

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Διοίκηση Επιχειρήσεων

Μεταπτυχιακή Διατριβή



**Business plan για την εταιρεία K. Kazamias Net Ltd
(Ιδιωτικό Γραφείο Εξευρέσεως Εργασίας)**

Ιωάννης Μανώλη

Επιβλέπων Καθηγητής
Ανδρέας Ασιώτης

Ιανουάριος 2017

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Διοίκηση Επιχειρήσεων

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Business plan για την εταιρεία K. Kazamias Net Ltd
(Ιδιωτικό Γραφείο Εξευρέσεως Εργασίας)**

Ιωάννης Μανώλη

**Επιβλέπων Καθηγητής
Ανδρέας Ασιώτης**

**Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση
των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών
Στη Διοίκηση Επιχειρήσεων
από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης
του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.**

Ιανουάριος 2017

Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1	1
Εισαγωγή	1
Κεφάλαιο 2	6
Ανασκόπηση βιβλιογραφίας.....	6
Κεφάλαιο 3	11
Θεωρητικό υπόβαθρο.....	11
3.1 Οργάνωση και διοίκηση πωλήσεων	11
3.2 Τρόποι υλοποίησης του επιχειρηματικού πλάνου	11
3.3 Ο ρόλος της «ηγεσίας» της εταιρείας και το ομαδικό πνεύμα	12
3.4 Χειρισμός δύσκολων πελατών.....	14
3.5 Ο ρόλος του Μάρκετινγκ.....	17
3.5.1 Βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ.....	18
3.6 Λειτουργία Ιδιωτικών Γραφείων Εξευρέσεως Εργασίας.....	19
3.6.1 Κριτήρια επιλεξιμότητας κάποιου γραφείου.....	19
3.6.2 Διαδικασία υποβολής αίτησης άδειας λειτουργίας, άσκησης εργασίας ή ανανέωσης.....	21
3.6.3 Υποχρεώσεις και εποπτεία.....	22
3.6.4 Περιορισμοί στις δραστηριότητες του Ιδιωτικού Γραφείου Εξευρέσεως Εργασίας.....	23
3.6.5 Προστασία ημερομίσθιων.....	23
3.6.6 Ανάκληση άδειας λειτουργίας.....	24
3.6.7 Έλεγχος εφαρμογής του νόμου.....	24
Κεφάλαιο 4.....	25
Μεθοδολογία Έρευνας.....	25
4.1 Ανάλυση αγοράς.....	25
4.2 Ανάλυση ανταγωνισμού.....	26
4.3 Τιμολογιακή στρατηγική.....	27

4.4 SWOT Analysis.....	29
4.4.1 Δυνατά σημεία.....	29
4.4.2 Αδύνατα σημεία.....	30
4.4.3 Ευκαιρίες.....	32
4.4.4 Απειλές.....	33
4.5 PEST Analysis.....	34
4.5.1 Πολιτικό περιβάλλον.....	34
4.5.2 Οικονομικό περιβάλλον.....	35
4.5.3 Κοινωνικό περιβάλλον.....	36
4.5.4 Τεχνολογικό περιβάλλον.....	37
4.6 Μείγμα Μάρκετινγκ.....	38
4.6.1 Υπηρεσία.....	38
4.6.2 Τιμή.....	38
4.6.3 Διανομή.....	39
4.6.4 Προώθηση.....	39
4.6.5 Τοποθεσία.....	40
Κεφάλαιο 5.....	42
Περιγραφή στοιχείων.....	42
5.1 Περιγραφή εταιρείας.....	42
5.2 Αγορά που δραστηριοποιείται η εταιρεία.....	43
5.3 Όραμα και αποστολής εταιρείας.....	44

Κεφάλαιο 6.....	45
Συμπεράσματα.....	45
Κεφάλαιο 7.....	48
Επίλογος και εισηγήσεις.....	48
Παραρτήματα.....	50
Α. Ωράριο εργασίας.....	50
Β. Επιχειρηματική κάρτα.....	51
Γ. Άδεια Λειτουργίας.....	52
Δ. Γραφεία Επιχείρησης.....	53
Δ.1 Πρόσοψη.....	53
Δ.2 Υποδοχή.....	53
Δ.3 Γραφείο διευθυντή.....	54
Δ.4 Αρχείο-Λογιστήριο.....	54
Βιβλιογραφία.....	55

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

Η παρούσα διατριβή εξετάζει πως ένα Business plan θα βοηθήσει μια μικρομεσαία επιχείρηση όπως την K. Kazamias Net Ltd να αναπτυχθεί και να γίνει ακόμα πιο ανταγωνιστική στον κλάδο της και στην αγορά. Η συγκεκριμένη εταιρεία ασχολείται με τον κλάδο εξευρέσεως εργασίας και ιδρύθηκε το 2003. Διαθέτει εγγεγραμμένο ιδιωτικό γραφείο εξευρέσεως εργασίας που ασχολείται με αλλοδαπούς βοηθούς, εργάτες και φοιτητές. Στην εργασία της διατριβής θα γίνει αναφορά, θα αναλυθεί και θα εξεταστεί η όλη διαδικασία που ακολουθεί το γραφείο για την εφαρμογή και την διεκπεραίωση όλων των αναγκών βημάτων, προνοιών και διαδικασιών μέχρις ότου τελικώς απασχοληθεί ο αλλοδαπός. Πιο κάτω θα αναφερθούν οι κύριοι άξονες της εργασίας και οι θεματικές ενότητες πάνω στην οποία θα στηριχθεί η δομή της εργασίας. Ενδεικτικά η έρευνα θα προσπαθήσει να κάνει μια ουσιαστική και πολύπλευρη ανάλυση και αναφορά σε όλα τα στοιχεία και χαρακτηριστικά που διέπουν ένα Business plan.

Το ερώτημα που η έρευνα εξετάζει είναι πολύ σημαντικό επειδή επεξηγεί την χρησιμότητα του Business plan σε μια επιχείρηση και ειδικά σε μια μικρομεσαία επιχείρηση. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις λόγω μεγέθους είναι πιο ευάλωτες, λιγότερο ανταγωνιστικές και οικονομικά λιγότερο βιώσιμες. Σε ένα δύσκολο ανταγωνιστικό περιβάλλον, μια μικρομεσαία επιχείρηση πρέπει να καταβάλλει καθημερινά τιτάνιες προσπάθειες για να μπορέσει όχι μόνο να διατηρηθεί και να κρατηθεί όρθια στον τομέα της και γενικότερα στην αγορά, αλλά μετέπειτα να κατορθώσει να γίνει πιο ανταγωνιστική για να μπορέσει να αντιμετωπίσει όλες τις προκλήσεις που θα παρουσιαστούν.

Έτσι κατά την παρουσίαση και ανάλυση της διατριβής αυτής εργασίας, θα αναλυθούν όλα τα εργαλεία και όλοι οι παράγοντες που διέπουν ένα επιχειρηματικό πλάνο. Τα εργαλεία μάρκετινγκ που θα χρησιμοποιηθούν καθώς και οι σημαντικοί εσωτερικοί και εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιχείρηση θα είναι σημαντικά στοιχεία για την ανάλυση του θέματος της διατριβής. Επίσης θα αναφερθούν οι υπηρεσίες και τα προϊόντα της επιχείρησης, η αξιοποίηση της διαφήμισης για σκοπούς μάρκετινγκ, πωλήσεων εξυπηρέτησης πελατών και το πώς θα γίνει αυτή, η υλοποίηση μια συγκεκριμένης στρατηγικής βάσει της οποίας θα στηριχτεί το πλάνο και πως θα μπορέσει αυτή να επιτευχθεί για να καταστεί αποτελεσματική. Ακόμη θα αναλυθούν οι παράγοντες διαχείρισης των πελατειακών σχέσεων για ανάπτυξη των πωλήσεων και

των υπηρεσιών της επιχείρησης. Τέλος, θα γίνει αναφορά στην παρούσα κατάσταση στην οποία βρίσκεται η επιχείρηση και πως αυτή επηρεάστηκε από την παγκόσμια οικονομική κρίση που επηρέασε και τον τόπο μας ένεκα των σοβαρών δυσκολιών και προβλημάτων στην οικονομία που επηρέασε τόσο την αγορά εργασίας όσο και τον κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων και ειδικά των μικρομεσαίων. Επί αυτού στο κείμενο η παρούσα έρευνα θα προσπαθήσει να σχεδιάσει ανταγωνιστικές στρατηγικές για την αντιμετώπιση της κρίσης και οι οποίες πιστεύει πως θα βοηθήσουν την επιχείρηση όχι μόνο να μην έχει άλλες αρνητικές συνέπειες από αυτήν, αλλά ακόμα και να την αντιμετωπίσει αποτελεσματικά όχι μόνο στο παρών αλλά και σε βάθος χρόνου.

Στην επόμενη ενότητα η έρευνα θα ασχοληθεί με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας. Στην ενότητα αυτή θα αναφερθούν και θα παρουσιαστούν σχετικές έρευνες με την συγκεκριμένη και θα εξηγηθεί πως αυτή η έρευνα διαφέρει από αυτές και πως μπορεί να συνεισφέρει στην υπάρχουσα βιβλιογραφία. Βασικά η βιβλιογραφική ανασκόπηση θα είναι ένα κείμενο που θα παρουσιάζει τα κρίσιμα σημεία της υπάρχουσας γνώσης σχετικά με το συγκεκριμένο ζήτημα που θα αναλυθεί σύμφωνα με την άποψη και τις ιδέες γύρω από αυτό. Έτσι μέσα από αυτή να μπορέσει να τοποθετηθεί μέσα σε ένα πλαίσιο η μελέτη για να ανταποκρίνεται αυτή με την σχετική βιβλιογραφία που θα παρουσιαστεί. Η βιβλιογραφία αυτή θα πηγάζει μέσα από πηγές που αφορούν κύρια στοιχεία του Business plan αλλά και του Marketing plan. Βασικά η συγκεκριμένη βιβλιογραφία θα βοηθήσει να εντοπιστούν και να ανακαλυφθούν όλες οι αναγκαίες πηγές διοίκησης και μάρκετινγκ για να βασιστεί η εργασία πάνω σε αυτά τα ζητήματα που είναι άλλωστε και το θέμα της εργασίας που η παρούσα διατριβή εξετάζει. Τέλος, σίγουρα εργασίες υπάρχουν πολλές πάνω σε τέτοια θέματα επειδή η διοίκηση και το μάρκετινγκ είναι κλάδοι οι οποίοι ακολουθούνται από πολλούς ερευνητές για να υποστηρίξουν εργασίες τους σχετικές με αυτά τα θέματα ή ακόμα και από διάφορους επαγγελματίες και τεχνοκράτες για να βοηθήσουν μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό.

Στην αμέσως επόμενη ενότητα θα γίνει αναφορά στο θεωρητικό υπόβαθρο της μελέτης. Δηλαδή θα πρέπει να εξηγηθούν οι όρους με τους οποίους θα καταπιαστεί η συγκεκριμένη διατριβή. Ουσιαστικά στην έρευνα αυτή θα πρέπει να εξηγηθεί και να αναλυθεί η θεωρία που κρύβεται πίσω από την έρευνα αυτή. Οι άξονες που θα κινηθεί η μελέτη όσον αφορά το θεωρητικό υπόβαθρο είναι οι εξής:

1. Περιγραφή εταιρείας: Στην περίπτωση αυτή, θα γίνει αναφορά και θα δοθούν πληροφορίες σχετικά με το τι εργασίες κάνει η επιχείρηση, σε ποια αγορά δραστηριοποιείται, καθώς και με το όραμα και την αποστολή της εταιρείας.
2. Οργάνωση και διοίκηση: Η οργάνωση και η διοίκηση κάθε επιχείρησης είναι δομημένη διαφορετικά. Το ζητούμενο είναι ο τρόπος για την καλύτερη οργάνωση της δομής διαχείρισης της επιχείρησης. Βασικά σε αυτή την περίπτωση θα αναλυθεί και θα εξηγηθεί στην εργασία πως η επιχείρηση οργανώνει τις

δραστηριότητες της και πως διαχειρίζεται διάφορες καταστάσεις που προκύπτουν. Θα εξεταστεί ο ρόλος της ηγεσίας της εταιρείας και του ανθρώπινου δυναμικού, θα εξεταστούν και θα αναλυθούν τα διάφορα είδη πελατών και το πώς η επιχείρηση θα τα διαχειρίζεται στην κάθε περίπτωση, καθώς θα εξεταστούν και οι τρόποι υλοποίησης του επιχειρηματικού πλάνου της εταιρείας.

3. Ο ρόλος του μάρκετινγκ στην εταιρεία: Σε αυτόν τον τομέα θα εξεταστεί και θα αναλυθεί η στρατηγική που θα αναπτύξει η επιχείρηση για την προώθηση των προϊόντων της και των υπηρεσιών της, ποιες στρατηγικές και τακτικές μάρκετινγκ θα χρησιμοποιήσει καθώς και ποια στρατηγική πωλήσεων. Βασικά εδώ θα απαντηθεί το ερώτημα για το πώς σκοπεύει η επιχείρηση να εμπορευτεί με στόχο την ανάπτυξη της και τους τρόπους με τους οποίους θα το επιτύχει αυτό. Στην ενότητα αυτή θα εξεταστούν οι βασικές έννοιες μάρκετινγκ και πως αυτές βοηθούν την εταιρεία να αναπτύξει το επιχειρηματικό της πλάνο.
4. Λειτουργία Ιδιωτικών Γραφείων Εξουρέσεως Εργασίας: Στην ενότητα αυτή θα εξεταστούν οι σχετικές από την νομοθεσία πρόνοιες που υπάρχουν για την λειτουργία των Ιδιωτικών Γραφείων Εξουρέσεως Εργασίας. Επίσης θα εξεταστούν τα κριτήρια επιλεξιμότητας κάποιου γραφείου. Ακόμη θα εξεταστεί η διαδικασία υποβολής αίτησης για άδεια λειτουργίας και άσκησης ή την ανανέωση αυτής. Θα εξεταστούν τι υποχρεώσεις έχουν τέτοιου είδους γραφεία και τι έλεγχος γίνεται σε αυτά. Τι περιορισμοί υπάρχουν στις δραστηριότητες αυτών των γραφείων, θα γίνει αναφορά στην προστασία των ημερομίσθιων, θα εξεταστεί σε ποιες περιπτώσεις γίνεται ανάκληση της άδειας λειτουργίας αυτών των γραφείων και τι έλεγχος γίνεται για να εφαρμόζεται ο νόμος.
5. Παραρτήματα: Ένα παράρτημα είναι προαιρετικό, αλλά αποτελεί χρήσιμο στοιχείο για την εργασία καθώς περιλαμβάνει και παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για την επιχείρηση, όπως για παράδειγμα, το βιογραφικό σημείωμα του διευθυντή, την άδεια λειτουργίας της επιχείρησης, το μισθολόγιο των υπαλλήλων κλπ. Επίσης περιλαμβάνει και εικόνες από τα γραφεία της επιχείρησης, εξωτερικές και εσωτερικές, εικόνες από τα προϊόντα κλπ.
6. Βιβλιογραφία: Θα γίνει αναφορά στην βιβλιογραφία που θα χρησιμοποιηθεί για την διατριβή. Βασικά θα αναφερθούν οι πηγές από τις οποίες αντλήθηκαν οι πληροφορίες για την εκπόνηση της εργασίας. Επίσης θα σχετίζεται με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας.

Στην επόμενη ενότητα θα εξηγηθεί η μεθοδολογία της έρευνας αυτής. Δηλαδή τον τρόπο που θα ακολουθηθεί για την εκπόνηση της διατριβής αυτής. Για παράδειγμα η διατριβή αυτή θα είναι μελέτη κατά την οποία θα αναλυθούν όλα τα στοιχεία που θα

διέπουν την έρευνα που η διατριβή εξετάζει. Η μεθοδολογία έρευνας είναι η ερευνητική διαδικασία που έχει ως αφορμή έναν προβληματισμό και προσπαθεί να απαντήσει σε ένα ερευνητικό ερώτημα. Σε αυτή την περίπτωση, σαν ερευνητική διαδικασία καλούμαστε να σχεδιάσουμε την μεθοδολογία που θα υιοθετήσουμε σε σχέση με τον προβληματισμό και σε συνάρτηση με το υπό εξέταση πεδίο και θέμα. Βασικά η μεθοδολογία έρευνας αναφέρεται στις παραμέτρους της ερευνητικής προσπάθειας του ερευνητή, οι οποίες αφορούν στις γενικές μεθοδολογικές προσεγγίσεις, στις μεθόδους, στις τεχνικές, στα μέσα, στα υλικά και στις διαδικασίες που θα επιλέξει για την διεξαγωγή της έρευνας. Δηλαδή, μεθοδολογία έρευνας για να δοθεί κάποιος ορισμός της είναι η κατανόηση της επιστημονικής ερευνητικής διαδικασίας: πως θα σχεδιαστεί μια έρευνα; και πως θα πραγματοποιηθεί μια έρευνα; Βασικά σε αυτή την ενότητα θα γίνει μια σχετική ανάλυση για την όλη διαδικασία που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση της εργασίας, η περιγραφή του θέματος, η δομή που ακολουθήθηκε, τα στοιχεία που αναλύθηκαν, η περιγραφή και η αναφορά των στοιχείων, η ποιοτική και η ποσοτική ανάλυση των δεδομένων που θα αναλυθούν και όλα τα άλλα που θα συμπεριλαμβάνονται μέσα στην πτυχιακή εργασία.

