



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΝΟΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΒΙΟΪΑΤΡΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
«Προχωρημένη Αισθητική και Κοσμητολογία: Ανάπτυξη, Ποιοτικός
Έλεγχος και Ασφάλεια νέων καλλυντικών προϊόντων»**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία
Η ανάπτυξη συστήματος πιστοποίησης ISO 9001 σε κέντρο αισθητικής
Του
Δημητρίου Συζέρη**

A.M 202129

Παρουσιάστηκε για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων για την απονομή του
Μεταπτυχιακού Τίτλου Σπουδών στο Τμήμα Βιοϊατρικών Επιστημών
του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

Επιβλέπων: Πέτρος Καρκαλούσος

ΑΙΓΑΛΕΩ, 2023



**UNIVERSITY OF WEST ATTICA
SCHOOL OF HEALTH AND CARE SCIENCES
DEPARTMENT OF BIOMEDICAL SCIENCES**

**Master of Science in
Advanced Aesthetics and Cosmetic Science: Development-Quality
Control and Safety of new cosmetic products**

**Master Thesis
The development of an ISO 9001 quality management system in a
beauty salon**

By

Dimitrios Syxeris

R.N. 202129

Presented for the partial fulfillment of the obligations for the award of the
Master's Degree in the Department of Biomedical Sciences
of the University of West Attica

Supervisor: Peter Karkalousos

Egaleo, 2023

Η ανάπτυξη συστήματος πιστοποίησης ISO 9001 σε κέντρο αισθητικής

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή

Η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

A/α	ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
1	ΚΑΡΚΑΛΟΥΣΟΣ ΠΕΤΡΟΣ	Αναπληρωτής Καθηγητής Τμήματος Βιοιατρικών Επιστημών / ΠΑΔΑ, Επιβλέπων	
2	ΤΡΑΠΑΛΗ ΜΑΡΙΑ	Λέκτορας Τμήματος Βιοιατρικών Επιστημών / ΠΑΔΑ	
3	ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ	Λέκτορας Τμήματος Βιοιατρικών Επιστημών / ΠΑΔΑ	

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο/η κάτωθι υπογεγραμμένος **Δημήτριος Συξέρης** του **Αντωνίου**, με αριθμό μητρώου **202129** φοιτητής του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Προχωρημένη Αισθητική και Κοσμητολογία: Ανάπτυξη, Ποιοτικός Έλεγχος και Ασφάλεια νέων καλλυντικών προϊόντων» του Τμήματος Βιοϊατρικών Επιστημών της Σχολής Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

**Επιθυμώ την απαγόρευση πρόσβασης στο πλήρες κείμενο της εργασίας μου μέχρι και έπειτα από αίτηση μου στη Βιβλιοθήκη και έγκριση του επιβλέποντα καθηγητή.*

Ο/Η Δηλών/ούσα

*** Ονοματεπώνυμο /Ιδιότητα**

Ψηφιακή Υπογραφή Επιβλέποντα
(Υπογραφή)

Πνευματική ιδιοκτησία © 2023 Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

Όλα τα δικαιώματα διατηρούνται

Copyright © 2023 University of West Attica

All rights reserved



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ανάπτυξη συστήματος πιστοποίησης ISO 9001 σε κέντρο αισθητικής

Δημήτριος Συξέρης

Τμήμα Βιοϊατρικών Επιστημών

Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής, 2023

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη ενός Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας σύμφωνα με τον νεότερο Πρότυπο ISO 9001:2015 σε Κέντρο Αισθητικής, το οποίο παρέχει υπηρεσίες Αισθητικής Προσώπου, Σώματος και Αποτρίχωσης και εμπορεύεται καλλυντικά προϊόντα για την ενίσχυση του αποτελέσματος των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Το πρότυπο ISO 9001:2015 σε ένα Κέντρο Αισθητικής έχει μια συγκεκριμένη δομή, η οποία περιγράφει με σαφήνεια τις απαραίτητες διεργασίες και έγγραφα που είναι απαραίτητα για την ορθή λειτουργία του Κέντρου. Για την σωστή αποτύπωση των διεργασιών απαιτείται η γνώση των υπηρεσιών που παρέχονται και των αποτελεσμάτων που προσφέρει το Κέντρο στους πελάτες του, το είδος των μηχανημάτων, εμπορευμάτων, αναλωσίμων και τους προμηθευτές αυτών, καθώς και τους χώρους που οι υπηρεσίες και τα προϊόντα αυτά προωθούνται και εφαρμόζονται. Η αποτύπωση των θέσεων εργασίας του Κέντρου, η περιγραφή των αρμοδιοτήτων καθώς και η ανάδειξη των σημείων κινδύνου που υπάρχουν στο κέντρο, η διαμόρφωση λίστας ελέγχου καθώς και η σχέση αιτίου-αποτελέσματος είναι στοιχεία που περιγράφονται στο ΣΔΠ στο Κέντρο Αισθητικής. Οι Δείκτες Ποιότητας με την στατιστική βλαβών μηχανημάτων, τον Δείκτη Παρενεργειών Αισθητικών Υπηρεσιών και ο Δείκτης Ικανοποίησης Πελατών καθώς και επιμέρους στοιχεία ποιοτικής λειτουργίας ενός κέντρου αισθητικής, αποτυπώνονται με σαφήνεια στο ΣΔΠ.

Σημαντικός παράγοντας κατά την ανάπτυξη του ΣΔΠ στο κέντρο αισθητικής, είναι η αποτύπωση της εξυπηρέτησης των πελατών, με τους παράγοντες που επηρεάζουν την εξυπηρέτησή τους, από την άφιξη του πελάτη, έως την αποχώρησή του από το κέντρο, να είναι απαραίτητο να καταγράφονται και να τεκμηριώνεται η αντιμετώπιση τους. Το σημείο που είναι πολύ σημαντικό για την απόδοση του ΣΔΠ σε ένα κέντρο αισθητικής, είναι οι επιθεωρήσεις που έχει υποχρέωση κάθε επιχείρηση έτσι ώστε να επαληθεύονται οι στόχοι και απαιτήσεις που θέτει η επιχείρηση με το ΣΔΠ.

Λέξεις κλειδιά: ποιότητα, κέντρο αισθητικής, ISO 9001:2015

ABSTRACT

The development of an ISO 9001 quality management system in a beauty salon

Dimitrios Syxeris
Department of Biomedical Sciences
University of West Attica, 2023

The purpose of this thesis is the design and development of a Quality Management System according to the new ISO 9001:2015 Standard at the Aesthetics Center, which provides Facial, Body and Hair Removal aesthetics services and cosmetic products to enhance the effect of the service provided.

The ISO 9001:2015 Standard in an Aesthetics Center has a specific structure; which clearly describes the processes and documents necessary for the proper operation of the Center. In order to correctly capture the processes, knowledge of the service provided and the results the Center offers to its customers, the type of machinery, goods, consumables and their suppliers. As well as the places where these services and product are promoted and are applied. The description of the Center's jobs, the description of the responsibilities as well as the highlighting of the danger points that exist in the center. The creation of a checklist as well as the cause-effect relationship are elements described in the QMS at the Aesthetic Center. The Quality Indicators with the statistics of machine failures, the Aesthetic Services side effects index and the customer satisfaction index as well as individual elements of the quality operation at a beauty center, are clearly reflected in the QMS.

An important factor in the development of the QMS in the beauty center is the capture of customer services, with the factors that affect their service, from the arrival of the customer to his departure from the center, being necessary to be recorded and documented their treatment. The point that is very important for the performance of the QMS in a beauty center, are the inspections that each company is obliged to do in order to verify the goals and requirements set by the business with the QMS.

Keywords: quality, beauty center, ISO 9001:2015

Αφιέρωση

Η παρούσα εργασία αφιερώνεται στην οικογένεια μου, στους καθηγητές, τους συναδέλφους και τους πελάτες που στάθηκαν δίπλα μου διαχρονικά.



Ευχαριστίες

Η αποτύπωση της ανάπτυξης του Συστήματος Διαχείρισης της Ποιότητας σύμφωνα με το Πρότυπο ISO 9001:2015 σε Κέντρο Αισθητικής, στοχεύει στην βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών που προσφέρουν τα Κέντρα αυτά.

Για τη συγγραφή της διπλωματικής εργασίας μου ήταν σημαντική η συνδρομή πολλών συναδέλφων αισθητικών, τους οποίους ευχαριστώ θερμά για την ανταλλαγή απόψεων και προτάσεων σχετικά με την ποιοτική λειτουργία των Κέντρων Αισθητικής. Επίσης ευχαριστώ τους πελάτες του Κέντρου Αισθητικής Poros Beauty Center, οι οποίοι ανταποκρίθηκαν με χαρά στην συμπλήρωση του ερωτηματολογίου που περιλαμβάνεται στο παρόν πόνημα.

Ιδιαίτερος, ευχαριστώ τον επιβλέποντα καθηγητή, κ. Πέτρο Καρκαλούσο για τη πολύτιμη συνδρομή του στη συγγραφή της παρούσας εργασίας, καθώς και την Υπεύθυνη Καθηγήτρια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος κα. Ιωάννα Βαρβαρέσσου για την επιμονή της στην επιτυχή ολοκλήρωση της εργασίας.

Βιβλιογραφικό CV

ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΣΥΞΕΡΗΣ

Μεταπτυχιακός Τίτλος Σπουδών
«Προχωρημένη Αισθητική και Κοσμητολογία: Ανάπτυξη, Ποιοτικός Έλεγχος και Ασφάλεια νέων καλλυντικών προϊόντων»

Τίτλος:	«Η ανάπτυξη συστήματος πιστοποίησης ISO 9001 σε κέντρο αισθητικής»
Επιστημονικό Πεδίο:	Βιοιατρικές Επιστήμες, Προχωρημένη Αισθητική & Κοσμητολογία
Βιογραφικά Στοιχεία:	Αισθητικός-Κοσμητολόγος, Σύμβουλος Επιχειρήσεων
Προσωπικά Στοιχεία:	Email: d.sixeris@yahoo.gr
Εκπαίδευση: (προηγούμενα πτυχία ή διπλώματα)	Απόφοιτος της Σχολής Επιστημών Υγείας και Πρόνοιας ΤΕΙ Αθήνας: Τμήμα Αισθητικής και Κοσμητολογίας

Εκπλήρωσε τις απαιτήσεις για το Μεταπτυχιακό Τίτλο Σπουδών «Προχωρημένη Αισθητική και Κοσμητολογία: Ανάπτυξη, Ποιοτικός Έλεγχος και Ασφάλεια νέων καλλυντικών προϊόντων» στο Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής, Σχολή Επιστημών Υγείας και Πρόνοιας, Τμήμα Βιοϊατρικών Επιστημών, το **Οκτώβριος, 2023**.

ΕΓΚΡΙΣΗ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΟΣ: Πέτρος Καρκαλούσος

Πίνακας περιεχομένων

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	0
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ABSTRACT.....	3
Αφιέρωση.....	4
Ευχαριστίες.....	5
Βιβλιογραφικό CV.....	6
Κατάλογος Σχημάτων.....	11
Κατάλογος Εικόνων.....	12
1. Εισαγωγή και Σκοπός της Εργασίας.....	15
1.1 Σκοπός της διπλωματικής εργασίας.....	15
1.2 Ανάπτυξη μεθοδολογίας.....	17
1.3 Δομή της διπλωματικής εργασίας.....	18
2. Ιστορία και εξέλιξη των ΣΔΠ.....	19
2.1Η Ποιότητα.....	19
2.2Η Διασφάλιση της Ποιότητας.....	20
2.3 Συστήματα Διαχείρισης της Ποιότητας.....	21
2.4 Το ISO 9001.....	22
2.5 Η εξέλιξη του ISO 9001.....	22
2.6 Τα οφέλη από το ISO 9001.....	23
2.7 Βασικά στοιχεία του ISO 9001.....	24
2.8 Ιδιαίτερα στοιχεία του ISO 9001:2015.....	24
2.9 Το περιεχόμενο του ISO 9001:2015.....	26
3. Το Κέντρο Αισθητικής.....	29
3.1 Τι είναι το Κέντρο Αισθητικής.....	29
3.2 Μορφές και είδη επιχειρήσεων.....	30
3.3 Νομοθεσία.....	32
3.4 Διαρρύθμιση ενός Κέντρου Αισθητικής / Μονάδας Αδυνατίσματος.....	37
3.4.1 Διαρρύθμιση Κέντρου Αισθητικής.....	37
3.4.2 Διαρρύθμιση Πολυδύναμου Κέντρου Άσκησης, Αισθητικής & Δίαιτας.....	37
3.5 Ο Εξοπλισμός ενός Κέντρου Αισθητικής.....	38
3.6 Υπηρεσίες που παρέχονται από Κέντρα Αισθητικής.....	40
3.7 Εξυπηρέτηση πελατών σε Κέντρο Αισθητικής.....	41
3.7.1 Γενικές αρχές εξυπηρέτησης πελατών.....	41
3.7.2 Διαδικασίες εξυπηρέτησης πελατών.....	42

3.7.3 Παράγοντες που επηρεάζουν την εξυπηρέτηση πελατών	44
3.8 Σημεία Κινδύνου από την εφαρμογή υπηρεσιών.....	46
4. Κίνητρα, Οφέλη και Δυσκολίες από την εφαρμογή ΣΔΠ σε ένα Κέντρο Αισθητικής	47
4.1Κίνητρα Κέντρων Αισθητικής για την Πιστοποίηση.....	47
4.2ΟφέληΚέντρων Αισθητικής από την Πιστοποίηση	50
4.3Δυσκολίες για την εφαρμογή του ISO 9001:2015 σε ένα Κέντρο Αισθητικής.....	51
5. Απαιτήσεις του Προτύπου ISO 9001:2015.....	53
6. Εφαρμογή Συστήματος ISO 9001:2015 σε Κέντρο Αισθητικής.....	63
6.1 Στάδια για την ανάπτυξη ενός ΣΔΠ.....	63
6.2 Δεδομένα Κέντρου Αισθητικής για δημιουργία ΣΔΠ	64
6.2.1 Βασικά Χαρακτηριστικά του Κέντρου (περίπτωσης).....	64
6.2.2 Θέσεις εργασίας του Κέντρου (περίπτωσης).....	65
6.2.3 Εξοπλισμός του Κέντρου Αισθητικής (περίπτωσης).....	66
6.2.4 Παρεχόμενες Υπηρεσίες του Κέντρου (περίπτωσης)	68
6.2.4.1 Υπηρεσίες Προσώπου	68
6.2.4.2 Υπηρεσίες Σώματος	68
6.2.4.3 Υπηρεσίες Αποτρίχωσης.....	69
6.3 Διαγνωστικές Διαδικασίες Υφιστάμενης Κατάστασης.....	69
6.3.1 Ανάλυση PESTEL	70
6.3.2 Ανάλυση SWOT	72
6.4 Καθορισμός Ενδιαφερόμενων Μερών.....	75
6.5 Πεδίο Εφαρμογής του ΣΔΠ στο Κέντρο Αισθητικής.....	77
6.6 Καθορισμός Πολιτικής Ποιότητας	77
6.7 Αρμοδιότητες στο Κέντρο Αισθητικής	79
6.8 Σημεία Κινδύνου (Risk Assessment)	80
Διάγραμμα Αιτίου-Αποτελέσματος.....	82
Λίστες Ελέγχου	82
6.9 Δείκτες Ποιότητας.....	83
6.10 Επιμέρους Στοιχεία Ποιοτικής Λειτουργίας Κέντρου Αισθητικής	85
6.10.1 Προσέλκυση Πελατών.....	85
6.10.2 Εξυπηρέτηση Πελατών.....	86
6.10.3 Πρωτόκολλα – Διαδικασίες Εφαρμογών.....	88
6.11 Επιθεωρήσεις.....	91
6.12 Ανάπτυξη Διαδικασιών ΣΔΠ Κέντρου Αισθητικής	93
6.12.1 Κύριες Διεργασίες Κέντρου Αισθητικής.....	93

Δ.01 Παραγγελία Καλλυντικών Προϊόντων & Αναλωσίμων	93
Δ.02 Παραλαβή & Αποθήκευση Καλλυντικών Προϊόντων & Αναλωσίμων	94
Δ.03 Καταχώρηση Παραστατικών Προϊόντων & Αναλωσίμων.....	94
Δ.04 Ενημέρωση και Πώληση Αισθητικών Υπηρεσιών.....	94
Δ.05 Εφαρμογή Αισθητικών Υπηρεσιών	94
Δ.06 Πώληση Καλλυντικών Προϊόντων.....	95
6.12.2 Διοικητικές Διεργασίες	95
Δ.07Ανασκόπηση από την Διοίκηση	95
Δ.08Καθορισμός Στόχων Ποιότητας	95
6.12.3 Υποστηρικτικές Διεργασίες.....	95
Δ.10Συμπεριφορά Προσωπικού	95
Δ.11Διαχείριση Προσωπικού	95
Δ.12Διαχείριση παραπόνων πελατών	96
Δ.13Καθαριότητα Χώρων – Εργασίες Συντήρησης.....	96
Δ.14Διακρίβωση και συντήρηση εξοπλισμού (μηχανημάτων, κλιματιστικών, Η/Υ κλπ).....	96
Δ.15Αξιολόγηση Προμηθευτών	96
Δ.16Μέτρηση Ικανοποίησης Πελατών.....	96
Δ.18Ενημέρωση κοινού – Τηλεφωνική επικοινωνία	97
Δ.19Μη-Συμμόρφωση – Διορθωτικές Ενέργειες.....	97
6.13 Ανάπτυξη Εντύπων ΣΔΠ Κέντρου Αισθητικής.....	97
E.01 Αρχείο Προσωπικού	97
E.02 Προγραμματισμός Βαρδιών Προσωπικού	97
E.03 Αίτηση Χορήγησης Άδειας	98
E.04 Αίτηση οικειοθελούς παραίτησης.....	98
E.05 Έντυπο Παραγγελιών Καλλυντικών & Αναλωσίμων	98
E.07 Έντυπο χειρισμού παραπόνου πελάτη	98
E.08 Πλάνο Συντήρησης.....	98
E.09 Αρχείο Εξοπλισμού.....	98
E.10 Πρωτόκολλο Εφαρμογής Υπηρεσιών.....	99
6.14 Έρευνα ικανοποίησης πελατών με χρήση ερωτηματολογίου.....	99
7. Συμπεράσματα.....	100
Βιβλιογραφία	102
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.....	103

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1: Δομή του ISO 9001:2015.....	26
Πίνακας 2: Κεφάλαια του Προτύπου ISO 9001:2015 (Α΄Μέρος).....	27
Πίνακας 3: Κεφάλαια του Προτύπου ISO 9001:2015 (Β΄Μέρος).....	28
Πίνακας 4: Ανάλυση PESTELγια το Κέντρο Αισθητικής “BeautyCenter”.....	71
Πίνακας 5: Η ανάλυση SWOTστο Κέντρο Αισθητικής.....	73
Πίνακας 6: Εσωτερικά Ενδιαφερόμενα Μέρη & Απαιτήσεις αυτών.....	75
Πίνακας 7: Εξωτερικά Ενδιαφερόμενα Μέρη και Απαιτήσεις αυτών.....	76
Πίνακας 8: Παράγοντες Κινδύνου & Επιπτώσεις.....	80

Κατάλογος Σχημάτων

Σχήμα 1: Κύκλος του Deming.....	48
Σχήμα 2: Οργανόγραμμα Κέντρου Αισθητικής "Beauty Center"	66
Σχήμα 3: Ανάλυση PESTEL	70
Σχήμα 4: Η ανάλυση SWOT	73
Σχήμα 5: Αρμοδιότητες Αισθητικών Κέντρου	79
Σχήμα 6: Διάγραμμα Αιτίου-Αποτελέσματος για Έγκαυμα Δέρματος.....	82
Σχήμα 7: Διαδικασία Αισθητικής Εφαρμογής Προσώπου	89
Σχήμα 8: Εργαλεία Βελτίωσης ΣΔΠ με Εσωτερική Επιθεώρηση.....	91
Σχήμα 9: Οριζόντια Επιθεώρηση Εγγράφων	92
Σχήμα 10: Κύριες Διεργασίες Κέντρου Αισθητικής	93

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1: Σύγχρονα μηχανήματα αισθητικής.....	39
Εικόνα 2: Ψηφιακές ευκολίες για επιχειρήσεις.....	44
Εικόνα 3: Μάλαξη Σώματος.....	69
Εικόνα 4: Πρωτόκολλο Αισθητικής Εφαρμογής Προσώπου.....	90



Συντμήσεις, ακρωνύμια, σύμβολα και ορισμοί

Συντμήσεις

ISO	International Organization for Standardization
QMS	Quality Management System
ΣΔΠ	Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας

Ορισμοί

- ✓ **Ποιότητα:** Προαγωγή της καλλιέργειας κουλτούρας εντός του οργανισμού που δημιουργεί προστιθέμενη αξία.
- ✓ **Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας:** Μια ομάδα αλληλεπιδρώντων, αλληλοεπηρεαζόμενων ή ανεξάρτητων στοιχείων που αποτελούν ή θεωρούνται ότι αποτελούν μια συλλογική μονάδα. Δηλαδή μια σύνθεση ανθρώπων, διαδικασιών και εξοπλισμού τα οποία ενώνονται για να εκτελέσουν ένα συγκεκριμένο λειτουργικό έργο ή λειτουργία εντός ενός ειδικού περιβάλλοντος (διαχείριση στόχων, διεργασιών και διαθέσιμων πόρων του οργανισμού με αποδοτικότερο τρόπο).
- ✓ **Πλαίσιο λειτουργίας του οργανισμού:** Προσδιορισμός των εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν το σκοπό, τους στόχους και τη βιωσιμότητα του οργανισμού.
- ✓ **Ενδιαφερόμενα μέρη:** Αναγνώριση των ενδιαφερομένων μερών και των αναγκών και προσδοκιών τους για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας του οργανισμού.
- ✓ **Έργο:** «μοναδική διεργασία, αποτελούμενη από μία ομάδα συντονισμένων και ελεγχόμενων δραστηριοτήτων με εναρκτήριες και καταληκτικές ημερομηνίες, που αναλαμβάνονται για την επίτευξη ενός στόχου που συμμορφώνεται με συγκεκριμένες απαιτήσεις, συμπεριλαμβανομένων των χρονικών περιορισμών, του κόστους και των πόρων.», (ISO 9000:2000, 3.4.3)
- ✓ **Υποστήριξη:** Έμπρακτη δέσμευση της Διοίκησης και ενεργός συμμετοχή του ανθρώπινου δυναμικού για την αποτελεσματικότερη υλοποίηση του συστήματος διαχείρισης ποιότητας.
- ✓ **Ενδιαφερόμενος / stakeholder:** Φυσικό ή νομικό πρόσωπο που μπορεί να επηρεάζει ή/και να επηρεάζεται ή να θεωρεί ότι επηρεάζεται από τις αποφάσεις ή/και τις δραστηριότητες του Οργανισμού.

- ✓ **Διαχείριση σχέσεων με ενδιαφερόμενα μέρη:** Βελτιστοποίηση της επίδρασης των ενδιαφερομένων μερών στις επιδόσεις του οργανισμού μέσω διαχείρισης σχέσεων.
- ✓ **Αναγνώριση διακινδύνευσης/risk identification:** Διεργασία διερεύνησης, εντοπισμού και περιγραφής της διακινδύνευσης.
- ✓ **Πηγή διακινδύνευσης/ risk source:** Παράγοντας ο οποίος αυτοτελώς ή σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες έχει την εγγενή δυναμική πρόκλησης διακινδύνευσης.
- ✓ **Αντίληψη διακινδύνευσης/ risk perception:** Άποψη του ενδιαφερομένου για τη διακινδύνευση.
- ✓ **Κριτήρια διακινδύνευσης/ risk criteria:** Δεδομένα αναφοράς έναντι των οποίων αξιολογείται η σημαντικότητα της διακινδύνευσης
- ✓ **Αξιολόγηση διακινδύνευσης/ risk assessment:** Συνολική διεργασία της αναγνώρισης διακινδύνευσης, της ανάλυσης διακινδύνευσης και της αποτίμησης διακινδύνευσης.
- ✓ **Εστίαση στα Μέλη:** Ικανοποίηση των απαιτήσεων των μελών και συνεχής προσπάθεια υπέρβασης των προσδοκιών τους
- ✓ **Ηγεσία:** Άσκηση ηγεσίας για την επίτευξη ενότητας, κατεύθυνσης και δέσμευσης του ανθρώπινου δυναμικού στην υλοποίηση των στόχων ποιότητας
- ✓ **Ενεργός συμμετοχή του προσωπικού:** Επάρκεια και ενεργός συμμετοχή του ανθρώπινου δυναμικού για τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας
- ✓ **Διεργασιακή προσέγγιση:** Διαχείριση των δραστηριοτήτων του οργανισμού ως ένα σύνολο συσχετιζόμενων διεργασιών στο πλαίσιο ενός συνεκτικού συστήματος.
- ✓ **Βελτίωση:** Διαρκής προσήλωση στη βελτίωση για διασφάλιση επιτυχημένης πορείας

1. Εισαγωγή και Σκοπός της Εργασίας

Το πρότυπο ISO 9001 είναι το διεθνές Πρότυπο Συστημάτων Διαχείρισης Ποιότητας (στα αγγλικά Quality Management System ή QMS / ΣΔΠ) όπως αυτό έχει δημοσιευτεί από τον Διεθνή Οργανισμό Ποιότητας (ISO). Το 2015 έγινε η πιο πρόσφατη ενημέρωση του προτύπου και η πλήρης ονομασία του είναι ISO 9001:2015.

Το πρότυπο περιγράφει τις διάφορες απαιτήσεις για την ανάπτυξη, εφαρμογή και βελτίωση της καθημερινής λειτουργίας μιας επιχείρησης με σκοπό την ικανοποίηση των απαιτήσεων των πελατών της, τις απαιτήσεις του εξωτερικού περιβάλλοντος λειτουργίας της (όπως αυτό εκφράζεται μέσα από νόμους και κανονισμούς), καθώς επίσης κι τις απαιτήσεις που η ίδια θέτει(1). Το πρότυπο μπορεί να εφαρμοστεί σε κάθε επιχείρηση ανεξάρτητα από το μέγεθος, τον τομέα δραστηριότητας και την περιοχή στην οποία δραστηριοποιείται.

Το σύστημα ISO9001 ουσιαστικά είναι ένα σύνολο αρχών, διαδικασιών, οδηγιών και εγγράφων, που καταγράφουν τους κανόνες με τους οποίους προσφέρονται οι υπηρεσίες ή/και τα προϊόντα στους πελάτες της. Με την πιστή εφαρμογή του ISO 9001 διασφαλίζεται η σταθερή ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών ή /και των προϊόντων που προσφέρει μια επιχείρηση, επιτυγχάνοντας έτσι μεγαλύτερο βαθμό ικανοποίησης των πελατών, οι οποίοι λαμβάνουν κάθε φορά την ίδια υπηρεσία ή/ και προϊόν, κάτι που αυξάνει την εμπιστοσύνη προς την επιχείρηση.

Βασικό κομμάτι για την επιτυχία μιας νέας ή παλαιάς επιχείρησης είναι η δημιουργία και αξιοποίηση της γνώσης. Από τις γνώσεις που αποκτά ένας οργανισμός ιδιαίτερα χρήσιμες είναι όσες προκύπτουν από τις καλές ή κακές εμπειρίες που αποκτήθηκαν κατά την λειτουργία του. Όπως αναφέρει ο Cochran(2), «πρέπει να μάθουν και να δομήσουν την γνώση τους, αλλιώς δεν θα επιβιώσουν» (σ.8).

Το ISO 9001:2015, πρακτικά ζητά την καθιέρωση μιας διαδικασίας για την καταγραφή αυτής της γνώσης, την διατήρηση της και την μεταλαμπάδευση στο προσωπικό κάθε επιχείρησης.

1.1 Σκοπός της διπλωματικής εργασίας

Στις ιδιωτικές επιχειρήσεις - κυρίως μεσαίου και μεγάλου μεγέθους – η αξιοποίηση ενός Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας, είναι μια αρκετά διαδεδομένη επιλογή για

την σταθερή και ποιοτική παράδοση προϊόντων ή/και υπηρεσιών ανεξάρτητα από τον υπάλληλο που είναι επιφορτισμένος με το κάθε αντικείμενο εργασίας.

Αντίθετα στον κλάδο των υπηρεσιών ομορφιάς και ευεξίας, στον οποίο ανήκουν τα κέντρα αισθητικής, η ανάπτυξη, εφαρμογή και πιστοποίηση τέτοιου συστήματος δεν είναι συνήθης.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη ενός Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας σύμφωνα με το νεότερο Πρότυπο ISO 9001:2015 σε κέντρο αισθητικής, το οποίο παρέχει υπηρεσίες ομορφιάς και εμπορεύεται καλλυντικά προϊόντα για την ενίσχυση του αποτελέσματος των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Τα κέντρα αισθητικής είναι κυρίως μικρές ατομικές επιχειρήσεις στις οποίες ο επιχειρηματίας εργάζεται μόνος ή με ελάχιστο προσωπικό. Αυτό προσδίδει ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στην συγκεκριμένη κατηγορία επιχείρησης, καθώς ο ιδιοκτήτης επιτελεί το πολλαπλό ρόλο του διευθυντή, του υπαλλήλου, του πωλητή, του διαφημιστή και πολλές φορές του υπευθύνου καθαριότητας.

Ένα κέντρο αισθητικής παρέχει υπηρεσίες που σχετίζονται με την διατήρηση και βελτίωση της καλής κατάστασης και εμφάνισης του σώματος και του προσώπου, με χρήση ειδικών συσκευών και καλλυντικών προϊόντων. Όπως αναφέρει η Γκρέκ (3) «Η Αισθητική έχει βαθιά θεμέλια στη διάθεση και επιθυμία του ανθρώπου να καλλωπίζει και να εξωραΐζει την εμφάνιση του...» (σ.23). Ο αισθητικός παρέχει τις υπηρεσίες του, με τις γνώσεις που έχει αποκομίσει από την σχολή του και τις επιπρόσθετες πληροφορίες που συνήθως του παρέχουν οι εταιρείες από τις οποίες προμηθεύεται τα μηχανήματα και τα προϊόντα που χρησιμοποιεί.

Για την παροχή των υπηρεσιών αυτών προς τους πελάτες του, ο επιχειρηματίας αισθητικός και οι τυχόν συνεργάτες του, συνήθως τηρούν ορισμένες διαδικασίες με την μορφή πρωτοκόλλων εφαρμογής, τα οποία συνοδεύουν τα προϊόντα που χρησιμοποιεί.

Το μικρό μέγεθος και η προσωπική εργασία του ιδιοκτήτη που συνήθως χαρακτηρίζει ένα κέντρο αισθητικής, καθώς και η εμπειρική γνώση τεχνικών προώθησης των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων, δεν έχουν συμβάλει στην καθιέρωση των Συστημάτων Διαχείρισης Ποιότητας σε αυτές τις επιχειρήσεις. Όμως ο έντονος ανταγωνισμός και οι διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της Αγοράς,

οδηγούν στην ανάπτυξη και εφαρμογή μεθόδων αξιολόγησης της υπάρχουσας κατάστασης, με απώτερο σκοπό την βελτίωση των επιχειρήσεων (4).

Σημαντική παράμετρος που χαρακτηρίζει τα κέντρα αισθητικής είναι το μικρό μέγεθος που τα κατατάσσει στις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις. Αυτό το χαρακτηριστικό τους προσδίδει τόσο πλεονεκτήματα όσο και προβλήματα. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα είναι η ευελιξία με την οποία μπορεί μια μικρή επιχείρηση να ανταποκριθεί στο επιχειρηματικό περιβάλλον, καθώς δεν υπόκειται σε γραφειοκρατικές δεσμεύσεις (5).

Αντίστοιχα πολλά είναι τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, όπως ένα κέντρο αισθητικής. Η πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης, η αδυναμία σχεδιασμού ενός ολοκληρωμένου διαφημιστικού προγράμματος, η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού είναι μόνο μερικά από τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο ιδιοκτήτης ενός κέντρου αισθητικής. Όλες αυτές οι ιδιαιτερότητες αυτές θα ληφθούν υπόψη στην παρούσα εργασία.

1.2 Ανάπτυξη μεθοδολογίας

Για την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας θα πραγματοποιηθούν οι εξής ενέργειες:

- Μελέτη του επικαιροποιημένου Προτύπου ISO 9001:2015 και των επιμέρους διαδικασιών και απαιτήσεων που περιλαμβάνει.
- Βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικά με τις ιδιαίτερες απαιτήσεις του επικαιροποιημένου Προτύπου και τυχόν καλές πρακτικές στην Ελλάδα ή σε άλλες χώρες.
- Επαφές με εξειδικευμένες εταιρείες συμβούλων και φορείς πιστοποίησης για σωστή καθοδήγηση στον σχεδιασμό και ανάπτυξη του ΣΔΠ ειδικά για ένα κέντρο αισθητικής
- Καταγραφή των ιδιαίτερων συνθηκών που επικρατούν κατά την λειτουργία ενός κέντρου αισθητικής, με έμφαση στις παρεχόμενες υπηρεσίες και τη προώθηση των καλλυντικών προϊόντων στους πελάτες.
- Καταγραφή των διαφορετικών τύπων μηχανημάτων που χρησιμοποιούνται σε ένα κέντρο αισθητικής και των χαρακτηριστικών χρήσης, συντήρησης και επισκευής που καθένα έχει.

