα σας ή το όνομα της επιχείρησής σας να αναφέρεται στην τυχόν προσφορά;

.....

19 .Η τυχόν απόφαση της επιχείρησής να διαθέτει το περίσσειμα φαγητού σχετίζεται με:

	Καθόλου	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
Την επιθυμία της επιχείρησής να βοηθά ανθρώπους που έχουν ανάγκη				
Την επιθυμία της επιχείρησής να δείξει τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα της				
Την επιθυμία της επιχείρησής να αποκτήσει ένα «καλύτερο όνομα»				
Την αφοσίωση της επιχείρησής στο κοινωνικό σύνολο				
Το χαμηλό κόστος του εγχειρήματος				
Την εστίαση της επιχείρησής στο κοινωνικό σύνολο				
Την επιθυμία της επιχείρησής να γίνει περισσότερο γνωστή				

20 . Πόσο σημαντικά πιστεύετε ότι είναι τα παρακάτω εμπόδια στην προσπάθεια μιας επιχείρησης να αξιοποιήσει το περίσσειμα φαγητού;

	Καθόλου	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
Δυσκολία δικτύωσης με την τοπική κοινωνία				
Δυσκολία επιλογής κριτηρίων διάθεσης του περισσεύματος φαγητού				
Δυσκολία εύρεσης συνεργατών				
Δυσκολία εύρεσης χρόνου				
Δυσκολία διαχείρισης του έργου				
Δυσκολία διαχείρισης του επιπλέον κόστους				

21. Εάν εφαρμόζατε κάποιο πρόγραμμα διανομής περισσεύματος φαγητού, σε ποιους από τους παρακάτω τομείς θεωρείτε ότι θα βοηθούσε την επιχείρησή σας;

	Ναι	Όχι
Δικτύωση με τους καταναλωτές		
Δικτύωση με άλλες επιχειρήσεις		
Ανάπτυξη σχέσεων συνεργασίας με εξωτερικούς φορείς		
Απόκτηση μεγαλύτερης φήμης		
Ικανοποιητικότερη διαχείριση των αποθεμάτων και προμηθειών τροφίμων		
Ανάπτυξη ενός περισσότερο ηθικού προσανατολισμού		

22. Ποιες φορείς πιστεύετε ότι θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην προσπάθεια διάθεσης περισσεύματος φαγητού;

	Ναι	Όχι
Η εκκλησία		
Ιδιωτικοί, μη-κερδοσκοπικοί φορείς		
Φιλανθρωπικές οργανώσεις		
Ο Δήμος		
Εθελοντικές οργανώσεις		
Άλλος.....		
.....		

Σας ευχαριστώ πολύ για την συνεργασία...

2. Αποτελέσματα των ερωτήσεων σε πρόγραμμα Excell

1	25	πωλητής	2	4	1	2	1	1	2	2	300	1					
1	27	πωλητής	2	4	1	2	1	1	2	2	200	1					
1	33	πωλητής	3	4	1	2	1	1	2	1	200	1					
1	35	πωλητής	2	4	1	2	1	1	2	1	100	1					
1	44	διευθυντής	3	3	1	2	1	1	2	1	100	1					
1	46	σερβιτόρος	3	3	1	1	1	1	1	1	100	1					
1	52	διευθυντής	2	3	1	1	1	1	1	1	300	1					
1	30	σερβιτόρος	3	3	1	1	1	1	1	1	400	1					
1	29	σερβιτόρος	2	3	1	1	1	1	1	1	300	1					
1	37	διευθυντής	4	4	1	1	1	1	1	1	300	1					
1	22	σερβιτόρος	2	4	1	1	1	1	1	2	200	2	1	4	φτωχοί	1	
1	41	διευθυντής	2	4	2	1	1	1	1	2	200	2	1	4	φτωχοί	1	
1	58	διευθυντής	2	4	2	1	1	1	1	2	100	2	1	4	φτωχοί	1	
1	20	σερβιτόρος	2	4	2	1	1	1	1	2	100	2	1	1	φτωχοί	3	
1	23	σερβιτόρος	4	4	2	1	1	1	1	2	100	2	1	2	δωρεές	3	
1	26	σερβιτόρος	2	4	2	1	1	1	1	1	300	2	1	2	δωρεές	3	
1	35	διευθυντής	2	2	3	1	1	2	1	1	400	2	1	4	δωρεές	3	
1	32	σερβιτόρος	3	2	3	1	1	2	1	1	500	2	1	2	εκκλησία	3	
1	33	σερβιτόρος	4	2	3	1	1	2	1	1	400	2	1	2		3	
1	49	διευθυντής	2	2	3	1	1	2	1	1	300	2	1	2	φτωχοί	3	
1	46	διευθυντής	2	1	3	1	1	2	1	1	300	2	1	3	φτωχοί	3	
1	47	διευθυντής	2	1	1	1	1	2	1	1	300	2	3	13	φτωχοί	1	
2	40	διευθυντής	5	3	1	1	1	2	1	1	500	2	3	1234		1	
2	38	σερβιτόρος	2	3	1	1	1	2	1	1	300	2	3	1234		1	
2	37	σερβιτόρος	2	4	1	1	1	2	1	1	200	2	3	13	φτωχοί	1	
2	34	διευθυντής	3	4	1	1	1	2	1	1	200	2	3	13	φτωχοί	1	
2	20	σερβιτόρος	2	4	1	1	1	2	1	1	100	2	3	3		1	
2	25	σερβιτόρος	2	4	1	1	1	2	1	1	100	2	1	3	δωρεές	1	
2	27	διευθυντής	2	4	1	1	1	2	1	1	200	2	1	3	δωρεές	3	
2	29	ταμίας	4	4	1	1	1	2	1	1	300	2	1	2	δωρεές	3	
2	30	ταμίας	3	3	1	1	1	2	1	1	400	2	1	2	δωρεές	3	
2	31	διευθυντής	3	3	1	1	1	2	1	1	200	2	1	2	εκκλησία	3	