Στην επόμενη ενότητα θα γίνει περιγραφή των στοιχείων που θα αναλυθούν. Στην προκειμένη περίπτωση θα αναλύσω μελέτη περίπτωσης και θα περιγράψω το υπόβαθρο πίσω από αυτή. Η μελέτη περίπτωσης είναι ένας τρόπος συλλογής και ανάλυσης εμπειρικών δεδομένων και παρατηρήσεων μέσω του οποίου διερευνάται ένα σύγχρονο φαινόμενο στο πραγματικό του περιβάλλον. Η μελέτη περίπτωσης είναι ένα εργαλείο που βοηθάει τον ερευνητή μέσα από την περιγραφή μιας επιχειρηματικής κατάστασης ή μιας επιχειρηματικής ιστορίας, να ανακαλύψει, να περιγράψει, να ερμηνεύσει και να την αιτιολογήσει την επιχειρηματική δράση μιας επιχείρησης. Βασικά αυτό που κάνουμε με τις μελέτες περιπτώσεων, είναι ότι αποκτούμε μια αναλυτική κατανόηση της πραγματικότητας που ισχύει σε μια επιχείρηση και η οποία μας βοηθά να επιβεβαιώσουμε ή να μεταβάλλουμε προς το καλύτερο ή το χειρότερο τις αντιλήψεις μας για διάφορες πλευρές της επιχειρηματικής δραστηριότητας της.

Τέλος, με δεδομένο ότι μια μελέτη είναι μια προσωπική ιστορία, μια περιγραφή συμπεριφορών και αποφάσεων συγκεκριμένων ανθρώπων σε συγκεκριμένες καταστάσεις, άρα και με έντονο το στοιχείο της υποκειμενικής παρουσίασης και κρίσης, επιβάλλεται στις περιπτώσεις αυτές μια ιδιαίτερα προσεκτική εργασία, τόσο κατά την προετοιμασία της έρευνας όσο και κατά την διεξαγωγή και την παρουσίαση της. Αυτά ακριβώς τα δεδομένα θα έχω υπόψη της η παρούσα διατριβή κατά την έρευνα, την παρουσίαση, την ανάλυση και την εξέταση της K. Kazamias Net Ltd, για να κατανοηθεί καλύτερα μέσα από αυτήν την σημαντική μελέτη να βοηθηθεί η εταιρεία να αναπτυχθεί και να βελτιωθεί μέσα από σχετικά εργαλεία του Business plan και του Marketing plan, καθώς και μέσα από συγκεκριμένες τεχνικές και πρακτικές.

Στην επόμενη ενότητα θα παρουσιαστεί η ανάλυση της έρευνας. Βασικά σε αυτή την ενότητα θα εξαχθούν τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την έρευνα που θα διεξαχθεί στην K. Kazamias Net Ltd. Το ποια θα είναι τα δεδομένα που θα προκύψουν στην έρευνα που η παρούσα διατριβή θα αναλύσει και θα εξετάσει και κατ' επέκταση τι είδους επεξεργασία θα γίνει σε αυτά τα δεδομένα θα απασχολήσουν την ερευνητική διαδικασία σε όλα ανεξαιρέτως τα στάδια αυτής της ερευνητικής διαδικασίας. Τα δεδομένα της έρευνας μπορεί να είναι καθαρά ποιοτικά, μπορεί να είναι καθαρά ποσοτικά ή να αποτελούν συνδυασμό ποιοτικών και ποσοτικών.

Στην τελευταία ενότητα θα γραφτεί ο επίλογος της έρευνας καθώς και κάποιες παρατηρήσεις και εισηγήσεις που διαπιστώθηκαν κατά την διάρκεια της συγγραφής της έρευνας και ίσως να είναι βοηθητικές για την συγγραφή και παρουσίαση μελλοντικής έρευνας. Βασικά ο επίλογος είναι η προσπάθεια που έγινε για να επεξηγηθούν, να αναλυθούν και να περιγραφούν οι βασικοί πυλώνες και τα χαρακτηριστικά ενός Business plan και πως αυτό θα μπορούσε να βοηθήσει την εταιρεία που θα αναλύσει η παρούσα διατριβή στις μελλοντικές της επιδιώξεις και στους μελλοντικούς της στόχους.

Κεφάλαιο 2

Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Στην υπάρχουσα βιβλιογραφία υπάρχουν διάφορες σημαντικές έρευνες οι οποίες ασχολούνται και εξετάζουν πως ένα επιχειρηματικό πλάνο βοηθά τις επιχειρήσεις να αναπτυχθούν, να προοδεύσουν, να εκσυγχρονιστούν και να γίνουν πιο ανταγωνιστικές στο αντικείμενο ενασχόλησης τους και στην αγορά που δραστηριοποιούνται. Η βιβλιογραφία αυτή αναφέρεται ουσιαστικά σε μελέτες φοιτητών αλλά και οικονομολόγων που βασίζονται πάνω σε ερευνητικό επίπεδο και εξηγούν και αναλύουν πως ένα επιχειρηματικό πλάνο μπορεί να εφαρμοστεί πάνω στις εταιρείες, διαφορετικού τύπου και εργασιών, νεοσύστατων εταιρειών και μη. Όλες αυτές ανεξαιρέτως οι μελέτες καταδεικνύουν και διαφορετικά πράγματα η μια και την άλλη αλλά η ουσία τους και η φιλοσοφία τους είναι η ίδια. Παρά την διαφορετικότητα των στοιχείων που παραθέτουν, όλες εξηγούν και περιγράφουν την σημαντικότητα της εφαρμογής ενός επιχειρηματικού πλάνου στις εταιρείες που διεξήγαγαν μελέτη.

Για παράδειγμα, ο Λ. Λυκογιάννης (2013) στην έρευνα του εξετάζει και αναλύει πως ένα επιχειρηματικό πλάνο βοηθά στην λειτουργία μιας συγκεκριμένης επιχείρησης η οποία δραστηριοποιείται στον χώρο της εγκατάστασης και λειτουργίας φωτοβολταϊκών πάρκων στην Ελλάδα καθώς και την χρησιμότητα που προκύπτει μέσα από μια τέτοια επένδυση. Εξηγεί δηλαδή στην έρευνα του την διαδικασία που πρέπει να ακολουθηθεί έτσι ώστε ένα επιχειρηματικό σχέδιο να βοηθήσει στην ανάπτυξη αυτής της επιχείρησης εκμετάλλευσης φωτοβολταϊκού πάρκου. Πιο συγκεκριμένα και προκειμένου για τον ίδιο τον ερευνητή να επιτελέσει μια ορθή και αντιπροσωπευτική ανάλυση, διαχώρισε την έρευνα του σε τρία αντίστοιχα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύει την εφαρμογή των φωτοβολταϊκών συστημάτων στην Ελλάδα και τις σχετικές πολιτικές ενίσχυσης, στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στο νομικό πλαίσιο που διέπει και προνοεί την λειτουργία και εγκατάσταση τέτοιου είδους πάρκων, καθώς και στην διαδικασία και χρηματοδότηση για εγκατάσταση αυτών των φωτοβολταϊκών συστημάτων και τέλος στο τρίτο κεφάλαιο παραθέτει και αναλύει ένα σχετικό επιχειρηματικό σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη και λειτουργία μιας τέτοιας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Οι φοιτήτριες-ερευνήτριες, Ν. Αδάμη, Η. Γιαννακοπούλου και Ε. Ζήκου (2011), στην δική τους έρευνα εξετάζουν και αναλύουν την εφαρμογή του δικού τους επιχειρηματικού πλάνου και πως αυτό εφαρμόζεται σε εταιρεία η οποία δραστηριοποιείται στον τομέα της βιομηχανίας αλλαντικών. Αυτή η εταιρεία αλλαντικών προσφέρει ποικιλία

εδεσμάτων με βασική καινοτομία την εισαγωγή ελαιόλαδου στα προϊόντα της. Η έρευνα αυτή χωρίζεται σε τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο «αναλυτική περιγραφή της επιχείρησης» οι ερευνήτριες αναφέρονται στην ιστορία, την ιδιοκτησία, την θέση της επιχείρησης, στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρονται, καθώς επίσης παρουσιάζεται και το ανθρώπινο δυναμικό της συγκεκριμένης εταιρείας. Στο δεύτερο κεφάλαιο «ανάλυση της αγοράς» αναφέρονται στους καταναλωτές, στις ανάγκες των καταναλωτών, στους ανταγωνιστές της εταιρείας, στην ενδεχόμενη ανάπτυξη της επιχείρησης καθώς και στο εξωτερικό περιβάλλον αυτής. Στο τρίτο κεφάλαιο «προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής» παρουσιάζουν τις στρατηγικές που θα πρέπει να ακολουθήσει η συγκεκριμένη επιχείρηση για να φτάσει στον επιθυμητό στόχο. Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο και αφορά το «οικονομικό πλάνο», γίνεται λόγος για τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης.

Οι ερευνήτριες Θ. Κοντογεωργή και Ο. Κοιλαρίδου (2013), στην δική τους έρευνα εξετάζουν πως ένα επιχειρηματικό πλάνο θα βοηθήσει μια επιχείρηση η οποία πρόκειται να δραστηριοποιηθεί στον τομέα της μόδας. Βασικά εδώ η έρευνα εξετάζει το επιχειρηματικό πλάνο που έχεις ως αντικείμενο να παρουσιάσει τις προϋποθέσεις και τις συνθήκες κάτω από τις οποίες είναι οικονομικά σκόπιμη και κοινωνικά ωφέλιμη λειτουργία μιας νέας επιχείρησης με αντικείμενο την πώληση και την ανταλλαγή προϊόντων ρουχισμού. Στην παρούσα έρευνα θα παρουσιαστεί η αφετηρία από την οποία θα ξεκινήσει η δραστηριότητα της αλλά και που θέλει να φτάσει, δηλαδή τους επιχειρηματικούς στόχους που θα θέσει, καθώς και πως σχεδιάζει να φτάσει ως εκεί, δηλαδή ποια θα είναι η επιχειρηματική στρατηγική που θα ακολουθήσει. Το παρόν επιχειρηματικό πλάνο αφορά λοιπόν μια εταιρεία με ενασχόληση στον τομέα της μόδας και της ένδυσης, επιχειρώντας με αυτό τον τρόπο να βοηθήσει την συγκεκριμένη νεοσύστατη εταιρεία να αναπτυχθεί στην αγορά.

Ο οικονομολόγος Δ. Παπαδομανωλάκης εξέτασε και ανέλυσε την μεθοδολογία και το υπόδειγμα κατάρτισης ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Σύμφωνα με τον ερευνητή, η ύπαρξη ενός σοβαρού, άρτιου και ρεαλιστικού (βιώσιμου) επιχειρηματικού πλάνου αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση οιασδήποτε επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Βασικά από το πλάνο αυτό θα πρέπει να προκύπτει ξεκάθαρα και με ακρίβεια τόσο η κερδοφορία όσο και οι χρηματικές ροές οιασδήποτε εταιρείας από την έναρξη λειτουργίας της. Στις επιχειρήσεις όπως και στην ζωή γενικώς ισχύει ότι κάθε πορεία με πρόγραμμα είναι ασφαλέστερη από την αντίστοιχη πορεία χωρίς πρόγραμμα. Όπως είπε και ο Σενέκας «Κανένας άνεμος δεν είναι ούριος αν δεν ξέρεις που θέλεις να πας». Σύμφωνα με τον ερευνητή, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι μια συνήθης πρακτική που βοηθά τον επιχειρηματία-ιδιοκτήτη οιασδήποτε επιχείρησης να αποκρυσταλλώσει τις ιδέες του και να επικεντρώσει την προσοχή του στην εφαρμογή των κατάλληλων πολιτικών που θα οδηγήσουν στην υλοποίηση των ιδεών αυτών. Κάθε επιχείρηση μικρή, μεσαία ή μεγάλη έχει την υποχρέωση να καταστρώνει και να εφαρμόζει

επιχειρηματικό σχέδιο, προκειμένου να έχει πιθανότητες να επιτύχει τους στόχους της. Τέλος, ο ερευνητής μας καθοδηγεί στο πως πρέπει να δημιουργήσουμε και να εφαρμόσουμε ένα επιχειρηματικό σχέδιο χρησιμοποιώντας συγκεκριμένες μεθόδους και πρακτικές. Συγκεκριμένα μας παρουσιάζει σχετικό οργανόγραμμα δημιουργίας ενός επιχειρηματικού σχεδίου βάση πάντοτε των δικών του ιδεών και της δικής του φιλοσοφίας. Ο σκοπός κάθε ερευνητή-μελετητή είναι διαφορετικός αλλά συνήθως κοινός ως προς τον συγκεκριμένο στόχο που θέλει να υλοποιηθεί.

Σύμφωνα με την Π. Κιουτσούκη (2012), η έρευνα της παρουσιάζει την ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού πλάνου βιομηχανικής επιχείρησης και πιο συγκεκριμένα αφορά την βιομηχανία παραγωγής σοκολάτας. Στην έρευνα αυτή παρουσιάζεται ο ορισμός του επιχειρηματικού σχεδίου καθώς και το τι περιλαμβάνει. Επίσης γίνεται αναφορά στα πλεονεκτήματα αυτού αλλά και στον σκοπό του ώστε να κατανοηθεί στο που αποσκοπεί. Βασικά γίνεται ιστορική αναδρομή στην σοκολάτα και αναλυτική περιγραφή της παραγωγικής διαδικασίας αυτής. Επίσης γίνεται αναφορά στον ανταγωνισμό και στον σχεδιασμό της βιομηχανίας. Η δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι ένα πολύ σημαντικό πρώτο βήμα στην δημιουργία μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Μπορεί να υλοποιηθεί μόνον διατυπωθεί και οργανωθεί με τον κατάλληλο τρόπο. Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι αυτό που δίνει την δυνατότητα στον εμπνευστή της ιδέας να διατυπώσει και να παρουσιάσει τον τρόπο υλοποίησης της σε βιώσιμη και κερδοφόρα επιχειρηματική δραστηριότητα. Η πλήρης ανάπτυξη του επιχειρηματικού σχεδίου είναι ιδιαίτερα σημαντική τόσο για τους επιχειρηματίες όσο και για τους δυνητικούς επενδυτές. Τέλος, στην έρευνα αυτή παρουσιάζονται οι προϋποθέσεις και οι συνθήκες κάτω από τις οποίες είναι οικονομικά σκόπιμη και κοινωνικά ωφέλιμη η λειτουργία της νέας επιχείρησης με αντικείμενο τον σχεδιασμό και την παραγωγή βιομηχανικής επιχείρησης με την βιομηχανία παραγωγής σοκολάτας. Επιπλέον θα εξετάσει και θα αναλύσει την συγκεκριμένη αγορά και θα παρουσιάσει τα πλεονεκτήματα, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες καθώς και τις απειλές που παρουσιάζει ο συγκεκριμένος τομέας. Στην συνέχεια η ερευνήτρια θα παρουσιάσει την οικονομική και την κοινωνική σκοπιμότητα μιας τέτοιας επένδυσης.

Ο ερευνητής Κ. Σώφρονας (2009) με την έρευνα του αυτή παρουσιάζει και εξετάζει πως ένα επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να μετατραπεί ως εργαλείο επιχειρησιακού σχεδιασμού. Η έρευνα αυτή είναι βασισμένη πάνω σε εγκυκλοπαίδεια δομή και η έρευνα αυτή εξηγεί πως η επιχείρηση είναι η οργανωμένη οικονομική δραστηριότητα που είναι προσανατολισμένη στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών για την αγορά. Μας εξηγεί ότι στις μέρες μας σχεδόν το σύνολο των προϊόντων και των υπηρεσιών που απολαμβάνουμε προέρχεται από επιχειρήσεις, με αποτέλεσμα να υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που παράγουν ομοειδή αγαθά και υπηρεσίες. Σύμφωνα με την έρευνα για να μπορέσει να επιβιώσει μια επιχείρηση μέσα σε αυτό το ανταγωνιστικό περιβάλλον πρέπει να λειτουργεί βάση ενός αναλυτικού σχεδιασμού, βάση μιας

στρατηγικής. Ο ερευνητής μας εξηγεί ότι το επιχειρηματικό πλάνο είναι η κωδικοποίηση-αποτύπωση αυτού του σχεδιασμού «στο χαρτί». Η έρευνα μας δηλώνει πως με το επιχειρηματικό σχέδιο κάποιος επιχειρηματίας μπορεί να περιγράψει την επιχείρηση του σε τρίτους, συνήθως χρηματοδότες, όπως για παράδειγμα στις τράπεζες, αλλά μπορούν επίσης να συγκεντρώσουν-κωδικοποιήσουν τις δικές τους σκέψεις και ενέργειες για την επιχείρηση τους. Το επιχειρηματικό σχέδιο λοιπόν δεν βοηθά μόνον στην παρουσίαση της επιχείρησης σε τρίτους, αλλά είναι και ένα βασικό εργαλείο για την χάραξη της στρατηγικής του ίδιου του επιχειρηματία. Επίσης αυτή η έρευνα εξετάζει το πως μπορεί οιοσδήποτε να συντάξει ένα επιχειρηματικό σχέδιο όσο και τους λόγους που το κάνουν χρήσιμο σε κάθε σύγχρονη επιχείρηση. Τέλος, σύμφωνα με την έρευνα αυτή το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα εργαλείο επικοινωνίας, σχεδιασμένο έτσι ώστε να μεταδίδει πληροφορίες στους πιθανούς παραλήπτες του, είτε αυτοί λέγονται επενδυτές είτε οτιδήποτε άλλο.