- Καταγραφή των διαφορετικών καλλυντικών προϊόντων και αναλωσίμων που χρησιμοποιούνται σε ένα κέντρο αισθητικής και των χαρακτηριστικών χρήσης, αποθήκευσης ή απόρριψης τους μετά την χρήση.
- Καταγραφή των ενδεχόμενων κινδύνων από την χρήση και εφαρμογή των διαφόρων μηχανημάτων και καλλυντικών προϊόντων που χρησιμοποιεί η επιχείρηση και των απαιτούμενων μέτρων προστασίας.
- Σχεδιασμός του ΣΔΠ με διαμόρφωση των αναγκαίων αρχείων και εγγράφων.

1.3 Δομή της διπλωματικής εργασίας

Η διπλωματική εργασία θα αναπτυχθεί με αναφορά τόσο σε βασικά στοιχεία των υφιστάμενων ΣΔΠ, όσο και στις αναγκαίες διαδικασίες που αφορούν ένα κέντρο αισθητικής, καθώς και στα οφέλη που θα προσφέρει η εφαρμογή του ISO 9001 σε αυτό.

Αρχικά θα παρουσιαστούν ορισμένες χρήσιμες πληροφορίες για την ιστορία και εξέλιξη των ΣΔΠ, τους ορισμούς και μεθόδους διαπίστευσης και ποιότητας, καθώς και τις απαιτούμενες επιθεωρήσεις του. Θα παρουσιαστεί μια σύντομη αναφορά στην εξέλιξη του προτύπου ISO 9001 από την πρώτη έκδοση ISO 9001:1987 μέχρι την τελευταία ISO 9001:2015. Η εξέλιξη του προτύπου δίνει σημαντικές πληροφορίες από την εμπειρία αξιοποίησης του όλα αυτά τα χρόνια σε χιλιάδες οργανισμούς και επιχειρήσεις παγκοσμίως. Ήδη από την πρώτη έκδοση του, το πρότυπο δημιούργησε μια κοινή διεθνή γλώσσα για διασφάλιση της ποιότητας (6).

Σε επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν οι απαιτήσεις τεκμηρίωσης και οι διεργασίες που απαιτούνται για την εναρμόνιση της εφαρμογής του ISO9001:2015 στις επιχειρήσεις και ειδικότερα σε ένα κέντρο αισθητικής.

Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν τα στάδια της ανάπτυξης του ΣΔΠ σε ένα κέντρο αισθητικής και ενδεικτικά η παρουσίαση του σχετικού εγχειριδίου, ενώ θα παρουσιαστούν και οι διαδικασίες εσωτερικής επιθεώρησης που είναι απαραίτητες για ένα κέντρο αισθητικής ως προς το ISO9001:2015.

Σε επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τα οφέλη που θα προκύψουν από την εφαρμογή ISO9001:2015 σε ένα κέντρο αισθητικής και τα συμπεράσματα από τη διαδικασία ανάπτυξης του ΣΔΠ. Εδώ θα αναφερθεί η μεγάλη σημασία της ανάπτυξης ενός ΣΔΠ στην επιχείρηση, καθώς συμβάλει στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος ως προς τους ανταγωνιστές της(7).

Η διπλωματική εργασία θα ολοκληρωθεί με ενδεχόμενες προτάσεις για το μέλλον και με την απαραίτητη βιβλιογραφία.

2. Ιστορία και εξέλιξη των ΣΔΠ

2.1 Η Ποιότητα

Η ποιότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, είναι μια ιδιαίτερα σημαντική παράμετρος, η οποία έχει άμεση συσχέτιση με τον πελάτη μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Υπάρχουν πολλοί επιμέρους ορισμοί της ποιότητας, οι οποίοι έχουν χρησιμοποιηθεί κατά καιρούς για την κατανόηση της, αναφορικά με την επίδραση των χαρακτηριστικών ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας στον καταναλωτή.

Αν εξαιρέσουμε τους ορισμούς της ποιότητας που εμπίπτουν σε φιλοσοφικές έννοιες και εστιάσουμε στις επιχειρήσεις, μπορούμε να αναφέρουμε πως η ποιότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που παράγεται από μια επιχείρηση, προκύπτει όταν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, θεωρούνται πλήρως ικανοποιητικά από τους πελάτες που λαμβάνουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες αυτές.

Αντίστοιχα αυτός ο ορισμός μπορεί να επεκταθεί και στην περίπτωση κατά την οποία το σύνολο των διαδικασιών για τον σχεδιασμό, την παραγωγή, την διαφήμιση και την διάθεση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές και ικανοποιούν τις απαιτήσεις των καταναλωτών.

Σε αρκετές περιπτώσεις ο ορισμός της ποιότητας έχει αντιπαρατεθεί με τον ορισμό της ποσότητας, καθώς έχει παρατηρηθεί πως η μαζικότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, επηρεάζει αρνητικά τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους.

Παραδόξως η χρήση της ποιότητας τόσο σαν ορισμό, όσο και σαν στοιχείο της παραγωγής προϊόντων ή υπηρεσιών, δεν είναι τόσο καινούργια όσο νομίζει ο πολύς κόσμος. Ήδη από την αρχαιότητα, πολλές διεργασίες για την παραγωγή ειδών καθημερινής χρήσης (πιθάρια, αμφορείς, κλπ) είχαν σαν βασικό χαρακτηριστικό την ύπαρξη «προτύπων» για να τηρείται η επαναληπτικότητα των παραγόμενων προϊόντων με σταθερά χαρακτηριστικά, που να ικανοποιούν τους πελάτες.

Στην πορεία της ιστορίας, ποιοτικά χαρακτηριστικά, έπρεπε να έχουν τα διάφορα νομίσματα (χρυσά, ασημένια, κλπ), ώστε να τηρείται σταθερό βάρος και

διαστάσεις. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Αναστασόπουλος, «ένας αθηναϊκός νόμος που αναφέρεται σε μια λευκή μαρμάρινη στήλη των αρχών του 4^{ου} π.χ. αιώνα (375 π.χ.) και ανακαλύφθηκε στην αρχαία Αγορά των Αθηνών το 1970, αναφέρεται στον έλεγχο ποιότητας των αθηναϊκών αργυρών νομισμάτων.»(8).

Η διαδικασία ελέγχου ποιότητας των νομισμάτων από τα ευγενή μέταλλα, ήταν απαραίτητη καθώς είχαν παρατηρηθεί επί σειρά ετών πολλές περιπτώσεις παραχάραξης, ιδιαίτερα από το διευρυμένο εμπόριο με άλλες ελληνικές πόλεις-κράτη ή ξένες χώρες.

2.2Η Διασφάλιση της Ποιότητας

Η ποιότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, δεν αρκεί να υπάρξει σε μια στιγμιαία παραγωγική διαδικασία, αλλά είναι απαραίτητο να μπορεί να διασφαλιστεί σε συνεχές επίπεδο, ώστε να προσφέρει σταθερά χαρακτηριστικά. Αυτό έγινε απαραίτητο όταν ξεκίνησε η παραγωγή αγαθών να αποκτά μαζικά χαρακτηριστικά, κατά την βιομηχανική επανάσταση.

Η ανάγκη για σταθερή μορφή και ποιοτικά χαρακτηριστικά καταναλωτικών αγαθών στις διαρκώς αναπτυσσόμενες οικονομίες της Ευρώπης και των Η.Π.Α. οδήγησε τις μεγάλες επιχειρήσεις της εποχής να δώσουν ιδιαίτερη έμφαση σε διαδικασίες οι οποίες διευκόλυναν την πιο σταθερή παραγωγική διαδικασία και την αποτελεσματικότερη παραγωγή προϊόντων.

Όμως κατά την περίοδο των Παγκοσμίων Πολέμων, η ανάγκη για μαζική παραγωγή αξιόπιστων οπλικών συστημάτων και πολεμοφοδίων, ήταν αυτή που οδήγησε τις μεγάλες πολεμικές βιομηχανίες να εντάξουν στις παραγωγικές τους διαδικασίες, μεθόδους και μηχανισμούς διασφάλισης ποιότητας.

Η διασφάλιση της ποιότητας είναι ένας ολοκληρωμένος μηχανισμός, ο οποίος σχετίζεται με το σύνολο των επιμέρους διεργασιών που αφορούν τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη, την παραγωγή, την προώθηση και την τεκμηρίωση. Αποτελείται από ένα σύνολο κανόνων που διασφαλίζουν την ποιότητα των πρώτων υλών, της παραγωγικής διαδικασίας, των επιμέρους υπηρεσιών που σχετίζονται με την παραγωγή των προϊόντων, καθώς και κάθε ενέργεια διαχείρισης, αποθήκευσης και επιθεώρησης.

2.3 Συστήματα Διαχείρισης της Ποιότητας

Τα συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας, άρχισαν να εμφανίζονται σε εμβρυική μορφή, κατά την διάρκεια του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, καθώς προέκυψε η ανάγκη για διατήρηση της ποιότητας των παραγόμενων πυρομαχικών στα εργοστάσια της Μ. Βρετανίας. Λόγω της χαμηλής ποιότητας που είχε παρατηρηθεί σε ορισμένα τέτοια πυρομαχικά, κρίθηκε αναγκαία η τοποθέτηση ειδικών επιθεωρητών στα εργοστάσια οπλικών συστημάτων για την επίβλεψη και έλεγχο των διαδικασιών και του τελικού προϊόντος.

Μάλιστα οι αρμόδιες αρχές, είχαν ζητήσει την δημιουργία γραπτών διαδικασιών παραγωγής των πυρομαχικών και των οπλικών συστημάτων, από τις εταιρείες που τα παρήγαγαν. Οι έγγραφες αυτές διαδικασίες ελέγχονταν από ειδικούς του Υπουργείου Πολέμου και ήταν απαραίτητο να τηρούνται πιστά από το προσωπικό των εργοστασίων.

Η πολεμική βιομηχανία, αποτέλεσε σε ολόκληρο τον κόσμο ένα βασικό πυλώνα για την δημιουργία των σύγχρονων Συστημάτων Διαχείρισης Ποιότητας, καθώς έπρεπε να υπάρχουν σταθερά ποιοτικά χαρακτηριστικά στα οπλικά συστήματα και υλικά (πυρομαχικά), τόσο για λόγους καλής χρήσης σε περίπτωση ανάγκης (πυροδότηση χωρίς αφλογιστίες), όσο και για την διατήρηση για μεγάλο χρονικό διάστημα χωρίς αλλοίωση τους.

Ειδικά στο πεδίο των διαστημικών αποστολών, η σχεδίαση προτύπων ποιότητας, αποτέλεσαν κρίσιμο παράγοντα για την επιτυχή έκβαση των διαστημικών προγραμμάτων της NASA. Στο τέλος της δεκαετίας του '50, οι ΗΠΑ δημιούργησαν ένα πρόγραμμα ποιότητας για στρατιωτική χρήση, το οποίο καθόριζε τις διαδικασίες που έπρεπε να τηρούν οι προμηθευτές του στρατού για να υπάρξει πλήρης συμμόρφωση με τις προδιαγραφές που είχαν θέσει οι αρμόδιες υπηρεσίες. Έως το 1962, η NASA είχε αναπτύξει παρόμοιες απαιτήσεις για τα συστήματα ποιότητας των προμηθευτών της.

Προς το τέλος της δεκαετίας του '60, το NATO προχώρησε στην διαμόρφωση των διαδικασιών διασφάλισης ποιότητας για την προμήθεια των οπλικών συστημάτων και πυρομαχικών για τις ανάγκες της Συμμαχίας.

2.4 Το ISO 9001

Το πρότυπο ISO9001 είναι το διεθνές πρότυπο Συστημάτων Διαχείρισης Ποιότητας, όπως αυτό έχει δημοσιευτεί από τον Διεθνή Οργανισμό Ποιότητας. Το πρότυπο έχει αναθεωρηθεί τέσσερις φορές μέχρι τώρα και η τωρινή μορφή του έχει διαμορφωθεί το 2015, με το πλήρες όνομα ISO9001:2015.

Το πρότυπο περιλαμβάνει μια σειρά κατευθυντήριων οδηγιών και διαδικασιών, οι οποίες διασφαλίζουν σε μια επιχείρηση πως δεν θα παραληφθεί κάποιο σημαντικό στοιχείο για την επιτυχή διαχείριση της ποιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρει η επιχείρηση.

Το πρότυπο ISO9001, για να είναι επιτυχημένο και να συμβάλει στην ικανοποίηση των πελατών της επιχείρησης, πρέπει να είναι πλήρως προσαρμοσμένο στις ανάγκες και ιδιαιτερότητες της εκάστοτε επιχείρησης.

2.5 Η εξέλιξη του ISO 9001

Το πρότυπο ISO 9001 εισήχθη επίσημα το 1987 και ήταν προσανατολισμένο στις επιχειρήσεις που ανήκαν στον μεταποιητικό τομέα, ενώ προσέφερε ένα καθολικό πλαίσιο διαχείρισης ποιότητας, με στόχευση κυρίως στο τελικό στάδιο παραγωγής.

Το 1994 έγινε η πρώτη αναθεώρηση του προτύπου, με βασική προτεραιότητα την μεταφορά του ελέγχου από το τελικό στάδιο παραγωγής ενός προϊόντος, στην διαρκή παρακολούθηση και έλεγχο των προϊόντων, σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας. Η μεταστροφή αυτή του συστήματος διαχείρισης ποιότητας, επιτεύχθηκε με τη χρήση προληπτικών ενεργειών, έτσι αντί για να αντιμετωπίζει την εμφάνιση ενός προβλήματος, το ΣΔΠ, επικεντρώθηκε στην πρόληψη του προβλήματος.

Το 2000, έγινε η 2^η αναθεώρηση του προτύπου, με βασικό στόχο την απλοποίηση των διαδικασιών και της τεκμηρίωσης. Επίσης στο νέο πρότυπο, εντάχθηκε η συμμετοχή της ανώτερης διοίκησης μιας επιχείρησης, ώστε να ενεργοποιηθεί ο ποιοτικός έλεγχος σε όλα τα επίπεδα ιεραρχίας και δομής της επιχείρησης. Με την αξιοποίηση των μετρήσεων απόδοσης των διαδικασιών, δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στην αύξηση της αποτελεσματικότητας τους και τελικά στην ενίσχυση της σημασίας της ικανοποίησης των πελατών.

Το 2008, έγινε η 3^η αναθεώρηση του προτύπου, η οποία είχε μικρότερης κλίμακας αλλαγές σε σύγκριση με τις δύο προηγούμενες και με βασικό σκοπό την καλύτερη διασαφήνιση των ήδη υπαρχόντων απαιτήσεων.

Τέλος το 2015, έγινε η πιο πρόσφατη αναθεώρηση του προτύπου, έπειτα από την απόφαση του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης, για ενιαία δομή όλων των προτύπων ISO. Με στόχευση την ενίσχυση της απόδοσης και τη μείωση της γραφειοκρατικής λειτουργίας, εισήχθησαν οι έννοιες της διαχείρισης διακινδύνευσης και των τεκμηριωμένων πληροφοριών.

Πλέον το πρότυπο θεωρείται ένα διαρκώς εξελισσόμενο έγγραφο, που εμπλουτίζεται διαρκώς με τεχνογνωσία διαχείρισης ποιότητας από διάφορους οργανισμούς, ώστε να έχει τη μεγαλύτερη δυνατή συσχέτιση με τις επιχειρήσεις του πλανήτη.

2.6 Τα οφέλη από το ISO 9001

Τα οφέλη που προκύπτουν από την πιστοποίηση μιας εταιρείας με το ISO 9001 είναι πολλά και ιδιαίτερα σημαντικά, καθώς σχετίζονται με την μακροχρόνια λειτουργία και επιβίωση της στο ανταγωνιστικό εθνικό ή διεθνές περιβάλλον.

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα είναι η δυνατότητα ανοίγματος σε νέες αγορές, η αύξηση της αποδοτικότητας και η μείωση προβλημάτων κατά την παραγωγή, η αύξηση της ικανοποίησης των καταναλωτών λόγω της σταθερής ποιότητας των παραγόμενων αγαθών ή υπηρεσιών και η ενίσχυση του προφίλ της εταιρείας στην εθνική ή διεθνή Αγορά.

Οι απαιτήσεις που προκύπτουν από το πρότυπο ISO 9001, είναι γενικής φύσεως και μπορούν να προσαρμοστούν σε κάθε είδους εταιρεία ή οργανισμό, ανεξαρτήτως μεγέθους και αντικειμένου.

Το βασικό στοιχείο για την επιτυχία στην εφαρμογή του προτύπου, είναι η επιθυμία της εταιρείας ή του οργανισμού να αξιοποιήσει τα πλεονεκτήματα του, για να ενισχύσει την ικανοποίηση των πελατών της και να μπορέσει να βελτιώσει τις πιθανότητες μακροχρόνιας επιβίωσης της. Οι διεργασίες της εταιρείας με τη χρήση του προτύπου θα είναι πιο αποτελεσματικές.

2.7 Βασικά στοιχεία του ISO 9001

Το πρότυπο έχει αναπτυχθεί έχοντας ως βασικά στοιχεία, τις αρχές διαχείρισης ποιότητας, όπως αυτές περιγράφονται στην οικογένεια προτύπων ISO 9000. Τα βασικά χαρακτηριστικά στα οποία βασίζεται η λειτουργία του προτύπου, είναι τα εξής:

- **Διεργασοκεντρική Προσέγγιση:** Διαχείριση των δραστηριοτήτων της εταιρείας / Οργανισμού, ως ένα σύνολο συσχετιζόμενων διεργασιών στο πλαίσιο ενός συνεκτικού συστήματος.
- **Εστίαση στον πελάτη:** Ικανοποίηση των απαιτήσεων των πελατών και συνεχής προσπάθεια υπέρβασης των προσδοκιών τους
- **Ηγεσία:** Άσκηση ηγεσίας για την επίτευξη ενότητας, κατεύθυνσης και δέσμευσης του ανθρώπινου δυναμικού στην υλοποίηση των στόχων ποιότητας
- **Ενεργός συμμετοχή του προσωπικού:** Επάρκεια και ενεργός συμμετοχή του ανθρώπινου δυναμικού για τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας
- **Λήψη αποφάσεων βάσει δεδομένων:** Επίτευξη αποτελεσμάτων μέσω αποφάσεων που στηρίζονται στην ανάλυση και αξιολόγηση στοιχείων, δεδομένων και πληροφοριών
- **Διαχείριση σχέσεων με ενδιαφερόμενα μέρη:** Βελτιστοποίηση της επίδρασης των ενδιαφερομένων μερών στις επιδόσεις του οργανισμού μέσω της διαχείρισης των σχέσεων (εταιρεία και προμηθευτές)
- **Βελτίωση:** Διαρκής προσήλωση στη βελτίωση για διασφάλιση επιτυχημένης πορείας

Το ISO 9001 αποτελεί λοιπόν ένα σύστημα για την ποιότητα, το οποίο αποσκοπεί στην διασφάλιση της ποιότητας στον σχεδιασμό / ανάπτυξη, παραγωγή, εγκατάσταση και εξυπηρέτηση.

2.8 Ιδιαίτερα στοιχεία του ISO 9001:2015

Η τελευταία αναθεώρηση του προτύπου οδήγησε στην δημοσίευση του ISO 9001:2015 το οποίο έχει μια σημαντική νέα διαμόρφωση η αφορά στην εδραίωση της επονομαζόμενης «Νέας Δομής Προτύπων» (High Level Structure).

Η δομή αυτή αποτελεί ένα πολύ σημαντικό βήμα στην πορεία προς την ενοποίηση των συστημάτων διαχείρισης.

Συμφώνα με το ISO 9001:2015, η αξιολόγηση της διακινδύνευσης (risk assessment) είναι ιδιαιτέρως σημαντική για κάθε είδους οργανισμό. Για τον λόγο αυτό, για πρώτη φορά εισάγεται η προσέγγιση διακινδύνευσης (Risk - Based Thinking).

Παρόλο που η διαχείριση της διακινδύνευσης δεν απαιτείται αυτή καθαυτή, οι οργανισμοί θα πρέπει να εντοπίζουν τυχόν απειλές αλλά και ευκαιρίες και να τις λαμβάνουν υπόψη τους κατά τον σχεδιασμό του συστήματος διαχείρισης ποιότητας. Σε αντάλλαγμα, δεν προβλέπεται συγκεκριμένη απαίτηση για προληπτικές ενέργειες(9)

Η νέα έκδοση του Προτύπου καθιστά τη διαχείριση των εγγράφων και των αρχείων πιο ευέλικτη. Ο κάθε οργανισμός ανάλογα με τη δομή του, δύναται να αποφασίσει μόνος του τι επιθυμεί να τεκμηριώσει και σε ποιον βαθμό. Η απόφαση αυτή πρέπει να δικαιολογηθεί στον επιθεωρητή στο πλαίσιο της πιστοποίησης.

Η νέα έκδοση είναι περισσότερο εστιασμένη στις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα των παρόχων υπηρεσιών. Μεταξύ άλλων ο όρος «προϊόντα» έχει πλέον επεκταθεί σε «προϊόντα και υπηρεσίες».

Ένα σημαντικό στοιχείο του νέου αναθεωρημένου προτύπου, είναι πως η επιχείρηση /οργανισμός δεν θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη του μόνο τις νομικές και κανονιστικές απαιτήσεις και τις ανάγκες των πελατών του, αλλά θα πρέπει επίσης να λαμβάνει υπόψη με συνέπεια και τις σχέσεις με τους εργαζόμενους, τους συνεργάτες, τους προμηθευτές τους και άλλα μέρη που σχετίζονται με το σύστημα διαχείρισης ποιότητας, όπως οικονομικούς οργανισμούς, τοπική κοινωνία ή ακόμη και ανταγωνιστές.

Αναφορικά με τα ζητήματα που περιλαμβάνουν ευθύνη της διοίκησης, αυτή επεκτείνεται στο νέο αναθεωρημένο πρότυπο, έτσι ώστε να περιλαμβάνει τις διαστάσεις του ηγετικού ρόλου, της σημασίας των ενδιαφερομένων μερών και του στρατηγικού σχεδιασμού. Σε γενικές γραμμές το ISO 9001:2015 προωθεί την παρακολούθηση, τον έλεγχο και τη μέτρηση των διεργασιών, με σκοπό την ικανοποίηση του πελάτη.

2.9 Το περιεχόμενο του ISO 9001:2015

Το νέο αναθεωρημένο πρότυπο ISO 9001:2015, έχει μια συγκεκριμένη δομή, η οποία περιγράφει με σαφήνεια και μεγαλύτερη απλότητα τις απαραίτητες διεργασίες και έγγραφα που είναι απαραίτητα για την ορθή λειτουργία μιας επιχείρησης / οργανισμού.

Η βασική δομή / κεφάλαια του προτύπου αναφέρεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 1: Δομή του ISO 9001:2015

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ISO	ΔΟΜΗ ISO 9001:2015
0	Εισαγωγή
1	Αντικείμενο
2	Τυποποιητική παραπομπή
3	Όροι και ορισμοί εννοιών
4	Πλαίσιο λειτουργίας του οργανισμού
5	Ηγεσία
6	Σχεδιασμός
7	Υποστήριξη
8	Λειτουργία
9	Αξιολόγηση της επίδοσης
10	Βελτίωση

Η συγκεκριμένη δομή του προτύπου, προσαρμόζεται σε κάθε επιχείρηση / οργανισμό, αναλόγως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και πεδίου δραστηριότητας. Η επιμέρους δομή κάθε κεφαλαίου, προσφέρει εύχρηστη πληροφορία για τις διαδικασίες, τις αρχές και τους στόχους που θέτει κάθε επιχείρηση / οργανισμός με το Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας ISO 9001:2015 που επέλεξε να τηρήσει.

Πίνακας 2: Κεφάλαια του Προτύπου ISO 9001:2015 (Α΄Μέρος)

Κεφάλαιο ISO 9001:2015	Βασική Δομή ISO
1	Αντικείμενο
2	Κανονιστικές αναφορές
3	Όροι και ορισμοί
4	Πλαίσιο Λειτουργίας του Οργανισμού
4.1	Κατανόηση του οργανισμού και του πλαισίου λειτουργίας του
4.2	Κατανόηση των αναγκών και των προσδοκιών των ενδιαφερομένων μερών
4.3	Προσδιορισμός του πεδίου εφαρμογής του συστήματος διαχείρισης ποιότητας
4.4	Σύστημα διαχείρισης ποιότητας και οι διαδικασίες αυτού
5	Ηγεσία
5.1	Γενικά
5.2	Εστίαση στον πελάτη
5.3	Πολιτική
5.3.1	Καθιέρωση πολιτικής ποιότητας
5.3.2	Επικοινωνία της πολιτικής ποιότητας
5.4	Ρόλοι, ευθύνες και αρμοδιότητες εντός του οργανισμού
6	Σχεδιασμός
6.1	Ενέργειες για την αντιμετώπιση απειλών και την αξιοποίηση ευκαιριών
6.2	Στόχοι Ποιότητας και Σχεδιασμός για την Επίτευξή τους
6.3	Σχεδιασμός αλλαγών
7	Υποστήριξη
7.1	Πόροι
7.1.1	Γενικά
7.1.2	Προσωπικό
7.1.3	Υποδομή
7.1.4	Περιβάλλον λειτουργίας διεργασιών
7.1.5	Παρακολούθηση και μέτρηση πόρων
7.1.5.1	Γενικά
7.1.5.2	Ικνηλασιμότητα μετρήσεων
7.1.6	Επιχειρησιακή Γνώση
7.2	Επαγγελματική Επάρκεια
7.3	Ευασθητοποίηση
7.4	Επικοινωνία
7.5	Τεκμηριωμένες πληροφορίες
7.5.1	Γενικά
7.5.2	Δημιουργία και Επικαιροποίηση
7.5.3	Έλεγχος τεκμηριωμένων πληροφοριών
7.5.3.1	(Απαιτούμενες τεκμηριωμένες πληροφορίες)
7.5.3.2	(Έλεγχος τεκμηριωμένων πληροφοριών)

Πίνακας 3: Κεφάλαια του Προτύπου ISO 9001:2015 (Β' Μέρος)

Κεφάλαιο ISO 9001:2015	Βασική Δομή ISO
8	Λειτουργία
8.1	Σχεδιασμός, λειτουργία και έλεγχος λειτουργιών
8.2	Απαιτήσεις για προϊόντα και υπηρεσίες
8.2.1	Επικοινωνία με πελάτες
8.2.2	Προσδιορισμός απαιτήσεων σχετικών με προϊόντα και υπηρεσίες
8.2.3	Ανασκόπηση απαιτήσεων σχετικών με προϊόντα και υπηρεσίες
8.2.4	Αλλαγές των απαιτήσεων σχετικών με προϊόντα και υπηρεσίες
8.3	Σχεδιασμός και ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών
8.3.1	Γενικά
8.3.2	Εκπόνηση Σχεδίου για Σχεδιασμό και Ανάπτυξη
8.3.3	Εισερχόμενα σχεδιασμού και ανάπτυξης
8.3.4	Έλεγχοι σχεδιασμού και ανάπτυξης
8.3.5	Εξερχόμενα σχεδιασμού και ανάπτυξης
8.3.6	Αλλαγές σχεδιασμού και ανάπτυξης
8.4	Έλεγχος των παρεχόμενων από εξωτερικά μέρη διεργασιών, προϊόντων και υπηρεσιών
8.4.1	Γενικά
8.4.2	Τύπος και έκταση ελέγχου
8.4.3	Πληροφορίες που γνωστοποιούνται στους εξωτερικούς πάροχους
8.5	Παραγωγή προϊόντων και παροχή υπηρεσιών
8.5.1	Έλεγχος παραγωγής προϊόντων και παροχής υπηρεσιών
8.5.2	Ταυτοποίηση και ικνηλασιμότητα
8.5.3	Ιδιοκτησία που ανήκει σε πελάτες ή εξωτερικούς παρόχους
8.5.4	Διαφύλαξη
8.5.5	Δραστηριότητες μετά την παράδοση
8.5.6	Έλεγχος αλλαγών
8.6	Αποδέσμευση προϊόντων και υπηρεσιών
8.7	Έλεγχος εξερχόμενων μη-συμμορφούμενων αποτελεσμάτων
9	Αξιολόγηση Επιδόσεων
9.1	Παρακολούθηση, μέτρηση, ανάλυση και αξιολόγηση
9.1.1	Γενικά
9.1.2	Ικανοποίηση του πελάτη
9.1.3	Ανάλυση και αξιολόγηση
9.2 / 9.2.1/9.2.2	Εσωτερική επιθεώρηση
9.3	Ανασκόπηση από τη διοίκηση
9.3.1	Γενικά
9.3.2	Εισερχόμενα στην ανασκόπηση από τη διοίκηση
9.3.3	Αποτελέσματα της ανασκόπησης διοίκησης
10	Βελτίωση
10.1	Γενικά
10.2	Μη-συμμόρφωση και διορθωτικές ενέργειες
10.2.1	(Ενέργειες)
10.2.2	(Τεκμηριωμένες πληροφορίες)
10.3	Συνεχής Βελτίωση

Για να μπορέσουμε να αναπτύξουμε το σύστημα διαχείρισης ποιότητας ISO 9001:2015 σε ένα κέντρο αισθητικής πρέπει να γνωρίζουμε αναλυτικά τι είναι ένα Κέντρο Αισθητικής, τι υπηρεσίες παρέχει και τι επιμέρους ζητήματα έχει η λειτουργία του (κίνδυνοι, προοπτικές, ευκαιρίες).

3. Το Κέντρο Αισθητικής

3.1 Τι είναι το Κέντρο Αισθητικής

Το Κέντρο Αισθητικής είναι ο κατεξοχήν χώρος για την βελτίωση της εμφάνισης και καλής λειτουργίας του ανθρώπινου σώματος. Ένα Κέντρο Αισθητικής αποτελεί ουσιαστικά μια δομή πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας, στην οποία αντιμετωπίζονται ζητήματα της όψης του ανθρώπινου δέρματος.

Η/Ο επαγγελματίας αισθητικός ο οποίος παρέχει τις υπηρεσίες του σε ένα Κέντρο Αισθητικής, είναι αντίστοιχα ένας επιστήμονας πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας που ασχολείται επαγγελματικά με την ομορφιά και την αποκατάσταση της όψης της επιδερμίδας. Επειδή κάθε άνθρωπος είναι μια μοναδική οντότητα με ιδιαίτερες ανάγκες και ιδιαίτερα στο μεγαλύτερο όργανο του σώματος που είναι το δέρμα του, ο ειδικός επιλέγει για κάθε άτομο και ανά περίπτωση, εξατομικευμένη αισθητική φροντίδα, αξιοποιώντας πρωτόκολλα εφαρμογής μηχανημάτων και καλλυντικών.

Η εφαρμογή των επαγγελματικών καλλυντικών προϊόντων από τον Αισθητικό, γίνεται απευθείας στο δέρμα με ή την συμβολή εξειδικευμένων συσκευών, οι οποίες επιτρέπονται βάσει της κείμενης νομοθεσίας και των εξειδικευμένων γνώσεων που αυτός/ή κατέχει.

Η εφαρμογή των υπηρεσιών που παρέχει ο Αισθητικός γίνεται εντός ειδικά διαμορφωμένων, ελεγμένων ως προς το επίπεδο υγιεινής και ασφάλειας, και αδειοδοτημένων για την τέλεση αισθητικών πράξεων, επαγγελματικών χώρων, που ονομάζονται επισήμως Εργαστήρια Αισθητικής.

Στα Εργαστήρια (Κέντρα) Αισθητικής, απασχολούνται επαγγελματίες αισθητικοί και βοηθοί αισθητικοί. Οι μεν πρώτοι είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης 4-ετούς φοίτησης, πτυχιούχοι της Σχολής Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας (Σ.Ε.Υ.Π.) των ΤΕΙ Αθήνας και Θεσσαλονίκης και πλέον της Σχολής Βιοϊατρικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής (ΠΑ.Δ.Α.) και ισότιμων τίτλων του εξωτερικού.