Η Ι. Τρανοπούλου (2009) στην δική της έρευνα με θέμα: «επιχειρηματικό πλάνο: θεωρία και προσέγγιση στην πράξη» προσπαθεί να απεικονίσει τους στόχους και την σκοπιμότητα ενός επιχειρηματικού σχεδίου, την χρησιμότητά του, καθώς και κατά πόσο διαδεδομένο είναι στον σύγχρονο επιχειρηματικό κόσμο. Σύμφωνα με την έρευνα, η εποχή όπου επικρατούσε το παραδοσιακό μοντέλο διοίκησης επιχειρήσεων έχει εξελιχθεί. Μεγάλο ποσοστό συντηρητικών απόψεων έχουν μεταλλαχθεί σε σύγχρονες στρατηγικές, βοηθώντας τις επιχειρήσεις να αναδύονται μέσα στον ανταγωνισμό που διέπει την αγορά, αλλά και να επιβιώνουν στα διάφορα κύματα των οικονομικών κρίσεων. Επίσης σύμφωνα με την έρευνα πρωτοπόροι επιχειρηματίες που θέλουν να βλέπουν την επιχείρησή τους να ανθοφορεί, θα πρέπει να ενσωματώσουν σύγχρονα εργαλεία διοίκησης στον τρόπο που την διαχειρίζονται. Σύγχρονα χρηματοοικονομικά εργαλεία που άλλοτε ήταν άγνωστα και μη αποδεκτά από τους επιχειρηματίες, σήμερα καθίστανται απαραίτητα ώστε η επιχείρηση να ανταπεξέλθει τον ανταγωνισμό. Σύμφωνα με την παρούσα έρευνα, όλα αυτά μαζί συνεπάγονται στο να εντείνουν την εμφάνιση ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Τέλος, στην έρευνα αυτή παρουσιάζεται και αναλύεται η σπουδαιότητα του επιχειρηματικού σχεδίου, ως ένα σύγχρονο εργαλείο που συντελεί στην ανάπτυξη, την οργάνωση, την λειτουργία και την βιωσιμότητα υφιστάμενης επιχείρησης ή συντονίζει έτσι ώστε η επιχειρηματική ιδέα να μετατραπεί σε πραγματική.

Η έρευνα που θα παρουσιάσουμε διαφέρει σε αρκετά σημεία από αυτές που προαναφέρθηκαν, επειδή η συγκεκριμένη έρευνα που θα διεξαχθεί αφορά μια υφιστάμενη και όχι νεοσύστατη εταιρεία η οποία διατηρεί Ιδιωτικό Γραφείο Εξευρέσεως Εργασίας και δραστηριοποιείται στον συγκεκριμένο τομέα ενεργά από το 2003. Στην συγκεκριμένη εταιρεία το οικονομικό πλάνο ήδη υπάρχει και ήδη κατά καιρούς η εταιρεία έλαβε χρηματοδότηση απλό τράπεζες για την λειτουργία της παρουσιάζοντας σε αυτήν τα οικονομικά της στοιχεία. Η συγκεκριμένη εταιρεία που η παρούσα διατριβή

θα εξετάσει πέρασε επιτυχώς τα δύσκολα τεστ αντοχής κατά την περίοδο της δύσκολης και επίπονης οικονομικής κρίσης που ταλάνισε την Κύπρο. Αυτό που χρειάζεται τώρα η εταιρεία είναι ένα επιχειρηματικό πλάνο το οποίο θα βασίζεται σε συγκεκριμένους άξονες και θα την βοηθήσει να αναπτυχθεί περαιτέρω, να προοδεύσει, να εκσυγχρονιστεί, να καταστεί γενικώς πιο δυνατή για να μπορέσει να αντιμετωπίζει πιο ευέλικτα και πιο αποτελεσματικά τις όποιες καταστάσεις επικρατούν στην αγορά και να καταφέρνει να βγαίνει αλώβητη από τον ανταγωνισμό. Επίσης ένα πλάνο το οποίο θα την βοηθήσει βραχυπρόθεσμα αλλά και μακροπρόθεσμα να εμπλουτίσει την γκάμα των υπηρεσιών και με άλλους είδους υπηρεσίες συναφή με την τρέχουσα επιχειρηματική της δραστηριότητα. Κάθε πλάνο είναι διαφορετικό και δημιουργείται ανάλογα με τις ανάγκες έχει η κάθε επιχείρηση. Έτσι τέλος το επιχειρηματικό πλάνο αυτής της εταιρείας θα είναι διαφορετικό από άλλων εταιρειών και θα αποσκοπεί στην καλύτερη και πιο αποτελεσματική υλοποίηση του για το συμφέρον, την πρόοδο και την ανάπτυξη της εταιρείας που η έρευνα μας εξετάζει και αναλύει. Έτσι πιθανώς το έργο αυτής της διατριβής να είναι πιο εύκολο από ότι πιθανώς σε άλλες διατριβές, καθώς άλλο είναι να ετοιμάζεις ένα επιχειρηματικό πλάνο μιας στημένης επιχείρησης και άλλο να ετοιμάζεις μιας νεοσύστατης επιχείρησης που λόγω απειρίας θα έχει να αντιμετωπίσει περισσότερους κινδύνους και απειλές στην αγορά.

Κεφάλαιο 3

Θεωρητικό υπόβαθρο

3.1 Οργάνωση και διοίκηση πωλήσεων:

Ένα άλλο ζήτημα που αποτελεί μέρος και στοιχείο ενός επιχειρηματικού πλάνου που θα αναπτύξει η έρευνα μας είναι η οργάνωση και η διοίκηση πωλήσεων σε μια μικρομεσαία επιχείρηση όπως είναι η εταιρεία που αναλύει η έρευνα και εξετάζει. Βασικά η οργάνωση και η διοίκηση πωλήσεων περιλαμβάνει τρεις κύριους άξονες:

- α) Προγραμματισμός και Σχεδιασμός. Σε αυτή την περίπτωση έχουμε την πρόβλεψη πωλήσεων, τον καθορισμό στόχων, τον σχεδιασμό περιοχής πώλησης, τον καθορισμό δύναμης πωλητών και την οργάνωση δύναμης πωλητών.
- β) Υλοποίηση και εφαρμογή. Σε αυτή την περίπτωση έχουμε την επιλογή και πρόσληψη πωλητών, την εκπαίδευση και επιμόρφωση των πωλητών, την αμοιβή πωλητών και την υποκίνηση πωλητών.
- γ) Αξιολόγηση και Έλεγχος. Σε αυτή την περίπτωση έχουμε την ανάλυση πωλήσεων, την ανάλυση κόστους και την αξιολόγηση απόδοσης πωλητών.

3.2 Τρόποι υλοποίησης του επιχειρηματικού πλάνου:

Καταλήγοντας, για να μπορέσει να υλοποιηθεί το επιχειρηματικό πλάνο θα πρέπει να βασίζεται στους εξής τέσσερις άξονες κατά κύριο λόγο:

- α) Στην ατζέντα. Σε αυτή την περίπτωση εννοούμε τον σχεδιασμό, τον προϋπολογισμό και τον καθορισμό κατεύθυνσης. Δηλαδή θα πρέπει να καθοριστούν οι στόχοι, να γίνει λεπτομερής ανάλυση και σχεδιασμός του πλάνου, να υπάρχει διαθεσιμότητα πόρων, να υπάρχει ανάπτυξη οράματος και να γίνει σχεδιασμός στρατηγικών που θα επιφέρουν τις επιθυμητές αλλαγές ώστε να υλοποιηθεί το όραμα.
- β) Κτίζοντας το δίκτυο που θα υλοποιήσει την ατζέντα. Σε αυτή την περίπτωση εννοούμε την οργάνωση της εταιρείας και την ευθυγράμμιση των ανθρώπων. Δηλαδή θα πρέπει να υπάρχει οργανωτική δομή και περιγραφή του τύπου εργασίας, να υπάρχει στελέχωση με τους σωστούς ανθρώπους και δημιουργία των

κατάλληλων ομάδων που να εμπνέει τους ανθρώπους να θέλουν να πετύχουν το όραμα. Στην περίπτωση που εξετάζουμε υπάρχει ο μάνατζερ της εταιρείας που καλείται να εμπνεύσει και τους υπόλοιπους, να υπάρχει «ανοικτή» επικοινωνία και επικοινωνία που να εμπνέει, να υπάρχει καθορισμός ευθυνών, καθώς και να υπάρχει ανάπτυξη όσον αφορά τα συστήματα ελέγχου.

- γ) Η υλοποίηση. Σε αυτή την περίπτωση εννοούμε τον έλεγχο και την επίλυση των προβλημάτων και στην παρακίνηση των στελεχών. Δηλαδή την παρακολούθηση υλοποίησης του επιχειρηματικού πλάνου, τον εντοπισμό αποκλίσεων, τον επανασχεδιασμό και αναδιοργάνωση για επίλυση προβλημάτων, την μετάδοση «ενέργειας», η οποία θα βοηθήσει τους ανθρώπους να ξεπερνούν τα προβλήματα που θα βρίσκουν μπροστά τους, καθώς και να ανταποκρίνονται στο τι θέλει ο κάθε ένας ξεχωριστά.
- δ) Το αποτέλεσμα. Σε αυτή την περίπτωση εννοούμε την σταθερότητα αλλά και την εύκολη και ομαλή προσαρμογή στην όποια αλλαγή θα απαιτείται. Δηλαδή με την σταθερότητα εννοώ «όλα να κυλούν ομαλά» και να βαδίζουν τα στελέχη σύμφωνα με το πλάνο καθώς και να διασφαλίζουν την έγκαιρη και ομαλή προσαρμογή τους σε κάθε αλλαγή για τα καλώς νοούμενα συμφέροντα της εταιρείας.

Για να πετύχουν όμως όλα αυτά χρειάζεται εξαρχής να τεθεί ένα όραμα, μια μεγάλη ιδέα από την ηγεσία της εταιρείας και αυτό το όραμα μετέπειτα να μεταλαμπαδευτεί και στα υπόλοιπα στελέχη. Έτσι το ερώτημα που τίθεται είναι το εξής: «Τι θέλει να γίνει η εταιρεία?» δηλαδή μια σαφέστατη εικόνα του τελικού αποτελέσματος. Επειδή ένα ισχυρό όραμα φέρνει μεγάλα πράγματα, τη απόκτηση περιουσίας από την εταιρεία, την θεραπεία από τυχόν ενδεχόμενες επιπτώσεις της κρίσης, την γέννηση κάποιων ισχυρών αρχών και αξιών εντός της εταιρείας κλπ. Έτσι αντιλαμβανόμενος την τωρινή κατάσταση της εταιρείας ο γενικός διευθυντής της, γνωρίζοντας την φυσιολογική της κατάσταση μπορεί να οριοθετήσει και να επιδιώξει την πλέον επιθυμητή κατάσταση που θα ήθελε να είχε η εταιρεία του.

3.3 Ο ρόλος της «ηγεσίας» της εταιρείας και το ομαδικό πνεύμα:

Μέσω του πλάνου θα πρέπει να αναπτυχθούν «ηγέτες» σε όλα τα επίπεδα της εταιρείας. Είναι εμφανέστατη η αναγκαιότητα η εταιρεία να αναπτύξει «ηγέτες» σε όλα τα επίπεδα της ιεραρχίας της έτσι ώστε να θωρακίσει ακόμα καλύτερα και αποτελεσματικότερα την υλοποίηση του επιχειρηματικού πλάνου της. Οι ικανότητες, οι γνώσεις και η θέληση είναι στοιχεία τα οποία πρέπει να διαθέτει κάθε στέλεχος του γραφείου και μέσω της υλοποίησης του επιχειρηματικού πλάνου θα μπορεί να τις αναπτύξει ακόμα περισσότερο απελευθερώνοντας τις δυνατότητες του, καθώς και τις ηγετικές ικανότητες του περιορίζοντας το «εγώ» και τις ανασφάλειες του και

υποστηρίζοντας το «εμείς» και το ομαδικό πνεύμα. Τότε μόνο θα μπορούμε να μιλάμε για αποτελεσματική και ορθολογιστική υλοποίηση του επιχειρηματικού πλάνου της εταιρείας πετυχαίνοντας παράλληλα και την σταδιακή διαμόρφωση και ανάπτυξη μιας αλλιώτικης κουλτούρας ηγεσίας αλλά και μιας αλλιώτικης γενικότερα κουλτούρας στο εσωτερικό της εταιρείας. Έτσι η εταιρεία θα μπορεί με «άξιους ηγέτες» να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τόσο την κρίση όσο και την σκληρή ανταγωνιστικότητα σε όλα ανεξαιρέτως τα επίπεδα. Ηγέτης και αρχηγός φυσικά σε όλη αυτή την προσπάθεια θα είναι ο γενικός διευθυντής της εταιρείας. Στο τέλος της διαδρομής φυσικά θα αποδείξει αν ήταν καλός ή κακός ή εξαιρετος ηγέτης και καθοδηγητής. Το ζήτημα δεν είναι να σέβεται τα στελέχη του και να μην τα περιφρονεί, αλλά να καταφέρει τα στελέχη του να του λένε: «το κάναμε μόνοι μας».

Επίσης πέντε λόγοι δυσλειτουργίας μιας ομάδας που πρέπει να αποφευχθούν επειδή δεν εξυπηρετούν σε καμιά περίπτωση το επιχειρηματικό πλάνο είναι:

- α) Η μη συγκέντρωση στον στόχο. Δηλαδή τα στελέχη να αδυνατούν να προσηλωθούν στον συγκεκριμένο στόχο που θα τεθεί, δηλαδή στο επιχειρηματικό πλάνο με αποτέλεσμα να παρουσιάζονται αδυναμίες όσον αφορά την υλοποίηση του πλάνου και όσον αφορά στον καταμερισμό των ευθυνών και των καθηκόντων.
- β) Η αποφυγή της ευθύνης που αναλογεί στο κάθε στέλεχος, και το αποτέλεσμα αυτού να υπάρχει πλήρης ανισορροπία στην διάταξη της εταιρείας.
- γ) Να μην υπάρχει δέσμευση έναντι του διευθυντή και της υπόλοιπης ομάδας για περισσή προσπάθεια επίτευξης του στόχου.
- δ) Να υπάρχει φόβος για σύγκρουση. Δηλαδή να υπάρχουν πολλές αντικρουόμενες απόψεις όσον αφορά την λειτουργία της ομάδας αλλά και όσον αφορά τον τρόπο υλοποίησης του επιχειρηματικού πλάνου.
- ε) Να υπάρχει έλλειψη εμπιστοσύνης ανάμεσα στα στελέχη της εταιρείας και το χειρότερο από όλα να υπάρχει έλλειψη εμπιστοσύνης από τον διευθυντή προς τα στελέχη.

Έτσι όλα αυτά καλό είναι να αποφευχθούν από όλα τα στελέχη της επιχείρησης για να μην φέρουν σε δύσκολη θέση την εταιρεία με την μη υλοποίηση του πλάνου που τόσο έχει ανάγκη. Έτσι με αρχηγό και μπροστάρη τον γενικό διευθυντή της εταιρείας και ακόλουθους και υποστηρικτές τα υπόλοιπα στελέχη θα πρέπει να υλοποιηθεί το πλάνο με συμμόρφωση, στρατηγική και πειθαρχία από όλους. Η ομάδα να διακατέχεται από σωστή επικοινωνία, από ομαδικό πνεύμα και χαρακτήρα, από αμοιβαία εμπιστοσύνη, από αμοιβαία συνεννόηση και πάνω από όλα με ενθάρρυνση.

3.4 Χειρισμός Δύσκολων Πελατών:

Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την εταιρεία αποτελεί ο χειρισμός των δύσκολων πελατών της. Είναι ένα πολύ σημαντικό κεφάλαιο αυτό για την εταιρεία επειδή οι δύσκολοι πελάτες είναι δύσκολοι και στις αποφάσεις τους και χρειάζονται ιδιαίτερη προσοχή αλλά και μεταχείριση. Έτσι εναπόκειται στα στελέχη της εταιρείας να επιδεικνύουν την απαραίτητη προσοχή και υπομονή με αυτή την κατηγορία πελατών. Έτσι τα στελέχη της εταιρείας θα πρέπει να εκπαιδευτούν και στην διαχείριση αντιρρήσεων. Επειδή ασχολούνται με τις υπηρεσίες ίσως να αντιμετωπίζουν σε διάφορες περιπτώσεις διάφορες αντιρρήσεις. Συνήθως οι απορρίψεις από τους πελάτες ρίχνουν την αυτοπεποίθηση στα στελέχη. Έτσι με την σωστή εκπαίδευση τα στελέχη μαθαίνουν να τις χειρίζονται αποτελεσματικά, μετατρέποντας έτσι τα εμπόδια σε ευκαιρίες για παροχή και πώληση υπηρεσίας. Το κυριότερο είναι ότι από ένα σημείο και μετά μαθαίνουν να αντιμετωπίζουν τις όποιες αντιρρήσεις προκύπτουν με αυτοπεποίθηση.

Έτσι μέσα από το επιχειρηματικό πλάνο που θα σχεδιάσουμε για την εταιρεία θα εντάξουμε και το κεφάλαιο με τον κύκλο της πώλησης και την διαδικασία που θα ακολουθήσουμε για τον χειρισμό των πελατών της εταιρείας και την προετοιμασία που πρέπει να γίνεται από την στιγμή που εντοπίζεται ο πελάτης μέχρι την στιγμή γίνεται πελάτης. Επίσης ρόλο θα παίζει και ο χειρισμός αυτού έτσι ώστε να μείνει ικανοποιημένος. Γιατί ένας ικανοποιημένος πελάτης θα είναι επί της ουσίας και μελλοντικός μας πωλητής από μόνος του. Για να κάνεις όμως την σωστή προετοιμασία χρειάζεται να γνωρίζεις ως εταιρεία 4 βασικά πράγματα. Πρώτο, να έχεις γνώση της υπηρεσίας που προσφέρεις, δεύτερο, να έχεις γνώση των αναγκών και των δυνατοτήτων της εταιρείας σου, τρίτο, να έχεις γνώση του ανταγωνισμού και τέταρτο, να έχεις γνώση της συγκεκριμένης αγοράς.

Στην προκειμένη περίπτωση η εταιρεία βάση του πλάνου που θα σχεδιάσουμε θα πρέπει να εμπλουτίσει την διαδικασία πώλησης της υπηρεσίας της με τον εξής τρόπο: Καταρχήν θα πρέπει να προσεγγίσει τον υποψήφιο πελάτη. Μετέπειτα μέσα από την συζήτηση να διαπιστώσει τις ανάγκες του και το τι τον οδήγησε εκεί. Στην συνέχεια πρέπει να παρουσιαστεί στον πελάτη η υπηρεσία και η διαδικασία που θα ακολουθηθεί για αυτήν. Μετά θα γίνει η διαπραγμάτευση με τον πελάτη για την παροχή και της υπηρεσίας και το κόστος αυτής και μετά αν καταλήξουν σε συμφωνία να γίνει το κλείσιμο της συμφωνίας για την παροχή της υπηρεσίας. Στην συνέχεια αυτής της πώλησης πρέπει το γραφείο να εξεύρει εκείνους τους τρόπους έτσι ώστε να κρατάει τον πελάτη συνεχώς ευχαριστημένο και ικανοποιημένο προσφέροντας του υπηρεσίες και μετά την πώληση. Αφού τα πετύχει όλα αυτά θα αρχίσουν τα δύο εμπλεκόμενα μέρη να σκέφτονται και την επέκταση της συνεργασίας μεταξύ τους. Στην δική μας περίπτωση η επέκταση της συνεργασίας συνεπάγεται δύο πράγματα. Την ανανέωση της άδειας

παραμονής του αλλοδαπού και την προσφορά και άλλων ειδών παροχής υπηρεσιών προς τον πελάτη, π.χ. ασφάλειες κλπ.

Όσον αφορά τυχόν αντιρρήσεις από την πλευρά του πελάτη αυτές κυρίως αφορούν την τιμή, την υπηρεσία, την εταιρεία, την εξυπηρέτηση και το προσωπικό. Δηλαδή οι πιο συχνές αντιρρήσεις που θα συναντήσουν τα στελέχη της εταιρείας στην επαφή με τον υποψήφιο πελάτη είναι κυρίως: δεν μου χρειάζεται κάτι τέτοιο, μου χρειάζεται κάτι καλύτερο, χρειάζομαι πιο προσιτή τιμή γιατί αυτήν δεν την αντέχουν τα οικονομικά μου, πήγα και σε ανταγωνιστές σας και μου παρουσίασαν κάτι καλύτερο από εσάς, η υποστήριξη και η εξυπηρέτηση που προσφέρεται την κρίνω λιγάκι ανεπαρκή και άλλα. Επίσης η εταιρεία θα πρέπει να μαντέψει και τι κρύβεται πίσω από πιθανές αντιρρήσεις ακόμα και από αντιρρήσεις που δεν τις λέει ο πελάτης. Τέτοιες αντιρρήσεις είναι όταν ο πελάτης είναι σκεπτικός για την υπηρεσία την οποία θα αγοράσει και δεν την έχει κατανοήσει ακριβώς όπως και τα οφέλη αυτής, καθώς επίσης και όταν θέλει να αναβάλει την αγορά. Επίσης πίσω από τις αντιρρήσεις κρύβονται και διάφορα άλλα πράγματα, όπως έλλειψη κοινού εδάφους, όταν γίνονται φτωχές ερωτήσεις και δίνονται φτωχές απαντήσεις, όταν κινούμαστε γρήγορα και επιπόλαια καθώς και όταν υποσχόμαστε πολλά.

Η εταιρεία που αναλύω επειδή έρχεται σε επαφή με πολλούς ανθρώπους είναι απολύτως φυσικό και φυσιολογικό να έρχεται σε επαφή με διάφορων ειδών ανθρώπους. Έτσι μέσω του επιχειρηματικού πλάνου που θα καταρτιστεί πρέπει να αναφερθούν μερικές τέτοιες κατηγορίες ανθρώπων και τι πλεονεκτήματα ή μειονεκτήματα έχει η κάθε κατηγορία, έτσι ώστε η εταιρεία να είναι απολύτως προετοιμασμένη να αντιμετωπίσει την κάθε περίπτωση τύπου πελάτη με ξεχωριστό και ειδικό τρόπο. Εδώ είναι όλη η ουσία του ζητήματος, το πώς θα κερδίσεις τον πελάτη ανάλογα με τον τύπο του. Αυτό είναι και το πιο σημαντικό κομμάτι της δουλειάς και του πλάνου. Έτσι πιο κάτω θα δούμε και θα εξετάσουμε διάφορους τύπους πελατών.

Περίεργος: αυτός ο τύπος θέλει να ξέρει τι συμβαίνει, να ρωτά, να ενδιαφέρεται για λεπτομέρειες, να ακούει υπομονετικά και να δέχεται ευχαρίστως εισηγήσεις.

Αδιάφορος: ακούει με έναν βαρετό τρόπο, επιδεικτικά κοιτάζει το ρολόι, μπορεί να φανεί αλαζόνας και αγενής, αν και φαίνεται σαν να μην ενδιαφέρεται, στην πραγματικότητα δίνει προσοχή, εσκεμμένα ψάχνει για διαφορές ή αμφιβολίες στην ομιλία του συνομιλητή του και δεν καταδεικνύει τις αντιρρήσεις του με λόγια, αλλά τις εκφράζει μη-λεκτικά.

Καλόκαρδος: ακούει πρόθυμα κάθε λέξη του συνομιλητή του, είναι ανοιχτόμυαλος, ευγενικός και εξυπηρετικός, είναι ειλικρινής και αξιόπιστος, δεν θέλει να σπαταλεί τον χρόνο των άλλων και επιμένει στον επαγγελματισμό.

Συνεσταλμένος: κρατά αμυντική στάση και η οποία φαίνεται μέσα από την στάση του σώματος του, πασπατεύει τα πράγματα που είναι γύρω του, τα μάτια του κινούνται νευρικά από το ένα μέρος στο άλλο, φοβάται από τις ερωτήσεις που μπορεί να του κάνουν και ξέρει ότι μπορεί να πειστεί εύκολα να αγοράσει κάτι, να αποδεχθεί κάτι, κλπ.

Κακούργος: έχει επιθετική στάση, τα χέρια του είναι στις τσέπες του, και συνήθως είναι σφιγμένα σε γροθιά, είναι θορυβώδης, διεκδικών, αλλά μπορεί να καταφέρει να γίνει καλόκαρδος επίσης, αμφιβάλλει συχνά τις ιδιότητες της προσφερόμενης υπηρεσίας, εκφράζει ξεκάθαρα στον συνομιλητή του ότι είναι η αιτία όλων των προβλημάτων και δυσκολιών που αυτός αντιμετωπίζει και είναι φορτωμένος με πολλά προσωπικά και άλλων ειδών προβλήματα, τα οποία του αρέσει να ξεφορτώνει στους άλλους.

Σκεπτικός: αυτός ο τύπος δεν λέει πολλά, παραμένει συχνά σιωπηλός, του αρέσει να περιεργάζεται τον συνομιλητή του, στην πραγματικότητα ξέρει περισσότερα ή έχει μια ισχυρή άποψη που βασίζεται στην εμπειρία του, αλλά δεν εμπλέκεται στην συζήτηση, είναι ευφυής, ενώ ακούει, εξετάζει προσεκτικά τον συνομιλητή του, και δοκιμάζει τις επαγγελματικές του γνώσεις, την αξιοπιστία και την ειλικρίνεια καθώς και στο μυαλό του γελάει όταν ακούει φράσεις του τύπου: «Είμαι βέβαιος ότι θα θέλατε...».

Αρνητικός: αυτός ο τύπος λέει: «Δεν πρόκειται να αγοράσω τίποτα σήμερα, ούτε και αύριο», κρατά αμυντική στάση σαν είδος ασπίδας, η οποία ωστόσο δεν είναι πολύ ισχυρή, καθώς επίσης και με το να είναι εναντίον και χωρίς λογικά επιχειρήματα, ο πελάτης αυτός πιστεύει ότι είναι η μόνη του ευκαιρία να μην «παραδοθεί» στην αδυναμία του, της οποίας έχει πλήρη επίγνωση.

Αυτός που τα ξέρει όλα: έχει μία ισχυρή ανάγκη να δείξει ότι τα ξέρει όλα, θέλει να έχει την τελευταία λέξη, είναι αυταρχικός ή ακόμη χειρότερα θεαματικά καλοπροαίρετος, αισθάνεται ανασφαλής στην παρουσία ατόμου όπως αυτόν και καλύπτεται πίσω από το «Ξέρω, ξέρω», ποτέ δεν θα αφήσει κάποιον να τον κατακτήσει, είτε υπομονετικά, είτε θυμωμένα, ανάλογα με την ιδιοσυγκρασία του, θα υπερηφανεύεται για ποιο λόγο η συγκεκριμένη υπηρεσία δεν είναι καλής ποιότητας και είναι συνήθως Δικαστές, Γιατροί, Μηχανικοί, Παιδαγωγοί και άτομα της Διαφήμισης.

Δύσπιστος: είναι πολύ προσεχτικός και καχύποπτος σε προσφορές και άλλες προωθητικές ενέργειες, είναι σε εγρήγορση όλη την ώρα, ρίχνοντας μια ματιά γύρω του καθώς και δύσκολα εμπιστεύεται κάποιον.

Εγωκεντρικός: αυτός ο τύπος έχει κρύα, εγωιστική συμπεριφορά και εκμεταλλεύεται τους άλλους μόνο για χάρη του εαυτού του, εκφράζεται με υπερβολική αυτοπεποίθηση και ανεξαρτησία, επιδειξιμανία και υπερήφανη αυτοπροβολή, η πιο συχνή λέξη στο λεξιλόγιό του είναι το «εγώ», δεν νοιάζεται για τους άλλους και δεν διστάζει να το πει, επίσης αφού τελειώσει τον σκοπό του, θα σας τσαλακώσει και θα σας ρίξει στον κάλαθο

των αχρήστων και αγχώνεται και μόνο με την σκέψη ότι μπορεί να εξαρτάται από κάποιον άλλο.

3.5 Ο ρόλος του μάρκετινγκ:

Ο ρόλος του μάρκετινγκ σε μια επιχείρηση είναι τεράστιος και πολύ βοηθητικός. Το μάρκετινγκ βοηθά πολύ μια επιχείρηση να αναπτύξει και να προωθήσει τα προϊόντα της και τις υπηρεσίες της, καθώς και να λειτουργεί πιο σύγχρονα, πιο τεχνολογικά, πιο μεθοδικά και πιο αποτελεσματικά. Τα εργαλεία μάρκετινγκ που χρησιμοποιούνται παίζουν καθοριστικό ρόλο στην υλοποίηση της στρατηγικής ανάπτυξης της εταιρείας.

Το μάρκετινγκ είναι η διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησης της σύλληψης, της τιμολόγησης, της προβολής και της διανομής ιδεών, προϊόντων και υπηρεσιών για την δημιουργία συναλλαγών που ικανοποιούν ατομικούς και επιχειρησιακούς στόχους. Ο ρόλος του μάρκετινγκ αναγνωρίζεται μέσα στην κοινωνία επειδή αποτελεί κοινωνιολογική διαδικασία με την οποία τα άτομα και οι ομάδες αποκτούν αυτό που θέλουν μέσω της δημιουργίας, προσφοράς και ελεύθερης ανταλλαγής προϊόντων και υπηρεσιών. Από διοικητικής άποψης το μάρκετινγκ δεν είναι η ίδια η πώληση αλλά η τέχνη του να πουλάς προϊόντα.

Η έρευνα διατριβής θα εξετάσει τον ρόλο του μάρκετινγκ στην υλοποίηση του επιχειρηματικού πλάνου της εταιρείας και πως αυτό θα βοηθήσει το Ιδιωτικό Γραφείο Εξευρέσεως Εργασίας να αναπτύξει και να προωθήσει τις υπηρεσίες του. Έτσι την έρευνα θα απασχολήσουν οι βασικές έννοιες του μάρκετινγκ και πως αυτές θα αξιοποιηθούν προς όφελος της εταιρείας, καθώς και η στρατηγική μάρκετινγκ που θα ακολουθηθεί για να βοηθηθεί η εταιρεία.

Επίσης κατά την εξέταση και ανάλυση του ρόλου του μάρκετινγκ θα εξεταστούν και θα αναλυθούν και κάποιες άλλες σχετικές πτυχές με αυτό, όπως είναι ο ρόλος της έρευνας αγοράς, ποιος ο ρόλος ενός μάρκετινγκ μάντζερ στην εταιρεία, ποιος ο στρατηγικός προγραμματισμός μάρκετινγκ της εταιρείας και ποιο είναι το μείγμα μάρκετινγκ που θα χρησιμοποιηθεί. Τέλος η έρευνα θα εξετάσει ποια είδη μάρκετινγκ θα είναι βοηθητικά προς την εταιρεία για να εφαρμοστούν.

3.5.1 Βασικές έννοιες μάρκετινγκ:

Προϊόντα: χωρίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες, στα αγαθά, στις υπηρεσίες και στις ιδέες.

Ανάγκες: αφορά τις ανάγκες, τις επιθυμίες και τις απαιτήσεις. Το μάρκετινγκ δεν δημιουργεί ανάγκες αλλά παράλληλα με άλλους παράγοντες επηρεάζει τις επιθυμίες των ανθρώπων.

Αγορά στόχος και Τμηματοποίηση: εδώ η έρευνα διατριβής θα εξετάσει ποια είναι η ομάδα αγοράς που θα στοχεύσει η εταιρεία και σε αυτή την περίπτωση υπάρχει και το δημογραφικό στοιχείο. Δηλαδή που αφορά εθνικότητες, ηλικία, φύλο κλπ.

Σχέσεις και δίκτυα: Relationship Marketing: με αυτό βασικός στόχος της εταιρείας είναι να χτίσει αμοιβαίες σχέσεις ικανοποίησης μεταξύ των βασικών μερών και στην συγκεκριμένη περίπτωση που εξετάζει η έρευνα μας, είναι η σχέση ικανοποίησης με τους πελάτες προκειμένου να κερδίσει και να διατηρήσει την δραστηριότητα τους. Η απόρροια αυτού είναι η δημιουργία ενός δικτύου μάρκετινγκ.

Ανταγωνισμός: αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει όλες τις πραγματικές και όλες τις δυνητικές προϊοντικές προσφορές και τα υποκατάστατα που ένας πελάτης αγοραστής μπορεί να σκεφθεί.

Περιβάλλον: Υπάρχουν δύο περιβάλλοντα μάρκετινγκ. Το εσωτερικό και το εξωτερικό. Στο εσωτερικό υπάρχουν οι βασικοί παίκτες της παραγωγής, της διανομής και της προβολής. Η εταιρεία που η έρευνα εξετάζει θα πρέπει να διεξάγει ένα SWOT Analysis για να διαπιστώσει τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία που έχει και να αντιληφθεί τις ευκαιρίες και να αντιμετωπίσει τις απειλές που υπάρχουν στην αγορά που δραστηριοποιείται. Επίσης με αυτή την ανάλυση θα διαπιστώσει και την πραγματική κατάσταση που επικρατεί στο εσωτερικό της περιβάλλον. Στο εξωτερικό περιβάλλον η εταιρεία θα πρέπει να διεξάγει PEST Analysis. Αυτή η ανάλυση θα βοηθήσει την εταιρεία να αντιληφθεί τους πολιτικούς και νομικούς παράγοντες της αγοράς, τους οικονομικούς, τους κοινωνικούς, τους πολιτιστικούς και τους τεχνολογικούς. Αυτοί όλοι οι παράγοντες παίζουν εξέχοντα ρόλο στην δημιουργία αλλά και στην διαμόρφωση ενός εξωτερικού περιβάλλοντος.

Marketing Mix: Το Marketing mix είναι ένα σύνολο εργαλείων του μάρκετινγκ με τα οποία η εταιρεία που η έρευνα διατριβής εξετάζει θα επιτύχει τους στόχους μάρκετινγκ στην αγορά που δραστηριοποιείται. Η ταξινόμηση αυτών των εργαλείων είναι τα 4P's (προϊόν, τιμή, προώθηση και τοποθεσία).

Αξία: που η επιχείρηση δημιουργεί για τον πελάτη. Τα προϊόντα, οι υπηρεσίες, το προσωπικό και το image δημιουργούν την συνολική αξία για τον πελάτη. Το χρηματικό, ο χρόνος, η προσπάθεια και ο ψυχικός παράγοντας επηρεάζουν και δημιουργούν συνολικό κόστος για τον πελάτη. Όλα αυτά μαζί συνθέτουν και δημιουργούν την συνολική αξία που προσφέρεται.

3.6 Λειτουργία Ιδιωτικού Γραφείου Εξευρέσεως Εργασίας:

Για την λειτουργία Ιδιωτικού Γραφείου Εξευρέσεως Εργασίας στην Κυπριακή Δημοκρατία, νομικά ή φυσικά πρόσωπα, πρέπει να εξασφαλίσουν άδεια για την λειτουργία τέτοιου γραφείου από τον διευθυντή του τμήματος Εργασίας του Υπουργείου Εργασίας, Πρόνοιας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων που αποτελεί και την αρμόδια αρχή.

Η ίδρυση και λειτουργία ιδιωτικών γραφείων εξευρέσεως εργασίας ρυθμίζεται από τον περί ιδιωτικών γραφείων εξευρέσεως εργασίας νόμο. Ο όρος «ιδιωτικό γραφείο εξεύρεσης εργασίας» σημαίνει οποιοδήποτε νομικό ή φυσικό πρόσωπο που έχει ως αντικείμενο δραστηριότητας την μεσολάβηση για εξεύρεση για λογαριασμό εργοδότη προσώπων διαθέσιμων για εργασία είτε με σκοπό την άμεση ή έμμεση αποκόμιση χρηματικού ή άλλου υλικού οφέλους είτε όχι ή εισπράττει για την υπηρεσία αυτή αμοιβή ή προβαίνει σε άλλη συνεισφορά ή οποιαδήποτε άλλη παρόμοια ή διαφορετική χρέωση.