Οι πτυχιούχοι Αισθητικοί λαμβάνουν άδεια άσκησης επαγγέλματος, με ισχύ σε όλη την ελληνική επικράτεια και ασκούν το επάγγελμά τους αυτοδύναμα, υπό την εποπτεία του Υπουργείου Υγείας. Οι βοηθοί αισθητικοί είναι απόφοιτοι Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (Δημόσια ή Ιδιωτικά ΙΕΚ) και μετά την ολοκλήρωση των σπουδών τους (διάρκειας 2 ετών), μπορούν να λάβουν Πιστοποίηση μετά την επιτυχή συμμετοχή τους σε ειδικές εξετάσεις.

Σε ένα Κέντρο Αισθητικής, την ευθύνη για την διεξαγωγή κάθε αισθητικής πράξης, την έχει ο πτυχιούχος Αισθητικός, στο όνομα του οποίου έχει εκδοθεί η άδεια λειτουργίας του χώρου από τις αρμόδιες Αρχές.

3.2 Μορφές και είδη επιχειρήσεων

Τα Κέντρα Αισθητικής συνήθως λειτουργούν υπό την μορφή ατομικής επιχείρησης, στην οποία ιδιοκτήτης και μοναδικός εργαζόμενος είναι ο πτυχιούχος αισθητικός. Αυτή είναι μεν η κυρίαρχη μορφή, αλλά όχι η μοναδική, καθώς τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί μεγαλύτερες μονάδες παροχής υπηρεσιών αισθητικής, με την μορφή είτε συμβατικών Κέντρων Αισθητικής, είτε με την μορφή Πολυδύναμων Κέντρων Αισθητικής και Δίαιτας, ή Πολυδύναμων Κέντρων Αισθητικής, Δίαιτας και Άσκησης, τα οποία καλούνται Μονάδες Αδυνατίσματος.

Λόγω του μικρού μεγέθους τους (ατομικές επιχειρήσεις με 0-1 εργαζόμενο), τα κλασικά Κέντρα Αισθητικής δεν είχαν την προτεραιότητα στην διαμόρφωση συστημάτων διαχείρισης ποιότητας ή γενικά καταγεγραμμένες διαδικασίες παροχής υπηρεσιών, πώλησης προϊόντων και εξυπηρέτησης πελατών.

Τα μεγαλύτερα Κέντρα Αισθητικής που λειτουργούν με περισσότερους του ενός πτυχιούχους αισθητικούς και/ή βοηθούς αισθητικούς, αλλά και οι Μονάδες Αδυνατίσματος, έχουν κάποιας μορφής καταγεγραμμένες διαδικασίες, κυρίως για να βοηθούν τους νεώτερους υπαλλήλους ή τους βοηθούς αισθητικούς να αντιλαμβάνονται καλύτερα τις εσωτερικές διεργασίες του χώρου.

Στα μικρά Κέντρα Αισθητικής, ο υπεύθυνος πτυχιούχος Αισθητικός, επιτελεί πολλούς ρόλους, καθώς πρέπει όχι μόνο να υποδέχεται τους πελάτες, να εφαρμόζει τις υπηρεσίες, να προωθεί καλλυντικά προϊόντα μεταπώλησης (σε ορισμένες περιπτώσεις), να μεριμνεί για την καθαριότητα και απολύμανση του χώρου και των

υλικών, αλλά και να ασχολείται με το μάρκετινγκ και γενικότερα την εξεύρεση πελατών.

Η φορολογική αντιμετώπιση των Κέντρων Αισθητικής ή των Πολυδύναμων Κέντρων Άσκησης, Αισθητικής και Δίαιτας, σχετίζεται με το είδος των υπηρεσιών που δηλώνεται πως θα παρέχεται και ταξινομείται σύμφωνα με το με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας(ΣΤΑΚΟΔ 08):

96.0 – Άλλες δραστηριότητες παροχής προσωπικών υπηρεσιών

96.02 - Δραστηριότητες κομμωτηρίων, κουρείων και κέντρων αισθητικής

96.02.13 - Υπηρεσίες Αισθητικών και Υπηρεσίες περιποίησης νυχιών

96.02.13.01 - Υπηρεσίες Αισθητικού Αρωματοθεραπείας

96.02.13.02 - Υπηρεσίες εργαστηρίου αισθητικής προσώπου και σώματος

(ινστιτούτα καλλονής) αυτή είναι η κύρια δραστηριότητα για τα εργαστήρια αισθητικής

96.02.13.03 - Υπηρεσίες μακιγιέρ-αισθητικού

96.02.13.04 - Υπηρεσίες μανικιούρ-πεντικιούρ

96.02.13.05 - Υπηρεσίες ποδολογίας και καλλωπισμού νυχιών

96.04 – Δραστηριότητες σχετικές με την φυσική ευεξία

96.04.10 - Υπηρεσίες σωματικής ευεξίας

96.04.10.02 - Υπηρεσίες διαιτολογικών μονάδων (πολυδύναμων μονάδων

συνδυασμού άσκησης, αισθητικής και δίαιτας) αυτή είναι η κύρια δραστηριότητα για τις πολυδύναμες μονάδες άσκησης, αισθητικής και δίαιτας.

96.04.10.03 - Υπηρεσίες εκμετάλλευσης λουτρών (καθαριότητας, χαμάμ, κ.ά.)

96.04.10.04 - Υπηρεσίες θεραπευτικών λουτρών και ιαματικών πηγών

96.04.10.05 - Υπηρεσίες μασάζ (εκτός του θεραπευτικού μασάζ)

96.04.10.06 - Υπηρεσίες προσωπικής υγιεινής και φροντίδας σώματος

(αποτρίχωσης, θεραπείας με υπεριώδεις και υπέρυθρες ακτίνες)

96.04.10.07 - Υπηρεσίες σάουνας, spa (όχι θεραπευτικού) και ατμόλουτρων

Θα πρέπει να τονιστεί, επίσης, ότι με την Υ.Α. Γ.Π./οικ.4963/2014 (ΦΕΚ Β' 2308/27-08-2014) «επιτρέπεται η συστέγαση ιδιωτικών φορέων παροχής υπηρεσιών πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας (ιατρεία, οδοντιατρεία, πολυϊατρεία, εργαστήρια αισθητικής, μονάδες αδυνατίσματος, διαιτολογικά γραφεία και πολυδύναμες μονάδες αισθητικής, δίαιτας και άσκησης, γραφεία λογοθεραπευτών, εργοθεραπευτών και ψυχολόγων), χωρίς την ύπαρξη εταιρικής σχέσης μεταξύ τους».

Οι διαφορετικοί αυτοί φορείς δύναται να συνεργάζονται μεταξύ τους, ενώ για τη λειτουργία κάθε συστεγαζόμενης μονάδας «ισχύουν τα οριζόμενα από τις επιμέρους διατάξεις» που την αφορούν (όπως ακριβώς ισχύει και με τα δερματολογικά ιατρεία: ανεξάρτητες άδειες και ανεξάρτητοι, σχετικοί με τα επιμέρους αντικείμενα, επιστημονικά υπεύθυνοι στις συστεγαζόμενες μονάδες).(10)

3.3 Νομοθεσία

Τα Εργαστήρια Αισθητικής, αλλά και οι Πολυδύναμες Μονάδες Άσκησης, Αισθητικής και Δίαιτας, λαμβάνουν, από τις αρμόδιες Διευθύνσεις Δημόσιας Υγείας των Περιφερειακών Ενοτήτων της χώρας, άδεια λειτουργίας, η οποία συνδέεται με την άδεια άσκησης επαγγέλματος του υγειονομικά υπευθύνου επαγγελματία αισθητικού (στα κέντρα αισθητικής) και με την άδεια άσκησης των ορισμένων ως επιστημονικά υπευθύνων στις Μονάδες Αδυνατίσματος (Αισθητικός, Διαιτολόγος, Ιατρός Παθολόγος και Γυμναστής αν υπάρχει σχετικό τμήμα.

Οι επιτροπές αδειοδότησης των Περιφερειών στις οποίες, σύμφωνα με το νόμο, συμμετέχει μέλος του τοπικού συλλόγου επαγγελματιών αισθητικών, λαμβάνουν αυστηρά μέτρα, ώστε η τέλεση αισθητικών πράξεων να είναι ασφαλής για την δημόσια υγεία.

Η νομοθεσία που ρυθμίζει διάφορα ζητήματα λειτουργίας των Κέντρων Αισθητικής και των Μονάδων Αδυνατίσματος είναι αρκετά πλούσια και απαιτείται καλή γνώση από τους επαγγελματίες / επιχειρηματίες:

Στην παρακάτω λίστα, με χρονολογική σειρά, από το 1969 έως και το 2019, παρουσιάζονται οι ελληνικές κυβερνητικές δημοσιεύσεις (ΦΕΚ) νόμων, διαταγμάτων και υπουργικών αποφάσεων, που διαμόρφωσαν το επάγγελμα του αισθητικού και διέπουν την λειτουργία των Κέντρων Αισθητικής και των Πολυδύναμων Κέντρων Άσκησης, Αισθητικής και Δίαιτας:

- ΦΕΚ Α΄ 244/28-11-1969 Ν.Δ.361/69 Περί ασκήσεως του επαγγέλματος του Αισθητικού
- ΦΕΚ Β΄ 426/17-06-1970 Υ.Α.Φ.Γ4ε/5258/1970 Λεπτομέρειες εφαρμογής του Ν.Δ.361/69
- ΦΕΚ Β΄ 740/21-10-1970 Διόρθωση του Ν.Δ.361/69 για την Αποτρίχωση
- ΦΕΚ Β΄ 526/08-09-1983 Άδεια Λειτουργίας Υγειονομικού Ενδιαφέροντος

- ΦΕΚ Α΄ 37/07-02-1989 Π.Δ.83/89 Επαγγελματικά Δικαιώματα Πτυχιούχων Αισθητικών
- ΦΕΚ Β΄ 986/30-11-1995 Κέντρα Θαλασσοθεραπείας
- ΦΕΚ Α΄ 184/04-12-1991 Ν.1975/91 Δικαιολογητικά
- ΦΕΚ Β΄ 433/09-06-1994 Επιτροπή Ελέγχου
- ΦΕΚ Β΄ 655/30-06-1998 Προϋποθέσεις λειτουργίας Μονάδων Αδυνατίσματος
- ΦΕΚ Β΄ 919/26-08-1998 Διαιτολογικά γραφεία και Πολυδύναμα κέντρα
- ΦΕΚ Β΄ 749/19-05-1999 Υ.Α.Α5/2005/1999 Ρυθμίσεις που αφορούν το Ν.Δ.361/69
- ΦΕΚ Β΄ 1445/13-07-1999 Υ.Α.Α5/3765/1999 Συμπλήρωση της Υ.Α.Α5/2005/1999
- ΦΕΚ Β΄ 306/14-03-2003 Δερματοστιξία
- ΦΕΚ Α΄ 258/07-11-2003 Ν.3191/2003 Συνεργασία κράτους-κοινωνικών φορέων
- ΦΕΚ Β΄ 246/09-02-2004 Τροποποίηση του Ν.655/98 για Μονάδες Αδυνατίσματος
- ΦΕΚ Α΄ 193/02-08-2005 Τεχνίτης περιποίησης χεριών και ποδιών
- ΦΕΚ Β΄ 246/26-02-2007 Άδεια καταστήματος υγειονομικού ενδιαφέροντος σε πλοία
- ΦΕΚ Β΄ 1698/23-08-2007 Καθορισμός προστίμων διαιτολογικών μονάδων
- ΦΕΚ Β΄ 230/14-02-2008 Τροποποίηση της Α5/2005/1999 Δικαιολογητικά
- ΦΕΚ Β΄ 139/29-01-2009 Άδεια καταστήματος περιποίησης χεριών και ποδιών
- ΦΕΚ Α΄ 63/03-05-2010 Ν.3844/2010 Προσαρμογή στην Οδηγία 2006/123/ΕΚ
- ΦΕΚ Α΄ 32/02-03-2011 Ν.3919/2011 Άνοιγμα επαγγελμάτων, άρση της Α5/200/1999
- ΦΕΚ Β΄ 1394/26-05-2011 Υ3β/Γ.Π./οικ.64432/2011 Η διαδικασία αναγγελίας/βεβαίωσης διατηρείται για επιτακτικούς λόγους δημοσίου συμφέροντος
- ΦΕΚ Β΄ 1931/26-05-2011 Υ3β/Γ.Π./οικ.64434/2011 Λίστα δικαιολογητικών
- ΦΕΚ Β΄ 3174/30-12-2011 Υ3β/Γ.Π./οικ.140150 και Υ3β/Γ.Π./οικ.140157 Το πλαίσιο της διασυνοριακής παροχής υπηρεσιών αισθητικής
- ΦΕΚ Β΄ 1199/11-04-2012 Υ1γ/Γ.Π./οικ.35797/2012 Πιστοποιητικό Υγείας

- ΦΕΚ Α΄ 160/08-08-2014 Ν.4281/2014 Τεχνικός περιποίησης άκρων
- ΦΕΚ Β΄ 2308/27-08-2014 Υ.Α. Γ.Π./οικ.4963/2014 Τεχνικές Προδιαγραφές Συστέγασης Μονάδων Υπηρεσιών Πρωτοβάθμιας Φροντίδας Υγείας
- ΦΕΚ Α΄ 83/11-05-2016 Ν.4386/2016 Τεχνικός περιποίησης άκρων
- ΑΔΑ:ΨΣΩΗ465ΦΥΟ-Τ42 Εγκύκλιος Γ3β/Γ.Π./οικ.18846/13-3-2017 για την Χρήση Laser
- ΑΔΑ:7ΤΩΧ465ΦΥΟ-ΑΤΗ Εγκύκλιος 1517/19-4-2017 για την χρήση Laser, η οποία αντικαθιστά και ανακαλεί την Γ3β/Γ.Π./οικ.18846/13-3-2017

Σημαντική στοιχείο πληροφόρησης αποτελεί η γνώση της Ευρωπαϊκής Νομοθεσίας που σχετίζεται με την λειτουργία των Κέντρων Αισθητικής. Με όμοιο τρόπο, στην επόμενη λίστα, με χρονολογική σειρά, από το 1969 έως και το 2019, παρουσιάζονται οι κύριες Εκδόσεις της Επίσημης Εφημερίδας της ΕΕ, με τους Ευρωπαϊκούς Κανονισμούς, τις Οδηγίες, τις Γνωμοδοτήσεις και τις Αποφάσεις του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, που αφορούν την αισθητική, που επηρέασαν διαχρονικά το επάγγελμα της/του αισθητικού και στις οποίες πρέπει να ανατρέχουν οι επαγγελματίες αισθητικοί:

- ΕΕ L77 - Οδηγία 73/23/ΕΟΚ (19-02-1973), «κανόνες ασφαλείας ηλεκτρολογικού υλικού εντός ορισμένων ορίων τάσεως (αφορά μηχανήματα αισθητικής)»
- ΕΕ L262 - Οδηγία 76/768/ΕΟΚ (27-09-1976), «περί προσεγγίσεως των νομοθεσιών κρατών-μελών αναφερομένων στα καλλυντικά προϊόντα»
- ΕΕ L256 - Κανονισμός 2658/87/ΕΟΚ (07-09-1987), «κοινό δασμολόγιο, δασμολογική κατάταξη, συσκευές με λείζερ ή υπέρηχους, ανταλλακτικά και εξαρτήματά τους»
- ΕΕ L382 - Οδηγία 88/667/ΕΟΚ (31-12-1988), «περί παραπλανητικής διαφήμισης καλλυντικών, τροποποίηση της οδηγίας 76/768/ΕΟΚ για εμπορία καλλυντικών»
- ΕΕ L398 - Οδηγία 89/679/ΕΟΚ (30-12-1989), «τροποποίηση της οδηγίας 76/768/ΕΟΚ»
- ΕΕ L169 - Οδηγία 93/42/ΕΟΚ (14-06-1993), «για ιατροτεχνολογικά προϊόντα»

- ΕΕ L220 - Οδηγία 93/68/ΕΟΚ (30-08-1993), «τροποποίηση της 73/23/ΕΟΚ»
- ΕΕ L331 - Οδηγία 98/79/ΕΚ (07-12-1998) «ιατροτεχνολογικά βοηθήματα διάγνωσης in vitro»
- ΕΕ L311 Οδηγία 2001/83/ΕΚ (28-11-2001), «περί φαρμάκων για ανθρώπινη χρήση»
- ΕΕ L311 Οδηγία 2002/46/ΕΚ (12-07-2002), «συμπληρώματα διατροφής»
- ΕΕ C275 - Γνωμοδότηση (10-11-2004), «περί συσκευών τεχνητού μαυρίσματος»
- ΕΕ L149 - Οδηγία 2005/29/ΕΚ (11-06-2005), «για αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, αναφορά στην απαγόρευση της διαφήμισης των πράξεων αισθητικής χειρουργικής»
- ΕΕ L396 - Κανονισμός 1907/2006/ΕΚ (18-12-2006), «για την καταχώρηση, αξιολόγηση, αδειοδότηση, περιορισμούς χημικών προϊόντων (REACH)»
- ΕΕ L376 - Οδηγία 2006/123/ΕΚ (27-12-2006), «άρση των αδικαιολόγητων περιορισμών άσκησης επαγγελματιών-υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά»
- COM/2007/0279 - Λευκή Βίβλος (30-05-2007), «Ευρωπαϊκή στρατηγική για θέματα υγείας που έχουν σχέση με τη διατροφή, το υπερβολικό βάρος και την παχυσαρκία»
- ΕΕ L247 - Οδηγία 2007/47/ΕΚ (05-09-2007), «τροποποίηση της 93/42/ΕΟΚ»
- ΕΕ L320 - Κανονισμός 1430/2007/ΕΚ (06-12-2007), «τροποποίηση της 2005/36/ΕΚ»
- ΕΕ L142 - Κανονισμός 440/2008/ΕΚ (31.5.2008), «εφαρμογή του κανονισμού 1907/2006/ΕΚ»
- ΕΕ L345 - Οδηγία 2008/112/ΕΚ (23-12-2008), «τροποποίηση των 76/768/ΕΟΚ, 88/378/ΕΟΚ, 1999/13/ΕΚ, 2000/53/ΕΚ, 2002/96/ΕΚ και 2004/42/ΕΚ, προσαρμογή στον 1272/2008/ΕΚ»
- ΕΕ L353 - Κανονισμός 1272/2008/ΕΚ (31-12-2008), «για ταξινόμηση, επισήμανση, συσκευασία ουσιών και μειγμάτων»
- ΕΕ L342 - Κανονισμός 1223/2009/ΕΚ (30-11-2009), «περί δοκιμής καλλυντικών σε ζώα»
- COM/2012/0540 - Ανακοίνωση (26-09-2012), «για ασφαλή, αποτελεσματικά και καινοτομικά ιατροτεχνολογικά προϊόντα και in vitro διαγνωστικά

ιατροτεχνολογικά προϊόντα, προς όφελος ασθενών, καταναλωτών, και επαγγελματιών υγείας»

- ΕΕ C133 - Γνωμοδότηση (09-05-2013) «για τηνCOM/2012/0540»
- ΕΕ L139 - Κανονισμός 483/2013/ΕΕ (25-05-2013)«τροποποίηση του 1223/2009/ΕΚ»
- ΕΕ L181 - Κανονισμός 609/2013/ΕΕ (29-06-2013)«τρόφιμα για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς και για τον έλεγχο σωματικού βάρους»
- ΕΕ L354 - Οδηγία 2013/55/ΕΕ (20-12-2013) «τροποποίηση της 2005/36/ΕΚ»
- ΕΕ L86 - Κανονισμός 282/2014/ΕΕ (21-03-2014), «σχετικά με τη δράση της Ένωσης στον τομέα της υγείας, με αναφορά στην αρχή της επικουρικότητας στον τομέα της Υγείας»
- ΕΕ C241 - Γνωμοδότηση (23-07-2015), «σχετικά με την απαγόρευση στις Κάτω Χώρες της χρήσης μόνιμων υλικών πλήρωσης του δέρματος για αισθητικούς σκοπούς»
- ΕΕ C272 - Γαλάζιος Οδηγός (26-7-2016), «Εφαρμογή κανόνων της ΕΕ για τα προϊόντα»
- ΕΕ C34 - Γνωμοδότηση (02-02-2017), «για την ενίσχυση του ευρωπαϊκού βιομηχανικού τομέα προϊόντων προσωπικής φροντίδας, υγιεινής σώματος και καλλωπισμού»
- ΕΕ L117 - Κανονισμός 2017/745/ΕΕ (05-05-2017), «για τα ιατροτεχνολογικά προϊόντα, τροποποίηση της οδηγίας 2001/83/ΕΚ, του κανονισμού 178/2002/ΕΚ και του κανονισμού 1223/2009/ΕΚ και κατάργηση των οδηγιών 90/385/ΕΟΚ και 93/42/ΕΟΚ»
- ΕΕ L117 - Κανονισμός 2017/746/ΕΕ (05-05-2017)«για τα διαγνωστικά ιατροτεχνολογικά προϊόντα in vitro, κατάργηση της 98/79/ΕΚ και της 2010/227/ΕΕ»
- ΕΕ L170 - Απόφαση (06-07-2018), «για τις μεταδοτικές νόσους και συναφή ειδικά ζητήματα υγείας που πρέπει να καλύπτονται από επιδημιολογική επιτήρηση»

3.4 Διαρρύθμιση ενός Κέντρου Αισθητικής / Μονάδας Αδυνατίσματος

3.4.1 Διαρρύθμιση Κέντρου Αισθητικής

Ένα Κέντρο Αισθητικής το οποίο λειτουργεί με την παρουσία του υπεύθυνου αισθητικού και έως 2 ακόμα βοηθούς ή συνεργάτες, συνήθως βρίσκεται σε περιορισμένο χώρο ή σχετικά περιορισμένο χώρο, στον οποίο πρέπει να τηρούνται οι ελάχιστες προδιαγραφές που ορίζει ο νόμος.

Εκτός από τους απαραίτητους βοηθητικούς χώρους (wc, αποδυτήρια, κλπ), η διαρρύθμιση του χώρου συνήθως είναι τέτοια ώστε να υπάρχει διαχωρισμός για τις υπηρεσίες που παρέχονται στο πρόσωπο, από αυτές που παρέχονται στο σώμα και την αποτρίχωση.

Αυτή η διαφοροποίηση παρατηρείται γιατί μπορεί να γίνεται ταυτόχρονη εφαρμογή δύο διαφορετικών πελατών με διαφορετικές ανάγκες, ή/και να πρέπει να εξυπηρετηθούν πελάτες διαφορετικού φύλου.

Σε πολλές περιπτώσεις υπάρχει διαρρύθμιση ειδικού χώρου για υπηρεσίες που παρέχονται με τη χρήση νερού (spa), ή προϊόντων και μηχανημάτων που χρειάζονται ειδική τοποθέτηση και λειτουργία (Laser Αποτρίχωσης, Saunakλπ). Κάθε ένας από αυτούς τους χώρους συνήθως έχει και παράλληλη χρήση σε μικρά κέντρα, ώστε να μπορεί να εξυπηρετηθούν διαφορετικές υπηρεσίες.

Με βάση τη νεώτερη νομοθεσία, σταδιακά θα πρέπει να υπάρξει μέριμνα για την προσβασιμότητα ΑΜΕΑ και ατόμων με δυσκολία στην μετακίνηση (ηλικιωμένοι). Με βάση τα χαρακτηριστικά κάθε χώρου, σε επόμενο κεφάλαιο θα καταγραφούν οι ενδεχόμενοι κίνδυνοι που παρατηρούνται και οι προληπτικές ενέργειες για την αποφυγή δυσάρεστων καταστάσεων.

3.4.2 Διαρρύθμιση Πολυδύναμου Κέντρου Άσκησης, Αισθητικής & Δίαιτας

Σε αντίθεση με τα περισσότερα Κέντρα Αισθητικής, που λειτουργούν σε μικρότερους χώρους (<200τμ), τα Πολυδύναμα Κέντρα Άσκησης, Αισθητικής και Δίαιτας, αναπτύσσονται σε πολύ μεγαλύτερους χώρους (300-700τμ), ώστε να μπορούν να

εξυπηρετούνται ταυτόχρονα πολλοί πελάτες, με διαφορετικές ανάγκες, ηλικίες και φύλο.

Είναι πολύ συνηθισμένο να διαμορφώνονται τέτοιες Μονάδες, με διαφορετικές αίθουσες υποδοχής και reception, γραφεία ενημέρωσης πελατών, αίθουσες παροχής υπηρεσιών αισθητικής προσώπου, σώματος, αποτρίχωσης, χώρους τηλεφωνικού κέντρου, χώρο κουζίνας και ανάπαυσης προσωπικού, καθώς και διάφορους βοηθητικούς χώρους.

Μια τέτοια διαμόρφωση απαιτεί πολύ καλή σχεδίαση για την καλύτερη δυνατή και εύρυθμη λειτουργία της Μονάδας με τον απαραίτητο αριθμό προσωπικού. Τέτοια κέντρα είναι συνήθως αρκετά πιο οργανωμένα από τα μικρά κέντρα αισθητικής και παρέχουν μεγαλύτερη γκάμα υπηρεσιών σε αρκετούς πελάτες ταυτόχρονα.

Λόγω του αρκετά μεγαλύτερου μεγέθους των Μονάδων αυτών, είναι απαραίτητη η ύπαρξη σχεδίου για έκτακτες περιπτώσεις (πυρκαγιά, σεισμός, κλπ), κάτι που φυσικά προβλέπεται και από την κείμενη νομοθεσία. Για την καλύτερη σχεδίαση τέτοιων διαδικασιών συνήθως υπάρχει συνεργασία με ειδικό επιστήμονα – τεχνικό ασφαλείας (σε αντίθεση με το κέντρο αισθητικής, που αυτό το ρόλο, αναλαμβάνει ο ίδιος ο αισθητικός-ιδιοκτήτης).

3.5 Ο Εξοπλισμός ενός Κέντρου Αισθητικής

Ένα κέντρο αισθητικής, σαν χώρος πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας, παρέχει υπηρεσίες στους πελάτες του αξιοποιώντας ειδικό εξοπλισμό, κατάλληλο για τις επιμέρους υπηρεσίες. Ο εξοπλισμός του κέντρου, διακρίνεται σε γενικό ηλεκτρομηχανολογικό εξοπλισμό (συστήματα ψύξης/θέρμανσης, ψυγεία για την φύλαξη ειδικών προϊόντων, κλπ) και σε ειδικό εξοπλισμό και συσκευές (συστήματα Laser, Υπέρηχοι, Ραδιοσυχνότητες, κλπ).

Όλα τα μηχανήματα, επειδή έρχονται σε επαφή με ανθρώπους, πρέπει να πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές τοποθέτησης και λειτουργίας, καθώς και να τηρούνται οι κατάλληλες διαδικασίες χρήσης από το προσωπικό.

Όλες οι συσκευές που υπάρχουν σε ένα κέντρο αισθητικής, επιβάλλεται να διαθέτουν ειδικό πιστοποιητικό CE για την πιστοποίηση της καταλληλότητάς τους,

ενώ δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιούνται ιατρικές συσκευές κάθε είδους (με Medical CE).

Η χρήση όλων των συσκευών και μηχανημάτων, γίνεται από το προσωπικό με την επίβλεψη και ολική ευθύνη του πτυχιούχου αισθητικού, ενώ η χρήση συσκευών LaserΑποτρίχωσης, γίνεται αποκλειστικά από πτυχιούχο αισθητικό ή ιατρό δερματολόγο (στα Πολυδύναμα Κέντρα).

Η εκπαίδευση για τη χρήση των συσκευών και μηχανημάτων, γίνεται συνήθως από τις εταιρείες-προμηθευτές, ή από εξειδικευμένα εκπαιδευτικά προγράμματα ιδιωτικών σχολών ή του Κέντρου Δια Βίου Μάθησης του ΠΑΔ.Α. (πχ πρόγραμμα χρήσης LaserΑποτρίχωσης, πρόγραμμα μεσοθεραπείας, κλπ)

Εικόνα 1



Εικόνα 1: Σύγχρονα μηχανήματα αισθητικής

3.6 Υπηρεσίες που παρέχονται από Κέντρα Αισθητικής

Οι υπηρεσίες που παρέχονται σε ένα κέντρο αισθητικής, είναι ιδιαίτερα απαιτητικές και εξειδικευμένες, καθώς μπορούν να επηρεάσουν το δέρμα και αρκετούς ιστούς και όργανα του σώματος. Αν και κάθε περίπτωση πελάτη είναι διαφορετική και απαιτείται εξατομίκευση των παρεχόμενων υπηρεσιών, ώστε να καλύπτουν πλήρως τις ιδιαίτερες ανάγκες και καταστάσεις κάθε πελάτη, σημαντικό στοιχείο αποτελεί η σταθερή επαναληψιμότητα των εφαρμογών.

Η διεθνής πρακτική των υπηρεσιών που παρέχουν τα κέντρα αισθητικής, είναι η χρήση συγκεκριμένων πρωτοκόλλων εφαρμογής, τα οποία περιγράφουν βήμα-προς-βήμα τις διαδικασίες, τα προϊόντα και τα μηχανήματα που πρέπει να χρησιμοποιηθούν σε κάθε περίπτωση, ώστε να υπάρχει συγκεκριμένο αποτέλεσμα.

Αν και η εφαρμογή ενός συγκεκριμένου πρωτοκόλλου, σε διαφορετικά άτομα, έχει παρόμοια αποτελέσματα, ποτέ δεν είναι πάντα απόλυτα ίδια, καθώς εξαρτάται από την ποιότητα, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και την ανταπόκριση κάθε οργανισμού στην ίδια εφαρμογή.

Αυτή η επισήμανση πρέπει να λαμβάνεται πάντα υπόψη από τους χειριστές των προϊόντων και των συσκευών και είναι ενδεδειγμένο να καταγράφεται και στα πρωτόκολλα, καθώς πρέπει να παρατηρείται κάθε αντίδραση ή απόκλιση από το αναμενόμενο.

3.7 Εξυπηρέτηση πελατών σε Κέντρο Αισθητικής

3.7.1 Γενικές αρχές εξυπηρέτησης πελατών

Ένα κέντρο αισθητικής είναι ένας ζωντανός οργανισμός, που έχει στο επίκεντρο την παροχή υπηρεσιών. Για να μπορέσει μια επιχείρηση να επιβιώσει και να αναπτυχθεί, πρέπει να μπορεί να προωθεί αποτελεσματικά τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τα καλλυντικά προϊόντα, ώστε να κερδίζει σταθερούς και διαρκώς αυξανόμενους πελάτες

Ένας καταναλωτής δεν είναι πλέον, κάποιος που ενδιαφέρεται μόνο για τα δυνατά σημεία ή τη διαφορετικότητα των προϊόντων και το επίπεδο εξυπηρέτησής ενός κέντρου αισθητικής. Είναι ένα; άνθρωπος με τα δικά του εργασιακά δεδομένα, τις προσωπικές αντιλήψεις, τους φόβους και τις στερήσεις του, αλλά και τα όνειρα, τα σχέδια και τις φιλοδοξίες του για την επόμενη ημέρα.

Η σωστή προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών ενός κέντρου, επιβάλλει την προσωπική επαφή και την κατανόηση των αναγκών και επιθυμιών του πελάτη. Σε αυτά τα πλαίσια, ο υπεύθυνος του κέντρου, οφείλει να ρωτάει για αυτά και να μοιράζεται μαζί του εμπειρίες και τοποθετήσεις.

Από τη μία, η αίσθηση της κατανόησης προβάλλει την ανθρώπινη πλευρά της επιχείρησης, ενώ ταυτόχρονα η γνώση του νέου προφίλ που διαμορφώνει το καταναλωτικό κοινό είναι και η βάση πάνω στην οποία θα δομηθεί η επιτυχημένη πώληση.

Σε πολλές περιπτώσεις, οι αισθητικοί, χρησιμοποιούν εμπειρικές τακτικές πώλησης, με βάση την εμπειρία ή την προσωπική τους ιδιοσυγκρασία. Σ ελάχιστες περιπτώσεις ακολουθείται ένα ειδικό πλάνο, ή μια σταθερή διαδικασία για την επίτευξη μιας πώλησης.

Στα μεγαλύτερα πολυδύναμα κέντρα, αντίθετα συνηθισμένη τακτική αποτελεί η επιθετική πώληση, το υποτιθέμενο ύφος ευγένειας, η αξιοποίηση των δημόσιων σχέσεων κ.ά.. Η μέθοδος που αρχίζει να ακολουθείται από πολλές εταιρείες, είναι η ανίχνευση του πραγματικού ανθρώπου-πελάτη, είτε διαδικτυακά είτε πρόσωπο με πρόσωπο, κάτι που προσφέρει καλύτερη αντίληψη των αναγκών των καταναλωτών.

Αυτή η μέθοδος μπορεί να παρουσιαστεί στο εξής παράδειγμα: ένας πελάτης επισκέπτεται 4 διαφορετικά κέντρα αισθητικής για να λύσει μια αισθητική ατέλεια και στα 4 μπορεί να του προσφέρουν τον ίδιο αριθμό επισκέψεων σε παραπλήσια τιμή. Στα δύο πρώτα, αντιμετώπισε επιθετική πώληση και πείστηκε να αποφασίσει άμεσα, στο τρίτο υπήρξε έντονη προσπάθεια να αποδεχθεί το πόσο έξυπνη θα ήταν η επιλογή και στο τελευταίο ο ζεστός και φιλικός τρόπος επικοινωνίας τον οδήγησαν να νιώσει ιδιαίτερα άνετα και χαλαρά.