3.6.1 Κριτήρια επιλεξιμότητας κάποιου γραφείου:

Φυσικά ή νομικά πρόσωπα έχουν το δικαίωμα να εξασφαλίσουν άδεια λειτουργίας ιδιωτικού γραφείου εξεύρεσης εργασίας, αν ικανοποιήσουν το Τμήμα Εργασίας ότι πληρούν τους ακόλουθους όρους:

Στην περίπτωση κατά την οποία το γραφείο διευθύνεται από φυσικό πρόσωπο, τότε το πρόσωπο αυτό πρέπει να είναι πολίτης της Κυπριακής Δημοκρατίας ή οποιουδήποτε άλλου κράτους μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το εν λόγω πρόσωπο δεν πρέπει να τελεί υπό πτώχευση ή άλλη νομική ανικανότητα.

Στην περίπτωση λειτουργίας τέτοιου γραφείου από νομικό πρόσωπο το πρόσωπο αυτό έχει συσταθεί δυνάμει των νόμων της Δημοκρατίας ή οποιουδήποτε άλλου κράτους μέλους έχει εγγεγραμμένο γραφείο ή τόπο εργασίας στη Δημοκρατία και δεν τελεί σε διαδικασία εκκαθάρισης ή διάλυσης.

Σε περίπτωση λειτουργίας του γραφείου από φυσικό πρόσωπο, το πρόσωπο αυτό, ή σε περίπτωση λειτουργίας του γραφείου από νομικό πρόσωπο, οι Διευθυντές, ή σε

περίπτωση συνεταιρισμού, οι συνεταίροι καθώς και ο υπεύθυνος λειτουργίας του γραφείου:

δεν έχουν καταδικαστεί, για συγκεκριμένα ποινικά αδικήματα που αναφέρονται στο άρθρο 6(1) του Νόμου περιλαμβανομένου αδικήματος κατά παράβαση του περί Αλλοδαπών και Μεταναστεύσεως Νόμου.

δεν έχουν υπηρετήσει, κατά την τελευταία πριν την χορήγηση της άδειας διετία σε συγκεκριμένα Κυβερνητικά Τμήματα και στην Αστυνομία.

δεν ασκούν παράλληλα συγκεκριμένες επιχειρηματικές δραστηριότητες που αναφέρονται στο άρθρο 20 του Νόμου.

Το πρόσωπο που είναι υπεύθυνο για τη λειτουργία του γραφείου πρέπει να είναι πολίτης της Δημοκρατίας ή οποιουδήποτε άλλου κράτους μέλους και να εμπίπτει σε μια από τις πιο κάτω κατηγορίες:

είναι κάτοχος αναγνωρισμένου διπλώματος, πτυχίου ή τίτλου πανεπιστημίου σε αντικείμενο που αναφέρεται στο άρθρο 8(1)(α) του Νόμου.

είναι κάτοχος αναγνωρισμένου διπλώματος, πτυχίου ή τίτλου πανεπιστημίου σε αντικείμενο άλλο και μεταπτυχιακού τίτλου σε αντικείμενο που αναφέρεται στην άρθρο 8(1)(α)

είναι κάτοχος αναγνωρισμένου διπλώματος, πτυχίου, μεταπτυχιακού ή τίτλου πανεπιστημίου σε αντικείμενο άλλο από τα αναφερόμενα στο άρθρο 8(1)(α) του Νόμου και να έχει παρακολουθήσει σειρά μαθημάτων σχετικών με τον τομέα της απασχόλησης και την εργατική νομοθεσία, τα οποία καθορίζει η αρμόδια αρχή.

είναι κάτοχος απολυτηρίου μέσης εκπαίδευσης και να έχει παρακολουθήσει σειρά μαθημάτων σχετικών με τον τομέα της απασχόλησης και την εργατική νομοθεσία, τα οποία καθορίζει η αρμόδια αρχή και να έχει επιτύχει στις σχετικές εξετάσεις.

Σε περίπτωση που το γραφείο παρέχει υπηρεσίες τοποθέτησης επιστημονικού και διευθυντικού προσωπικού, το πρόσωπο που έχει την ευθύνη για τη λειτουργία του γραφείου πρέπει να κατέχει πανεπιστημιακό δίπλωμα ως τα σημεία (i-iii) πιο πάνω ή στην περίπτωση του (iv) να διαθέτει τριετή εμπειρία στην τοποθέτηση διευθυντικού / επιστημονικού προσωπικού.

Ιδιωτικό γραφείο εξεύρεσης εργασίας εντός έξι (6) μηνών από την ημερομηνία έκδοσης άδειας για πρώτη φορά, οφείλει να διαθέτει την αναγκαία κτιριακή υποδομή που αποτελείται από αυτοτελή επαγγελματικό χώρο έκτασης τουλάχιστον τριάντα τετραγωνικών μέτρων (30m²) και να διαθέτει τον αναγκαίο τεχνικό εξοπλισμό.

3.6.2 Διαδικασία υποβολής αίτησης για άδεια λειτουργίας, άσκησης εργασίας ή ανανέωσης:

Το έντυπο αίτησης για έκδοση ή ανανέωση άδειας λειτουργίας ιδιωτικού γραφείου εξευρέσεως εργασίας μπορεί να υποβληθεί είτε μέσω του Ενιαίου Κέντρου Εξυπηρέτησης Κύπρου (ΕΚΕ Κύπρου), είτε απευθείας στα Επαρχιακά Γραφεία Εργασίας του Υπουργείου Εργασίας, Πρόνοιας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων.

Το έντυπο αίτησης για την έκδοση άδειας λειτουργίας Ιδιωτικού Γραφείου Εξευρέσεως Εργασίας πρέπει να συνοδεύεται από τα ακόλουθα:

1. Πιστοποιημένα αντίγραφα Δελτίων Ταυτότητας ή διαβατηρίων των Διευθυντών σε περίπτωση εταιρείας, των Συνεταίρων σε περίπτωση συνεταιρισμού, του αιτητή σε περίπτωση φυσικού προσώπου καθώς και του υπεύθυνου λειτουργίας του Ιδιωτικού Γραφείου Εξευρέσεως Εργασίας.
2. Πρωτότυπα Πιστοποιητικά Ποινικού Μητρώου για τους Διευθυντές σε περίπτωση εταιρείας, τους συνεταίρους σε περίπτωση συνεταιρισμού, του αιτητή σε περίπτωση φυσικού προσώπου καθώς και για τον υπεύθυνο λειτουργίας του Ιδιωτικού Γραφείου Εξευρέσεως Εργασίας, από την Αστυνομία.
3. Πιστοποιημένα αντίγραφα των ακαδημαϊκών προσόντων του υπεύθυνου λειτουργίας του Ιδιωτικού Γραφείου Εξευρέσεως Εργασίας.
4. Ένορκη δήλωση ότι δεν συντρέχει στα πρόσωπα των Διευθυντών σε περίπτωση εταιρείας, συνεταίρων σε περίπτωση συνεταιρισμού και του υπεύθυνου λειτουργίας του Ιδιωτικού Γραφείου Εξευρέσεως Εργασίας, το ασυμβίβαστο των άρθρων 6(1)(στ) & 20 και 6(1)(ζ)(iv) του περί Ιδιωτικών Γραφείων Εξεύρεσης Εργασίας Νόμου του 2012 (δηλαδή να μην έχουν παράλληλη επιχειρηματική δραστηριότητα σε συγκεκριμένους τομείς και να μην έχουν υπηρετήσει σε συγκεκριμένα Κυβερνητικά Τμήματα).
5. Πιστοποιητικά Σύστασης, Εγγεγραμμένου Γραφείου, Διευθυντών & Γραμματέα, Μετόχων, Πιστοποιητικό ότι η εταιρεία υφίσταται, Πιστοποιητικό περί μη θέσης σε διαδικασία εκκαθάρισης, Ιδρυτικό & Καταστατικό της εταιρείας από το Τμήμα του Εφόρου Εταιρειών και Επίσημου Παραλήπτη (σε περίπτωση εταιρείας).
6. Πιστοποιητικό συνεταίρων από τον Έφορο Εταιρειών (σε περίπτωση συνεταιρισμού). Σε περίπτωση φυσικού προσώπου πιστοποιητικό μη πτώχευσης από τον Έφορο Εταιρειών.
7. Πιστοποιητικό παρακολούθησης επιμορφωτικού προγράμματος σε θέματα Απασχόλησης / εργατικής νομοθεσίας ή πιστοποιητικό επιτυχίας σε σχετικές εξετάσεις (όπου εφαρμόζεται).

8. Βεβαίωση από προηγούμενους εργοδότες για την πείρα του αιτητή (όπου εφαρμόζεται).
9. Αντίγραφο του πιστοποιητικού συνεισφορών από την Υπηρεσία Κοινωνικών Ασφαλίσεων.
10. Τέλος υποβολής της πρώτης αίτησης €100, τέλος έκδοσης άδειας €300 σύμφωνα με τους περί Ιδιωτικών Γραφείων Εξεύρεσης Εργασίας Κανονισμούς.

Ο αιτητής πληροφορείται ως προς την απόφαση για αδειοδότηση υπό κανονικές συνθήκες εντός τριών μηνών από την ημερομηνία που η αίτηση και τα συνοδευτικά έγγραφα, έχουν δεόντως υποβληθεί.

Η άδεια ισχύει για περίοδο τριών ετών από την ημερομηνία έκδοσής της και ανανεώνεται αυτόματα με την υποβολή αίτησης και την καταβολή του τέλους των €300 όπως καθορίζεται στους Κανονισμούς.

3.6.3 Υποχρεώσεις και Εποπτεία:

Οι υπεύθυνοι λειτουργίας των αδειούχων Ιδιωτικών Γραφείων Εξεύρεσης Εργασίας είναι υποχρεωμένοι να συμμορφώνονται με τις πρόνοιες του Νόμου περί Ιδιωτικών Γραφείων Εξεύρεσης Εργασίας (Αρ. 126(Ι)/2012), και μεταξύ άλλων με τα ακόλουθα:

να ειδοποιούν γραπτώς (εντός ενός μηνός) την αρμόδια αρχή για οποιαδήποτε ουσιαστική αλλαγή στις πληροφορίες που ήδη παρασχέθηκαν (π.χ. αλλαγή διεύθυνσης) όταν υπέβαλαν την αίτηση.

να τηρούν κατάλληλο αρχείο σύμφωνα με τις διατάξεις των Κανονισμών.

το όνομα και ο αριθμός άδειας του Ιδιωτικού Γραφείου Εξεύρεσης Εργασίας πρέπει να αναφέρεται σαφώς σε όλες τις ανακοινώσεις που δημοσιεύονται σε οποιαδήποτε εφημερίδα ή άλλο έντυπο.

η άδεια λειτουργίας Ιδιωτικού Γραφείου Εξεύρεσης Εργασίας πρέπει να είναι αναρτημένη σε περίοπτο μέρος στις εγκαταστάσεις.

πινακίδα με το όνομα του Ιδιωτικού Γραφείου Εξεύρεσης Εργασίας και ο αριθμός άδειας πρέπει να είναι αναρτημένος σε περίοπτο μέρος έξω από το κτίριο.

ο αριθμός άδειας του Ιδιωτικού Γραφείου Εξεύρεσης Εργασίας πρέπει να είναι ανηρτημένος στην ιστοσελίδα που διατηρεί το γραφείο στο διαδίκτυο.

3.6.4 Περιορισμοί στις δραστηριότητες Ιδιωτικού Γραφείου Εξεύρεσης Εργασίας:

Τα Ιδιωτικά Γραφεία Εξεύρεσης Εργασίας δεν επιτρέπεται να:

- προωθούν αιτητές για απασχόληση χωρίς να έχουν έγγραφη εντολή από τον εργοδότη.
- παραποιοούν ή να παρέχουν λανθασμένες πληροφορίες όσον αφορά τους όρους και συνθήκες της απασχόλησης και τα προσόντα των αιτητών.
- προωθούν την απασχόληση προσώπου σε τόπο εργασίας όπου οι υφιστάμενοι εργαζόμενοι βρίσκονται σε απεργία.
- προωθούν την απασχόληση νεαρών προσώπων (κάτω των 18 ετών).

3.6.5 Προστασία ημερομισθίων:

Καμιά οικονομική επιβάρυνση δεν υφίσταται ο εργοδοτούμενος από εργοδότη ή από οποιοδήποτε ιδιωτικό γραφείο εξεύρεσης εργασίας υπό μορφή άμεσης ή έμμεσης αμοιβής για σκοπούς αναζήτησης, εξασφάλισης ή διατήρησης απασχόλησης είτε με μορφή δαπανών που σχετίζονται με την αναζήτηση, εξασφάλιση και τη διατήρηση της απασχόλησης. Επίσης, Ιδιωτικό γραφείο εξεύρεσης εργασίας δεν δύναται να εισπράττει από τον εργοδότη τις απολαβές του εργοδοτούμενου για λογαριασμό του, ακόμη και εάν ο ίδιος ο εργοδοτούμενος έχει δώσει σχετική συγκατάθεση.

Η αρμόδια αρχή μπορεί να ζητήσει γραπτώς από οποιοδήποτε Ιδιωτικό Γραφείο Εξεύρεσης Εργασίας να υποβάλει εντός καθορισμένου χρόνου, τα πιο κάτω στοιχεία τα οποία υποχρεούται να τηρεί σύμφωνα με τις διατάξεις του Νόμου ή και των Κανονισμών (άρθρο 28 και Κανονισμός 13)

(α) αριθμό εργοδοτούμενων για την τοποθέτηση των οποίων μεσολάβησαν τα ίδια και τα παραρτήματά τους κατά το προηγούμενο έτος, ανά-

Υπηκοότητα.

Ειδικότητα

Επίπεδο εκπαίδευσης

Κατηγορίες, όπως άνεργος ή μη, φύλο, ηλικία

Είδος σύμβασης εργασίας

Προβλεπόμενη διάρκεια χρόνου εργασίας.

(β) αριθμό των εξυπηρετούμενων εργοδοτών στους οποίους εξασφάλισαν εργοδοτούμενους τα ίδια και τα παραρτήματά τους κατά το προηγούμενο έτος ανά κλάδο δραστηριότητας, όπως γεωργία, κτηνοτροφία, βιομηχανία, βιοτεχνία, κατασκευές, εμπόριο και υπηρεσίες, ιδιωτικά νοικοκυριά.

3.6.6 Ανάκληση άδειας λειτουργίας:

Η άδεια λειτουργίας Ιδιωτικού Γραφείου Εξεύρεσης Εργασίας ανακαλείται όταν: Ο κάτοχος της ή και ο υπεύθυνος λειτουργίας έχει καταδικαστεί για αδίκημα που αναφέρεται στις διατάξεις του άρθρου 6(1) του Νόμου .

Ο κάτοχος διατελεί υπό πτώχευση ή υπό οποιαδήποτε άλλη νομική ανικανότητα και σε περίπτωση νομικού προσώπου διαλυθεί ή τεθεί σε διαδικασία εκκαθάρισης.

Ο κάτοχος προκειμένου να λάβει άδεια έχει καταρτίσει πλαστό έγγραφο.

Ο κάτοχος της άδειας έχει αποβιώσει.

Κατά την διάρκεια τακτικού ή έκτακτου ελέγχου έχει διαπιστωθεί ότι κάποια από τις προϋποθέσεις χορήγησης της άδειας δεν πληρούνται και ο κάτοχος της άδειας αρνείται ή αδυνατεί να συμμορφωθεί με τις υποδείξεις της αρμόδιας αρχής για συμμόρφωση στο χρονικό διάστημα που αυτή ορίζει.

Ο κάτοχος της άδειας αρνείται να συμμορφωθεί εντός καθοριζόμενου χρονικού διαστήματος με απόφαση για μη έγκριση αλλαγής σύμφωνα με το άρθρο 12 του Νόμου.

3.6.7 Έλεγχος εφαρμογής του Νόμου:

Η αρμόδια αρχή διορίζει Επιθεωρητές οι οποίοι είναι αρμόδιοι να ελέγχουν την εφαρμογή του Νόμου. Στον Νόμο περιλαμβάνονται διατάξεις που καθορίζουν τις εξουσίες και τα καθήκοντα των Επιθεωρητών. Όποιος παρεμποδίζει τον Επιθεωρητή στην άσκηση των καθηκόντων του, τιμωρείται με φυλάκιση μέχρι έξι (6) μήνες ή με χρηματική ποινή που δεν υπερβαίνει τις €5.000 ή και στις δύο αυτές ποινές.

Κεφάλαιο 4

Μεθοδολογία

4.1 Ανάλυση αγοράς:

Οι υπηρεσίες της K. Kazamias Net Ltd στοχεύουν σε συγκεκριμένους τομείς. Για παράδειγμα, ηλικιωμένα άτομα που αναζητούν και χρειάζονται παροχή φροντίδας, γαιοκτήμονες που χρειάζονται εργάτες για τα χωράφια τους, άλλοι επιχειρηματίες που διαθέτουν κτηνοτροφικές μονάδες και χρειάζονται εργάτες για τις φάρμες τους, εργοστάσια που χρειάζονται φθινό εργατικό δυναμικό και ιδιωτικές σχολές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που αναζητούν εγγραφές αλλοδαπών φοιτητών στις σχολές τους. Το στοίχημα όμως για την εταιρεία είναι να καταφέρει να εκπληρώνει τους όποιους επιχειρηματικούς της στόχους και σκοπούς με σωστή και συγκεκριμένη στρατηγική πολιτική. Η διαφορετικότητα ανάμεσα στις εταιρείες ίδιας φύσεως υπάρχει, έτσι η εταιρεία θα πρέπει να εξεύρει εκείνους τους τρόπους έτσι ώστε να εκμεταλλευτεί ορισμένα στοιχεία για να επικρατήσει έναντι των ανταγωνιστών της.

Η K. Kazamias Net Ltd, πρέπει ειδικά σε αυτούς τους δύσκολους καιρούς να κατορθώσει να προσφέρει τις υπηρεσίες της στην υψηλότερη ποιότητα σε σχέση με την καλύτερη δυνατή και προσιτή προς το πελατειακό κοινό τιμολογιακή πολιτική. Άλλωστε σε αυτές τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες η τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζουν οι εταιρείες αποτελούν τον πιο σημαντικό παράγοντα για το καταναλωτικό κοινό με αποτέλεσμα οι εκάστοτε υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρείες να εξαρτώνται σε πολύ μεγάλο βαθμό από αυτήν. Η K. Kazamias Net Ltd, αντιλαμβανόμενη σε μεγάλο βαθμό την οικονομική κρίση και ειδικότερα που αποσκοπούν οι προτιμήσεις του αγοραστικού κοινού κατόρθωσε να προσφέρει όσο πιο υψηλής ποιότητας υπηρεσίες μπορούσε στις καλύτερες δυνατές τιμές. Η αγορά-στόχος για την εταιρεία είναι οι κατηγορίες πελατών που προαναφέρθηκαν πιο πάνω. Επίσης το πεδίο που προσφέρει τις υπηρεσίες της η εταιρεία επεκτείνονται σε ολόκληρη την Κύπρο αν και γραφείο η εταιρεία διατηρεί μόνο σε μια πόλη, την Λάρνακα. Τέλος, οι χώρες όπου η K. Kazamias Net Ltd αποτελείται για να εξεύρει προσωπικό για τους υποψήφιους πελάτες της είναι η Ινδία, το Πακιστάν, το Βιετνάμ, η Σρι Λάνκα, οι Φιλιππίνες, το Νεπάλ αλλά και ευρωπαϊκές χώρες όπως η Ρουμανία και η Βουλγαρία καθώς και χώρες όπως η Ρωσία

και η Μολδαβία. Η εταιρεία διατηρεί συνεργασίες με διάφορους αντιπροσώπους από αυτές τις χώρες για πιο εύκολη εξεύρεση αυτών αλλά και για πιο εύκολη κάθοδο αυτών των αλλοδαπών στην Κύπρο τηρώντας απόλυτα όλες τις νομότυπες διαδικασίες που προνοούν τόσο η νομοθεσία στην Κύπρο όσο και το νομοθετικό πλαίσιο εκείνων των χωρών μέσω των αρμόδιων αρχών.

4.2 Ανάλυση ανταγωνισμού:

Ως έμμεσος ανταγωνισμός για την Κ. Kazamias Net Ltd λογίζονται οι επιχειρήσεις που διαθέτουν ομοειδή γραφεία και προσφέρουν το ίδιο αντικείμενο υπηρεσιών με αυτήν. Στον άμεσο ανταγωνισμό ανήκουν πιο μεγάλες μεγέθους εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε διάφορους τομείς και ένας από αυτούς είναι και ο ίδιος με της εταιρείας που η παρούσα διατριβή εξετάζει. Όλοι αυτοί οι ανταγωνιστές έχουν την οικονομική δυνατότητα να εδρεύουν σε όλη την Κύπρο διατηρώντας γραφεία σε όλες σχεδόν ανεξαιρέτως τις πόλεις. Αυτές οι εταιρείες επειδή καταπιάνονται και με άλλους τομείς δραστηριοτήτων έχουν περισσότερα μέσα για να προωθήσουν πιο ευέλικτα και πιο επιτυχώς και αυτόν τον τομέα υπηρεσιών. Επίσης έχουν την οικονομική δυνατότητα να εργοδοτούν περισσότερο προσωπικό για να διεκπεραιώνει τις εργασίες τους πιο γρήγορα, πιο ευέλικτα, πιο αποτελεσματικά και πιο ποιοτικά. Επίσης αυτές οι εταιρείες έχουν την δυνατότητα να χαμηλώνουν τις τιμές τους ανάλογα με τις εκάστοτε συνθήκες και να γίνονται πιο προσιτές και πιο προσεγγίσιμες προς το πελατειακό κοινό. Ακόμη λόγω αυτής της σημαντικής δυνατότητας που έχουν διαθέτουν πιο σύγχρονα μέσα τεχνολογίας και παραγωγής και αυτό το γεγονός συμβάλει αποτελεσματικά ως προς την καλύτερη, ευέλικτη και αποδοτικότερη διεκπεραίωση και εκτέλεση των εργασιών τους διευκολύνοντας έτσι αφάνταστα το έργο τους.

Όλα αυτά καθιστούν πιο δύσκολο το έργο της Κ. Kazamias Net Ltd επειδή η ίδια προς το παρών δεν μπορεί να διαθέτει σε αυτό το ευρύ φάσμα όλα αυτά τα σημαντικά μέσα και όλες αυτές τις δυνατότητες για να είναι πλήρως ανταγωνιστική προς τους μεγάλους ανταγωνιστές της. Έτσι η εταιρεία παλεύει με τα μέσα που διαθέτει , δηλαδή τα καλύτερα μέσα που μπορεί να έχει για να είναι στον καλύτερο δυνατό βαθμό ανταγωνιστική. Παράλληλα όμως μέσα από αυτές τις δυσκολίες προσπαθεί να βγαίνει σταδιακά καλύτερη, ενισχύοντας βήμα προς βήμα τα αδύνατα της σημεία έτσι ώστε σταδιακά να γίνεται πιο δυνατή και πιο ανταγωνιστική. Για να το πετύχει αυτό η εταιρεία που η παρούσα διατριβή εξετάζει θα πρέπει να αναπτύξει και να ακολουθήσει συγκεκριμένη και στοχευμένη στρατηγική πολιτική που να έχει άμεση σχέση με ένα στοχευμένο και ορθολογιστικό επιχειρηματικό πλάνο. Αυτό το πλάνο βέβαια μόλις δημιουργηθεί θα πρέπει άμεσα να μπει σε εφαρμογή και σταδιακά να υλοποιηθεί. Μόνο με αυτό τον τρόπο η Κ. Kazamias Net Ltd θα μπορέσει να ανταπεξέλθει με επιτυχία σε

έναν σκληρό ανταγωνισμό και να θέσει τις βάσεις για να καταστεί πιο δυνατή και ισχυρή στον τομέα της.

4.3 Τιμολογιακή στρατηγική:

Οι αντικειμενικοί σκοποί στρατηγικής τιμολόγησης θα πρέπει να αντικατοπτρίζουν αυτό που επιδιώκει να πετύχει η K. Kazamias Net Ltd με την υπηρεσία που προσφέρει ως προς την αγορά-στόχο της. Όταν η επιχειρηματική στρατηγική, η αγορά-στόχος και η στρατηγική τοποθέτησης της υπηρεσίας είναι διατυπωμένες με σαφήνεια τότε οι αντικειμενικοί σκοποί τιμολόγησης είναι απλή διαδικασία. Οι αντικειμενικοί σκοποί τιμολόγησης που ακολουθεί η K. Kazamias Net Ltd είναι η μεγιστοποίηση της ανάπτυξης των υπηρεσιών της και διείσδυσης της στην αγορά, η διατήρηση της ποιότητας των υπηρεσιών της και η μεγιστοποίηση του τρέχοντος κέρδους της αντιλαμβανόμενη όλους τους κοινωνικούς αντικειμενικούς της σκοπούς.

Βασικός αντικειμενικός σκοπός της εταιρείας είναι η μεγιστοποίηση της ανάπτυξης των πωλήσεων των υπηρεσιών της καθώς και η πιο ευρεία διείσδυση της στην αγορά. Η K. Kazamias Net Ltd βρίσκεται στο πιο αναπτυξιακό στάδιο του κύκλου ζωής της. Αυτό συμβαίνει επειδή η εταιρεία δραστηριοποιείται εδώ και 14 χρόνια στον συγκεκριμένο τομέα και δραστηριοποιήθηκε σε αυτόν όχι σχετικά νωρίς αλλά σε μια περίοδο όπου υπήρχε έξαρση σε αυτόν τον συγκεκριμένο τομέα. Οι πελάτες-στόχοι της εταιρείας είναι ευαίσθητοι στην τιμή, τουλάχιστον οι περισσότεροι και αυτό ένεκα της οικονομικής κρίσης που ταλάνισε και ταλανίζει ακόμα την Κύπρο. Η εταιρεία διαθέτει θέση χαμηλού κόστους και επιδιώκει μια επιχειρησιακή στρατηγική χαμηλού κόστους. Ακολουθώντας αυτή την συγκεκριμένη στρατηγική τιμολόγησης η εταιρεία έχει στόχο να αποθαρρύνει κάπως τους ανταγωνιστές της. Όμως μια τέτοια στρατηγική τιμολόγησης έχει τα θετικά της και τα αρνητικά της. Από την στιγμή που η εταιρεία ορίζει σχετικά χαμηλή και προσιτή τιμή, δηλαδή λίγο πιο πάνω από το κόστος, αυτή η συγκεκριμένη πολιτική τιμολόγησης έχει σαν στόχο να βοηθήσει την εταιρεία στην προσέλκυση νέων πελατών και σε μια πιο εύκολη και γρήγορη διείσδυση στην αγορά με αποτέλεσμα αυτών των ενεργειών την επέκταση της ζήτησης και την εξασφάλιση όσο το δυνατόν μεγαλύτερου μεριδίου αγοράς.

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που έχει σημαντική αλληλεπίδραση και αλληλοεξάρτηση με αυτόν της τιμολογιακής πολιτικής είναι η διατήρηση της ποιότητας των υπηρεσιών της. Η αγορά που δραστηριοποιείται η K. Kazamias Net Ltd βρίσκεται στο στάδιο της ωριμότητας μετά την μεγάλη ανάπτυξη που είχε την τελευταία δεκαετία, τουλάχιστον λίγο πριν την κρίση. Η K. Kazamias Net Ltd διαθέτει σε έναν μεγάλο βαθμό συγκριτικά εξίσου δυνατά πλεονεκτήματα ποιότητας και υπηρεσιών έναντι των

έμμεσων ανταγωνιστών της και προσδοκά όπως αποκτήσει μελλοντικά εξίσου πλεονεκτήματα με αυτά των άμεσων ανταγωνιστών της.

Η Κ. Kazamias Net Ltd όπως και όλες οι εταιρείες για να πετύχει κάποια από τα αποτελέσματα στον τομέα της ανάπτυξης πωλήσεων και υπηρεσιών καταφεύγει στην διαφήμιση για να προσελκύσει όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες. Λόγω μεγέθους όμως αυτή η διαφήμιση είναι περιορισμένης φύσεως και επιτυγχάνεται με συγκεκριμένους τρόπους στοχεύοντας πάντοτε εκεί που θέλει. Δυστυχώς για την Κ. Kazamias Net Ltd λόγω μη μεγάλης οικονομικής δυνατότητας όπως έχουν οι μεγάλοι ανταγωνιστές της, δεν μπορεί να κάνει εκτεταμένη διαφήμιση και μάλιστα ποικιλοτρόπως χρησιμοποιώντας όσο το δυνατόν περισσότερα ισχυρά μέσα. Όμως ο σύγχρονος κόσμος της τεχνολογίας με την χρήση συγκεκριμένων ειδικών και χρήσιμων εργαλείων βοηθά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να εκμεταλλεύονται με καλύτερο, πιο εύκολο και πιο εύχρηστο τρόπο αυτά τα μέσα. Η εταιρεία προσπαθεί αυτά τα μέσα να τα εκμεταλλευτεί όσο μπορεί περισσότερο και καλύτερα για να πετύχει τον επιθυμητό σκοπό της.

Η εταιρεία που η παρούσα διατριβή εξετάζει όπως άλλωστε και όλες οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν ιδιαίτερα υψηλά κόστη που απορρέουν κύρια μέσα από τα κόστη παραγωγής αλλά και μέσα από τα λειτουργικά τους έξοδα. Έτσι αρκετές εταιρείες για να ανταποκριθούν σε αυτά τα υψηλά έξοδα ορίζουν σχετικά υψηλές τιμές σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους για να μπορέσουν να καλύψουν αυτά τα κόστη υψηλής παραγωγής αλλά και διαφήμισης. Κάποιες άλλες εταιρείες διατηρούν υψηλές τις τιμές τους για να ενισχύσουν την εικόνα του κύρους της επιχείρησής τους. Η Κ. Kazamias Net Ltd προτίμησε να εφαρμόσει την πολιτική της χαμηλής τιμής, περιορίζοντας τα λειτουργικά της έξοδα και κρατώντας σε ένα καλό και επιθυμητό επίπεδο την ποιότητα των υπηρεσιών της αλλά και την εικόνα του κύρους της. Έτσι η εταιρεία εφαρμόζει στρατηγική διαφοροποίησης όσον αφορά αυτό τον τομέα έναντι των ανταγωνιστών της. Με αυτό τον τρόπο η εταιρεία στοχεύει σε ένα πιο ευρύ φάσμα πελατών. Έτσι προσπαθεί να ικανοποιήσει τις ανάγκες όλων των ομάδων πελατών, τόσο τις ευάλωτες όσο και τις πιο κοινωνικά και επιχειρηματικά ισχυρές.

Τέλος η Κ. Kazamias Net Ltd ακολουθεί αυτή την στρατηγική τιμολόγησης με την ελπίδα ότι θα καταφέρει με αυτό τον τρόπο να προσελκύσει περισσότερους πελάτες καλύπτοντας παράλληλα τα έξοδα της και διασφαλίζοντας την ποιότητα των υπηρεσιών σε ικανοποιητικά επίπεδα. Από το 2003 που λειτουργεί το γραφείο της εταιρείας ακολουθείται αυτή η μέθοδος τιμολόγησης διαφοροποιούμενη ελάχιστα με τις εκάστοτε απαιτήσεις των καιρών και εκάστοτε με την κατάσταση που επικρατεί στην οικονομία. Απλά η φιλοσοφία παραμένει η ίδια πάντοτε προσανατολισμένη στο κόστος, στον ανταγωνισμό και ειδικότερα στον πελάτη.

4.4 SWOT Analysis:

Η SWOT analysis (από τα αρχικά των λέξεων Strengths, Weaknesses, Opportunities και Threats), είναι ένα από τα πιο γνωστά εργαλεία επιχειρησιακής ανάλυσης. Η SWOT analysis είναι μια γενική τεχνική σχεδιασμού και οργάνωσης ενός συνεκτικού πλαισίου λήψης αποφάσεων, που μπορεί να αφορά έναν θεσμό, μια επιχείρηση κλπ. Αυτή η διαδικασία δίνει μια σαφή εικόνα της εσωτερικής και εξωτερικής θέσης της επιχείρησης καθώς επικεντρώνεται στα εσωτερικά και εξωτερικά στοιχεία τα οποία θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη σε όλες τις μελλοντικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων. Παράλληλα αποτρέπει την επιχείρηση από το να γίνει εσωστρεφής και να λειτουργεί χωρίς να λαμβάνει υπόψη τα μηνύματα από το περιβάλλον της.

Ο ρόλος της SWOT analysis είναι να συλλέγει πληροφορίες από το περιβάλλον της επιχείρησης και να τις διακρίνει σε εσωτερικές (δυνατά και αδύνατα σημεία) και εξωτερικές (ευκαιρίες και απειλές). Αφού γίνει αυτό, η ανάλυση SWOT βοηθά να διαπιστωθεί εάν αυτές οι πληροφορίες παραπέμπουν σε κάτι το οποίο μπορεί να βοηθήσει την εταιρεία να πετύχει τους στόχους της (ένα δυνατό σημείο ή μια ευκαιρία) ή εάν παραπέμπουν σε κάποιο εμπόδιο το οποίο πρέπει να ξεπεραστεί ή να ελαχιστοποιηθεί έτσι ώστε να προκύψουν τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα (αδύνατο σημείο ή απειλή). Όταν διενεργείτε μια ανάλυση SWOT τα δυνατά και αδύνατα σημεία αντιπροσωπεύουν το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης ενώ οι ευκαιρίες και οι απειλές το εξωτερικό περιβάλλον.

4.4.1 Δυνατά σημεία:

Η Κ. Kazamias Net Ltd έχει ιδιαίτερη στενή επαφή με τους πελάτες της σε όλη την συνεργασία τους. Με αυτό τον τρόπο το συνεχές ενδιαφέρον που επιδεικνύει η εταιρεία αντιμετωπίζεται με πολύ θετικό τρόπο από τους πελάτες της και αποτελεί αναμφίβολα ένα μεγάλο συν για την εταιρεία. Η εταιρεία δίνει μεγάλη έμφαση στον τομέα των διαπροσωπικών σχέσεων.

Οι υπηρεσίες που προσφέρει η εταιρεία δεν είναι μοναδικές, ούτε καινοτόμες αλλά ούτε και κυρίαρχες. Το δυνατό σημείο που εντοπίζεται όμως σε αυτό το θέμα είναι πως η ίδια η εταιρεία με τον δικό της μοναδικό τρόπο προσέγγισης του υποψήφιου πελάτη κάνει την υπηρεσία της να είναι μοναδική. Δεν την ωραιοποιεί αλλά με τον τρόπο που την παρουσιάζει προκαλεί το ενδιαφέρον του υποψήφιου πελάτη της.

Δυνατό σημείο για την εταιρεία αποτελεί επίσης η σχετικά χαμηλή πολιτική τιμολόγησης που ακολουθεί με την αντίστοιχη υψηλή ποιότητα υπηρεσιών που προσφέρει. Αυτό το γεγονός δίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην Κ. Kazamias Net Ltd.

Επίσης η ικανοποιητική για τα δεδομένα της οικονομική επάρκεια που διαθέτει την βοηθά για να μπορεί να χρηματοδοτεί οτιδήποτε αλλαγές χρειάζεται και τις θεωρεί σημαντικές για την πρόοδο και την ανάπτυξη της.