Έτσι, δημιουργείται ένα φιλικό κλίμα στο οποίο μπορεί να καλλιεργηθεί μια σχέση εμπιστοσύνης που θα αντέξει στα χρόνια που ακολουθούν. Αυτό είναι σημαντικό καθώς Μην ξεχνάτε κάθε πελάτης μπορεί να αλλάζει συχνά καταστάματα, αλλά σπάνια φίλους.

3.7.2 Διαδικασίες εξυπηρέτησης πελατών

Εκτός από τα γενικά στοιχεία προσέγγισης και εξυπηρέτησης ενός πελάτη, είναι σημαντικό να τηρούνται συγκεκριμένες διαδικασίες για την διατήρηση σταθερής ποιότητας και ικανοποίησης των πελατών.

Οι σταθερές και τεκμηριωμένες διαδικασίες για την σωστή εξυπηρέτηση των πελατών διαμορφώνουν μια αίσθηση συνέχειας, ιδιαίτερα σε ένα μεγάλο πολυδύναμο κέντρο, αλλά μπορούν να αποτελέσουν μια σημαντική και επιτυχημένη καινοτομία σε ένα μικρό κέντρο αισθητικής. Από την υποδοχή της τηλεφωνικής κλήσης ενός νέου ή υπάρχοντος πελάτη, η εικόνα μιας σοβαρής και ποιοτικής επιχείρησης μπορεί να ξεχωρίσει.

Τηλεφωνική Επικοινωνία

Η σταθερή ενημέρωση για την επωνυμία του κέντρου και το όνομα του ατόμου που εξυπηρετεί από το τηλέφωνο, δίνει μια πρώτη θετική εικόνα στον πελάτη, ειδικά σε αυτόν που δεν έχει καμία προηγούμενη επαφή με τον συγκεκριμένο χώρο.

Η ευγένεια και η φιλική αλλά τυποποιημένη απάντηση από κάθε άτομο που εργάζεται στο κέντρο, προσδίδει μεγαλύτερη υπεραξία και κύρος στην επιχείρηση, έστω και αν απασχολεί μόνο 2 άτομα και έχει 90τμ. Εκτός από το καλωσόρισμα, η ενημέρωση από το τηλέφωνο για θέματα υπηρεσιών, προϊόντων και τιμών, πρέπει να ακολουθεί επίσης μια σταθερή διαδικασία, ώστε σε παρόμοιες περιπτώσεις να

παρουσιάζεται πάντα ανάλογη απάντηση, χωρίς να υπάρχουν υπεκφυγές ή υπερβολικές απαντήσεις.

Προσωπική εξυπηρέτηση

Στην περίπτωση κατά την οποία η επικοινωνία γίνεται με φυσική παρουσία, είναι επίσης σημαντικό να υπάρχει σταθερή δομή και ποιότητα στην υποδοχή ενός νέου ή υπάρχοντος πελάτη, η οποία να τηρείται από το σύνολο του προσωπικού. Αυτή η μέθοδος μπορεί -με ελαφριές αποκλίσεις λόγω του επιπέδου γνωριμίας με τον πελάτη- να συμβάλει στην καλή εικόνα της επιχείρησης και την θετική αποτύπωση στην περίπτωση που βρίσκονται και άλλοι πελάτες στον ίδιο χώρο.

Η εικόνα ενός ατόμου από το προσωπικό που υποδέχεται με εντελώς διαφορετικό τρόπο, διαφορετικούς πελάτες, μπορεί να δημιουργήσει αρνητικά συναισθήματα σε κάποιον που παρακολουθεί μια πολύ πιο φιλική υποδοχή και επικοινωνία από αυτή που είχε ο ίδιος.

Για το λόγο αυτό πρέπει να υπάρχει αποτυπωμένη η διαδικασία και τα βασικά λεκτικά χαρακτηριστικά κατά την υποδοχή και εξυπηρέτηση ενός πελάτη, η οποία να τηρείται, τόσο από τον ιδιοκτήτη, όσο και το προσωπικό της επιχείρησης.

Αυτόματη διαδικασία εξυπηρέτησης μέσω AI

Αν και τα κέντρα αισθητικής δεν έχουν αξιοποιήσει ακόμα τα νεότερα δεδομένα και τις εξελίξεις σε θέματα διαδικτύου και νέων τεχνολογιών (πλην αυτών που σχετίζονται με τις παρεχόμενες υπηρεσίες), μια νέα τάση ήδη εφαρμόζεται στα websiteαρκετών επιχειρήσεων και αυτή είναι η χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης.

Συγκεκριμένα σε αρκετές περιπτώσεις έχει ενταχθεί κάποιας μορφής «ψηφιακός βοηθός», στην ιστοσελίδα μιας επιχείρησης, ο οποίος διευκολύνει και κατευθύνει τον πελάτη στην αναζήτηση του, ή ακόμα και στην απάντηση βασικών ερωτημάτων και προβλημάτων.

Αυτή η διαδικασία μπορεί να ενταχθεί στην λειτουργία ενός κέντρου αισθητικής μέσω συνεργασίας με εξειδικευμένες εταιρείες, προσφέροντας έτσι διευκόλυνση και καθοδήγηση ενός υποψηφίου πελάτη στην αναζήτηση του για κάποιο θέμα που απασχολεί την εμφάνιση του προσώπου ή του σώματος του.



Εικόνα 2: Ψηφιακές ευκολίες για επιχειρήσεις

3.7.3 Παράγοντες που επηρεάζουν την εξυπηρέτηση πελατών

Το σύστημα ISO 9001:2015, είναι ένα πελατοκεντρικό σύστημα, ακριβώς όπως πρέπει να είναι κάθε επιχείρηση / οργανισμός στην εποχή μας, που κυριαρχεί ο έντονος ανταγωνισμός και η μεγάλη ποικιλία επιλογών από τους καταναλωτές.

Η σωστή και με σταθερά ποιοτικά χαρακτηριστικά εξυπηρέτηση των πελατών ενός κέντρου αισθητικής, ακόμα και όταν είναι άρτια σχεδιασμένη και δομημένη, μπορεί να επηρεαστεί από μια σειρά παράγοντες και να δημιουργηθούν αρνητικές εικόνες στον πελάτη.

Αντικειμενικοί παράγοντες

Μια σειρά από παράγοντες που είναι ανεξάρτητοι από το πρόσωπο ή τα πρόσωπα που εργάζονται στο κέντρο αισθητικής, μπορούν να επιδράσουν αρνητικά και να μειώσουν το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών. Τέτοιοι παράγοντες είναι:

- Ελλιπής σήμανση του κέντρου αισθητικής (σβησμένη φωτεινή επιγραφή τις βραδινές ώρες του χειμώνα, δυσδιάκριτη ταμπέλα ή πλήρης απουσία αυτής)
- Δυσχερής πρόσβαση στο κέντρο αισθητικής (π.χ χαλασμένο ασανσέρ)
- Βρώμικος και ακατάστατος χώρος υποδοχής και παροχής υπηρεσιών
- Περιορισμένη ή μηδενική άνεση στον χώρο υποδοχής ή στις καμπίνες των εφαρμογών

- Έλλειψη αποδυτηρίων και χώρων φύλαξης προσωπικών αντικειμένων
- Έλλειψη αναλωσίμων στους χώρους υγιεινής (σαμπουάν, αφρόλουτρο, πετσέτες, κλπ)

Υποκειμενικοί παράγοντες

- Μη ευχάριστη παρουσία προσωπικού κατά την υποδοχή και εξυπηρέτηση του πελάτη («μουτρωμένο» και αδιάφορο προσωπικό)
- Προσωπικό με βρώμικη στολή ή απουσία στολής (η οποία προσδίδει σοβαρότητα και κύρος)
- Ελλιπής πληροφόρηση του πελάτη για το είδος της εφαρμογής που θα ακολουθηθεί, τη διαδικασία, το χρόνο και το αναμενόμενο αποτέλεσμα.
- Τροποποίηση της συμφωνημένης διαδικασίας εφαρμογής, δίχως σωστή ενημέρωση και έγκριση από τον πελάτη.
- Αυθαίρετη μεταβολή της συμφωνημένης αμοιβής ή/και του τρόπου πληρωμής του πελάτη
- Αδιαφορία για επανέλεγχο ή επιβεβαίωση της προόδου ή του αποτελέσματος μιας εφαρμογής (ανάλογα αν πρόκειται για μεμονωμένη ή συνεχόμενη υπηρεσία).

Τέτοιες ενδεικτικές καταστάσεις και παράγοντες, μπορούν να μειώσουν δραματικά την προσφερόμενη ποιότητα υπηρεσιών και να καταστρέψουν πολύ σύντομα την καλή φήμη της επιχείρησης, η οποία αποτελεί – μαζί με το πελατολόγιο της- το σημαντικό περιουσιακό στοιχείο ενός κέντρου αισθητικής

Αντίστοιχα μια σειρά από ανάλογους παράγοντες (αντικειμενικούς και υποκειμενικούς) μπορούν να επηρεάσουν θετικά την εξυπηρέτηση των πελατών και να ενισχύσουν την ικανοποίησή τους, προσφέροντας σημαντικά ποιοτικά χαρακτηριστικά στην λειτουργία της επιχείρησης.

Ο ιδιοκτήτης, αλλά και το σύνολο του προσωπικού που απασχολείται σε ένα μικρό κέντρο αισθητικής ή ένα μεγάλο πολυδύναμο κέντρο, θα διευκολυνθεί πολύ στην καθημερινή λειτουργία και την πρόοδο της επιχείρησης, εάν όλες οι διαδικασίες για την ορθή εξυπηρέτηση των πελατών είναι καταγεγραμμένες και τεκμηριωμένες, ελέγχονται τακτικά και δεν αφήνονται στην καλή προαίρεση εκάστου υπαλλήλου.

3.8 Σημεία Κινδύνου από την εφαρμογή υπηρεσιών

Η καθημερινή λειτουργία ενός κέντρου αισθητικής ή μιας πολυδύναμης μονάδας αδυνατίσματος, μπορεί να επιφυλάσσει μια σειρά από καταστάσεις και προβλήματα που μπορούν να δυσχεράνουν όχι μόνο την εικόνα της επιχείρησης, αλλά σε ακραίες περιπτώσεις ακόμα και την ίδια την επιβίωση της.

Στην εποχή μας, είναι σημαντικό να υπάρχει καταγεγραμμένη και σωστή πληροφορία για κάθε πιθανή δυσάρεστη κατάσταση που μπορεί να εμφανιστεί σε μια επιχείρηση και μάλιστα να είναι εύκολα κατανοητή και προσβάσιμη. Αντίστοιχα είναι σημαντικό να μην θεωρείται η διαρκής λειτουργία του κέντρου, ως δεδομένη και να λαμβάνεται υπόψη η αβεβαιότητα στην καθημερινή λειτουργία.

Αυτή είναι και η νέα αντίληψη που διέπει το ανανεωμένο πρότυπο ISO 9001:2015, με την προσέγγιση διακινδύνευσης(risk-based thinking), η οποία διαπνέει τη διαχείριση του συνόλου των διεργασιών του συστήματος ποιότητας και υποκαθιστά την απαίτηση για προληπτικές ενέργειες.

Ένα κέντρο αισθητικής μπορεί να σχεδιάσει μια σειρά από ενέργειες και πράξεις οι οποίες τυποποιημένα εφαρμοζόμενες σωστά και άμεσα από το προσωπικό, να συμβάλουν στην μείωση των εσωτερικών και εξωτερικών κινδύνων που μπορεί να παρουσιαστούν. Έτσι υπάρχουν κίνδυνοι που μπορούν να εμφανιστούν από ανεξαρτήτους λόγους από την λειτουργία της επιχείρησης (π.χ διακοπή ρεύματος κατά τη διάρκεια μιας εφαρμογής), αλλά και λόγοι που σχετίζονται άμεσα με την λειτουργία της επιχείρησης (π.χ ένα σοβαρό έγκαυμα κατά την εφαρμογή του Laser Αποτρίχωσης).

Στην δεύτερη περίπτωση, οι κίνδυνοι μπορεί να μην είναι κρίσιμοι για την ζωή του πελάτη, αλλά να επηρεάσουν την υγεία του και κατά συνέπεια την καλή φήμη της επιχείρησης.

4. Κίνητρα, Οφέλη και Δυσκολίες από την εφαρμογή ΣΔΠ σε ένα Κέντρο Αισθητικής

4.1 Κίνητρα Κέντρων Αισθητικής για την Πιστοποίηση

Τα προηγούμενα χρόνια έχουν διεξαχθεί αρκετές μελέτες και συζητήσεις σε διεθνή φόρα, για τις θετικές επιπτώσεις από την εφαρμογή του ISO 9001 στις επιδόσεις των επιχειρήσεων.

Όμως υπάρχει ακόμα κάποια μορφή αμφισβήτηση σχετικά με την επίδραση του προτύπου στην απόδοση, την ανταγωνιστικότητα και τη συνολική λειτουργία της επιχείρησης. Ολοένα και περισσότερο, αυτό αλλάζει, καθώς η παγκοσμιοποίηση και η αξιοποίηση νέων τεχνολογιών, επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι μικρές ή μεγάλες επιχειρήσεις λειτουργούν.

Οι πελάτες έχουν μεγαλύτερη επίδραση στις επιχειρήσεις καθώς οι προσδοκίες τους έχουν αυξηθεί. Για αυτό το λόγο και για την ανάγκη σταθερής ικανοποίησης των πελατών, έχει ενισχυθεί η ανάγκη για τυποποίηση των διαδικασιών, έτσι ώστε να κρατήσουν υψηλά στάνταρ ποιότητας.

Είναι γεγονός πως αναζητώντας τους λόγους για τους οποίους ένα Κέντρο Αισθητικής, θα αποφασίσει την χρήση ενός ΣΔΠ, είναι κατανοητό πως τα κίνητρα είναι διαφορετικά και αποτελούν έναν σημαντικό παράγοντα που καθορίζει το κατά πόσο το ISO 9001 μπορεί να εφαρμοστεί, καθώς και το τι αποκομίζουν οι επιχειρήσεις από την πιστοποίησή τους (11).

Τα κίνητρα της Διοίκησης ενός Κέντρου Αισθητικής σχετίζονται τόσο με την ανάγκη για να επιτευχθεί η καλύτερη διαχείριση της επιχείρησης, όσο και την προσπάθεια για ενίσχυση των πωλήσεων, τη βελτίωση της θέσης της επιχείρησης στην τοπική ή υπερτοπική αγορά και γενικότερα θέματα που σχετίζονται με τη προσέλκυση και διατήρηση των πελατών του Κέντρου (12).

Έχει παρατηρηθεί πως η ανάγκη για καλύτερη διαχείριση της επιχείρησης, μπορεί να προσφέρει περισσότερα και με μεγαλύτερη διάρκεια αποτελέσματα καθώς ενισχύουν την βελτίωση της ποιότητας παροχής υπηρεσιών, συνεπώς αυξάνουν την ικανοποίηση των πελατών και κατά συνέπεια βελτιώνουν τα οικονομικά αποτελέσματα. Αντίθετα αν ο κύριος σκοπός για την αξιοποίηση ενός ΣΔΠ, είναι

απλά η προσέλκυση νέων πελατών ή η ενίσχυση της εικόνας της επιχείρησης στην αγορά, χωρίς να δίδεται ιδιαίτερη σημασία στην διαμόρφωση ενός σταθερού πλαισίου καθημερινής day-to-day λειτουργίας με ποιοτικά χαρακτηριστικά σε όλα τα επίπεδα, τότε τα οφέλη μπορεί να είναι μόνο πρόσκαιρα και επιφανειακά.

Σε γενικές γραμμές θα λέγαμε πως ένα Κέντρο Αισθητικής μπορεί να χρειάζεται ένα ΣΔΠ. ώστε να αξιοποιήσει τις δυνατότητες που προσφέρει η διεργασιακή προσέγγιση που προσφέρει το ISO 9001:2015 σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας του, είτε αφορά μικρή, είτε μεγάλη μονάδα.

Η συστημική σκέψη και διαχείριση των διεργασιών γίνεται με βάση τον κύκλο βελτίωσης του Deming: (Σχήμα1), με έμφαση στην προσέγγιση διακινδύνευσης που στοχεύει στην αξιοποίηση των ευκαιριών και την πρόληψη ανεπιθύμητων ενεργειών:



Σχήμα 1: Κύκλος του Deming

Ειδικά στην Αγορά των υπηρεσιών αισθητικής και αδυνατίσματος, που δραστηριοποιούνται τα Κέντρα Αισθητικής, η ύπαρξη πολλών ανταγωνιστικών παραπλήσιων επιχειρήσεων και ο σκληρός ανταγωνισμός για ένα μερίδιο της,

αποτελούν ένα σημαντικό κίνητρο για την βελτίωση της ποιότητας που μπορεί να προσφέρει η εναρμόνιση με το ISO 9001:2015.

Ιδιαίτερα στις μέρες μας, αυτό γίνεται πιο έντονο καθώς παρατηρείται η ύπαρξη Κέντρων Αισθητικής, Ιατρείων Αισθητικής Ιατρικής & Δερματολογίας, Ιατρείων Πλαστικής Χειρουργικής, Μονάδων Αδυνατίσματος, Κέντρων SPA, Κομμωτηρίων, Κέντρων Περιποίησης Άκρων, κλπ. που στοχεύουν περίπου στο ίδιο πελατολόγιο.

Το ίδιο σημαντικό κίνητρο αποτελεί και η συνεχής διαφοροποίηση και αυστηροποίηση του Νομοθετικού Πλαισίου στο οποίο εμπίπτουν τα Κέντρα Αισθητικής, το οποίο δημιουργεί συνεχώς νέες προϋποθέσεις τόσο για την αδειοδότηση των Κέντρων, όσο και για τις προϋποθέσεις και τα όρια παρεχόμενων υπηρεσιών.

Μάλιστα η πρόσφατη Νομοθετική Ρύθμιση (Ν.5007_23-12-2022) που αφορά τη δυνατότητα συστέγασης Φορέων Πρωτοβάθμιας Φροντίδας Υγείας (πχ Δερματολογικό Ιατρείο με Εργαστήριο Αισθητικής), αποτελεί ένα ακόμα κίνητρο για την αξιοποίηση και πιστοποίηση με το ISO 9001:2015, καθώς θα προσφέρει ένα κοινό έδαφος για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών από τους δύο φορείς που θα συστεγαστούν.

Αν και όπως θα δούμε παρακάτω υπάρχουν αρκετές δυσκολίες στην υιοθέτηση του ΣΔΠ από ένα μικρό εργαστήριο αισθητικής στο οποίο απασχολούνται συνήθως πολύ λίγοι εργαζόμενοι, η πιστοποίηση της επιχείρησης από ένα εξειδικευμένο φορέα και η δυνατότητα να διαδοθεί αυτή η πληροφορία στην Αγορά, αποτελεί από μόνο της ένα σημαντικό κίνητρο, καθώς ανεβάζει το κύρος και τη φήμη της επιχείρησης, αποτελώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις ανταγωνιστικές.

Είναι γεγονός πως οι μεγαλύτερου μεγέθους επιχειρήσεις του χώρου (πχ Μονάδες Αδυνατίσματος με μεγάλο αριθμό προσωπικού), θεωρητικά μπορούν να εφαρμόσουν με μεγαλύτερη ευκολία το πρότυπο ISO 9001:2015, όμως ακόμα και μια ατομική επιχείρηση με 2-3 άτομα προσωπικό μπορεί να έχει τα κατάλληλα κίνητρα, μιας και σε αυτές τις περιπτώσεις οι ευκαιρίες για βελτίωση είναι πολλές φορές υψηλότερες, λόγω μικρότερων απαιτήσεων(13).

4.2 Οφέλη Κέντρων Αισθητικής από την Πιστοποίηση

Όπως και με τα κίνητρα, έτσι και τα οφέλη που προκύπτουν για ένα Κέντρο Αισθητικής – όπως και για οποιαδήποτε επιχείρηση- είναι πολλά και σημαντικά, αν και πάντα υπάρχουν και αρνητικά σημεία που σχετίζονται κυρίως με την αυξημένη γραφειοκρατία που απαιτείται.

Η εφαρμογή του προτύπου ISO 9001:2015 σαφώς ενισχύει τις σχέσεις με τους πελάτες του Κέντρου, οι οποίοι μειώνουν σημαντικά τυχόν παράπονα, λόγω της βελτίωσης των ποιοτικών δεικτών από τις παρεχόμενες υπηρεσίες και την συνολική λειτουργία της επιχείρησης. Αυτό είναι μια πολύ σημαντική επιδίωξη κάθε αισθητικού- ιδιοκτήτη επιχείρησης, καθώς μπορεί να επιτύχει μεγαλύτερη επαναληψιμότητα από τους πελάτες που εμπιστεύονται περισσότερο την επιχείρηση. Αυτή η εξέλιξη είναι ακόμα πιο σημαντική στις μέρες μας, που έχουν συμβεί πολλά δυσάρεστα γεγονότα με απάτες σε πελάτες και πληθώρα δημοσιευμάτων παρουσιάζει μια άσχημη εικόνα για τον κλάδο των «ινστιτούτων ομορφιάς», όπως αναφέρονται συλλήβδην οι συναφείς επιχειρήσεις.

Με την ύπαρξη ενός ΣΔΠ και την πιστοποίηση ενός Κέντρου Αισθητικής από ανεξάρτητο φορέα, οι καταναλωτές νιώθουν μεγαλύτερη σιγουριά για τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τις διαδικασίες που εφαρμόζει το κέντρο αυτό. Αυτό επιτυγχάνεται γιατί με το ΣΔΠ διασφαλίζεται η ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων.

Σε περιπτώσεις που υπάρχει ήδη καλή φήμη ενός Κέντρου Αισθητικής, η πιστοποίηση του ΣΔΠ μπορεί να μην αυξήσει πάρα πολύ τα έσοδα και τα οικονομικά αποτελέσματα, αλλά μπορεί να ενισχύσει την καλή σχέση των πελατών με την επιχείρηση και να μειώσει τη πιθανότητα για λάθη και πιθανές αστοχίες.

Για να είναι εφικτό κάτι τέτοιο, είναι σημαντικό οι αρμόδιοι για την διασφάλιση της ποιότητας, να μπορούν να διαφυλάξουν την τήρηση των διαδικασιών και να βελτιώνουν διαρκώς τις διαδικασίες με την συνεργασία κατάλληλων ειδικών. Το πιο σημαντικό όφελος για το κέντρο Αισθητικής που θα επιλέξει να πιστοποιηθεί με το ISO 9001:2015, είναι η διασφάλιση πως οι πελάτες του θα μείνουν ικανοποιημένοι από τις παροχές και διαδικασίες που το κέντρο τους προσφέρει.

Αυτό οφείλεται στο ότι τα Διεθνή Πρότυπα χρησιμοποιούνται για τη διασφάλιση της ποιότητας ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας και το «χτίσιμο» των Συστημάτων Διασφάλισης Ποιότητας (14)

4.3 Δυσκολίες για την εφαρμογή του ISO 9001:2015 σε ένα Κέντρο Αισθητικής

Τα κίνητρα για την επιλογή ενός ΣΔΠ από Κέντρο Αισθητικής και τα οφέλη από την πιστοποίηση του είναι αρκετά, όμως η πρακτικά μηδενική αξιοποίηση του στη συγκεκριμένη επιχειρηματική κατηγορία στη χώρα μας, καταδεικνύει τις δυσκολίες που αυτό παρουσιάζει. Οι περισσότερες δυσκολίες σχετίζονται με τα μικρά μεγέθη που έχουν οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών αισθητικής, καθώς συνήθως ο ιδιοκτήτης είναι ο κύριος εργαζόμενος με την βοήθεια το πολύ 2-3 βοηθών. Επιπλέον παρατηρούνται και τα εξής:

- Οι ιδιοκτήτες – επαγγελματίες αισθητικοί αναφέρουν ως βασικό εμπόδιο την έλλειψη χρόνου και το μειωμένο ενδιαφέρον για γραφειοκρατική εργασία, καθώς αποτελούν τους βασικούς εργαζόμενους της επιχείρησης. Αυτό σαφώς αποτελεί εμπόδιο στην επαρκή ενασχόληση τους με το ΣΔΠ, καθώς είναι πολύ σημαντική η ενεργή συμβολή της διοίκησης κάθε επιχείρησης στην τήρηση και αξιοποίηση του ΣΔΠ.
- Περιορισμένη διάθεση των εργαζομένων για συμμετοχή σε τυποποιημένες διαδικασίες και καταγραφή δεδομένων και στοιχείων. Οι εργαζόμενοι στα κέντρα αισθητικής είναι συνήθως μικρής ηλικίας με πολύ περιορισμένη επαγγελματική εμπειρία σε άλλους χώρους και ιδιαίτερα σε μεγάλες επιχειρήσεις, έτσι δεν έχουν ούτε ιδιαίτερες γνώσεις, ούτε την εξοικείωση με τις διαδικασίες που απαιτούνται για την σωστή εφαρμογή του ΣΔΠ.
- Σε μεγαλύτερα Κέντρα με σαφή διαχωρισμό τμημάτων, παρατηρείται μειωμένη συνεργασία για ζητήματα που δεν άπτονται άμεσα με το αντικείμενο του κάθε τμήματος. Ακόμα και στο εξωτερικό έχει παρατηρηθεί πως στις περιπτώσεις μεγαλύτερων επιχειρήσεων (πχ κλινικών) με περισσότερα άτομα προσωπικό, πολλές φορές υπάρχει έλλειψη συνεργασίας και απουσία ενεργοποίησης όλων των εργαζομένων στην εφαρμογή ενός ΣΔΠ, γιατί απαιτείται διάχυση ηγεσίας σε περισσότερους (15)

- Ένα από τα βασικά προβλήματα που αναφέρεται συχνά στο χώρο των επαγγελματιών είναι οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι τόσο για την πιστοποίηση όσο και για τις επιμέρους αναγκαίες προσαρμογές. (16)

Ειδικότερα στην χώρα μας, τα τελευταία χρόνια που βιώσαμε την πολυετή οικονομική κρίση, οι μικρές επιχειρήσεις όπως τα εργαστήρια αισθητικής, αντιμετώπισαν τεράστιες δυσκολίες στην εξεύρεση πόρων για την καθημερινή λειτουργία και ακόμα περισσότερο για την ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων. Αυτό οδήγησε σε μεγαλύτερη εσωστρέφεια και μείωση κάθε ενέργειας που είχε οικονομική επιβάρυνση.

- Η ίδια η ιδέα της αλλαγής και των καινούργιων υποχρεώσεων δεν αποτελεί αγαπημένο πεδίο των επαγγελματιών και των εργαζομένων καθώς κάθε αλλαγή συνδέεται λιγότερο με αβεβαιότητα, ως προς τις επιπτώσεις στα άτομα (17)
- Στο χώρο των υπηρεσιών αισθητικής, αυτό παρατηρείται σε μεγαλύτερης ηλικίας επαγγελματίες, οι οποίοι αντιμετωπίζουν ήδη μεγάλες δυσκολίες στο να παρακολουθήσουν τις εξελίξεις της επιστήμης της Κοσμητολογίας και φυσικά της μεγάλης τεχνολογικής ανάπτυξης στα μηχανήματα.

Οι δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίζει ένα Κέντρο Αισθητικής κατά τη διαδικασία ένταξης και πιστοποίησης στο ΣΔΠ, είναι σαφώς αρκετές και σημαντικές και αυτό δεν παρατηρείται μόνο στην ελληνική επιχειρηματική κοινότητα, αλλά είναι διεθνές πρόβλημα και έχει πολλές εκφάνσεις και αιτίες, που μπορούν όμως να αντιμετωπιστούν με την κατάλληλη προετοιμασία και την συμβολή εξειδικευμένων συμβούλων και συνεργατών.

5. Απαιτήσεις του Προτύπου ISO 9001:2015

Το Πρότυπο περιγράφει τις απαιτήσεις για το ΣΔΠ έτσι ώστε κάθε επιχείρηση να μπορέσει να προσαρμόσει τις δικές της ιδιαιτερότητες στην δομή του. Για να είναι εφικτό να σχεδιαστεί και να αναπτυχθεί το ΣΔΠ ISO 9001:2015 σε ένα Κέντρο Αισθητικής, είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε πλήρως τις απαιτήσεις του Προτύπου όπως αυτές περιγράφονται στις παραγράφους του συστήματος. Στη συνέχεια θα γίνει μια σύντομη περιγραφή των σχετικών παραγράφων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Αντικείμενο

Το Πρότυπο ISO 9001:2015 περιγράφει τις απαιτήσεις πρέπει να ικανοποιήσει μια επιχείρηση (οργανισμός) όταν:

- α) η επιχείρηση χρειάζεται να επιδείξει την ικανότητα της να παρέχει διαρκώς προϊόντα και υπηρεσίες που ικανοποιούν τις απαιτήσεις των πελατών και πληρούν τις προδιαγραφές των οικείων νομοθετικών ρυθμίσεων και κανονισμών και
- β) η επιχείρηση επιδιώκει την ενίσχυση της ικανοποίησης των πελατών μέσω της εφαρμογής του ΣΔΠ, καθώς το σύστημα περιλαμβάνει διεργασίες για συμμόρφωση με τις απαιτήσεις των πελατών και τις Νομοθετικές Ρυθμίσεις που καθορίζουν τη λειτουργία της επιχείρησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Τυποποιητικές Παραπομπές

Αναφέρονται οι Τυποποιητικές Παραπομπές στην τελευταία έκδοση του Προτύπου

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Όροι και Ορισμοί

Αναφέρονται οι όροι και ορισμοί που περιλαμβάνονται στο ΣΔΠ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Πλαίσιο λειτουργίας του Οργανισμού

- 4.1 Κατανόηση του οργανισμού και του πλαισίου λειτουργίας του

Ο οργανισμός πρέπει να προσδιορίζει τις εσωτερικές και εξωτερικές παραμέτρους που σχετίζονται με τον σκοπό και τη στρατηγική του και οι οποίες επηρεάζουν την ικανότητα του να επιτυγχάνει τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα του ΣΔΠ. Ως παρατηρήσεις αναφέρεται πως οι παράμετροι μπορεί να περιλαμβάνουν

θετικούς ή αρνητικούς παράγοντες ή συνθήκες, ενώ η κατανόηση του εσωτερικού περιβάλλοντος είναι απαραίτητη για να εξεταστεί όλα όσα σχετίζονται με τις αξίες, την κουλτούρα, τις γνώσεις και τις επιδόσεις του οργανισμού. Εξωτερικά θέματα είναι: θεσμικό και τεχνολογικό περιβάλλον, ανταγωνισμός, η αγορά, το πολιτιστικό, κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον σε τοπικό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

4.2 Κατανόηση των αναγκών και των προσδοκιών των ενδιαφερόμενων μερών

Λόγω της επίδρασης ή πιθανής επίδρασης στην ικανότητα του οργανισμού να παρέχει συνεχώς προϊόντα και υπηρεσίες που πληρούν τις απαιτήσεις των πελατών και των κανονισμών, ο οργανισμός πρέπει να καθορίσει και να παρακολουθεί τις πληροφορίες για:

- α) τα ενδιαφερόμενα μέρη που σχετίζονται με το ΣΔΠ
- β) τις προδιαγραφές των ενδιαφερόμενων μελών που σχετίζονται με το ΣΔΠ.

Ο οργανισμός θα πρέπει να προσδιορίσει τα ενδιαφερόμενα μέλη που επηρεάζουν τη λειτουργία του και τις απαιτήσεις τους: πελάτες, ιδιοκτήτες, προμηθευτές, τράπεζες, συνεργάτες, επίσημοι φορείς, σύλλογοι, πανεπιστημιακά ιδρύματα κλπ. Σκοπός είναι η παρακολούθηση και ο έλεγχος των πληροφοριών που παρέχονται στα ενδιαφερόμενα μέλη και των απαιτήσεων και προσδοκιών τους, έτσι καθορίζεται η ικανότητα του οργανισμού να παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες με συνέπεια ώστε να ικανοποιούν τις απαιτήσεις πελατών και προδιαγραφές κανονιστικών απαιτήσεων.

4.3 Καθορισμός του πεδίου εφαρμογής του Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας

Είναι αναγκαίος ο προσδιορισμός των ορίων και του πεδίου εφαρμογής του ΣΔΠ, λαμβάνοντας υπόψη τα εσωτερικά και εξωτερικά θέματα καθώς και τις απαιτήσεις των ενδιαφερόμενων μερών. Επίσης πρέπει να γίνεται περιγραφή των διεργασιών που αναλαμβάνουν εξωτερικοί συνεργάτες, αλλά και προσδιορισμός των γεωγραφικών ορίων και του τεχνικού αντικειμένου.

4.4 Σύστημα διαχείρισης ποιότητας και οι διεργασίες αυτού και απαιτήσεις για το σύστημα διαχείρισης ποιότητας.

Στο πεδίο αυτό σκοπός είναι ο προσδιορισμός, η παρακολούθηση, η αξιοποίηση και η βελτίωση των διεργασιών του ΣΔΠ, που απαιτούνται για την επίτευξη του

επιδιωκόμενου αποτελέσματος. Πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα κριτήρια, οι μέθοδοι, η μέτρηση των δεικτών απόδοσης για διασφάλιση ελέγχου των διεργασιών, οι απαιτούμενοι πόροι, οι απειλές και οι ευκαιρίες, οι ευθύνες και αρμοδιότητες για τις διεργασίες, οι απαραίτητες αλλαγές κλπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 Ηγεσία

5.1 Ηγεσία και Δέσμευση

Τα στελέχη της Διοίκησης πρέπει να επιδεικνύουν ηγετικό ρόλο και δέσμευση, αναλαμβάνοντας ευθύνη για:

- α) την εφαρμογή και αποτελεσματικότητα του ΣΔΠ, .
- β) την χάραξη της πολιτικής ποιότητας και καθορισμό στόχων κατάλληλων για τη στρατηγική του οργανισμού
- γ) τη διασφάλιση της ενσωμάτωσης των απαιτήσεων του ΣΔΠ στις διεργασίες του οργανισμού
- δ) την επικοινωνία της πολιτικής ποιότητας και τη διασφάλιση πως είναι κατανοητή και υλοποιείται στα πλαίσια του οργανισμού
- ε) την προώθηση της διεργασιακής προσέγγισης και της προσέγγισης διακινδύνευσης
- στ) τη διασφάλιση της διαθεσιμότητας των πόρων
- ζ) την υποστήριξη του προσωπικού προκειμένου να διασφαλιστεί η αποτελεσματικότητα του ΣΔΠ

Τα στελέχη της Διοίκησης πρέπει να αναλαμβάνουν ηγεσία και δέσμευση για την ικανοποίηση του πελάτη και να εστιάζουν στην διαρκή βελτίωση της ικανοποίησης του.

5.2 Πολιτική

Τα στελέχη της Διοίκησης πρέπει να ορίζουν και να επικαιροποιούν την πολιτική ποιότητας, η οποία να περιλαμβάνει τη δέσμευση για την ικανοποίηση των εφαρμοστέων απαιτήσεων και συνεχή βελτίωση, καθώς και να δημιουργεί το πλαίσιο για τον ορισμό και την ανασκόπηση των στόχων ποιότητας. Η πολιτική ποιότητας

πρέπει να είναι διαθέσιμη ως τεκμηριωμένη πληροφορία, να κοινοποιείται και να είναι κατανοητή και να εφαρμόζεται εντός του οργανισμού.

5.3 Ρόλοι, ευθύνες και αρμοδιότητες εντός του οργανισμού

Πρέπει να καταγραφούν με σαφήνεια η ανάθεση, η επικοινωνία και η κατανόηση των ευθυνών, αρμοδιοτήτων και σχετικών ρόλων εντός του οργανισμού, ώστε να διασφαλιστεί πως το ΣΔΠ πληροί τις προϋποθέσεις του Προτύπου ISO 9001:2015, πως οι διεργασίες παρέχουν το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα, πως προωθείτε η εστίαση στον πελάτη και τηρείται η ακεραιότητα του ΣΔΠ ακόμα και σε περίπτωση αλλαγών. Για το σκοπό αυτό χρειάζονται οργανογράμματα, περιγραφές θέσεων εργασίας, ορισμός κατόχων διεργασιών κλπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 Σχεδιασμός

6.1 Ενέργειες για την αντιμετώπιση απειλών και την αξιοποίηση ευκαιριών

Στο πεδίο αυτό καταγράφονται οι απειλές, οι ευκαιρίες, τα επενδυτικά σχέδια, τα στρατηγικά σχέδια, οι πληροφορίες των οποίων αξιοποιούνται ώστε το ΣΔΠ να επιτυγχάνει τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα, να μειώνονται ή ακόμα καλύτερα να αποτρέπονται τα μη επιθυμητά αποτελέσματα και να επιτυγχάνεται διαρκής βελτίωση. Ο σχεδιασμός πρέπει να περιλαμβάνει την υιοθέτηση νέων πρακτικών, προώθηση νέων προϊόντων, άνοιγμα νέων αγορών και κυρίως την αξιολόγηση ως προς την αποτελεσματικότητα τους, μέτρα αντιμετώπισης των απειλών και αξιοποίησης των ευκαιριών.

6.2 Στόχοι ποιότητας και σχεδιασμός επίτευξης αυτών

Οι στόχοι ποιότητας προσδιορίζονται και διατηρούνται, ενώ πρέπει να συνάδουν με την πολιτική ποιότητας, να είναι μετρήσιμοι και λαμβάνουν υπόψη τις εφαρμοστέες απαιτήσεις, να αναθεωρούνται όταν κρίνεται απαραίτητο και να τεκμηριώνονται και να φυλάσσονται τα μέσα τεκμηρίωσης. Κατά τον σχεδιασμό επίτευξης των στόχων ποιότητας, ο οργανισμός οφείλει να καθορίζει ποιοι πόροι απαιτούνται, ποιος θα είναι υπεύθυνος, πότε θα ολοκληρωθεί κάθε τι, πως θα γίνει αξιολόγηση των αποτελεσμάτων.

6.3 Σχεδιασμός αλλαγών

Όταν και εφόσον πρέπει να γίνουν αλλαγές στο ΣΔΠ, αυτές πρέπει να γίνουν με τέτοιο τρόπο, ώστε ο οργανισμός να λάβει υπόψη τους σκοπούς της αλλαγής, τη διαθεσιμότητα πόρων και την ανάθεση ευθυνών και αρμοδιοτήτων. Πρέπει να καταγράφεται ο αριθμός των αλλαγών και το ποσοστό υλοποίησης αυτών καθώς και το τι επιτυγχάνεται μετά την αλλαγή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 Υποστήριξη

7.1 Πόροι

Ο οργανισμός πρέπει να παρέχει τους κατάλληλους πόρους για την λειτουργία του ΣΔΠ και να λαμβάνει υπόψη τις δυνατότητες και τους περιορισμούς των υφιστάμενων πόρων, τις ανάγκες αξιοποίησης εξωτερικών παρόχων, δημιουργώντας προφίλ θέσεων εργασίας, κλπ. Ειδικότερα για το προσωπικό που πρέπει να παρέχει ο οργανισμός για τη λειτουργία του ΣΔΠ, πρέπει να υπάρχει κατάσταση του διαθέσιμου προσωπικού με τη κατάρτιση και τα προσόντα τους, τα σχέδια κατανομής του προσωπικού και να καταγραφούν δείκτες απόδοσης κλπ.

Σημαντική είναι η υποδομή που πρέπει να διαθέτει ο οργανισμός για την εύρυθμη λειτουργία του και η αναλυτική καταγραφή των κτηρίων, του εξοπλισμού, των εργαλείων, του λογισμικού, των συστημάτων πληροφορικής, με τα κατάλληλα αρχεία συντήρησης και πιστοποιητικά λειτουργίας και καταλληλότητα του εξοπλισμού.

Η καταγραφή των απαιτούμενων πόρων πρέπει να περιλαμβάνει την παρακολούθηση και μέτρηση τους και την ιχνηλασιμότητα των μετρήσεων, ιδιαίτερα όταν αυτή είναι απαίτηση πελάτη ή είναι απαραίτητη για να δοθεί εγκυρότητα στα αποτελέσματα της μέτρησης. Όταν οι μετρήσεις γίνονται από ειδικά όργανα(σ εργαστήρια κλπ), πρέπει να ελέγχονται τακτικά για την ακρίβεια των μετρήσεων τους και να διαφυλάσσονται από βλάβες και ζημιές.

7.2 Επαγγελματική εμπειρία

Ο οργανισμός οφείλει να καθορίζει την απαιτούμενη τεχνική και επιστημονική ικανότητα των υπαλλήλων που εκτελούν εργασίες οι οποίες μπορούν να επηρεάζουν την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών. Επίσης πρέπει να διασφαλίζει πως οι υπάλληλοι έχουν την κατάλληλη εκπαίδευση και εμπειρία, ενώ σε αντίθετη

περίπτωση θα πρέπει να προβαίνει σε ενέργειες για την απόκτηση των κατάλληλων ικανοτήτων.

7.3 Ευαισθητοποίηση

Είναι σημαντική η γνώση του προσωπικού για την πολιτική ποιότητας και τους σχετικούς στόχους ποιότητας καθώς και η συμμετοχή του σε ανασκοπήσεις σχετικά με την αποτελεσματικότητα του ΣΔΠ.

7.4 Επικοινωνία

Ο οργανισμός πρέπει να καθορίζει τις διαδικασίες επικοινωνίας σχετικά με το ΣΔΠ και ειδικότερα τι θα αποτελέσει αντικείμενο επικοινωνίας, πότε θα γίνει η επικοινωνία, με ποιόν και πως. Για το σκοπό αυτό πρέπει να δημιουργηθούν οδηγίες εργασίας για την επικοινωνία, διαδικασίες Marketing, διαφήμισης, διαχείρισης κρίσεων κλπ.

7.5 Τεκμηριωμένες πληροφορίες

Το ΣΔΠ πρέπει να περιλαμβάνει τις τεκμηριωμένες πληροφορίες που απαιτούνται από το Πρότυπο αλλά και επιπλέον πληροφορίες που θεωρούνται απαραίτητες για την αποτελεσματικότητα του ΣΔΠ. Οι τεκμηριωμένες πληροφορίες πρέπει να διαθέτουν κατάλληλη μορφή και μέσο (έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή), να είναι ταυτοποιήσιμες, να είναι κωδικοποιημένες και να περιέχουν δείκτες μέτρησης ικανοποίησης πελάτη, αναλύσεις αγοράς κλπ.

Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να παρακολουθούνται και να ελέγχονται προκειμένου να διασφαλιστεί πως είναι διαθέσιμες οποτεδήποτε χρειαστεί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 Λειτουργία

8.1 Σχεδιασμός, Λειτουργία και Έλεγχος λειτουργιών

Ο οργανισμός οφείλει να σχεδιάζει, να υλοποιεί και να ελέγχει τις διεργασίες με σκοπό τη συμμόρφωση προϊόντων και υπηρεσιών και θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι απαιτήσεις των προϊόντων και υπηρεσιών, τα κριτήρια αποδοχής τους, οι πόροι που απαιτούνται για την επίτευξη συμμόρφωσης των προϊόντων και υπηρεσιών, ο έλεγχος σύμφωνα με τα οριζόμενα κριτήρια και αποδεικτικά στοιχεία

ώστε ο έλεγχος των διαδικασιών να είναι αξιόπιστος και να καταδεικνύει τη συμμόρφωση των προϊόντων και υπηρεσιών ως προς τις απαιτήσεις.

▪ 8.2 Απαιτήσεις για προϊόντα και υπηρεσίες

Οι διαδικασίες σχετικά με την επικοινωνία με τους πελάτες θα πρέπει να περιλαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα και υπηρεσίες, θέματα συμβάσεων, χειρισμού παραγγελιών, απόψεις, αντιλήψεις και παράπονα πελατών, κλπ. Επίσης αναφέρεται πως θα πρέπει να καθιερωθεί, υλοποιηθεί και τηρηθεί μια διαδικασία για το προσδιορισμό των απαιτήσεων των προϊόντων και υπηρεσιών που θα παρέχονται σε πελάτες.

8.3 Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Προϊόντων και Υπηρεσιών

Ο οργανισμός οφείλει να καθιερώσει μια διαδικασία Σχεδιασμού και Ανάπτυξης ενός νέου προϊόντος ή και υπηρεσίας κατάλληλη για να καταστήσει την παραγωγή/παροχή αξιόπιστη και ασφαλή για τον πελάτη/χρήστη.

Κατά τον προσδιορισμό των σταδίων που οφείλει ο οργανισμός να ακολουθήσει κατά τον Σχεδιασμό, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη η φύση, η διάρκεια και η πολυπλοκότητα των δραστηριοτήτων, οι απαιτήσεις των διαφόρων σταδίων, οι ευθύνες και αρμοδιότητες, οι ανάγκες για πόρους, οι ανάγκες αλληλεπίδρασης μεταξύ των αρμοδίων κλπ.

Απαραίτητα οι έλεγχοι για την ορθότητα των Σχεδιασμών πρέπει να διασφαλίζουν ότι τα αποτελέσματα είναι σαφώς καθορισμένα, η επαλήθευση διεξάγεται προκειμένου να διασφαλιστεί ότι τα συμπεράσματα του σχεδιασμού και της ανάπτυξης πληρούν τις απαιτήσεις εισερχόμενων δεδομένων.

Αντίστοιχα τα εξερχόμενα σχεδιασμού και ανάπτυξης θα πρέπει να είναι επαρκή για τις επακόλουθες διαδικασίες και την παροχή υπηρεσιών και προϊόντων.

8.4 Έλεγχος των παρεχόμενων από εξωτερικά μέρη διεργασιών, προϊόντων και υπηρεσιών

Ο οργανισμός πρέπει να διασφαλίζει πως οι παρεχόμενες από εξωτερικά μέρη υπηρεσίες ή/και προϊόντα πρέπει να συμφωνούν με τις καθορισμένες απαιτήσεις και ο έλεγχος είναι απαραίτητος όταν αυτές οι υπηρεσίες ή/και τα προϊόντα παρέχονται

στους πελάτες μέσω των εξωτερικών προμηθευτών ή περιέχονται / ενσωματώνονται στις υπηρεσίες ή/και προϊόντα που παρέχει ο οργανισμός στους πελάτες.

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι οι υπηρεσίες ή/και τα προϊόντα που παρέχονται από εξωτερικά μέρη να εμπίπτουν στις διεργασίες και τον γενικότερο έλεγχο του ΣΔΠ του οργανισμού και να παρέχονται με την συνέπεια που αυτός έχει καθορίσει και απαιτεί.

Για να είναι εφικτά τα παραπάνω, ο οργανισμός πρέπει να παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες, απαιτήσεις, τεχνικές προδιαγραφές, την επάρκεια των προσόντων του προσωπικού του προμηθευτή / εξωτερικού μέρους.

8.5 Παραγωγή προϊόντων και παροχή υπηρεσιών

Αντίστοιχα πρέπει να ελέγχονται οι συνθήκες παραγωγής προϊόντων και παροχής υπηρεσιών του εξωτερικού μέρους, ενώ οι έλεγχοι πρέπει να περιλαμβάνουν μέτρα πρόληψης σφαλμάτων, διαθεσιμότητα των πόρων ελέγχου και μετρήσεων των υπηρεσιών ή/και προϊόντων κλπ.

Επιπλέον θα πρέπει να διασφαλίζονται η ταυτοποίηση και η ιχνηλασιμότητα, η οποία θα τηρείται μέσω κατάλληλων πληροφοριών. Στην περίπτωση που η ιδιοκτησία ανήκει στον πελάτη ή σε εξωτερικούς παρόχους, πρέπει να υπάρχει ιδιαίτερη προσοχή, ταυτοποίηση και προστασία, διότι σε περίπτωση ζημιάς, απώλειας θα πρέπει να ενημερώνεται ο ιδιοκτήτης, τηρώντας συγκεκριμένα αποδεικτικά στοιχεία.

8.6 Αποδέσμευση προϊόντων και υπηρεσιών

Μετά τη παράδοση των υπηρεσιών ή/και προϊόντων, πρέπει να ικανοποιούνται οι απαιτήσεις που έχουν τεθεί και αφού ληφθούν υπόψη νομικά δεδομένα, ενδεχόμενες ανεπιθύμητες συνέπειες κλπ. Για να ολοκληρωθεί η αποδέσμευση των υπηρεσιών ή/και των προϊόντων στους πελάτες πρέπει να γίνει η κατάλληλη επαλήθευση και αποδοχή από τον πελάτη και οι τεκμηριωμένες πληροφορίες να τηρούνται ώστε να παρέχουν ιχνηλασιμότητα σε αυτούς που θα εγκρίνουν την αποδέσμευση.

8.7 Έλεγχος των μη συμμορφούμενων αποτελεσμάτων

Οι υπηρεσίες ή/και τα προϊόντα που δεν πληρούν τις απαιτήσεις θα πρέπει να ταυτοποιούνται και να ελέγχονται, έτσι ώστε να μην χρησιμοποιούνται σε καμία περίπτωση. Ο οργανισμός είναι εφικτό να αντιμετωπίσει τις μη-συμμορφούμενες

υπηρεσίες και προϊόντα με διόρθωση τους, αναστολή παροχή τους, ή να προχωρήσει αφού ενημερωθεί ο πελάτης και αποδεχτεί τα μη-συμμορφούμενα προϊόντα ή/και υπηρεσίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 Αξιολόγηση Επιδόσεων

9.1 Παρακολούθηση, μέτρηση, ανάλυση και αξιολόγηση

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό ο οργανισμός να καθορίζει τι ακριβώς πρέπει να μετρηθεί και να ελεγχθεί, ποιες από τις μεθόδους μετρήσεων, ανάλυσης, αξιολόγησης θα χρησιμοποιηθούν, ποιος θα είναι ο χρόνος μετρήσεων, ο χρόνος αξιολόγησης και συνολικά θα πρέπει να ελέγχεται και αξιολογείται το σύνολο της απόδοσης και αποτελεσματικότητας του ΣΔΠ.

Επίσης πρέπει να υπάρχει πληροφόρηση αναφορικά με τον βαθμό ικανοποίησης του πελάτη, αλλά και να καθορίζει τις μεθόδους απόκτησης τέτοιων πληροφοριών. Οι πληροφορίες και τα δεδομένα, πρέπει να αξιολογούνται ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αποτελεσματικότητα του ΣΔΠ και τον καθορισμό της ικανοποίησης του πελάτη, από τις εσωτερικές όσο και τις εξωτερικές διεργασίες (προϊόντα ή/και υπηρεσίες από εξωτερικά μέρη)

9.2 Εσωτερική Επιθεώρηση

Σε καθορισμένα τακτά χρονικά διαστήματα πρέπει να διενεργούνται εσωτερικές επιθεωρήσεις έτσι ώστε να μπορεί να επαληθευτεί πως οι απαιτήσεις του οργανισμού για το ΣΔΠ και κυρίως πως οι απαιτήσεις του Προτύπου ISO 9001:2015 τηρούνται.

Αυτό χρειάζεται σχεδιασμό του προγράμματος επιθεωρήσεων, τα κριτήρια και το αντικείμενο κάθε επιθεώρησης, επιλογή των κατάλληλων επιθεωρητών, λήψη των απαραίτητων διορθωτικών μέτρων, αναφορά αποτελεσμάτων στους αρμόδιους, και τήρηση τεκμηριωμένων πληροφοριών με στοιχεία για το υλοποιημένο πρόγραμμα επιθεωρήσεων και τα αποτελέσματα αυτών.

9.3 Ανασκόπηση από τη Διοίκηση

Το ΣΔΠ θα πρέπει να αξιολογείται σε τακτά χρονικά διαστήματα από τη διοίκηση του οργανισμού με σκοπό την διασφάλιση της αποτελεσματικότητας του. Για το σκοπό αυτό πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τη διαδικασία ανασκόπησης, ο

πληροφορίες σχετικά με την απόδοση του ΣΔΠ, οι ενέργειες που έγιναν από τις προηγούμενες ανασκοπήσεις, οι μετρούμενοι δείκτες απόδοσης, οι μη-συμμορφώσεις και οι διορθωτικές ενέργειες τους, ζητήματα με εξωτερικούς προμηθευτές, κλπ. Τα αποτελέσματα της ανασκόπησης από τη διοίκηση θα πρέπει να περιλαμβάνουν ενέργειες για συνεχή βελτίωση και τροποποιήσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 Βελτίωση

▪ 10.1 Γενικά

Ευκαιρίες για βελτίωση θα πρέπει να υλοποιούνται για την βελτίωση των υπηρεσιών ή/και των προϊόντων, λαμβάνοντας υπόψη μελλοντικές ανάγκες, μείωση ή πρόληψη ανεπιθύμητων γεγονότων και τη βελτίωση της απόδοσης και αποτελεσματικότητας του ΣΔΠ.

▪ 10.2 Μη Συμμόρφωση και Διορθωτικές Ενέργειες

Σε περίπτωση μη-συμμόρφωσης ο οργανισμός οφείλει να αντιδρά και να προβαίνει σε δράσεις και ενέργειες για την αντιμετώπιση τους καθώς και των συνεπειών τους, να ελέγχει την πιθανότητα ύπαρξης παρόμοιων μη-συμμορφώσεων, να επικαιροποιεί ευκαιρίες και απειλές, να τροποποιεί το ΣΔΠ αν είναι απαραίτητο. Για την φύση των μη-συμμορφώσεων και τα αποτελέσματα τυχόν διορθωτικών ενεργειών πρέπει να τηρούνται τεκμηριωμένες πληροφορίες.

▪ 10.3 Συνεχής Βελτίωση

Πρέπει διαρκώς να βελτιώνεται η καταλληλότητα, η επάρκεια και η αποτελεσματικότητα του ΣΔΠ.

6. Εφαρμογή Συστήματος ISO 9001:2015 σε Κέντρο Αισθητικής

Η παράθεση των επιμέρους στοιχείων εφαρμογής, η οποία ακολουθεί, δεν είναι πλήρης και εξαιρετικά αναλυτική, αλλά ενδεικτική και αποσκοπεί στην κατανόηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διακρίνουν ένα Κέντρο Αισθητικής, κατά τον σχεδιασμό και ανάπτυξη ενός ΣΔΠ με τις απαιτήσεις του Προτύπου ISO 9001:2015 σε Κέντρο Αισθητικής.

Για την πλήρη αποτύπωση και ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου ΣΔΠ σε Κέντρο Αισθητικής, είναι απαραίτητη η συμβολή εξειδικευμένων επιστημόνων, οι οποίοι θα μελετήσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε επιχείρησης, τις ανάγκες και τις προσδοκίες του ιδιοκτήτη (Διοίκησης) και θα προσαρμόσουν επακριβώς τις απαιτήσεις του ISO 9001:2015.

6.1 Στάδια για την ανάπτυξη ενός ΣΔΠ

Για την επιτυχή ανάπτυξη του ΣΔΠ ISO 9001:2015 σε ένα Κέντρο Αισθητικής, πρέπει να ακολουθηθούν ορισμένες ενέργειες που σκοπό έχουν την καλύτερη εφαρμογή των απαιτήσεων του Προτύπου στην συγκεκριμένη κατηγορία επιχείρησης:

Διαγνωστική Μελέτη. Σε αυτό το στάδιο καθορίζεται η υπάρχουσα κατάσταση και εντοπίζονται αδυναμίες και σημεία βελτίωσης της επιχείρησης και την εν γένει λειτουργίας της. Συνήθως απαιτείται η συνεργασία με έναν εξειδικευμένο σύμβουλο επιχειρήσεων.

Καθορισμός Πολιτικής, Στόχων Ποιότητας και Οργανωτικής Δομής. Σε αυτό το στάδιο σε συνεργασία με τον επικεφαλής του Κέντρου Αισθητικής (Διοίκηση) καθορίζονται σημαντικά έγγραφα του συστήματος. Ορίζεται η ποιότητα στα πλαίσια της επιχείρησης οι δείκτες και οι στόχοι. Επιπλέον, καθορίζεται η οργανωτική δομή εάν δεν υπάρχει ή δεν είχε κριθεί απαραίτητο λόγω μικρού μεγέθους της επιχείρησης.

Ανάπτυξη Διαδικασιών. Σε αυτό το στάδιο μέσω συνεντεύξεων με το προσωπικό καταγράφονται οι υπάρχουσες διαδικασίες που γίνονται στο Κέντρο Αισθητικής οι οποίες βελτιώνονται με βάση το πρότυπο και αναπτύσσονται νέες διαδικασίες, οι οποίες οριστικοποιούνται και εγκρίνονται από τον υπεύθυνο του Κέντρου (Διοίκηση).

Εκπαίδευση Εφαρμογής. Σε αυτό το στάδιο το προσωπικό εκπαιδεύεται στο ΣΔΠ όπου επισημαίνονται οι αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης και γίνεται κατανοητό από τους εργαζομένους πως η ορθή τήρηση τους, βελτιώνει την αποδοτικότητα τόσο των ιδίων, όσο και της επιχείρησης.

Δοκιμαστική εφαρμογή. Σε αυτό το στάδιο το Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας εφαρμόζεται για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, το οποίο ποικίλει ανάλογα με την δυνατότητα αφομοίωσης των βασικών του στοιχείων από το προσωπικό και τη Διοίκηση. Επιπλέον, γίνονται εσωτερικές επιθεωρήσεις και καθορίζονται βελτιώσεις με βάση αυτές.

Πιστοποίηση. Το Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας πιστοποιείται από έναν ανεξάρτητο φορέα πιστοποίησης επιλογής της επιχείρησης.

6.2 Δεδομένα Κέντρου Αισθητικής για δημιουργία ΣΔΠ

Για να δημιουργηθεί ένα ΣΔΠ προσαρμοσμένο στις ανάγκες και ιδιαιτερότητες ενός Κέντρου Αισθητικής, είναι σημαντικό να γνωρίζουμε τα βασικά χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας και κυρίως ορισμένα στοιχεία που σχετίζονται με την παροχή των αισθητικών υπηρεσιών (Προσωπικό, Πρωτόκολλα Εφαρμογών, Εξοπλισμός, κλπ).

6.2.1 Βασικά Χαρακτηριστικά του Κέντρου (περίπτωσης)

Το Κέντρο Αισθητικής που επιλέχθηκε για να χρησιμοποιηθεί ως περίπτωση για τον σχεδιασμό, ανάπτυξη και περιγραφή των διεργασιών που απαιτούνται για την ορθή εφαρμογή των απαιτήσεων του Προτύπου ISO 9001:2015, είναι ένα τυπικό Κέντρο Αισθητικής που παρέχει το σύνολο σχεδόν των υπηρεσιών αισθητικής προσώπου, σώματος και αποτρίχωσης που χρησιμοποιούνται στις μέρες μας.

Έχει σύγχρονο εξοπλισμό και χρησιμοποιεί προϊόντα και αναλώσιμα για την παροχή των παρεχόμενων υπηρεσιών, καθώς και για την λιανική πώληση καλλυντικών προϊόντων στους πελάτες.

Η λειτουργία του Κέντρου Αισθητικής, εμπίπτει στις απαιτήσεις και περιορισμούς των σχετικών κανονιστικών και ρυθμιστικών αποφάσεων των αρχών και ιδιαίτερα σε όσα προβλέπονται από την Άδεια Λειτουργίας του Κέντρου η οποία εκδίδεται από την οικεία Περιφερειακή Αρχή.

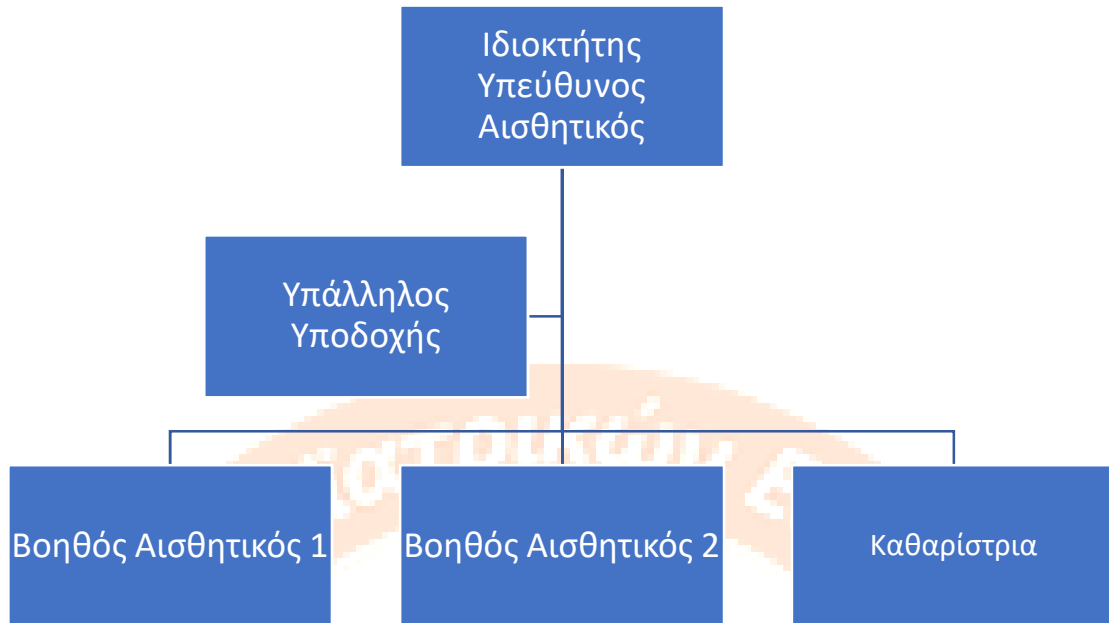
Υπεύθυνος κατά το Νόμο, για την λειτουργία του Κέντρου Αισθητικής είναι πτυχιούχος αισθητικός (απόφοιτος της Σχολής Επαγγελματιών Υγείας και Πρόνοιας του Τ.Ε.Ι. ή απόφοιτος του Τμήματος Βιοϊατρικών Επιστημών / Τομέας Αισθητικής και Κοσμητολογίας του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής). Στα περισσότερα Κέντρα Αισθητικής ο ιδιοκτήτης / διευθυντής είναι και ο υπεύθυνος πτυχιούχος αισθητικός, κάτι το οποίο ισχύει και στην περίπτωση που περιγράφεται παρακάτω. Το Κέντρο Αισθητικής (Εργαστήριο Αισθητικής κατά την Νομοθεσία), που περιγράφεται στην παρούσα εργασία, αναφέρεται με τον εμπορικό τίτλο «Beauty Center».

6.2.2 Θέσεις εργασίας του Κέντρου (περίπτωσης)

Στο Κέντρο Αισθητικής «Beauty Center», υπάρχει μια απλή δομή με 4+1 θέσεις εργασίας, εκ των οποίων δύο είναι αισθητικοί, μια γραμματέας (receptionist) και μια καθαρίστρια (υπεύθυνη καθαριότητας), ενώ η ιδιοκτήτρια είναι και η υπεύθυνη πτυχιούχος αισθητικός του Κέντρου.

Το προσωπικό του Κέντρου Αισθητικής εργάζεται 8 ώρες έκαστο και σύμφωνα με τις εκάστοτε εργασιακές οδηγίες και προδιαγραφές. Το Κέντρο λειτουργεί από τις 10πμ έως τις 8μμ και ως εκ τούτου λειτουργούν δύο βάρδιες προσωπικού παροχής υπηρεσιών (2 βοηθοί αισθητικοί), ενώ ο υπεύθυνος πτυχιούχος αισθητικός βρίσκεται στο χώρο και παρέχει υπηρεσίες καθόλη τη διάρκεια λειτουργίας του Κέντρου.

Η υπάλληλος υποδοχής εργάζεται ενδιάμεσο ωράριο, ενώ η καθαρίστρια εργάζεται 4 ώρες καθημερινά 6-10μμ (έως 2ώρες μετά την λήξη λειτουργίας του Κέντρου).



Σχήμα 2: Οργανόγραμμα Κέντρου Αισθητικής "Beauty Center"

Οι αισθητικοί (υπεύθυνος και βοηθοί), παρέχουν τις υπηρεσίες και προωθούν τα καλλυντικά προϊόντα λιανικής πώλησης στους πελάτες, ενώ η υπάλληλος υποδοχής υποδέχεται τους πελάτες, κλείνει τα ραντεβού τηλεφωνικά, χρησιμοποιεί τα social media, ενώ η καθαρίστρια διατηρεί τους χώρους του Κέντρου καθαρούς για την παροχή των υπηρεσιών προσώπου, σώματος και αποτρίχωσης.