Ένα ακόμη δυνατό σημείο που διαθέτει η εταιρεία είναι τα στοιχεία του ενεργητικού της. Σε αυτά συμπεριλαμβάνονται η ακίνητη περιουσία της εταιρείας, δηλαδή οι εγκαταστάσεις της που είναι ιδιόκτητες και στεγάζονται μόνο σε ένα και μόνο χώρο. Η απόφαση αυτή της εταιρείας μη επέκταση και σε άλλο χώρο όπως διαφάνηκε σε βάθος χρόνου και ένεκα της οικονομικής κρίσης και ένεκα της σωστής οικονομικής πολιτικής που ακολούθησε από την ίδρυση της μέχρι και σήμερα μπορεί εύκολα να διαπιστώσει κάποιος ότι ωφέλησε την εταιρεία παρά την έβλαψε. Πιθανό ενδεχόμενο και σενάριο αν προχωρούσε σε επέκταση ήταν σήμερα να μέτραγε ζημιές και πληγές. Όμως η συνετή διαχείριση την βοήθησε να το αποφύγει αυτό.

Ο εξοπλισμός που διαθέτει η εταιρεία ανάλογα με τις ανάγκες της μπορεί να διαπιστώσει κάποιος ότι είναι επαρκής. Μπορεί να μην έχει την δυνατότητα πλήρους εξέλιξης των τεχνολογικών της μέσων αλλά και αυτός που διαθέτει την βοηθά και την εξυπηρετεί για να διεκπεραιώνει επιτυχώς της εργασίες της. Μελλοντικά αν δυναμώσει ακόμα περισσότερο και αυτό το γεγονός απαιτεί περισσότερες ανάγκες ως προς την αναβάθμιση αυτών των μέσω η εταιρεία θα το αντιμετωπίσει.

Δυνατό σημείο για την K. Kazamias Net Ltd αποτελεί ασφαλέστατα η θέση που έχει στην αγορά που δραστηριοποιείται. Κρίνοντας την πορεία της μέχρι σήμερα διαπιστώνεται και διαφαίνεται ότι διαθέτει μια καλή θέση και φήμη στον τομέα της. Αδιαμφισβήτητα αποδειχτικό στοιχείων αποτελούν οι απόψεις των πελατών της.

Η εταιρεία διαθέτει πολύ καλές σχέσεις με τους ανταγωνιστές της πέραν του ανταγωνισμού που υπάρχει και αυτό το γεγονός της δίνει την δυνατότητα σε σημαντικό βαθμό να πετυχαίνει διαχρονικά καλές συνεργασίες με αυτούς.

4.4.2 Αδύνατα σημεία

Τα αδύνατα σημεία εντοπίζονται στο εσωτερικό της K. Kazamias Net Ltd και είναι τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί η εταιρεία και την καθιστούν λιγότερο ανταγωνιστική σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Έτσι η εταιρεία μέσω από αυτού του εντοπισμού των αδύνατων σημείων της από την ανάλυση που θα γίνει θα προσπαθήσει να διορθώσει αυτές τις αδυναμίες και να τις μετατρέψει σε δυνατά σημεία αλλάζοντας την ανταγωνιστική θέση της.

Έτσι τα αδύνατα σημεία που εντοπίστηκαν είναι τα εξής:

Αδύνατο σημείο για την K. Kazamias Net Ltd που εντοπίζεται είναι η μη επαρκής τεχνολογία που χρησιμοποιεί για τους σκοπούς διαφήμισης της. Η εταιρεία θα πρέπει να εκμεταλλευτεί και άλλα σύγχρονα μέσα ως προς αυτό τον σκοπό καθώς και να εξεύρει και άλλα διάφορα πρωτοποριακά μέσα που θα διευκολύνουν τον τρόπο που διαφημίζεται.

Επίσης η εταιρεία δεν διαθέτει ένα δυνατό εμπορικό σήμα που θα αποτελεί σήμα κατατεθέν για να δημιουργήσει ακόμα καλύτερη εικόνα στην αγορά. Η εταιρεία θα πρέπει να σκεφτεί ακόμα και το ενδεχόμενο να αλλάξει το λογότυπο της και να δημιουργήσει άλλο καινούργιο που θα πουλά περισσότερο και που θα αντικατοπτρίζει καλύτερα την εικόνα της στην αγορά.

Ακόμη διαπιστώνεται η εμφανής έλλειψη καινοτόμων και πρωτοποριακών ιδεών και αυτό το γεγονός εγκλωβίζει την εταιρεία να λειτουργεί βάση μιας συγκεκριμένης φιλοσοφίας και κουλτούρας, που ναι μεν είναι καλή και σωστή γιατί μέχρι στιγμής αποδίδει αποτελέσματα αλλά είναι εμφανές ότι στερείται επικοινωνιακής και μοντέρνας στρατηγικής. Η επικοινωνιακή και μοντέρνα στρατηγική πρέπει να ακολουθηθεί γιατί μελλοντικά αν θέλει η εταιρεία να προοδεύσει και να εκσυγχρονιστεί θα είναι η πιο ενδεδειγμένη πολιτική στρατηγικής.

Αναμφίβολα η εμφανής έλλειψη στρατηγικής μάρκετινγκ επηρεάζει την εταιρεία ως προς τις προοπτικές προόδου και αυτό σε μελλοντικό στάδιο αν δεν εφαρμοστεί θα αναγκάσει την εταιρεία αναπόφευκτα να λειτουργεί αναποτελεσματικά. Στην εφαρμογή ενός επιχειρηματικού πλάνου και στην υλοποίηση συγκεκριμένης στρατηγικής το μάρκετινγκ παίζει σημαίνοντα ρόλο. Η εταιρεία πρέπει να χρησιμοποιήσει αυτό το σύγχρονο και χρήσιμο εργαλείο για να βάλει τις βάσεις ανάπτυξης και προόδου.

Άλλο αδύνατο σημείο που εντοπίζεται στην K. Kazamias Net Ltd είναι η έλλειψη επιμόρφωσης και εκπαίδευσης του διευθυντή και των στελεχών της, όχι προς το αντικείμενο εργασίας τους αλλά σε βασικά άλλα ζητήματα που επηρεάζουν κυρίως έμμεσα αλλά και άμεσα την εταιρεία. Έτσι ο διευθυντής και τα στελέχη της εταιρείας θα πρέπει σταδιακά να αρχίσουν να επιμορφώνονται βάση κάποιων σεμιναρίων που διεξάγονται από ειδικούς σε θέματα επιχειρήσεων έτσι ώστε να αποκτήσουν γνώση γύρω από τις στρατηγικές των επιχειρήσεων. Αυτές οι γνώσεις θα βοηθήσουν παράλληλα και την επιχείρηση μέσω αυτών να λειτουργεί πιο σύγχρονα και να αντιμετωπίζει διαφορετικά και πιο αποτελεσματικά διάφορες καταστάσεις που θα προκύπτουν. Ο διευθυντής της εταιρείας διαθέτει πλούσια εμπειρία γύρω από το αντικείμενο εργασίας του και αυτή την εμπειρία την μεταλαμπάδευσε σταδιακά και προς τα άλλα στελέχη και αυτό αποτελεί θετικό παράγοντα αλλά δεν αρκεί. Στον σύγχρονο

επιχειρηματικό κόσμο πρέπει να είναι κάποιος κατάλληλα εφοδιασμένος και με περαιτέρω συναφή γνώση για να ανταποκρίνεται πλήρως.

4.4.3 Ευκαιρίες

Μια συνήθης προσέγγιση εντοπισμού των ευκαιριών έγκειται στην ανασκόπηση των δυνάμεων και την διερεύνηση της δυναμικής τους για άνοιγμα ευκαιριών. Εναλλακτικά, ανασκοποούνται οι αδυναμίες και διερευνάται η δυνατότητα αξιοποίησης ευκαιρίας μέσω της εξάλειψης των αδυναμιών. Η Κ. Kazamias Net Ltd θα πρέπει να εντοπίσει τις καλές ευκαιρίες που προβάλλουν στην αγορά και να διαγνώσει τις ενδιαφέρουσες τάσεις που διαμορφώνονται διαχρονικά στον τομέα δραστηριοτήτων της. Χρήσιμες ευκαιρίες μπορεί να θεωρηθούν οι αλλαγές στην τεχνολογία και στην αγορά είτε σε μικρή είτε σε μεγάλη κλίμακα. Να υπάρξουν αλλαγές στην κρατική πολιτική στο πεδίο ενδιαφέροντος της επιχείρησης. Επίσης ευκαιρίες μπορεί να εντοπιστούν σε ενδεχόμενες αλλαγές σε κοινωνικά μοτίβα, σε πληθυσμιακά προφίλ και σε αλλαγές τρόπου ζωής. Επίσης τέλος ενδεχόμενα τοπικά γεγονότα παίζουν σημαίνοντα και εξέχοντα ρόλο.

Η Κ. Kazamias Net Ltd θα πρέπει να παρουσιαστεί έτοιμη ανά πάσα στιγμή να εντοπίσει αυτές τις ευκαιρίες, να τις εκμεταλλευτεί και να τις κάνει πράξη. Θα πρέπει να βρίσκεται σε συνεχή εγρήγορση έτσι να προβαίνει στο σωστό και άμεσο διάβασμα της αγοράς, να διαγιγνώσκει τις ανάγκες αυτής και με τα κατάλληλα και αναγκαία τεχνολογικά μέσα να αρπάζει τις ευκαιρίες που απορρέουν από αυτή.

Επίσης θα πρέπει να ενημερώνεται συνεχώς για τις όποιες αλλαγές προκύπτουν από την κρατική πολιτική σύμφωνα με την νομοθεσία για να μπορεί να εκμεταλλευτεί τις όποιες θετικές αλλαγές προς όφελος της.

Αλλαγές θα προκύπτουν και μέσα από διάφορες κοινωνικές και πληθυσμιακές τάσεις που θα διαμορφώνονται καθώς και στον τρόπο ζωής των καταναλωτών. Η Κ. Kazamias Net Ltd θα πρέπει να ακολουθεί αυτές τις αλλαγές στις διάφορες τάσεις και να προσαρμόζει τις πολιτικές και στρατηγικές της ανάλογα με αυτές. Αυτές οι τάσεις υπάρχει πιθανότητα να προσφέρουν ευκαιρίες στον τομέα δραστηριοποίησης της εταιρείας και αν αξιοποιηθούν και μελετηθούν σωστά μόνο οφέλη μπορεί να προσδώσουν στην εταιρεία.

Διάφορα τοπικά γεγονότα μπορούν να βοηθήσουν την εταιρεία να αδράξει ευκαιρίες. Μια ενδεχόμενη ανάπτυξη της οικονομίας με νέες μονάδες και νέες επιχειρήσεις ίσως να έχει θετικό αντίκτυπο και για την Κ. Kazamias Net Ltd ούτως ώστε να επιδιώξει και να επιτύχει νέες συνεργασίες αποκτώντας νέους πελάτες. Έτσι η εταιρεία θα πρέπει να βρίσκεται σε ετοιμότητα και με το σωστό πλάνο και την σωστή στρατηγική να πετύχει

ισχυρές συμφωνίες και συνεργασίες με τους νέους παίκτες που θα προκύψουν στην αγορά.

4.4.4 Απειλές

Οι απειλές αντανakλούν μεταβλητές του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης τις οποίες η επιχείρηση θα πρέπει να εντοπίσει, να προσαρμοστεί σε αυτές ή ακόμα και να τις προσαρμόσει όπου κάτι τέτοιο είναι εφικτό, όπως για παράδειγμα, η είσοδος νέων ανταγωνιστών, κάποιες ρυθμίσεις στο νομικό περιβάλλον, δημιουργία ή και εμφάνιση νέων αγορών κλπ. Τις απειλές τις συναντούν κυρίως οι επιχειρήσεις εκεί συνήθως όπου εμφανίζονται εμπόδια, στο τι κάνουν οι ανταγωνιστές της εταιρείας, εκεί όπου εμφανίζονται αλλαγές στις προδιαγραφές για τις ήδη παρεχόμενες υπηρεσίες, στις τεχνολογικές αλλαγές που απειλούν ή ακυρώνουν την υφιστάμενη οικονομία, στο αν υπάρχουν χρηματοδοτικά ή χρηματοοικονομικά προβλήματα και τέλος εκεί όπου κάποια από τις αδυναμίες αποτελεί πραγματική απειλή για την οικονομία.

Η K. Kazamias Net Ltd θα πρέπει να βρίσκεται σε συνεχή ετοιμότητα για την αντιμετώπιση των όποιων απειλών παρουσιάζονται και «απειλούν» την εταιρεία. Εμπόδια στον δρόμο της θα συναντά διαρκώς αλλά το ζητούμενο είναι η εταιρεία να έχει τις απαραίτητες αντιστάσεις ούτως ώστε να εξεύρει άμεσες λύσεις αντιμετωπίζοντας τα.

Επίσης η εταιρεία θα πρέπει να βρίσκεται σε μια συνεχή «παρακολούθηση» των ανταγωνιστών της ούτως ώστε να κατορθώνει να απαντά άμεσα και εύστοχα στις όποιες ανταγωνιστικές κινήσεις πολιτικής και στρατηγικών ακολουθούν αυτές. Το ζήτημα είναι να βρίσκεται σε πλήρη ετοιμότητα για να αντιμετωπίζει αποτελεσματικά τις όποιες παγίδες που πιθανόν να κρύβουν οι ανταγωνιστές της. Οι προδιαγραφές για τις ήδη παρεχόμενες υπηρεσίες μπορεί να επιδέχονται συνεχείς αλλαγές, όπου αυτές οι αλλαγές θα πρέπει να εντοπίζονται έγκαιρα από την εταιρεία για να τις διαμορφώνει ανάλογα με την πολιτική στρατηγικής της.

Επιπλέον η εταιρεία θα πρέπει να παρακολουθεί στενά τις όποιες τεχνολογικές αλλαγές διαδραματίζονται έτσι ώστε να εναρμονίζεται με αυτές για να μην καταστούν αυτές οι τεχνολογικές αλλαγές πραγματική απειλή για την εταιρεία.

Η K. Kazamias Net Ltd θα πρέπει πολύ προσεκτικά να ελέγχει τα οικονομικά της, να διατηρείται η εταιρεία σε σωστό οικονομικό προσανατολισμό έτσι ώστε να αποφύγει εντελώς απρόσμενες απειλές οικονομικής φύσεως για να μην καταντήσει η εταιρεία να χρειάζεται άλλη χρηματοδοτική ή χρηματοοικονομική ενίσχυση.

Τέλος, με το αναγκαίο επιχειρηματικό πλάνο και την διαρκή παρακολούθηση των εξελίξεων η εταιρεία να διασφαλίσει την θωράκιση της έτσι ώστε να αντιμετωπίσει με

αποτελεσματικότητα τις οποίες επικίνδυνες αλλαγές θα παρουσιάζονται μέσα από πιθανές απειλές.

4.5 PEST Analysis:

Η ανάλυση PEST, αφορά το ευρύ εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και αποτελείται από τις εξής τέσσερις κατηγορίες:

Πολιτικό περιβάλλον

Οικονομικό περιβάλλον

Κοινωνικό περιβάλλον

Τεχνολογικό περιβάλλον

Στο Πολιτικό περιβάλλον ανήκουν οι νόμοι και οι κρατικές παρεμβάσεις που επηρεάζουν την λειτουργία της επιχείρησης. Στο Οικονομικό περιβάλλον εντάσσονται οι οικονομικές δείκτες, όπως ο πληθωρισμός και η ανεργία. Το Κοινωνικό περιβάλλον περιλαμβάνει τις μεταβολές στις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών και διάφορα κοινωνικά φαινόμενα όπως η αστικοποίηση. Τέλος στο τεχνολογικό περιβάλλον ανήκουν κυρίως οι τάσεις της τεχνολογίας.

4.5.1 Πολιτικό περιβάλλον:

Η πολιτική σταθερότητα χωρίς ιδιαίτερες μεταβολές στην φορολογική νομοθεσία επιτρέπουν τον μακροπρόθεσμο προγραμματισμό των κινήσεων της επιχείρησης. Επίσης αν και με αρκετές δυσκολίες προς το παρών στάδιο, η K. Kazamias Net Ltd καταφέρνει να αποπληρώνει τις οφειλές της προς το κράτος, αλλά ακόμα και σε περίπτωση που δεν θα τα κατάφερνε και κατάφευγε στην διαδικασία του διακανονισμού σίγουρα θα βρισκόταν η χρυσή τομή, επειδή οι διευκολύνσεις που προσφέρει το κράτος δεν μπορούν να θεωρηθούν σε κανένα σημείο ανύπαρκτες.

Η K. Kazamias Net Ltd είναι πλήρως συμμορφωμένη με τις σχετικές πρόνοιες της νομοθεσίας που προνοούν την ίδρυση και λειτουργία Ιδιωτικών Γραφείων Εξευρέσεως Εργασίας. Η ίδρυση και η λειτουργία ρυθμίζεται από το περί Ιδιωτικών Γραφείων Εξευρέσεως Εργασίας νόμο. Η εταιρεία τηρεί αυτούς τους νόμους και αυτές τις πρόνοιες

κατά γράμμα. Αυτό είναι πολύ θετικό στοιχείο για την εταιρεία επειδή συμβάλλει στην καλή εικόνα και στην καλή φήμη που εκπέμπει προς την κοινωνία.

Ακόμη η εταιρεία ενημερώνεται συνεχώς για τις όποιες αλλαγές μπορεί να προκύπτουν μέσα από τα ειδικά έντυπα που πρέπει να καταθέτει για την διεκπεραίωση των εργασιών της. Η εταιρεία φέρνει στην Κύπρο εργάτες από διάφορες χώρες, όπου για κάποιες από αυτές τις χώρες τα έντυπα εισόδου, διαμονής και απασχόλησης μπορεί να αλλάζουν από το αρμόδιο υπουργείο λόγω της σχετικής νομοθεσίας. Έτσι η εταιρεία θα πρέπει να επαγρυπνεί συνεχώς και να ενημερώνεται για αυτές τις τόσο σημαντικές αλλαγές όταν προκύπτουν.

Η K. Kazamias Net Ltd θα πρέπει να είναι πλήρως συμμορφωμένη με τους κανονισμούς που διέπουν την λειτουργία της και την άσκηση επαγγέλματος και να ανανεώνει έγκαιρα και νομότυπα την άδεια λειτουργίας της. Με αυτό τον τρόπο διατηρεί την καλή εικόνα και φήμη που έχει προς τις αρμόδιες αρχές του κράτους.