6.2.3 Εξοπλισμός του Κέντρου Αισθητικής (περίπτωσης)

Στο Κέντρο Αισθητικής «Beauty Center», υπάρχει σύγχρονος εξοπλισμός για την παροχή υπηρεσιών αισθητικής προσώπου, σώματος και αποτρίχωσης και συγκεκριμένα:

Συσκευές Αποτρίχωσης

- Laser Αποτρίχωσης
- Συσκευή Θερμόλυσης / Ηλεκτρόλυσης για ριζική αποτρίχωση
- Συσκευή για κεριά αποτρίχωσης (κεριέρα)
- Συσκευή για κεριά αποτρίχωσης (ρολέτες)

Συσκευές Υπηρεσιών Σώματος

- Συσκευή Υπερήχων διείσδυσης για εφαρμογές προσώπου/σώματος
- Συσκευή Cavitation
- Συσκευή Μονοπολικών /Πολυπολικών Ραδιοσυχνοτήτων
- Συσκευή HIFU (σύστημα εστιασμένων υπερήχων)
- Συσκευή Ρευμάτων EMS (για μυϊκή ενδυνάμωση)
- Συσκευή Φαραδικών Ρευμάτων & Ρευμάτων TENS
- Συσκευή Πρεσσοθεραπείας (για μηχανική λεμφική μάλαξη)
- Συσκευή Θερμοθεραπείας (θερμοκουβέρτα)
- Συσκευή Κρυολιπόλυσης
- Συσκευή Γαλβανικών Ρευμάτων (ιοντοφόρηση)

Συσκευές Υπηρεσιών Προσώπου

- Συσκευή Microdermabrasion (μικροδερμοαπόξεση)
- Συσκευή Φωτοθεραπείας (Luminothrapy)
- Συσκευή Ατμού (vapeur για καθαρισμό δέρματος)
- Συσκευή Πολυπολικών Ραδιοσυχνοτήτων
- Συσκευή Σπάτουλας Υπερήχων (για καθαρισμό και διείσδυση)
- Συσκευή Μικρορευμάτων (για μυϊκή ενδυνάμωση)
- Συσκευή Peeling (με ειδικές βούρτσες απολέπισης)

Ο εξοπλισμός του Κέντρου πρέπει να καταγράφεται σε ειδικά έντυπα (Αρχείο Εξοπλισμού), στα οποία να αποτυπώνονται πληροφορίες όπως:

- ✓ Χαρακτηριστικά Συσκευής
- ✓ Πιστοποιητικά CE
- ✓ Εγγύηση συσκευής από τον προμηθευτή
- ✓ Καταγραφή Service και Βλαβών της συσκευής, κλπ

6.2.4 Παρεχόμενες Υπηρεσίες του Κέντρου (περίπτωσης)

Στο Κέντρο Αισθητικής παρέχονται μια σειρά από υπηρεσίες αισθητικής, οι οποίες καθορίζονται ως Υπηρεσίες Αισθητικής Προσώπου, Υπηρεσίες Αισθητικής Σώματος και Υπηρεσίες Αποτρίχωσης.

6.2.4.1 Υπηρεσίες Προσώπου

- Καθαρισμός
- Ενυδάτωση με χρήση υπερήχων
- Σύσφιξη Επιδερμίδας με Ραδιοσυχνότητες
- Αντιμετώπιση Μελάσματος με λευκαντικές δραστικές ουσίες
- Αντιμετώπιση Ακνειακής επιδερμίδας
- Αντιμετώπιση Ξηρής-Αφυδατωμένης επιδερμίδας
- Μυϊκή ενδυνάμωση μυών προσώπου με ρεύματα
- Απολέπιση επιδερμίδας με οξέα φρούτων
- Αντιγήρανση επιδερμίδας με χρήση φωτοθεραπείας

6.2.4.2 Υπηρεσίες Σώματος

- Μάλαξη σώματος με αρωματοθεραπεία
- Αντιμετώπιση Κυτταρίτιδας με μέθοδο ενδερμολογίας
- Επιδερμική Σύσφιξη με Ραδιοσυχνότητες
- Μυϊκή ενδυνάμωση με χρήση ρευμάτων
- Ενίσχυση λιπόλυσης με θερμική δράση
- Ενίσχυση λιπόλυσης με Κρυολιπόλυση
- Ενίσχυση λιπόλυσης με ιοντοφόρηση και λιποτροπικές ουσίες
- Ενυδάτωση σώματος με ιοντοφόρηση
- Μεσοθεραπεία σώματος με Microdermabrasion



Εικόνα 3: Μάλαξη Σώματος

6.2.4.3 Υπηρεσίες Αποτρίχωσης

- Αποτρίχωση προσώπου σώματος με ριζική (θερμόλυση/ ηλεκτρόλυση)
- Αποτρίχωση προσώπου σώματος με Laser
- Αποτρίχωση προσώπου σώματος με IPL
- Αποτρίχωση προσώπου σώματος με ζεστό / ψυχρό κερί

Όλες οι υπηρεσίες παρέχονται με βάση τα εγκεκριμένα πρωτόκολλα εφαρμογής τα οποία σχεδιάζονται από τον/την υπεύθυνο αισθητικό του Κέντρου με πληροφορίες που λαμβάνονται από τις εταιρείες που προμηθεύουν τα μηχανήματα και προϊόντα που χρησιμοποιούνται κατά την εκτέλεση των υπηρεσιών.

6.3 Διαγνωστικές Διαδικασίες Υφιστάμενης Κατάστασης

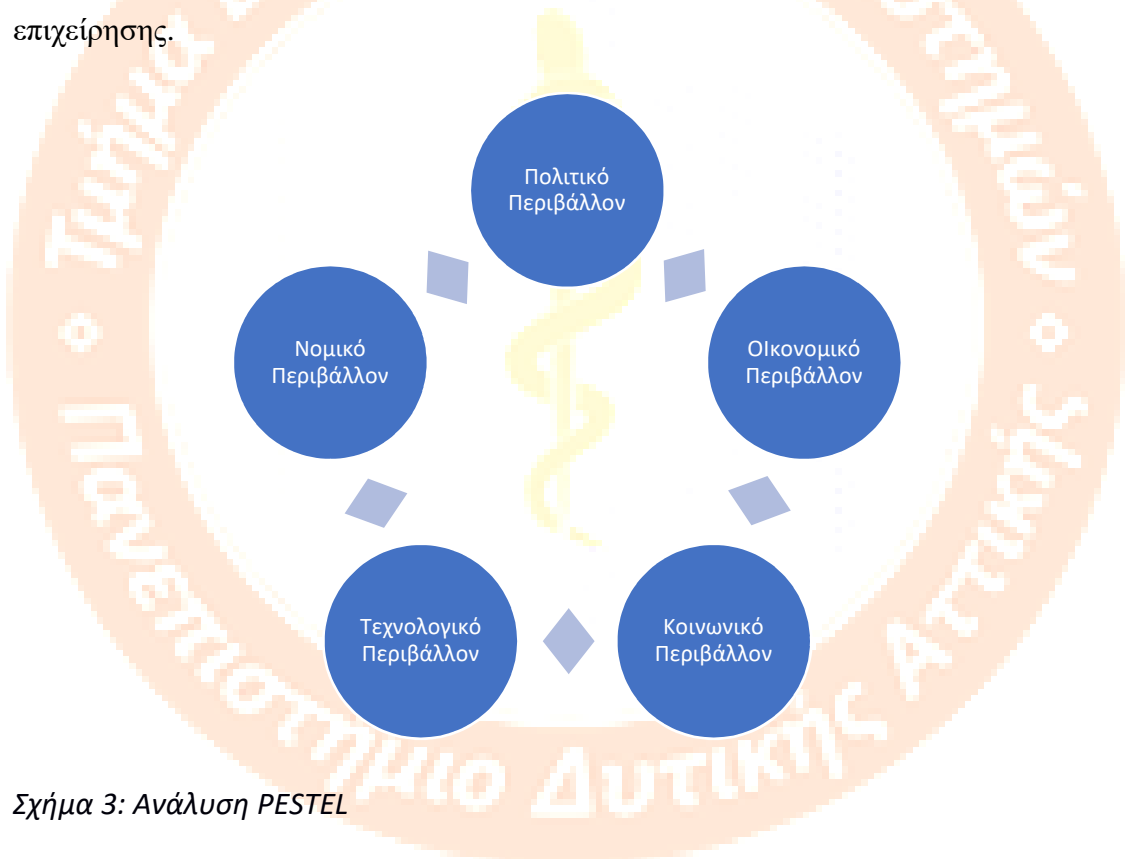
Για να μπορέσουμε να αναπτύξουμε με αξιοπιστία το ΣΔΠ στο Κέντρο Αισθητικής, είναι σημαντικό να γνωρίζουμε πληροφορίες και δεδομένα από τη λειτουργία της επιχείρησης και κυρίως το περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί αυτή, καθώς και εξειδικευμένες πληροφορίες σχετικά με τα θετικά και αρνητικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν τη συγκεκριμένη επιχείρηση.

Υπάρχουν –μεταξύ άλλων – δύο διαγνωστικές μέθοδοι, οι οποίες μπορούν να μας βοηθήσουν στην καλύτερη ανάπτυξη του ΣΔΠ για ένα Κέντρο Αισθητικής. Η πρώτη είναι η Ανάλυση PESTEL, η οποία είναι ένα χρήσιμο εργαλείο με το οποίο μπορεί να αποτυπωθεί το εξωτερικό περιβάλλον ενός οργανισμού / επιχείρησης. Η

δεύτερη μέθοδος είναι η ανάλυση SWOT, η οποία μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση τόσο του εξωτερικού όσο και του εσωτερικού περιβάλλοντος ενός οργανισμού / επιχείρησης.

6.3.1 Ανάλυση PESTEL

Με την Ανάλυση PESTEL μπορούμε να αναλύσουμε μια σειρά από στοιχεία που σχετίζονται με το Πολιτικό (P), το Οικονομικό (E), το Κοινωνικό (S), το Τεχνολογικό (T), το Περιβαλλοντικό (E) και το Νομικό Περιβάλλον (L). Η ανάλυση PESTEL είναι ιδιαίτερα σημαντική στην περίπτωση και των Κέντρων Αισθητικής, καθώς σε αυτή τη κατηγορία επιχειρήσεων, επιδρούν πολλοί εξωτερικοί παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν καταλυτικά την καθημερινότητα αλλά και την μελλοντική πορεία της επιχείρησης.



Σχήμα 3: Ανάλυση PESTEL

Στη συνέχεια παρουσιάζεται η καταγραφή των δεδομένων της ανάλυσης PESTEL για το Κέντρο Αισθητικής “Beauty Center”.

Πίνακας 4: Ανάλυση PESTELγια το Κέντρο Αισθητικής “BeautyCenter”.

Πολιτικό Περιβάλλον	Οικονομικό Περιβάλλον
<ul style="list-style-type: none"> • Πολιτικές Αποφάσεις για το καθορισμό των Κέντρων Αισθητικής ως Μονάδες Πρωτοβάθμιας Φροντίδας Υγείας. • Πολιτικές Αποφάσεις για την δυνατότητα πώλησης Καλλυντικών Προϊόντων στα Κέντρα Αισθητικής 	<ul style="list-style-type: none"> • Γενικότερη Οικονομική κατάσταση της χώρας και της περιοχής δραστηριότητας της επιχείρησης • Περιορισμένοι πόροι τραπεζικής χρηματοδότησης για την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών • Ενίσχυση του Πληθωρισμού που επηρεάζει και πρώτες ύλες και προϊόντα / μηχανήματα • Περιορισμένη αγοραστική δύναμη λόγω πληθωριστικών πιέσεων • Περιορισμένη οικονομική ανάπτυξη
Κοινωνικό Περιβάλλον	Τεχνολογικό Περιβάλλον
<ul style="list-style-type: none"> • Αλλαγή προτιμήσεων / αντιλήψεων αναφορικά με την ομορφιά και υγεία με ενεργό συμμετοχή των ανδρών • Δημογραφικά δεδομένα με αύξηση των ηλικιωμένων που παραμένουν δραστήριοι και ενεργοί κοινωνικά • Αλλαγή αγοραστικών συνηθειών με περιποίηση στο σπίτι και αγορά καλλυντικών μέσω διαδικτύου • Συμβολή των Social Media στην πληροφόρηση των καταναλωτών αναφορικά με ομορφιά και υγεία • Εμφάνιση νέων τάσεων στην περιποίηση μέσω χειρουργικών επεμβάσεων και καλύτερη διάδοση ιατρικών πληροφοριών 	<ul style="list-style-type: none"> • Εξελίξεις στην τεχνολογία που σχετίζεται με υπηρεσίες και προϊόντα για ομορφιά και υγεία • Σημαντική διάδοση των τεχνολογικών συσκευών περιποίησης προσώπου, σώματος και αποτρίχωσης για χρήση στο σπίτι • Εξελίξεις στην επιστήμη της Κοσμητολογίας με καινοτόμα υλικά και πρώτες ύλες. • Διαγνωστικές συσκευές και μέθοδοι που επηρεάζουν την επιλογή υπηρεσιών και προϊόντων από τους καταναλωτές
Περιβαλλοντικό Περιβάλλον	Νομικό Περιβάλλον
<ul style="list-style-type: none"> • Υλικά και ποιότητα συσκευασιών καλλυντικών προϊόντων λιανικής • Διαδικασίες οικολογικής απόρριψης, ανακύκλωσης συσκευασιών και χρησιμοποιούμενων προϊόντων • Ασφαλής απόρριψη επικίνδυνων υλικών (βελόνες ριζικής, κλπ) • Συσκευασίες με νέα χαρακτηριστικά για σακούλες παράδοσης προϊόντων στους πελάτες • Ενεργοβόρες συσκευές και υλικά 	<ul style="list-style-type: none"> • Άδεια λειτουργίας Κέντρων και περιορισμοί παροχής υπηρεσιών και πώλησης καλλυντικών προϊόντων • Προϋποθέσεις εφαρμογής υπηρεσιών με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (Laser Αποτρίχωσης, κλπ) • Καθήκοντα, αρμοδιότητες και όρια εργασίας προσωπικού βάση εκπαίδευσης και πιστοποιημένης επαγγελματικής εμπειρίας

Από την PESTELανάλυση προκύπτουν ορισμένα σημαντικά στοιχεία, καθώς παρατηρούμε πως οι παράγοντες που αποτελούν το μακροπεριβάλλον του Κέντρου Αισθητικής, επηρεάζουν την εν γένει λειτουργία του. Συγκεκριμένα, παρατηρούμε

πως οι αποφάσεις της πολιτικής ηγεσίας (Πολιτικό Περιβάλλον), καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό το πλαίσιο λειτουργίας του.

Είναι χαρακτηριστικό πως η πρόσφατη Νομοθετική Ρύθμιση (Ν.5007/ 23-12-2022), δίνει τη δυνατότητα για συστέγαση Μονάδων Πρωτοβάθμιας Φροντίδας (Ιατρεία, Κέντρα Αισθητικής, κλπ), δημιουργώντας έτσι μια νέα μορφή ανταγωνισμού των μεμονωμένων Κέντρων Αισθητικής που θα εξελιχθεί στο μέλλον.

Επίσης από την ανάλυση PESTEL, παρατηρούμε πως η αξιοποίηση νέων τεχνολογιών στο Κέντρο Αισθητικής, μπορεί να προσδώσει ιδιαίτερη δυναμική στην προσέγγιση νέων και στην διατήρηση των υφιστάμενων πελατών, ενισχύοντας την ικανοποίηση τους και την κάλυψη των προσδοκιών τους.

Αντίστοιχα, το Οικονομικό Περιβάλλον, με την αγοραστική δύναμη που περιορίζεται ως απόρροια του αυξημένου ρυθμού πληθωρισμού, αποτελεί ένα παράγοντα που επιβάλλει την ενίσχυση της ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών του Κέντρου, ενισχύοντας το value-for-money που λαμβάνει ο πελάτης.

6.3.2 Ανάλυση SWOT

Η ανάλυση SWOT είναι ένα επίσης σημαντικό εργαλείο που βοηθά στον καθορισμό των στόχων που θα θέσει ο οργανισμός / επιχείρηση (στη προκειμένη περίπτωση το Κέντρο Αισθητικής) και των αποφάσεων που θα απαιτηθούν για την επίτευξη τους. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, η ανάπτυξη του ΣΔΠ στο Κέντρο Αισθητικής, θα λάβει σημαντικές πληροφορίες από την συγκεκριμένη ανάλυση.

Η ανάλυση S (*Strengths*) W(*Weaknesses*) O(*Opportunities*) T (*Threats*), καταγράφει, τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία της επιχείρησης, καθώς και τις ευκαιρίες και απειλές που παρουσιάζονται.

Τα μεν δυνατά και αδύναμα στοιχεία, σχετίζονται με εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης (επάρκεια και ικανότητες προσωπικού, οικονομικά στοιχεία, κλπ), ενώ οι ευκαιρίες και απειλές, σχετίζονται με το εξωτερικό περιβάλλον όπως αυτό διαμορφώνεται και επηρεάζει την επιχείρηση (νέες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, νέο νομοθετικό και οικονομικό περιβάλλον κλπ).



Σχήμα 4: Η ανάλυση SWOT

Πίνακας 5: Η ανάλυση SWOT στο Κέντρο Αισθητικής

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ
<ul style="list-style-type: none"> Υψηλό επίπεδο γνώσεων του προσωπικού παροχής υπηρεσιών Πολυετής εμπειρία του προσωπικού στη συγκεκριμένη δραστηριότητα Παρουσία στα Social Media Πολύ καλή τοποθεσία του Κέντρου Αισθητικής με εύκολη πρόσβαση πελατών Καλή εικόνα της επιχείρησης στην τοπική κοινωνία και τους καταναλωτές 	<ul style="list-style-type: none"> Έλλειψη ψηφιακών εφαρμογών για το πελατολόγιο και παραστατικά Περιορισμένος χρόνος για επιμόρφωση σε νέες τεχνολογίες Περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες νέων επενδύσεων Απουσία οικολογικών συσκευασιών για την διακίνηση των καλλυντικών προϊόντων λιανικής πώλησης Περιορισμένος χώρος για την παροχή υπηρεσιών (λίγες καμπίνες) Περιορισμένος χώρος υποδοχής και αναμονής πελατών Απουσία προγραμμάτων τακτικής εκπαίδευσης του προσωπικού
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
<ul style="list-style-type: none"> Νέες τάσεις στην περιποίηση προσώπου και σώματος και από άνδρες αλλά και πιο ηλικιωμένους Εφαρμογή Νέων Τεχνολογιών για ταχύτερα και καλύτερα αποτελέσματα Αξιοποίηση προγράμματος ψηφιακού ανασχηματισμού 	<ul style="list-style-type: none"> Νέο Νομοθετικό Πλαίσιο για συστέγαση Κέντρων Αισθητικής με Ιατρεία και αύξηση ανταγωνισμού Περιορισμένη Αγοραστική Δύναμη Αρνητική εικόνα για «Ινστιτούτα Ομορφιάς» λόγω κακών επαγγελματιών και δυσφήμισης

<ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη τηλεφωνικού κέντρου ή χρήση εξειδικευμένης εταιρείας για προσέλκυση πελατών 	<ul style="list-style-type: none"> • Λάθη κατά την εφαρμογή υπηρεσιών • Ζημιές στον εξοπλισμό από κακή συντήρηση ή/και διακοπές ρεύματος • Εγκληματικότητα και μικρο-κλοπές καλλυντικών από πελάτες
--	--

Από την ανάλυση SWOT μπορούμε να διακρίνουμε πως πολύ δυνατά σημεία του Κέντρου Αισθητικής είναι το υψηλό επίπεδο γνώσεων του προσωπικού παροχής, που οφείλεται τόσο στην βασική επιστημονική εκπαίδευση, όσο και την μεγάλη εμπειρία που έχει αποκτηθεί.

Αντίστοιχα τα αδύνατα σημεία όπως η περιορισμένη χρήση ψηφιακών διευκολύνσεων και ο περιορισμένος χρόνος που διατίθεται για την επιμόρφωση σε νέες τεχνολογίες, επηρεάζουν την δυναμική της επιχείρησης.

Όσον αφορά την επίδραση του εξωτερικού περιβάλλοντος, είναι χαρακτηριστική η οικονομική κατάσταση των καταναλωτών και η περιορισμένη αγοραστική δύναμη λόγω ακρίβειας και πληθωρισμού, καθώς και μια αρνητική εικόνα που συντηρείται από ορισμένα ΜΜΕ έπειτα από ελάχιστες, αλλά χαρακτηριστικές περιπτώσεις εξαπάτησης καταναλωτών από παραπλήσιου αντικειμένου επιχειρήσεις.

Όμως η τεχνολογία προσφέρει ευκαιρίες για την καλύτερη επικοινωνία της επιχείρησης με υποψήφιους πελάτες και την βελτίωση των παρεχόμενων αποτελεσμάτων και κατά συνέπεια την ενίσχυση της ικανοποίησης των πελατών.

6.4 Καθορισμός Ενδιαφερόμενων Μερών

Σημαντικό βήμα στην ανάπτυξη του ΣΔΠ στο Κέντρο Αισθητικής είναι ο καθορισμός των ενδιαφερόμενων μερών, των προσδοκιών και των απαιτήσεων που έχουν. Τα ενδιαφερόμενα μέρη του Κέντρου Αισθητικής διαχωρίζονται σε Εσωτερικά και Εξωτερικά Ενδιαφερόμενα Μέρη. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα μέρη και οι απαιτήσεις τους:

Πίνακας 6: Εσωτερικά Ενδιαφερόμενα Μέρη & Απαιτήσεις αυτών

<p>Υπεύθυνος Κέντρου Αισθητικής</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Εφαρμογή Νομοθετικών Ρυθμίσεων για τη λειτουργία του Κέντρου Αισθητικής • Τήρηση διοικητικών διαδικασιών • Τήρηση και παρακολούθηση οικονομικών στοιχείων και στόχων • Καλή δημόσια εικόνα της επιχείρησης
<p>Υπάλληλοι Κέντρου Αισθητικής</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Σταθερό και ευχάριστο περιβάλλον εργασίας • Καλές οικονομικές απολαβές (μισθός και bonus) • Αναγνώριση προσόντων, προσφοράς και δυνατοτήτων εξέλιξης • Συνθήκες ασφάλειας και υγιεινής στο Κέντρο Αισθητικής

Μια σημαντική παράμετρος που προκύπτει από τον καθορισμό των ενδιαφερόμενων μερών του Κέντρου Αισθητικής είναι πως χρειάζεται μια διαδικασία μόνιμης επίβλεψης και ενημέρωσης τόσο των εσωτερικών όσο και των εξωτερικών ενδιαφερόμενων μερών, ενδεχομένως με την αξιοποίηση ενός διαδραστικού ηλεκτρονικού συστήματος, για την καταγραφή του επιπέδου ικανοποίησης των ενδιαφερόμενων μερών.

Ένα τέτοιο ηλεκτρονικό σύστημα είναι σημαντικό να έχει διαφορετικές λειτουργίες για τα εσωτερικά και τα εξωτερικά μέρη, καθώς μπορούν να αντληθούν διαφορετικές πληροφορίες.

Πίνακας 7: Εξωτερικά Ενδιαφερόμενα Μέρη και Απαιτήσεις αυτών

Πελάτες και υποψήφιοι πελάτες του Κέντρου

- Ποιότητα και ταχύτητα εξυπηρέτησης, αποτελέσματα παροχής
- Σωστή επιλογή υπηρεσιών και καλλυντικών προϊόντων
- Όμορφος χώρος και συνθήκες αναμονής (τηλεόραση, μουσική, θέρμανση, κλπ)

Εταιρείες Μηχανημάτων και Καλλυντικών Προϊόντων

- Σταθερή και καλή συνεργασία με τακτικές πληρωμές
- Ενημέρωση των πελατών για την σωστή χρήση και αποθήκευση των καλλυντικών προϊόντων
- Καλή συνεργασία και κατανόηση διαδικασιών (παραγγελίες, τομολόγηση κλπ)

Συνεργαζόμενες εταιρείες παροχής υπηρεσιών (εταιρίες courier καλλυντικών, εταιρίες συντήρησης κλπ)

- Συνέπεια και τήρηση οικονομικών συμφωνιών για παραδόσεις προϊόντων ή συντηρήσεις εξοπλισμού
- Μακροχρόνια και καλή συνεργασία
- Έγκαιρη ενημέρωση για χρήση των υπηρεσιών τους

Άλλες επιχειρήσεις και κάτοικοι της περιοχής

- Μηδενική όχληση και ασφάλεια από χρήση μηχανημάτων και ροή επισκεπτών στο Κέντρο
- Ασφάλεια από χρήση τεχνολογικών συσκευών υψηλού κινδύνου (Laser κλπ)

Για την καταγραφή στοιχείων και πληροφοριών αναφορικά με τον βαθμό ικανοποίησης των εξωτερικών μερών, μπορούν να καθοριστούν τακτικές συναντήσεις του ιδιοκτήτη / υπεύθυνου του Κέντρου Αισθητικής με εκπροσώπους των ενδιαφερόμενων μερών και η συζήτηση / ανταλλαγή απόψεων για τις παρεχόμενες υπηρεσίες και το επίπεδο τους.

6.5 Πεδίο Εφαρμογής του ΣΔΠ στο Κέντρο Αισθητικής

Για τον προσδιορισμό του πεδίου εφαρμογής του Κέντρου Αισθητικής, είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη μια σειρά από πληροφορίες και δεδομένα, όπως αυτά προκύπτουν από:

- Την ανάλυση μιας σειράς παραγόντων του Εξωτερικού Περιβάλλοντος, όπως αυτές παρουσιάζονται στην Ανάλυση PESTEL
- Την ανάλυση των Δυνατών και Αδύναμων στοιχείων της επιχείρησης, καθώς και τις Ευκαιρίες και Απειλές που έχει η επιχείρηση, όπως αυτές παρουσιάζονται στην Ανάλυση SWOT,
- Την ανάπτυξη των απαιτήσεων των ενδιαφερόμενων μερών και τέλος,
- Την καταγραφή των παρεχόμενων Υπηρεσιών και του Εξοπλισμού.

Ο κύριος ρόλος του Κέντρου Αισθητικής είναι η παροχή αισθητικών υπηρεσιών και δευτερευόντως η λιανική πώληση καλλυντικών προϊόντων.

Για την παροχή των υπηρεσιών προσώπου, σώματος και αποτρίχωσης, αλλά και την πώληση των καλλυντικών προϊόντων, το Κέντρο Αισθητικής πρέπει να παραγγέλνει, να παραλαμβάνει, να αποθηκεύει τις συσκευές, τα καλλυντικά προϊόντα και τα αναλώσιμα που είναι απαραίτητα για την λειτουργία του.

Το πεδίο εφαρμογής πρέπει να είναι διαθέσιμο και να τηρείται ως τεκμηριωμένη πληροφορία.

6.6 Καθορισμός Πολιτικής Ποιότητας

Για την λειτουργία του ΣΔΠ, ο ιδιοκτήτης / υπεύθυνος του Κέντρου Αισθητικής οφείλει να καθορίσει την Πολιτική Ποιότητας που το διέπει, λαμβάνοντας υπόψη τους σκοπούς λειτουργίας του.

Ο σκοπός λειτουργίας του Κέντρου Αισθητικής είναι η παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών στους πελάτες του, έτσι ώστε να ικανοποιούν πλήρως τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους, για διασφαλισμένη και συνεχώς βελτιούμενη ποιότητα σε όλους τους τομείς λειτουργίας του, τηρώντας πάντα τη κείμενη Νομοθεσία και τις εφαρμοστέες απαιτήσεις των Αρχών και των λοιπών ενδιαφερόμενων μερών.

Το Κέντρο Αισθητικής για την επίτευξη του σκοπού αυτού, πρέπει να θέτει αντικειμενικούς στόχους, για τους οποίους υπάρχει τακτική ανασκόπηση από της διοίκηση της επιχείρησης. Τέτοιοι αντικειμενικοί στόχοι για το Κέντρο Αισθητικής είναι ενδεικτικά:

- Η σταθερή παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών προσώπου, σώματος και αποτρίχωσης, ώστε να ικανοποιούνται στο ακέραιο οι απαιτήσεις των πελατών
- Η διατήρηση και η συνεχής ενίσχυση της καλής φήμης του, ως προς την ποιότητα, την παρεχόμενη εξυπηρέτηση προς τους πελάτες του και η διατήρηση της αξιοπιστίας του
- Η διατήρηση και βελτίωση των επιστημονικών γνώσεων και τεχνικών ικανοτήτων του προσωπικού παροχής υπηρεσιών, προς όφελος των πελατών
- Η προστασία των προσωπικών δεδομένων των πελατών του (βάση και των σχετικών Νομοθετικών Απαιτήσεων περί προστασίας προσωπικών δεδομένων) και η διασφάλιση απορρήτου του προσωπικού φακέλου υγείας και θεραπειών

Για την επίτευξη των παραπάνω το Κέντρο Αισθητικής θα πρέπει να τεκμηριώσει και να εφαρμόσει το ΣΔΠ το οποίο να είναι σύμφωνο με τις απαιτήσεις του προτύπου ISO 9001:2015, και να περιλαμβάνει όλες τις διεργασίες που επηρεάζουν την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών του.

Το ΣΔΠ είναι το εργαλείο που θα αξιοποιήσει το Κέντρο Αισθητικής για την εδραίωση, ανάπτυξη και βελτίωση του, στα πλαίσια του σκοπού δημιουργίας του και πρέπει να έχει την στήριξη και πλήρη δέσμευση του ιδιοκτήτη (Διοίκηση της επιχείρησης / Οργανισμού), σε ζητήματα διαθεσιμότητας πόρων / μέσων, για την αποτελεσματική εφαρμογή και βελτίωση του.

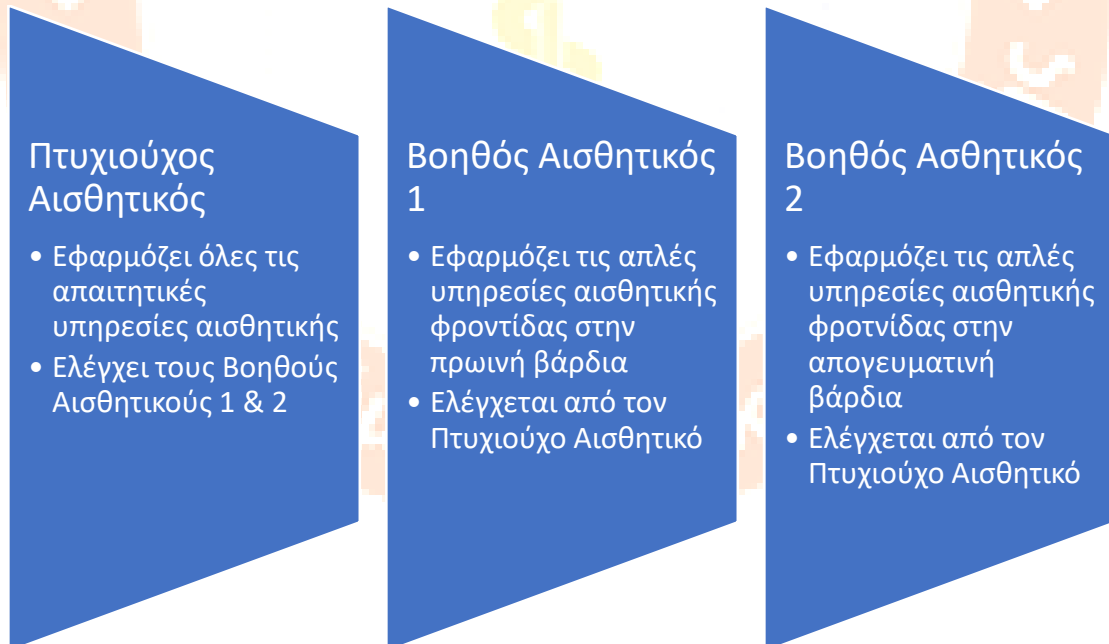
Η Πολιτική Ποιότητας που θα εφαρμόσει το Κέντρο Αισθητικής, πρέπει να είναι γνωστή και να εφαρμόζεται από το σύνολο του προσωπικού του, ενώ σε τακτές χρονικές περιόδους, ο ιδιοκτήτης (Διοίκηση της επιχείρησης / οργανισμού), οφείλει να επανεξετάζει την πολιτική αυτή για την αποτελεσματικότητά της.

6.7 Αρμοδιότητες στο Κέντρο Αισθητικής

Στο Κέντρο Αισθητικής, αρμόδιος για την ενημέρωση αναφορικά με την πολιτική ποιότητας και την εφαρμογή της μέσω του ΣΔΠ, είναι ο ιδιοκτήτης / υπεύθυνος του Κέντρου, ο οποίος αναθέτει στο υπόλοιπο προσωπικό, τις αρμοδιότητες και τους ρόλους που είναι απαραίτητοι για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης.

Για να είναι επιτυχής η ανάθεση των αρμοδιοτήτων από τον ιδιοκτήτη / υπεύθυνο του Κέντρου, αυτή πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις γνώσεις, την εμπειρία και τις ικανότητες κάθε υπαλλήλου. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό κατά την εφαρμογή των αισθητικών υπηρεσιών που έχουν ιδιαίτερες τεχνικές δυσκολίες ή/και μεγάλη ένταση αποτελέσματος (πχ Microdermabrasion, Laser Αποτρίχωσης κλπ), οι οποίες επιβάλλεται να εφαρμόζονται μόνο από πτυχιούχους αισθητικούς και όχι από βοηθούς αισθητικούς.

Σε άλλες πιο απλές περιπτώσεις, οι βοηθοί αισθητικοί μπορούν να εφαρμόζουν το μεγαλύτερο τμήμα της υπηρεσίας, αλλά πρέπει να ελέγχεται η διαδικασία εφαρμογής και το αποτέλεσμα από τον πτυχιούχο.



Σχήμα 5: Αρμοδιότητες Αισθητικών Κέντρου

6.8 Σημεία Κινδύνου (Risk Assessment)

Ο κίνδυνος σε ένα Κέντρο Αισθητικής μπορεί να περιγραφεί ως η πιθανότητα που υπάρχει να συμβεί ένα γεγονός και οι συνέπειες του στην λειτουργία της επιχείρησης και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Είναι σημαντικό να καταγραφούν όλοι οι πιθανοί κίνδυνοι που μπορούν να εμφανιστούν κατά την λειτουργία του Κέντρου Αισθητικής. Ουσιαστικά πρέπει να καταγραφούν και να περιγραφούν με σαφήνεια όλοι οι παράγοντες που ενδέχεται να επηρεάσουν κάποιες από τις διαδικασίες της επιχείρησης.

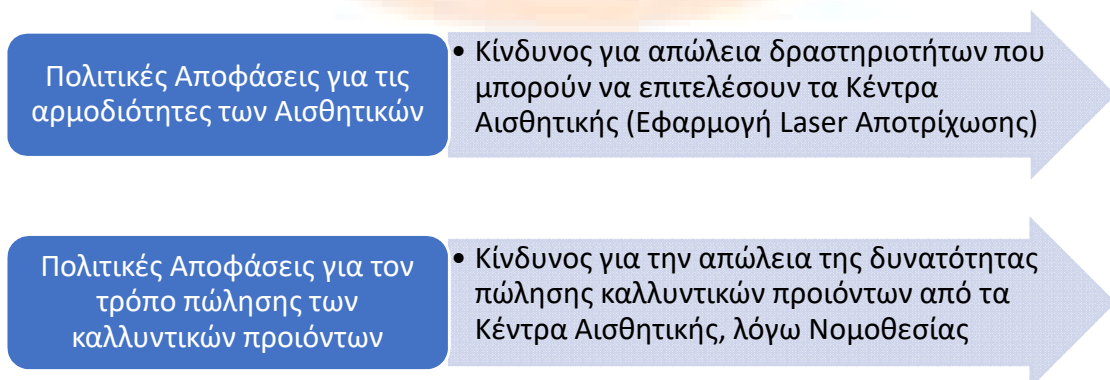
Για να καθοριστούν οι ενδεχόμενοι κίνδυνοι, μπορούν να χρησιμοποιηθούν διάφορες πηγές, όπως ζημιές και σφάλματα κατά την εφαρμογή υπηρεσιών στο παρελθόν, παράπονα πελατών για διάφορες περιπτώσεις, καταγεγραμμένες ζημιές ή βλάβες εξοπλισμού ή ατυχήματα στον χώρο. Για την σωστή αποτύπωση των κινδύνων, δημιουργείται σχετικός κατάλογος.

Για να αντιμετωπιστούν και να μειωθούν οι κίνδυνοι, υπάρχουν μια σειρά από διαδικασίες με κυριότερη την Λίστα Ελέγχου (Check List). Αντίστοιχα για να κατανοηθούν τα αίτια των κινδύνων σχεδιάζεται ένα Διάγραμμα Αιτίου-Αποτελέσματος(18)

Ας δούμε πρώτα τα σημεία κινδύνου και στη συνέχεια τα Διαγράμματα Αιτίου-Αποτελέσματος και τις Λίστες Ελέγχου που σχετίζονται με το Κέντρο Αισθητικής.

Στη συνέχεια περιγράφονται ορισμένοι σημαντικοί παράγοντες κινδύνου από το εξωτερικό και το εσωτερικό περιβάλλον και οι επιπτώσεις τους κατά την λειτουργία του Κέντρου Αισθητικής. Μπορεί φυσικά να υπάρχουν πολλοί άλλοι, ανά περίπτωση.

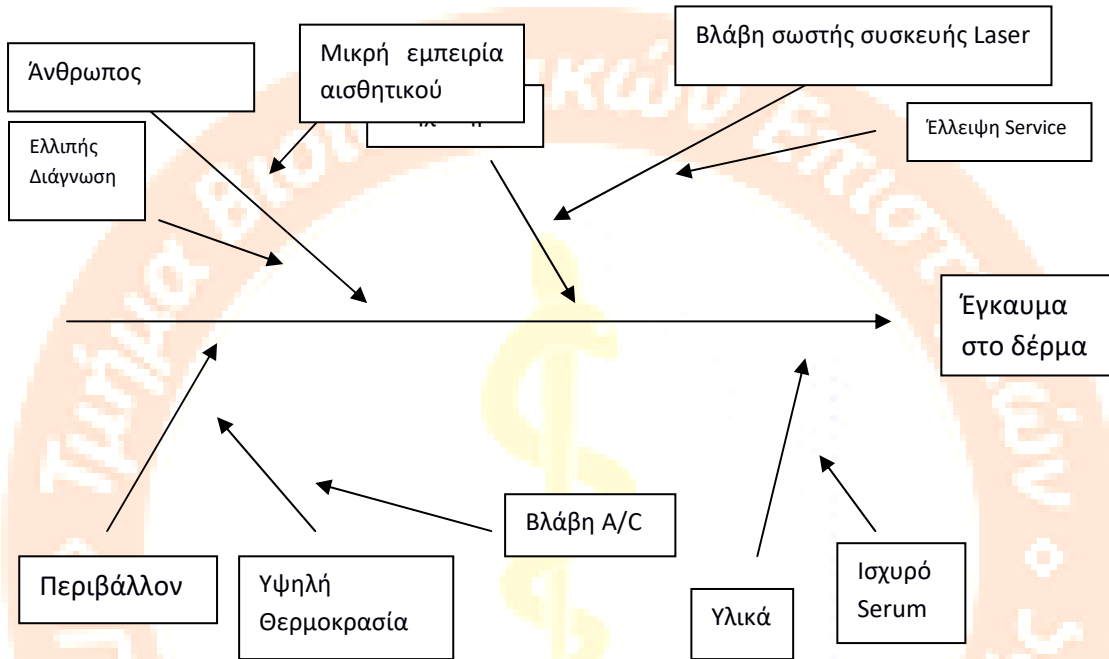
Πίνακας 8: Παράγοντες Κινδύνου & Επιπτώσεις





Διάγραμμα Αιτίου-Αποτελέσματος

Θα δούμε την αποτύπωση του διαγράμματος αιτίου-αποτελέσματος στην περίπτωση ενός εγκαύματος που μπορεί να προξενηθεί στην επιδερμίδα ενός πελάτη, δημιουργώντας μια σειρά από δυσάρεστες συνέπειες για την καλή φήμη της επιχείρησης, την επακόλουθη δυσαρέσκεια του πελάτη και ενδεχόμενα την ύπαρξη νομικών επιπλοκών (καταγγελία, μήνυση και αγωγή από τον πελάτη).



Σχήμα 6: Διάγραμμα Αιτίου-Αποτελέσματος για Έγκαυμα Δέρματος

Η διαδικασία αποτύπωσης του Αιτίου-Αποτελέσματος, για μια σειρά από προβλήματα που μπορεί να παρατηρηθούν στο Κέντρο Αισθητικής, βοηθάει στην κατανόηση των διαφόρων παραμέτρων που επηρεάζουν μια διαδικασία κατά την παροχή υπηρεσιών, την πώληση καλλυντικών προϊόντων και εν γένει την λειτουργία του Κέντρου.

Λίστες Ελέγχου

Οι λίστες ελέγχου είναι ένα απλό αλλά σημαντικό εργαλείο, με το οποίο μπορεί το προσωπικό του Κέντρου Αισθητικής να ελέγχει καθημερινά μια σειρά από διαδικασίες, τυποποιώντας και απλουστεύοντας τους ελέγχους, ενισχύοντας την ποιότητα και καλύπτοντας με τον πλέον κατάλληλο τρόπο τις απαιτήσεις για διασφάλιση της ποιότητας.

Έλεγχος Ολοκλήρωσης Βραδινής Βάρδιας BeautyCenter			
Ημερομηνία:/...../..... Υπεύθυνος:.....			
Συσκευή / Μηχάνημα	Κλειστή Τροφοδοσία	Καθαριότητα Περιβλήματος	Τακτοποιημένα Καλώδια
Επιλέξτε με το σήμα X την επιβεβαίωση της κατάστασης. Σε περίπτωση διαφοράς, αντιμετωπίστε το πρόβλημα και στη συνέχεια επιβεβαιώστε με X			
Ναρεur Προσώπου			
Συσκευή Υπερήχων			
Συσκευή Ραδιοσυχνοτήτων			
Συσκευή Hot/Cool			
Συσκευή Sterilization			
Συσκευή Peeling			
Συσκευή Vacuum			
Συσκευή Lipo Laser			
Συσκευή HF			

Οι λίστες ελέγχου διατηρούνται σε κατάλληλο αρχείο.

6.9 Δείκτες Ποιότητας

Δείκτες ποιότητας είναι εκείνοι οι δείκτες οι οποίοι μετά από στατιστική επεξεργασία μιας σειράς πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών, μπορούν να δώσουν την σωστή εικόνα για την λειτουργία μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού γενικότερα.

Στο Κέντρο Αισθητικής, οι δείκτες ποιότητας που μπορούν να καταγραφούν και να αποτελέσουν σημαντικές πηγές πληροφόρησης της διοίκησης για το επίπεδο λειτουργίας της επιχείρησης είναι οι εξής:

Στατιστική Βλαβών Μηχανημάτων (Αριθμός Βλαβών σε σχέση με τις ώρες χρήσης τους)

Δείκτης	Στόχος	Δράσεις Επίτευξης Στόχου
Βλάβες Μηχανημάτων	Περιορισμός των βλαβών μηχανημάτων σε σχέση με τις ώρες λειτουργίας με στόχο 1 βλάβη / 1000 ώρες λειτουργίας	Καθημερινός καθαρισμός των μηχανημάτων (ειδικά μετά από εφαρμογή). Χρήση κατάλληλων αναλωσίμων Τακτική συντήρηση των μηχανημάτων σε μηνιαία βάση,

Δείκτης Παρενεργειών Αισθητικών Υπηρεσιών (Αριθμός Εγκαυμάτων μετά από Laser Αποτρίχωσης σε σχέση με τον αριθμό συνεδριών)

Δείκτης	Στόχος	Δράσεις Επίτευξης Στόχου
Εγκαύματα Δέρματος	Μείωση εγκαυμάτων σε 1 έγκαυμα / 200 εφαρμογές	Αναλυτική λήψη Ιατρικού Ιστορικού πελάτη Χορήγηση εντύπου οδηγιών στο σπίτι

Δείκτης Ικανοποίησης Πελατών (Στατιστική επεξεργασία ειδικού ερωτηματολογίου πελατών)

Δείκτης	Στόχος	Δράσεις Επίτευξης Στόχου
Βαθμός Ικανοποίησης Πελατών	Θετικές απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο που συμπληρώνεται από τους πελάτες στο 90%	Μείωση χρόνου αναμονής πελατών. Αντικατάσταση διακόσμησης Κέντρου Τηλεφωνική επικοινωνία στις ονομαστικές εορτές των πελατών.

Ο πιο σημαντικός από τους παραπάνω δείκτες ποιότητας, είναι ο Βαθμός Ικανοποίησης των πελατών, καθώς αντανακλά την εικόνα που έχουν οι πελάτες για το Κέντρο και τη λειτουργία του, καθώς και καθορίζει το βαθμό ικανοποίησης των απαιτήσεων τους.

Για την επιλογή του τρόπου λήψης των κατάλληλων πληροφοριών από τους πελάτες (έντυπο ερωτηματολόγιο, ψηφιακό αρχείο, ηλεκτρονική συσκευή κλπ), μπορεί να υπάρχει συνεργασία με εξειδικευμένη εταιρεία.

6.10 Επιμέρους Στοιχεία Ποιοτικής Λειτουργίας Κέντρου Αισθητικής

Η επίτευξη, διατήρηση και βελτίωση της ποιότητας αποτελεί τον βασικό σκοπό για την ανάπτυξη του ΣΔΠ στο Κέντρο Αισθητικής. Ορισμένα επιμέρους στοιχεία που σχετίζονται με την καθημερινή λειτουργία του Κέντρου, επηρεάζουν σε πολύ μεγάλο βαθμό την επίτευξη του στόχου αυτού. Τα στοιχεία αυτά είναι η Προσέλκυση Πελατών, Η Εξυπηρέτηση Πελατών και οι Διαδικασίες Εφαρμογών. Για το λόγο αυτό και μια σειρά Διαδικασιών αποτυπώνονται με σαφήνεια στο ΣΔΠ καθορίζοντας τις διαδικασίες και τον τρόπο που πρέπει να τηρούνται από το προσωπικό το οποίο σχετίζεται με τις διαδικασίες αυτές.

6.10.1 Προσέλκυση Πελατών

Αν και δεν ανήκει στις αυτόνομες Διαδικασίες που οφείλουν να καταγράφονται και να τυποποιούνται στο ΣΔΠ, η προσέλκυση των πελατών αποτελεί μια ιδιαίτερη κατηγορία που αποτελεί χαρακτηριστικό των κέντρων αισθητικής και σχετίζεται με την γενικότερη λειτουργία και επιτυχία του Κέντρου. Στη συνέχεια αποτυπώνονται οι διαδικασίες προσέλκυσης πελατών που πρέπει να ληφθούν υπόψη στην δημιουργία του ΣΔΠ.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

Website
TV Spots
Radio Spots
Social Media

ΕΝΤΥΠΑ ΜΕΣΑ

Περιοδικά
Εφημερίδες
Flyers - Φυλλάδια
Δωροκουπόνια

ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Παρουσίαση Υπηρεσιών
Χοροεσπερίδες
Χορηγία σε Εκδηλώσεις

Για να αποτυπωθεί στο ΣΔΠ η διαδικασία προσέλκυσης πελατών, πρέπει να κατηγοριοποιηθούν συγκεκριμένες επιμέρους διαδικασίες. Συγκεκριμένα:

- ✓ Διευκρίνιση της Αγοράς-Στόχου
- ✓ Αποτύπωση καθαρού διαφημιστικού μηνύματος
- ✓ Καθορισμός κατάλληλου διαφημιστικού μέσου
- ✓ Αποτύπωση μηνύματος με απλά και κατανοητά λόγια
- ✓ Διαφήμιση λύσεων αναγκών και όχι απλά υπηρεσιών
- ✓ Αποτύπωση ευκρινούς τίτλου
- ✓ Παρακίνηση καταναλωτών να δράσουν (call-to-action)
- ✓ Έμφαση στην αποτελεσματικότητα της υπηρεσίας

Η αποτύπωση των σχετικών πληροφοριών πρέπει να είναι κατανοητή και εύκολη στην χρήση από κάθε υπάλληλο του κέντρου που μπορεί να ασχοληθεί με το συγκεκριμένο θέμα.

6.10.2 Εξυπηρέτηση Πελατών

Η εξυπηρέτηση των πελατών αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κριτήρια για την ικανοποίηση των πελατών και κατά συνέπεια είναι κομβικός παράγοντας επιτυχίας για ένα Κέντρο Αισθητικής και αποτελεί το πεδίο του Κεφαλαίου ISO 9001:2015 9.1.2. Για την σωστή και ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών θα αναφέρουμε τα κυριότερα στοιχεία που περιλαμβάνονται:

Συμπεριφορά Προσωπικού

Η συμπεριφορά του προσωπικού αποτελεί ένα πολύ σημαντικό θέμα, καθώς το Κέντρο Αισθητικής έχει σαν σκοπό του την φιλική προσέγγιση και εξυπηρέτηση του πελάτη, για το λόγο αυτό η συμπεριφορά του καθενός μπροστά στα μάτια του υπόλοιπου κόσμου, δηλαδή όταν μιλεί το προσωπικό μεταξύ του, αλλά και με τους πελάτες, τους γείτονες, κλπ, αποτελεί σημαντικό ρόλο στην συνολική εικόνα της επιχείρησης.

Τρόποι συμπεριφοράς κατά την εξυπηρέτηση

Η επικοινωνία με τον πελάτη πρέπει να γίνεται με ευγένεια ακόμα και όταν δεν είναι ευγενικός αυτός προς το προσωπικό.

- ✓ Πρέπει το προσωπικό να προσπαθεί πάντα να είναι χαμογελαστό ακόμα και σε περιπτώσεις που αντικειμενικά κάτι τέτοιο είναι δύσκολο.
- ✓ Ειδικά θα πρέπει να αποφεύγει το προσωπικό οποιαδήποτε συμπεριφορά, είτε λεκτική, είτε κάποιο μορφασμό, η οποία θα θίξει και θα δυσαρεστήσει τον πελάτη.
- ✓ Αμέσως μόλις αφιχθεί ο πελάτης στο κέντρο, πρέπει να ερωτάται πως μπορεί να τον εξυπηρετήσουν οι υπάλληλοι (εφόσον πρόκειται για την πρώτη επίσκεψη και δεν υπάρχει οικειότητα). Αν δεν υπάρχει η δυνατότητα για άμεση εξυπηρέτηση, πρέπει να προσφέρεται κάποιο αναψυκτικό και ορισμένα έντυπα/φυλλάδια για απασχόληση. Σημαντική είναι η ύπαρξη μουσικής ή τηλεοπτικής εκπομπής στο χώρο αναμονής για ευχάριστη αναμονή.
- ✓ Η υπομονή είναι απαραίτητη ακόμα και στις πιο δύσκολες περιπτώσεις.
- ✓ Όποια και αν είναι η ηλικία του πελάτη, οφείλει το προσωπικό να του απευθύνεται στον πληθυντικό.

Παράγοντες που επηρεάζουν την εξυπηρέτηση των πελατών

Μια σειρά από παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν την εξυπηρέτηση του πελάτη και κατά συνέπεια να δημιουργήσουν ρήγματα στην ικανοποίησή του. Οι παράγοντες αυτοί πρέπει να καταγράφονται και να τεκμηριώνεται η αντιμετώπιση τους. Στη συνέχεια θα καταγραφούν οι πλέον σοβαροί παράγοντες με σειρά από την άφιξη του πελάτη, έως την αποχώρησή του από το Κέντρο.

Παράγοντας	Επίδραση στην Εξυπηρέτηση Πελάτη
1. Ύπαρξη Parking στο κτήριο	Ευκολία ακόμα και σε κακές καιρικές συνθήκες
2. Ύπαρξη Ασανσέρ στο κτήριο	Ευκολία για άτομα με κινητικές δυσκολίες
3. Πινακίδα ένδειξης ορόφου που ευρίσκεται το Κέντρο Αισθητικής	Ευκολία για άτομα με δυσκολία στον προσανατολισμό.
4. Χρόνος Αναμονής του Πελάτη	Μικρός χρόνος αναμονής, θετική εικόνα
5. Υποδοχή στην είσοδο από υπάλληλο του Κέντρου	Θετική πρώτη εικόνα και προδιάθεση του πελάτη και του υποψηφίου πελάτη
6. Σερβίρισμα νερού-αναψυκτικού	Σπάσιμο του «πάγου» μεταξύ πελάτη-κέντρου
7. Ύπαρξη ντουλαπιών με κλειδί για φύλαξη προσωπικών ειδών	Ηρεμία του πελάτη για την φύλαξη χρημάτων ή άλλων αντικειμένων αξίας
8. Δυνατότητα επιλογής θερμοκρασίας χώρου	Θετική προσαρμογή για άτομα με διαταραχές στην θερμοκρασία σώματος
9. Ύπαρξη αναλωσίμων μιας χρήσης	Ευκολία και ξεγνοιασιά για την ανάγκη να

(παντόφλες, ρόμπα, πετσέτα)	μεταφέρει ο πελάτης είδη από το σπίτι του
10. Ύπαρξη Ειδών Υγιεινής (αφρόλουτρο, σαμπουάν, κλπ)	Ευκολία και ξεγνοιασιά για την ανάγκη να μεταφέρει ο πελάτης είδη από το σπίτι του
11. Ύπαρξη σεσουάρ για μαλλιά	Ευκολία για άτομα με ιδιαίτερα μαλλιά
12. Δυνατότητα κλήσης ταξί	Ευκολία για άτομα χωρίς όχημα

Αναπληροφόρηση για το επίπεδο εξυπηρέτησης - ικανοποίησης

Η βασική αρχή στο ΣΔΠ με βάση το Πρότυπο ISO 9001:2015 είναι η εστίαση στον πελάτη, η ικανοποίηση των απαιτήσεων και των προσδοκιών του σε μεγαλύτερο βαθμό από το αναμενόμενο. Στην εποχή μας, με αυξημένο το επίπεδο του ανταγωνισμού, είναι απαραίτητη η γνώμη των πελατών για την διαδικασία βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών. Οι πελάτες των Κέντρων Αισθητικής είναι από τους πλέον συνειδητοποιημένους καταναλωτές καθώς επιζητούν βελτίωση του υγιούς δέρματος και μικρών σωματικών ατελειών, δίχως συνήθως την ύπαρξη σοβαρών οργανικών παθήσεων.

Για την καλύτερη αποτύπωση του βαθμού ικανοποίησης των πελατών του Κέντρου Αισθητικής, είναι σημαντικό να σχεδιαστεί ένα ερωτηματολόγιο, ώστε να διαπιστωθούν τυχόν ζητήματα δυσαρέσκειας ή ελλειπών εξυπηρέτησης των πελατών. Στη συνέχεια με το κατάλληλο Διάγραμμα Αιτίου-Αποτελέσματος είναι εφικτό και απαραίτητο να αναζητηθούν τρόποι αντιμετώπισης των προβλημάτων που διαπιστώνονται από την επεξεργασία των ερωτηματολογίων.

6.10.3 Πρωτόκολλα – Διαδικασίες Εφαρμογών

Για την διατήρηση της σταθερής ποιότητας παροχής αισθητικών υπηρεσιών στους πελάτες του κέντρου, ανεξάρτητα από το ποιος αισθητικός εκτελεί την υπηρεσία, είναι απαραίτητη η step-by-step διαδικασία με περιγραφή των σταδίων εφαρμογής. Στη διαδικασία αυτή καταγράφονται όλα τα στάδια από την υποδοχή μέχρι την αποχώρηση του πελάτη από το κέντρο.



Σχήμα 7: Διαδικασία Αισθητικής Εφαρμογής Προσώπου

Οι διαδικασίες step-by-step των Εφαρμογών είναι απαραίτητες για την επίτευξη ποιότητας στις παρεχόμενες υπηρεσίες και την ικανοποίηση του πελάτη. Τα Πρωτόκολλα των Εφαρμογών έχουν πλήθος πληροφοριών και οπτικών απεικονίσεων για να είναι εύκολα κατανοητά ακόμα και από χειριστές με μικρή εμπειρία.



HYDROSKIN ULTRA
ΚΑΝΟΝΙΚΑ ΔΕΡΜΑΤΑ

Βαθεύει Ενυδάτωση & Ανάπλαση με Υγρήχους



HYDROSKIN ULTRA

Cream serum antiage	Κρέμα αοκλήρωσης	<ul style="list-style-type: none"> • Ροδόκερα καταπραυντική δράση • Ροδόλαοιο (Θρέψη και επανόρθωση ιστών) • B.T Factor (botax-like δράση) • Βιταμίνη Ε (Αντιοξειδωτική δράση) • Συνένζυμο Q10 (Αντιοξειδωτική δράση) • Αντιηλιακό φίλτρο (ανηλιακή προστασία)
---------------------	------------------	--

Β. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΥΠΕΡΧΩΔΩΝ

Η εφαρμογή της συσκευής γίνεται σε όλες τις περιοχές του προσώπου και του λαιμού που εφαρμόζεται το serum Nutri Lift. Σε κάθε σημείο του προσώπου η εφαρμογή διαρκεί από 2'-3'. Η δράση της μεθόδου ενισχύει τη διάλυση των δραστηκών ουσιών του serum:



ΤΡΟΠΟΣ ΔΡΑΣΗΣ

Η λειτουργία των Υπερχώδων έχει τη δυνατότητα να δρα σε δύο επίπεδα:

1** την διάλυση δραστηκών ουσιών στις κοιλότερες στρώσεις ενίσχυσης εφαρμογής τακτοποιούν την επιδερμίδα (μικροστίες, μικροδίσματα κλπ), με αποτέλεσμα να απαιτείται σποραδική δράση αναπλαστικών ουσιών. Η μέγιστη διάλυση των ουσιών αυτών επιτυγχάνεται με τη δράση των υπερχών (κλασική συσκευή υπερχών στη φάση της διεύθυνσης).

2** την ενεργοποίηση του κυτταρικού μεταβολισμού μέσω της αύξησης της θερμοκρασίας των ιστών και της σημαντικής μικροκυκλοφορίας. Με το τρόπο αυτό

HYDROSKIN ULTRA

*. Αφού αφαιρέσουμε τον παλιό μας θα του δώσουμε σε καθαριότητα να δε τις διαφορές που παρατηρεί στο δέρμα, του και θα συστήσουμε το ανάλογο προϊόντα περιποίησης για το σπίτι.

ΑΝΤΕΝΔΕΙΞΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

- Επιδερμικές βλάβες & λοιμώξεις του Δέρματος (Έρπης, Έκζεμα κλπ), Εκδορές, ανοιχτά τραύματα
- Βηματοδότες και μεταλλικό ενθέματα. Εγκυμοσύνη, Επληγμό και σοβαρές νεφρολογικές διαταραχές

Κάθε περίπτωση που δεν επιτρέπεται η χρήση Υπερχών στο πρόσωπο

ΠΡΟΤΙΝΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Προϊόν	Κύρια Δράση	Συσκευασία	Κωδικός
Cleansing Milk	Καθαρισμός		
face lotion	Τόνωση		
face scrub	Απολέπιση		
Nutri-Lift	Serum θρέψης		
Eclat anti-age	Μάσκα Αντιγήρανσης		
Cream serum Antiage	Κρέμα		

HYDROSKIN ULTRA

Η **Hydroskin Ultra** είναι μια συνδυαστική ενυδατική και αναπλαστική εφαρμογή για την αντιμετώπιση των αναγών του δέρματος του προσώπου και λαιμού. Η εφαρμογή περιλαμβάνει την χρήση της διαγνωστικής και θεραπευτικής συσκευής υπερχών Derma F Gold και απευθύνεται σε άτομα με ήπια ή έντονη αφυδάτωση.

ΚΥΡΙΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

- Έντονη Ενυδάτωση και θρέψη των ιστών
- Ενεργοποίηση της μικροκυκλοφορίας.
- Διείσδυση δραστηκών βιο-ενεργών ουσιών στα βαθύτερα στρώματα της επιδερμίδας.

Α. ΚΟΣΜΗΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ - ΔΡΑΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ

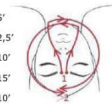
Προϊόν	Κύρια Δράση	Δραστικά Συστατικά
Cleansing Milk	Καθαρισμός	<ul style="list-style-type: none"> • Ροδόκερα (Τονωτική και καταπραυντική δράση) • Ροδόλαοιο (Θρέψη και επανόρθωση ιστών) • Βιταμίνη Ε (Αντιοξειδωτική δράση) • Συνένζυμο Q10 (Αντιοξειδωτική δράση)
face lotion	Τόνωση	<ul style="list-style-type: none"> • Ροδόκερα (Τονωτική και καταπραυντική δράση)
face scrub	Απολέπιση	<ul style="list-style-type: none"> • Κόκκοι Απολέπισης • Ροδόλαοιο (Θρέψη και επανόρθωση ιστών) • Ελαιόλαδο & Καστορέλαιο (Θρέψη) • Ροδόλαοιο (Θρέψη και επανόρθωση ιστών) • Προβιταμίνη Β5 (Επανόρθωση και ενυδάτωση ιστών)
Nutri-Lift	Serum θρέψης	<ul style="list-style-type: none"> • Ροδόλαοιο (Θρέψη και επανόρθωση ιστών) • Argan Oil (Θρέψη, προστασία και επανόρθωση) • Ελαιόλαδο (Θρέψη) • Shea Butter (Επανόρθωση και Προστασία) • Κοπύβιχα (Αντιοξειδωτική δράση και κυτταρική ενεργοποίηση)
Eclat anti-age	Μάσκα Αντιγήρανσης	<ul style="list-style-type: none"> • Ροδόκερα (Τονωτική και καταπραυντική δράση) • Ροδόλαοιο (Θρέψη και επανόρθωση ιστών) • Συνένζυμο Q10 (Αντιοξειδωτική δράση)

HYDROSKIN ULTRA

επιτυγχάνεται η ενδογενής παραγωγή κολλαγόνου και ελαστίνης βελτιώνοντας τη συνοχή του χεριού και την σφριγγιλάττητα των ιστών.

ΣΤΑΔΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

1. Καθαρισμός, και τόνωση προσώπου (ντεμακιγιζ) 5'
2. Απολέπιση προσώπου (peeling) 2,5'
3. Εφαρμογή ειδικού serum με Υγρήχους 10'
4. Μόλαξη με ενυδατική κρέμα (Blossom Massage) 15'
5. Εφαρμογή μάσκας Προσώπου 10'



ΠΡΩΤΟΚΟΛΛΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

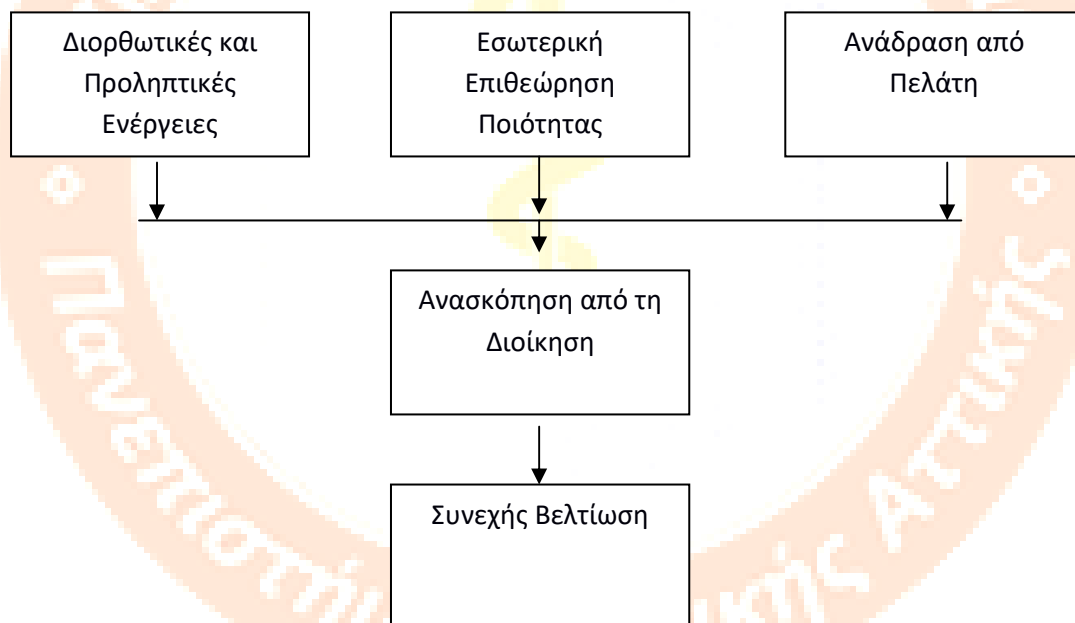
1. Ξεκινάμε το ντεμακιγιζ με το Cleansing Milk (για το ντεμακιγιζ των ματιών θα χρησιμοποιήσουμε το eyes and lips make up remover) και θα επαναλάβουμε όσες φορές χρειαστεί ώστε να αφαιρεθεί το μακιγιζ και τα νεκρά κύτταρα από την επιδερμίδα. Παιρνουμε μια μικρή ποσότητα από το Cleansing Face gel και το δουλεύουμε στο πρόσωπο με βρεγμένα δάκτυλα για 3'. Εξβγάζουμε με χλαρό νερό και στεγνώνουμε. Τονώνουμε την επιδερμίδα με 2 ml Eau de rose face Lotion
2. Θα συνεχίσουμε με την διαδικασία της απολέπισης με 5 ml Crème Douce Exfoliante και το δουλεύουμε με κυκλικές κινήσεις σε όλο το πρόσωπο. Καθαρίζουμε την επιδερμίδα με χλαρό νερό, στεγνώνουμε και περνάμε λοσιόν.
3. Θα πάρουμε 2 ml Nutri-Lift και θα δουλεύουμε στο πρόσωπο την συσκευή με την τεχνολογία υπερχών ("σπίτσουλα") σύμφωνα με τις οδηγίες.
4. Παιρνουμε μια ποσότητα 5-7ml από την Massage Cream και ξεκινάμε την μόλαξη σε πρόσωπο και ντεκαλίτ (διαδικασία Blossom Massage).
5. Εφαρμόζουμε στο πρόσωπο και στο λαιμό την μάσκα Eclat anti-age. Την αφήνουμε για 15 - 20' και αφαιρούμε.
6. Ολοκληρώνουμε την θεραπεία με 2 ml Serum Nutri Lift και Day Cream- multi Active σε όλο το πρόσωπο και στο λαιμό. Τέλος θα βάλουμε την αντιηλιακή με δείκτη προστασίας ανάλογα με την εποχή και το δέρμα.

Εικόνα 4: Πρωτόκολλο Αισθητικής Εφαρμογής Προσώπου

6.11 Επιθεωρήσεις

Οι εσωτερικές επιθεωρήσεις είναι μια τακτική υποχρέωση που έχει η επιχείρηση / οργανισμός με αποκλειστικό σκοπό την επαλήθευση πως οι διάφορες διεργασίες διεξάγονται με σταθερότητα και πως πληρούν τις απαιτήσεις που έχει θέσει ο οργανισμός με το ΣΔΠ.

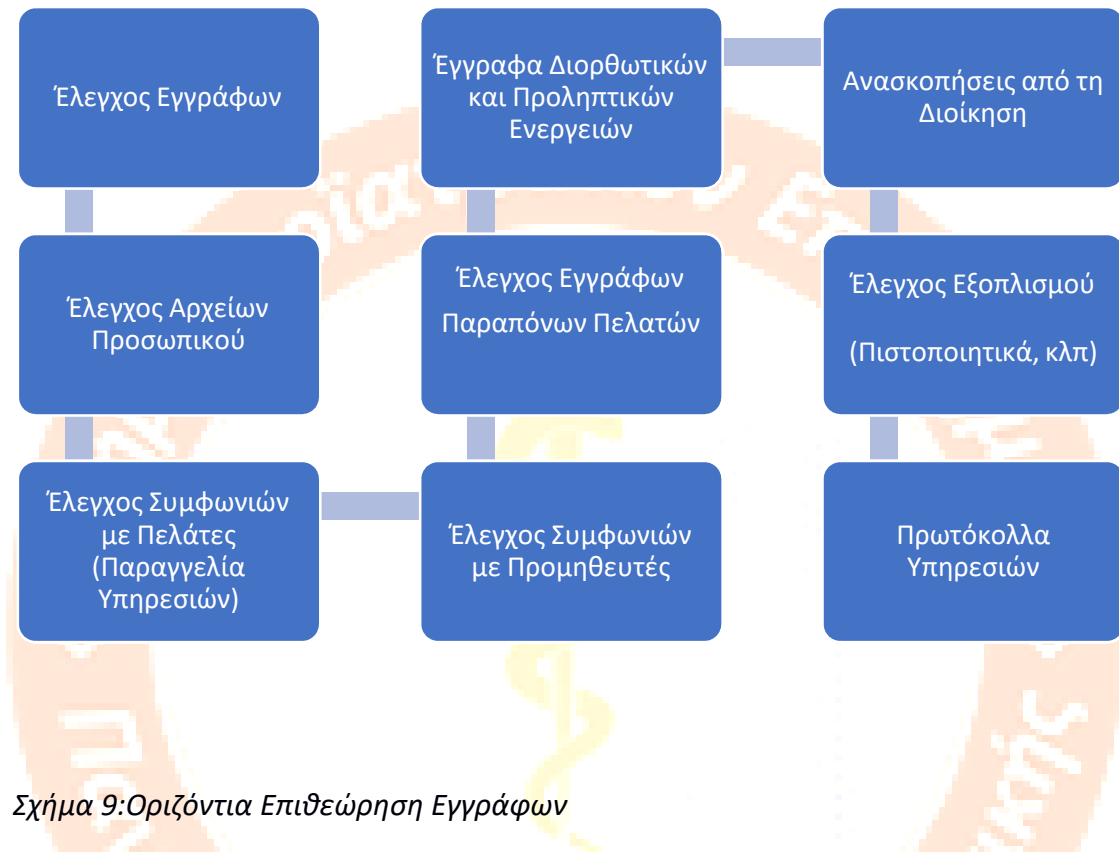
Με τις επιθεωρήσεις, η επιχείρηση και εν προκειμένω το Κέντρο Αισθητικής, οφείλει να καθορίζει τα κριτήρια και το αντικείμενο κάθε επιθεώρησης, να εξασφαλίζει την αμεροληψία του εκτελών χρέη επιθεωρητού, να αναφέρει τα αποτελέσματα στον υπεύθυνο της επιχείρησης και στη συνέχεια να λαμβάνει τα κατάλληλα διορθωτικά μέτρα και φυσικά να τηρεί τις τεκμηριωμένες πληροφορίες με τα αποτελέσματα κάθε επιθεώρησης ως αποδεικτικά στοιχεία. Ο στόχος είναι η διαρκής βελτίωση του ΣΔΠ.



Σχήμα 8: Εργαλεία Βελτίωσης ΣΔΠ με Εσωτερική Επιθεώρηση

Στο Κέντρο Αισθητικής, μια σειρά από επιμέρους επιθεωρήσεις μπορούν να σχεδιαστούν σε τακτική βάση για να τηρηθεί το υψηλό επίπεδο ποιοτικής παροχής υπηρεσιών και να διατηρηθεί η ικανοποίηση των πελατών. Συγκεκριμένα μπορούν να διεξαχθούν δύο είδη Επιθεωρήσεων στο Κέντρο Αισθητικής, Οριζόντιες και Κάθετες:

Οριζόντια Επιθεώρηση: Οι οριζόντιες επιθεωρήσεις είναι οι επιθεωρήσεις των διαδικασιών και των δραστηριοτήτων του ΣΔΠ (πχ επιθεώρηση της διαδικασίας ελέγχου των εγγράφων).



Σχήμα 9: Οριζόντια Επιθεώρηση Εγγράφων

Κάθετη Επιθεώρηση: Κάθετες ή Τεχνικές Επιθεωρήσεις είναι οι επιθεωρήσεις των διαδικασιών διακριβώσεων. Αυτού του τύπου οι επιθεωρήσεις αφορούν κυρίως εργαστήρια που χειρίζονται ειδικές συσκευές και δείγματα υλικών. Σε ένα Κέντρο Αισθητικής δεν είναι σύνηθες κάτι τέτοιο. Θα μπορούσε να λειτουργήσει εάν υπήρχε η δυνατότητα να λαμβάνονται δείγματα βιολογικών υλικών από τον πελάτη με σκοπό την μέτρηση διαφόρων παραγόντων (πχ μέτρηση μελανίνης με ειδικές συσκευές για διαπίστωση υπερμελάγχρωσης, ή μέτρηση δείγματος ιδρώτα για διακρίβωση του ΡΗμε ειδικό σύστημα μέτρησης, pH-meter).

Σε μια τέτοια περίπτωση θα υπήρχε παρακολούθηση του τρόπου διακρίβωσης στο χώρο του Κέντρου Αισθητικής και μια σειρά από έλεγχοι του χειρισμού και καταγραφής των δοκιμών και αποτελεσμάτων των ελέγχων.

6.12 Ανάπτυξη Διαδικασιών ΣΔΠ Κέντρου Αισθητικής

Για την ανάπτυξη του ΣΔΠ σε ένα Κέντρο Αισθητικής, είναι απαραίτητο να καθοριστούν οι κύριες και δευτερεύουσες διεργασίες αυτού, οι οποίες σχετίζονται και επηρεάζουν τη λειτουργία του. Οι Κύριες Διεργασίες επηρεάζουν καθοριστικά την λειτουργία και τους στόχους ποιότητας της επιχείρησης, ενώ οι δευτερεύουσες διεργασίες μπορούν να επηρεάσουν τον βαθμό ικανοποίησης του πελάτη.

6.12.1 Κύριες Διεργασίες Κέντρου Αισθητικής



Σχήμα 10: Κύριες Διεργασίες Κέντρου Αισθητικής

Ας δούμε στη συνέχεια την συνοπτική παρουσίαση των βασικών αυτών διεργασιών που μπορεί να αναπτυχθούν στο ΣΔΠ του Κέντρου Αισθητικής:

Δ.01 Παραγγελία Καλλυντικών Προϊόντων & Αναλωσίμων

Σκοπός της διεργασίας είναι η καταγραφή των βημάτων που απαιτούνται για την παραγγελία καλλυντικών και αναλωσίμων που είναι απαραίτητα για την λειτουργία του Κέντρου Αισθητικής, τόσο για την παροχή υπηρεσιών με χρήση προϊόντων και αναλωσίμων, όσο και για την λιανική πώληση καλλυντικών προϊόντων. Η αρμοδιότητα ανήκει στον υπεύθυνο του Κέντρου Αισθητικής. Οι παραγγελίες γίνονται ανάλογα με τις ανάγκες, την διαθεσιμότητα των καλλυντικών προϊόντων και αναλωσίμων και την ύπαρξη κατάλληλου αποθηκευτικού χώρου.

Δ.02 Παραλαβή & Αποθήκευση Καλλυντικών Προϊόντων & Αναλωσίμων

Σκοπός της διεργασίας είναι η περιγραφή της παραλαβής των καλλυντικών προϊόντων και αναλωσίμων που παραλαμβάνονται μετά από σχετική παραγγελία του υπευθύνου. Σημαντικό στοιχείο είναι η διασταύρωση των προϊόντων που παραλαμβάνονται με τα σχετικά παραστατικά (Τιμολόγια και Δελτία Αποστολής) και η τακτοποίηση των υλικών στις κατάλληλες θέσεις, με τις κατάλληλες συνθήκες (ψυγεία, κλπ).

Δ.03 Καταχώρηση Παραστατικών Προϊόντων & Αναλωσίμων

Σκοπός της διεργασίας είναι η καταχώρηση Τιμολογίων, Δελτίων Αποστολής και λοιπών συνοδευτικών εγγράφων των προϊόντων και αναλωσίμων, για την σωστή διαχείριση οικονομικών μεγεθών και προβλέψεων (πιθανά έσοδα από πώληση προϊόντων κλπ).

Δ.04 Ενημέρωση και Πώληση Αισθητικών Υπηρεσιών

Η συγκεκριμένη διεργασία είναι σημαντική για την κατανόηση των διαδικασιών και μεθόδων προώθησης των παρεχόμενων υπηρεσιών στους πελάτες (πώληση). Περιλαμβάνει τεχνικές πωλήσεων και ιδιαίτερους χειρισμούς αντιρρήσεων πελάτη.

Δ.05 Εφαρμογή Αισθητικών Υπηρεσιών

Σκοπός της διεργασίας είναι η αναλυτική περιγραφή των σταδίων εφαρμογής των αισθητικών υπηρεσιών προσώπου, σώματος και αποτρίχωσης με χρήση των Πρωτοκόλλων Εφαρμογής για κάθε υπηρεσία. Στη διεργασία αναφέρονται αναλυτικά οι τεχνικές, οι συσκευές, τα καλλυντικά προϊόντα και τα αναλώσιμα, που χρησιμοποιούνται σε κάθε υπηρεσία.

Δ.06 Πώληση Καλλυντικών Προϊόντων

Η συγκεκριμένη διεργασία είναι σημαντική για την κατανόηση των διαδικασιών και μεθόδων προώθησης των καλλυντικών προϊόντων στους πελάτες (πώληση). Περιλαμβάνει τεχνικές πωλήσεων και ιδιαίτερους χειρισμούς αντιρρήσεων πελάτη.

6.12.2 Διοικητικές Διεργασίες

Δ.07 Ανασκόπηση από την Διοίκηση

Σκοπός της διαδικασίας είναι η περιγραφή του τρόπου ανασκόπησης της λειτουργίας και των αποτελεσμάτων του ΣΔΠ από τον ιδιοκτήτη / υπεύθυνο του Κέντρου (Διοίκηση)

Δ.08 Καθορισμός Στόχων Ποιότητας

Σκοπός της διαδικασίας είναι ο καθορισμός των στόχων που πρέπει να υλοποιηθούν, με χρονικό ορίζοντα την έναρξη κάθε έτους, λαμβάνοντας υπόψη τον απολογισμό του προηγούμενου έτους, προτάσεις των συμμετεχόντων, επιλογές του ιδιοκτήτη (διοίκησης).

Δ.9 Εσωτερική Επιθεώρηση Ποιότητας

Σκοπός της διεργασίας είναι ο αποτελεσματικός έλεγχος των διαδικασιών λειτουργίας του Κέντρου, καθώς και του ελέγχου συμμόρφωσης με τις απαιτήσεις του Προτύπου ISO 9001:2015.

6.12.3 Υποστηρικτικές Διεργασίες

Δ.10 Συμπεριφορά Προσωπικού

Σκοπός της διεργασίας είναι η διασφάλιση του φιλικού, επαγγελματικού και υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησης των πελατών του Κέντρου, μέσα από την περιγραφή του τρόπου επικοινωνίας και συνδιαλλαγής με τους πελάτες, την αντιμετώπιση αντιρρήσεων και διαφόρων ειδικών θεμάτων αισθητικής, καθώς και της τεχνικής κατάρτισης και γνώσεων των υπηρεσιών και προϊόντων που διαθέτει το Κέντρο. Η διαδικασία εφαρμόζεται από όλους όσους έρχονται σε επαφή με τους πελάτες (ιδιοκτήτης/υπεύθυνος, αισθητικοί, υπάλληλος υποδοχής, καθαρίστρια).

Δ.11 Διαχείριση Προσωπικού

Σκοπός της διεργασίας είναι η περιγραφή του τρόπου διαχείρισης του προσωπικού, Η διαχείριση έχει σαν σκοπό την διασφάλιση της ποιότητας, τον προσδιορισμό αναγκών εκπαίδευσης και τον προσδιορισμό βάσει της απόδοσης του καθενός (σύστημα παρακίνησης). Περιλαμβάνονται διαδικασίες χρήσης Αρχείου Προσωπικού (εκπαίδευση, άδειες, ασθένειες, κλπ).

Δ.12 Διαχείριση παραπόνων πελατών

Σκοπός της διαδικασίας είναι η διασφάλιση της συγκέντρωσης και γνωστοποίησης στον ιδιοκτήτη / υπεύθυνο του Κέντρου, τυχόν παραπόνων των πελατών και η περιγραφή του τρόπου με τον οποίο αντιμετωπίζεται ο πελάτης.

Δ.13 Καθαριότητα Χώρων – Εργασίες Συντήρησης

Σκοπός της διεργασίας είναι ο καθορισμός των εργασιών για την καθαριότητα και συντήρηση των χώρων του κέντρου, με σκοπό τη διατήρηση της καλής κατάστασης και καλής εικόνας προς τους πελάτες

Δ.14 Διακρίβωση και συντήρηση εξοπλισμού (μηχανημάτων, κλιματιστικών, Η/Υ κλπ)

Σκοπός της διεργασίας είναι ο καθορισμός των εργασιών συντήρησης που απαιτούνται για τον εξοπλισμό του Κέντρου Αισθητικής, έτσι ώστε να διατηρείται η καλή κατάσταση και λειτουργία τους και η θετική εικόνα στους πελάτες.

Δ.15 Αξιολόγηση Προμηθευτών

Σκοπός της διεργασίας είναι η περιγραφή των πρακτικών και μεθόδων για την συνεχή και εμπειρισταωμένη αξιολόγηση των προμηθευτών και των συνεργατών του Κέντρου Αισθητικής, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η ποιότητα και η ανταγωνιστικότητα των υπηρεσιών που παρέχει το Κέντρο.

Δ.16 Μέτρηση Ικανοποίησης Πελατών

Σκοπός της διεργασίας είναι η διαρκής έρευνα των αντιλήψεων και τάσεων των πελατών του Κέντρου Αισθητικής, ώστε να λαμβάνονται γρήγορα υπόψη οι ανάγκες και επιθυμίες του, ώστε να παραμένει η επιχείρηση ανταγωνιστική και σύγχρονη. Επιπλέον η διαδικασία στοχεύει στην διερεύνηση τυχόν αδυναμιών του κέντρου και

των επιμέρους διεργασιών, ώστε να ενισχύεται διαρκώς η ικανοποίηση των πελατών. Στοιχείο της διαδικασίας είναι Ερωτηματολόγια για την πληροφόρηση από πελάτες.

Δ.17 Εισαγωγή Νέων Υπηρεσιών

Σκοπός της διαδικασίας είναι η αποτύπωση με συστηματικό τρόπο των μεθόδων και πρακτικών που αφορούν στην συνεχή βελτίωση, ανανέωση και αύξηση της γκάμας των υπηρεσιών που παρέχει το Κέντρο στο καταναλωτικό κοινό, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η ανταγωνιστικότητα αυτών σε όλα τα επίπεδα (ποιότητα, τιμή, καινοτομία, κλπ).

Δ.18 Ενημέρωση κοινού – Τηλεφωνική επικοινωνία

Σκοπός της διεργασίας είναι η εκπαίδευση του προσωπικού στις βασικές αρχές τηλεφωνικής επικοινωνίας με τους πελάτες και υποψηφίους πελάτες, ώστε να επιτυγχάνονται τόσο η προσέλκυση νέων πελατών, με το να δίνονται οι σωστές πληροφορίες με σκοπό την ικανοποίηση του και την επίσκεψη στο Κέντρο, όσο και αυξημένες πωλήσεις στους υπάρχοντες πελάτες.

Δ.19 Μη-Συμμόρφωση – Διορθωτικές Ενέργειες

Σκοπός της διεργασίας είναι η εφαρμογή ενός σταθερού συστήματος για την βελτίωση της αποδοτικότητας της λειτουργίας του Κέντρου Αισθητικής, για την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών, την αύξηση της ανταγωνιστικότητας του Κέντρου και κυρίως την αύξηση της ικανοποίησης των πελατών.

6.13 Ανάπτυξη Έντυπων ΣΔΠ Κέντρου Αισθητικής

E.01 Αρχείο Προσωπικού

Το συγκεκριμένο έντυπο περιλαμβάνει μια σειρά από προσωπικές πληροφορίες των υπαλλήλων (Προσωπικά Στοιχεία, Φωτογραφία, Γνώσεις, Πιστοποιητικά Υγείας, Εκπαιδεύσεις, Παρακολούθηση Αδειών, Ασθένειες και Ατυχήματα)

E.02 Προγραμματισμός Βαρδιών Προσωπικού

Το συγκεκριμένο έντυπο περιλαμβάνει τον εβδομαδιαίο / μηνιαίο προγραμματισμό των ωραρίων εργασίας των υπαλλήλων για τον καλύτερο συντονισμό της λειτουργίας (κλείσιμο ραντεβού, αριθμός εφαρμογών, κλπ).

E.03 Αίτηση Χορήγησης Άδειας

Το συγκεκριμένο έντυπο περιλαμβάνει τις πληροφορίες που χρειάζονται για να γίνει ο προγραμματισμός των αδειών του προσωπικού και να καταχωρηθούν στο αρχείο προσωπικού /καρτέλα προσωπικού.

E.04 Αίτηση οικειοθελούς παραίτησης

Το συγκεκριμένο έντυπο είναι σημαντικό γιατί καταγράφει το αίτημα οικειοθελούς αποχώρησης του υπαλλήλου, προφυλάσσοντας έτσι την επιχείρηση από μελλοντική διεκδίκηση οφειλομένων ποσών αποζημίωσης.

E.05 Έντυπο Παραγγελιών Καλλυντικών & Αναλωσίμων

Το συγκεκριμένο έντυπο καταγράφει επακριβώς τα είδη και τις ποσότητες που παραγγέλλονται από τους εγκεκριμένους προμηθευτές, έτσι ώστε να αποσταλούν οι πληροφορίες στους προμηθευτές (με έντυπο ή ψηφιακό τρόπο) και να χρησιμοποιηθεί για αντιπαραβολή με τα παραστατικά παραλαβής.

E.06 Αναφορά Εγκαύματος – Οργανικής Βλάβης

Το συγκεκριμένο έντυπο καταγράφει τυχόν παρενέργεια / οργανική βλάβη που προκαλείται σε πελάτη από λάθος ή αστοχία εφαρμογής κάποιας αισθητικής πράξης. Στο έντυπο πρέπει να αποτυπώνεται και φωτογραφικό υλικό για την παρακολούθηση της πορείας της βλάβης.

E.07 Έντυπο χειρισμού παραπόνου πελάτη

Στο έντυπο καταγράφεται αναλυτικά το παράπονο πελάτη, οι ενέργειες που γίνονται για την αποκατάσταση της ικανοποίησης του και η εξέλιξη του παραπόνου αυτού.

E.08 Πλάνο Συντήρησης

Στο συγκεκριμένο έντυπο αποτυπώνεται ένα σχέδιο εβδομαδιαίας / μηνιαίας / ετήσιας συντήρησης χώρων, υλικών και εξοπλισμού.

E.09 Αρχείο Εξοπλισμού

Στο αρχείο εξοπλισμού καταγράφονται όλα τα διαθέσιμα μηχανήματα και συσκευές που υπάρχουν στο κέντρο αισθητικής με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους

(Περιγραφή λειτουργίας, Βεβαιώσεις και Πιστοποιητικά CE, Βλάβες, Συντήρηση, κλπ)

E.10 Πρωτόκολλο Εφαρμογής Υπηρεσιών

Στο συγκεκριμένο έντυπο αποτυπώνεται η πλήρης διαδικασία για την εφαρμογή μιας αισθητικής υπηρεσίας. Περιέχονται επιστημονικές πληροφορίες και step-by-step διαδικασίες εφαρμογής με πίνακα χρησιμοποιούμενων συσκευών, καλλυντικών και προϊόντων.

6.14 Έρευνα ικανοποίησης πελατών με χρήση ερωτηματολογίου

Οτιδήποτε δεν μπορεί να μετρηθεί, είναι σίγουρο πως δεν μπορεί να διαχειριστεί. Η μέτρηση της ικανοποίησης του καταναλωτή είναι σημαντική για τις επιχειρήσεις κάθε είδους και μορφής. Η μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους, όπως συνεντεύξεις, έρευνες καταγραφής ικανοποίησης με ερωτηματολόγια και άλλες μεθόδους.

Η χρήση ερωτηματολογίων είναι πολύ διαδεδομένη και ένα από τα πλέον διαδεδομένα μοντέλα σχεδιασμού ερωτηματολογίων είναι το μοντέλο SERVQUAL, το οποίο σχεδιάστηκε από τους Parasuraman, Zeithaml και Berry το 1988. Προκύπτει από την συνένωση των λέξεων service και quality και η κύρια χρήση τους είναι στη μέτρηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Στο συγκεκριμένο μοντέλο, μελετάται η διαφορά μεταξύ της προσδοκίας τους πελάτη και της ικανοποίησης που δηλώνει για το ίδιο ζήτημα. Με την μέθοδο αυτή μπορούν να αποτυπωθούν διαφορές και προβλήματα σε συγκεκριμένα πεδία δραστηριότητας ή διεργασίες της επιχείρησης, που δεν είναι άμεσα αντιληπτά από τη διοίκηση και τους εργαζόμενους.

Με το μοντέλο αυτό μπορεί να γίνει συσχέτιση των αποτελεσμάτων με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των πελατών καθώς την απασχόληση τους. Με το μοντέλο και το ερωτηματολόγιο που προκύπτει, ελέγχονται οι εξής παράμετροι ποιότητας της επιχείρησης:

- ✓ **Αξιοπιστία:** Η ικανότητα της επιχείρησης να παρέχει την υπηρεσία με αξιοπιστία και ακρίβεια

- ✓ Διαβεβαίωση: Η ευγένεια, οι γνώσεις και η ικανότητα του προσωπικού να εμπνέουν εμπιστοσύνη
- ✓ Απτά Υλικά: Ο εξοπλισμός, οι εγκαταστάσεις και η γενικότερη εικόνα των υπαλλήλων και των χώρων.
- ✓ Ενσυναίσθηση: Η προσωποποιημένη και προσεγμένη φροντίδα στους πελάτες
- ✓ Ανταπόκριση: Η προθυμία και άμεση ανταπόκριση στις επιθυμίες των πελατών.

Για το σκοπό αυτό σχεδιάστηκε ένα στοχευμένο ερωτηματολόγιο με πενταβάθμια κλίμακα για χρήση σε Κέντρο Αισθητικής (Παράρτημα Α)

7. Συμπεράσματα

Το Πρότυπο ISO9001:2015 μπορεί να εφαρμοστεί σε επιχειρήσεις / οργανισμούς κάθε μεγέθους και πεδίου δράσης, είτε αφορά τον ιδιωτικό, είτε τον δημόσιο τομέα και αποδίδει με αποτελεσματικότητα τόσο για τη παροχή υπηρεσιών όσο και για τη παραγωγή προϊόντων. Τα Κέντρα Αισθητικής είναι μια ιδιαίτερη κατηγορία μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων με κύριο αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών αισθητικής προσώπου, σώματος και αποτρίχωσης, και δευτερεύον αντικείμενο την λιανική πώληση καλλυντικών προϊόντων.

Στην περίπτωση των πολύ μικρών ατομικών επιχειρήσεων, η ανάπτυξη ενός ΣΔΠ μπορεί να προσφέρει σημαντικά αποτελέσματα στην επίτευξη, διατήρηση και βελτίωση της ποιότητας λειτουργίας, εφόσον γίνουν οι κατάλληλες προσαρμογές στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του μικρού μεγέθους, από εξειδικευμένους επιστήμονες.

Στα Κέντρα Αισθητικής με μεγαλύτερο αριθμό προσωπικού και διακριτά τμήματα (πωλήσεων, παροχής, καθαριότητας-υποστήριξης, υποδοχής, κλπ), η εφαρμογή μπορεί να προσφέρει πολύ μεγαλύτερα και άμεσα μετρήσιμα αποτελέσματα, καθώς ενισχύει τη ποιότητα στις διεργασίες, συστηματοποιεί επιμέρους λειτουργίες της επιχείρησης και προσφέρει μια σταθερότητα και υψηλή αποτελεσματικότητα στις παρεχόμενες υπηρεσίες και κατά συνέπεια στην ικανοποίηση του πελάτη.

Σε κάθε περίπτωση, για την εφαρμογή του Προτύπου, είναι πολύ σημαντικός ο καθορισμός της πολιτικής ποιότητας κάθε επιχείρησης από τη Διοίκηση αυτής

(ιδιοκτήτης, μέτοχοι, διευθυντής), ο καθορισμός των στόχων ποιότητας και η προσπάθεια επίτευξής τους, η οποία θα βελτιώσει την λειτουργία της επιχείρησης και τον βαθμό ικανοποίησης των πελατών.

Η καταγραφή των απειλών και γενικότερα η ανάλυση διακινδύνευσης, μπορούν να συμβάλουν στην μείωση των αδυναμιών και περιορισμό των αρνητικών συνεπειών τους στην λειτουργία και ανάπτυξη της επιχείρησης. Με την δυνατότητα ενός Κέντρου Αισθητικής να εφαρμόσει με τη συμβολή ειδικών, ένα ΣΔΠ στο πλαίσιο της διεργασοκεντρικής προσέγγισης την οποία προάγει το Πρότυπο ISO 9001:2015, η επιχείρηση θα πρέπει να εφαρμόσει διορθωτικές ενέργειες σε όσα σημεία παρουσιάζει ελλείψεις και έτσι να επιτύχει βελτίωση της απόδοσης και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του.

Αν και σε ορισμένες περιπτώσεις όπως αναφέραμε, τα μικρά προσωποπαγή κέντρα αισθητικής θα χρειαστούν μεγάλες προσαρμογές κατά την εφαρμογή ενός ΣΔΠ, ενώ τα μεγαλύτερα θα μπορέσουν πιο εύκολα να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις του Προτύπου, σε κάθε περίπτωση η εφαρμογή του Προτύπου ISO 9001:2015, με την δέσμευση διοίκησης και ενεργή συμμετοχή των υπαλλήλων, μπορεί να συμβάλει στην βελτίωση της καθημερινής λειτουργίας και της ικανοποίησης των πελατών του.

Βιβλιογραφία

1. Cianfrani CA, Tsiakals JG, West J(E. Κατανοώντας το ISO 9001:2000. 2nd ed.: Εκδόσεις Διάυλος; 2003.
2. Cochran C. ISO 9001:2015 in Plain English: Paton Professional; 2015.
3. Γκρέκ Ι. Μεθοδολογία Έρευνας στην Αισθητική & Κοσμητολογία Αθήνα: Εκδόσεις ΒΗΤΑ; 2006.
4. Ζοπουνίδης Κ. Θέματα Μανατζμεντ Υπηρεσιών Υγείας Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος; 2007.
5. Tricker R. ISO 9001:2015 for small businesses. Sixth edition ed.: Routledge; 2017.
6. Cianfrani CA, West JE. ISO 9001:2015 Explained. Fourth Edition ed.: Quality Press; 2015.
7. Goel R. Quick Reference Guide - ISO 9001:2015q Quality Management System: Richa Goel; 2019.
8. Αναστασόπουλος Γ. Επιθεωρώντας Διεργασίες Βιβλίο Πρώτο Αθήνα: Β.Γκιούρδας Εκδοτική; 2005.
9. TÜV HELLAS. Οδηγός για το Πρότυπο ISO 9001:2015 Αθήνα: TÜV HELLAS (TÜV NORD); 2016.
10. Χριστόπουλος Π. Οδικός χάρτης προσαρμογής του επαγγέματος "Αισθητικός" Προφύρη Ι, editor. Αθήνα: ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ; 2022.
11. Psomas EL, Fotopoulos CV, Kafentzopoulos DP. Critical factors for effective implementation of ISO 9001 in SME service companies. *Managing Service Quality: An International Journal*. 2010 September: p. 440-457.
12. Bravi L, Murmura F, Santos G. The ISO 9001:2015 Quality Management System Standart. *Quality Innovation Prosperity*. 2019 Jul: p. 64.
13. Gotzamani K, Tsiotras GD. An Empirical Study of the ISO 9000 Standarts Contribution Towards Total Quality Management. *International Journal of Operations & Production Management*. 2001 Oct: p. 1326-1342.
14. Τρίλιζας Ν. Επιθεώρηση Συστημάτων για την Ποιότητα Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο; 2001.
15. Vardhani V, Utarini A, Van Dijk JP, Post D, Groothoff JW. Determinants of quality management systems implementation in hospitals. *Health Policy*. 2009 May: p. 239-251.
16. Onretveit J. Total quality management in European healthcare. *International journal of Health Care Quality Assurance*. 2000 Apr: p. 74-80.
17. Mosadeghrad AM. Developing and Validating a total quality management model for healthcare organisations. *The TQM Journal*. 2015 Aug: p. 544-564.
18. Ζαβλάκος Μ. Η Ποιότητα στις παρεχόμενες υπηρεσίες και τα προϊόντα Αθήνα: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ; 2006.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ					
Φύλο			Ανδρας		Γυναίκα
Ηλικία	18-30	31-40	41-50	51-60	>61
Επάγγελμα	Δημόσιος Υπάλληλος				
	Ιδιωτικός Υπάλληλος				
	Ελεύθερος Επαγγελματίας				
	Συνταξιούχος				
	Ανεργος				
	Άλλο				

Διαφωνώ Πλήρως Συμφωνώ Πλήρως

	1	2	3	4	5
Το Κέντρο Αισθητικής διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό					
Το Κέντρο Αισθητικής έχει σύγχρονες εγκαταστάσεις					
Η πρόσβαση στο Κέντρο Αισθητικής είναι εύκολη					
Οι εργαζόμενοι του Κέντρου έχουν άρτια εμφάνιση					
Οι εργαζόμενοι του Κέντρου έχουν καλή συμπεριφορά					
Η εξυπηρέτηση στο Κέντρο είναι υψηλού επιπέδου					
Η ενημέρωση από το προσωπικό είναι σωστή					
Οι αισθητικές υπηρεσίες είναι υψηλού επιπέδου					
Οι εφαρμογές είναι πολύ αποτελεσματικές					
Το κόστος των υπηρεσιών είναι πολύ προσιτό					

Διαφωνώ Πλήρως Συμφωνώ Πλήρως

	1	2	3	4	5
Η τηλεφωνική επικοινωνία είναι πολύ καλή					
Τα ωράρια των ραντεβού τηρούνται επακριβώς					
Η ενημέρωση για το είδος της υπηρεσίας είναι πλήρης					
Οι συνθήκες καθαριότητας των χώρων είναι άριστες					
Οι συνθήκες καθαριότητας των συσκευών είναι άριστες					
Μετά την εφαρμογή δίδονται πλήρεις οδηγίες					
Η διευθέτηση του επόμενου ραντεβού γίνεται αμέσως					
Το ωράριο λειτουργίας του Κέντρου είναι επαρκές					
Θα συστήσετε το Κέντρο σε άλλα άτομα;					
Μείνατε ικανοποιημένοι από την εμπειρία σας;					

Ποιες υπηρεσίες θα θέλατε να προσθέσουμε;

Τι έχετε να προτείνετε για να γίνουμε καλύτεροι;

Παρακαλούμε συμπληρώστε το έντυπο και τοποθετήστε το στο ειδικό κουτί με την σήμανση «*Η γνώμη σας μετράει για εμάς*».