4.5.2 Οικονομικό περιβάλλον:

Τα ψηλά δανειστικά επιτόκια που υπάρχουν εδώ και πάρα πολλά χρόνια στην Κύπρο επηρεάζουν αρνητικά τις επιχειρήσεις και ειδικά τις μικρομεσαίες και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα πολλές εταιρείες να βρίσκονται σε καταστάσεις δυστυχώς επιβίωσης. Πολλές από αυτές τις εταιρείες λόγω και των άλλων δυσμενών καταστάσεων ειδικά ένεκα της οικονομικής κρίσης αδυνατούν εντελώς να συμμορφώνονται ως προς τις δανειακές τους συμφωνίες και υποχρεώσεις.

Μέχρι το ξέσπασμα της κρίσης οι πλείστες επιχειρήσεις με σωστό οικονομικό προγραμματισμό και λόγω της ρευστότητας που υπήρχε στην οικονομία βολεύονταν κατά κάποιο τρόπο. Μόλις όμως ξέσπασε η κρίση με τα παρελκόμενα της άρχισαν να διαφαίνονται και να παρουσιάζονται ανεπιθύμητα εμπόδια και δυσκολίες. Η K. Kazamias Net Ltd έτυχε μιας δανειοδότησης το 2003 μόλις λειτούργησε αλλά με τον σωστό οικονομικό προγραμματισμό και την πειθαρχία και προσήλωση που επέδειξε κατάφερε το 2012 να εξοφλήσει τις υποχρεώσεις της προς την τράπεζα. Αυτό το κατάφερε όπως προαναφέρθηκε μέσα από τον σωστό οικονομικό προγραμματισμό που έκανε, την ίδια ώρα που σχεδόν όλες οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Κύπρο αντιμετώπιζαν σοβαρά οικονομικά προβλήματα λόγω της κρίσης και του υψηλού δανεισμού. Αυτό ασφαλέστατα και αναμφίβολα αποτελεί μεγάλη και σημαντική επιτυχία για την εταιρεία. Αυτό το γεγονός σημαίνει ότι η K. Kazamias Net Ltd συμβιβαζόταν και ανταποκρινόταν πλήρως με τις εκάστοτε αλλαγές που διαδραματιζόνταν σε ένα δύσκολο και ασταθές οικονομικό περιβάλλον.

Τα επίπεδα της ανεργίας τα τελευταία χρόνια έχουν επηρεάσει κάπως και την εταιρεία που η παρούσα διατριβή εξετάζει αλλά όχι όμως σε απόλυτο βαθμό. Με συγκεκριμένες και στοχευμένες οικονομικές κινήσεις η εταιρεία κατάφερε να ανταπεξέλθει από αυτό το μεγάλο πρόβλημα. Η μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών λόγω της ανεργίας δεν επηρέασε σε μεγάλο και σοβαρό βαθμό την λειτουργία και την πορεία της εταιρείας. Η φύση εργασίας της εταιρείας είναι τέτοια που της επέτρεψε με κατάλληλες και σωστές κινήσεις να αντιμετωπίσει αυτό το μεγάλο ζήτημα.

Λόγω της οικονομικής κρίσης για ένα διάστημα είχαν κλείσει οι στρόφιγγες των τραπεζών και η εξεύρεση πηγών χρηματοδότησης είχε γίνει πολύ δύσκολη. Η K. Kazamias Net Ltd κατάφερε να εξοφλήσει τις δανειακές της υποχρεώσεις πριν εμβραθύνει η κρίση και αυτό την βοήθησε πάρα πολύ ως προς την περαιτέρω λειτουργία της. Επίσης κατάφερε να ανταποκριθεί όλα αυτά τα χρόνια χωρίς να χρειαστεί περαιτέρω χρηματοδότηση και αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό.

Η K. Kazamias Net Ltd καταφέρνει να ανταποκρίνεται και να ανταπεξέρχεται στις απαιτήσεις από τα κόστη εργασιών της και από τα λειτουργικά της έξοδα με την σωστή διαχείριση που γίνεται από τον διευθυντή της εταιρείας. Αυτή η σωστή διαχείριση συνέβαλε τα μέγιστα έτσι ώστε να η εταιρεία να διαδραματίζει τον ρόλο της απρόσκοπτα με μοναδικό γνώμονα τα καλώς νοούμενα συμφέροντα της. Με αυτό τον τρόπο κατορθώνει να θωρακίζεται από τυχόν ανεπιθύμητα εμπόδια και κινδύνους.

4.5.3 Κοινωνικό περιβάλλον:

Οι αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών και οι μεταβολές που υπάρχουν τα τελευταία χρόνια επηρέασαν έμμεσα και αρνητικά πολλές επιχειρήσεις και ειδικά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δεν είχαν την δυνατότητα να μεταβάλλουν σε μεγάλο βαθμό τις τιμές τους και τις προσφορές τους. Λόγω των περικοπών που υπήρξαν στο λεγόμενο «καλάθι της νοικοκυράς» είχαν και έχουν μειωθεί αισθητά τόσο οι ανάγκες όσο και οι συνήθειες του καταναλωτικού κοινού. Αυτές οι περικοπές και μεταβολές επηρέασαν σε κάποιο βαθμό και την K. Kazamias Net Ltd ειδικότερα κατά την δύσκολο περίοδο αλλά ασφαλέστατα όχι στον βαθμό που επηρέασε άλλης φύσεως επιχειρήσεις. Έτσι η εταιρεία λόγω φύσεως εργασίας δεν επηρεάστηκε πολύ από αυτές τις μεταβολές.

Το φαινόμενο που παρατηρείται εδώ και χρόνια στην Κύπρο είναι αυτό της κεντροποίησης, όχι μόνο των υπηρεσιών αλλά και των γεωγραφικών αλλαγών. Πολλοί άνθρωποι και ειδικότερα οι νέοι άνθρωποι εγκατέλειψαν τα χωριά τους και εγκαταστάθηκαν στις μεγάλες πόλεις για πιο εύκολη πρόσβαση στην εργασία αλλά και λόγω των έντονων κοινωνικών και εργασιακών αλλαγών. Οι συνθήκες όμως στις πόλεις είναι πιο δύσκολες και πιο σκληρές. Οι ώρες που απασχολούνται στις εργασίες τους οι

εργαζόμενοι είναι για αρκετούς από αυτούς πάρα πολλές και ειδικότερα στον ιδιωτικό τομέα. Έτσι δεν προλαβαίνουν αυτοί οι άνθρωποι να αναλάβουν και την φροντίδα των ηλικιωμένων κυρίων ατόμων τους αλλά κάποιοι, ελάχιστοι όμως και των παιδιών τους. Όσον αφορά την κατηγορία των ηλικιωμένων ατόμων τα παιδιά τους έχουν ενώπιον τους δύο λύσεις. Είτε να τους πάρουν σε γηροκομείο είτε να αναζητήσουν από τα Ιδιωτικά Γραφεία Εξυμρέσεως Εργασίας κάποιο αλλοδαπό άτομο βοηθό για να αναλάβει την φροντίδα των γονιών τους.

Από την άλλη πλευρά η μαζική φυγή από τα πλείστα χωριά σωρείας ανθρώπων αποδυναμώνει και σε κάποιες περιπτώσεις κινδυνεύει να εξασθενήσει διάφορες εργασίες που εκτελούνται σε αυτά τα χωριά. Για παράδειγμα εργασίες σε χωράφια, φάρμες κλπ. Αυτό το γεγονός επιφέρει πολλές συνέπειες και για τον τομέα δραστηριοτήτων της εταιρείας. Από την στιγμή που μειώνονται οι εργασίες σε αυτούς τους τομείς αυτόματα μειώνεται και η δυνατότητα των γραφείων αυτών να βρει εργασία σε αλλοδαπούς υποψήφιους εργάτες.

Ένας άλλος τομέας που η εταιρεία αναπτύσσει τις υπηρεσίες της είναι αυτός που σχετίζεται με τους αλλοδαπούς φοιτητές. Η K. Kazamias Net Ltd έχει την δυνατότητα συνεργασίας με ιδιωτικές σχολές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης για την αίτηση διαμονής στην Κύπρο και εισδοχής σε αυτές τις σχολές υποψήφιων αλλοδαπών φοιτητών.

4.5.4 Τεχνολογικό περιβάλλον:

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας αποτελεί κάποιο πρόβλημα για την K. Kazamias Net Ltd. Σε αυτό τον τομέα η εταιρεία παρουσιάζει κάποιες αδυναμίες να ακολουθήσει πλήρως την εξέλιξη της τεχνολογίας, όχι από οικονομικής απόψεως αλλά λόγω της αδυναμίας των στελεχών της επιχείρησης να ανταποκριθούν σε αυτό το γεγονός. Αυτό παρουσιάζεται και σαν αδυναμία στα προσόντα του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας που χαρακτηρίζονται σαν μη επαρκή ως προς αυτό τον τομέα. Έτσι αυτό μπορεί να διορθωθεί μέσα από συνεχές πρόγραμμα κατάρτισης των στελεχών μέσω επιμόρφωσης και εκπαίδευσης από ειδικά προγράμματα που σχετίζονται με την τεχνολογία για να μπορέσουν μελλοντικά να ακολουθούν αυτές τις ραγδαίες αλλαγές και εξελίξεις αυτής σε πιο γρήγορους ρυθμούς αποτελεσματικότερα.

4.6 Μείγμα Μάρκετινγκ:

Το μείγμα μάρκετινγκ μπορεί να θεωρηθεί ότι αποτελεί το σύνολο της παραγωγικής προσπάθειας μιας επιχείρησης και συνιστάται από τα στοιχεία: του προϊόντος ή της υπηρεσίας, του συστήματος καθορισμού της τιμής, του συστήματος διανομής και του συστήματος επικοινωνίας. Το μείγμα μάρκετινγκ είναι ένας συνδυασμός έμψυχου υλικού και των παραπάνω στοιχείων για να δώσει σε μια υπηρεσία την απαιτούμενη φήμη. Η φήμη αυτή είναι η αντίληψη την οποία έχουν δημιουργήσει οι πελάτες για την εταιρεία και τις υπηρεσίες αυτής σε σχέση με τις ανάγκες τους. Συμπερασματικά, μπορεί να πει κανείς ότι το μείγμα μάρκετινγκ αποτελεί την συνολική προσφορά της εταιρείας προς την αγορά-στόχο της.

4.6.1 Υπηρεσία:

Οι εταιρείες λειτουργούν και αναπτύσσονται έχοντας ως σκοπό αφενός μεν την πραγματοποίηση κέρδους, αφετέρου δε την ικανοποίηση των διάφορων αναγκών των πελατών. Η K. Kazamias Net Ltd προσφέρει μια συγκεκριμένη υπηρεσία προς τους πελάτες της. Το εμπορικό σήμα της εταιρείας αντιπροσωπεύει και την υπηρεσία που προσφέρει. Εκτός από αυτά τα δυο, πολύ σημαντικό γεγονός για την εταιρεία αποτελούν οι εγγυήσεις που δίνει προς τους πελάτες της καθώς και η εξυπηρέτηση που προσφέρει. Για παράδειγμα, η εταιρεία εξεύρει ανθρώπινο δυναμικό προς εργασία και προς τις κατηγορίες των πελατών της. Η εγγύηση που εξασφαλίζει είναι πολύ σημαντική επειδή σημαίνει στην προκειμένη περίπτωση ότι αν το άτομο που θα φέρει για παράδειγμα σε ένα ηλικιωμένο άτομο δεν ανταποκριθεί στις απαιτήσεις αυτού, η εταιρεία φέρνει κάποιο άλλο άτομο χωρίς να επιβαρυνθεί ο πελάτης της δεύτερη φορά σημαντικό κόστος από αυτή την διαδικασία. Επίσης η εξυπηρέτηση που προσφέρει η εταιρεία αποτελεί και το σήμα κατατεθέν της επειδή από την αρχή μέχρι το τέλος με συνέπεια και υπευθυνότητα εκτός του ότι αναλαμβάνει με επαγγελματισμό όλα τα στάδια της διαδικασίας, βρίσκεται σε άμεση σχέση και επαφή με τους πελάτες της.

4.6.2 Τιμή:

Τιμή είναι η αξία της ανταλλαγής ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας. Απεικονίζει το «πόσο» ή «με τι» ανταλλάσσεται κάτι στην αγορά, εκφράζεται σε χρήματα και ενεργεί ως ρυθμιστής της οικονομίας. Η τιμή επηρεάζει την «εικόνα του αγαθού ή της υπηρεσίας» και επομένως οι στόχοι της τιμολόγησης συνδέονται στενά τόσο με τους αντίστοιχους στόχους των άλλων τριών στοιχείων του μίγματος μάρκετινγκ όσο και με αυτούς των λειτουργιών της επιχείρησης.

Η K. Kazamias Net Ltd καθορίζει μια συγκεκριμένη τιμή και ακολουθεί συγκεκριμένη στρατηγική τιμολόγησης αντικρούοντας παράλληλα οποιουσδήποτε εξωτερικούς επηρεασμούς. Επίσης αντιλαμβάνεται πλήρως την γενικότερη ψυχολογία που επικρατεί στην αγορά όσον αφορά τον καθορισμό των τιμών. Η εταιρεία διατηρεί σχετικά χαμηλές τιμές παράλληλα με την διατήρηση της ποιότητας των υπηρεσιών της και αυτό αποτελεί την στρατηγική πολιτική της εταιρείας έναντι των ανταγωνιστών της διαφοροποιούμενη μάλιστα με πολλούς από αυτούς.

4.6.3 Διανομή:

Οι υπηρεσίες πρέπει να φτάνουν στους πελάτες την στιγμή που τις χρειάζονται και με την ανάλογη ποιότητα. Η λειτουργία της διανομής περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες που πρέπει να πραγματοποιηθούν έτσι ώστε να μεταβιβαστεί η υπηρεσία στον τελικό πελάτη.

Η K. Kazamias Net Ltd λειτουργεί βάση των καναλιών διανομής. Από την στιγμή που παραλαμβάνει τον υποψήφιο αλλοδαπό εργαζόμενο από το αεροδρόμιο μέχρι την στιγμή που υπογράφει συμβόλαιο εργοδότησης με τον εργοδότη του ακολουθεί και εκτελεί μια συγκεκριμένη διαδικασία. Αυτή η διαδικασία είναι μέσα στα πλαίσια τόσο της τιμής που καθορίζει η εταιρεία, όσο και στα πλαίσια της πλήρους εξυπηρέτησης που προσφέρει στον πελάτη της. Για παράδειγμα, μόλις παραλαμβάνεται ο υποψήφιος αλλοδαπός εργαζόμενος από το αεροδρόμιο, η εταιρεία προβαίνει σε όλες τις απαραίτητες ενέργειες για να εξελιχθούν όλα σωστά και νομότυπα στην όλη διαδικασία. Αυτή η διαδικασία αφορά την εγγραφή του στο αρμόδιο τμήμα του υπουργείου και στις αρμόδιες υπηρεσίες, στις απαιτούμενες εργομετρικές, εργαστηριακές και ιατρικές εξετάσεις, στην πιστοποίηση από την πρεσβεία της χώρας του στην Κύπρο κλπ. Αφού τα πράξει όλα αυτά τότε η εταιρεία είναι σε θέση να παραδώσει τον εργαζόμενο στον νόμιμο εργοδότη του.

4.6.4 Προώθηση:

Η προώθηση είναι η πιο δυναμική μεταβλητή του μάρκετινγκ επειδή φέρει σε επαφή την εταιρεία με τον πελάτη. Η αποτελεσματική προώθηση στοχεύει: στην πληροφόρηση των πελατών σχετικά με την υπηρεσία που διατίθεται, καθώς και στην προσπάθεια να πειστούν οι πελάτες ότι αυτή η υπηρεσία είναι η καλύτερη εναλλακτική επιλογή για την ικανοποίηση των αναγκών τους.

Τα μηνύματα που επομένως εκπέμπονται με την ιδιότυπη αυτή μορφή επικοινωνίας ανάμεσα στην εταιρεία και στον πελάτη, επηρεάζουν την στάση και διαμορφώνουν

ευνοϊκή συμπεριφορά για την υπηρεσία. Επίσης υπάρχει πολύ στενή σχέση της προώθησης με τους τρεις άλλους μεταβλητές του μείγματος μάρκετινγκ. Η προώθηση για να ανταποκριθεί στους στόχους της, χρησιμοποιεί διάφορα εργαλεία που αποτελούν το «μείγμα προώθησης» όπως η διαφήμιση, οι προσωπικές πωλήσεις, η προώθηση πωλήσεων, η δημοσιότητα, οι δημόσιες σχέσεις κλπ.

Η στρατηγική προώθησης της Κ. Kazamias Net Ltd στηρίζεται κύρια στις προσωπικές πωλήσεις των στελεχών της, στις δημόσιες σχέσεις που εφαρμόζουν αυτά και αναπτύσσει γενικότερα η εταιρεία και στην πολιτική μάρκετινγκ του «στόμα με στόμα». Η εταιρεία όμως δεν στηρίζεται τόσο στην μαζική προώθηση πωλήσεων υπηρεσιών και ειδικότερα στην διαφήμιση. Επίσης μέχρι στιγμής η εταιρεία δεν χρησιμοποιεί σχεδόν καθόλου τα διάφορα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook ή το Twitter σαν διαφημιστικό μέσο εύκολης, μαζικής και χωρίς οποιοδήποτε κόστος. Ένα θετικό στοιχείο για την εταιρεία που μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί όσον αφορά την προώθηση των υπηρεσιών της είναι οι διαπροσωπικές σχέσεις που αναπτύσσονται από τον διευθυντή της εταιρείας και τα στελέχη αυτής τουλάχιστον με τους πλείστους πελάτες της. Αυτό αποδεικνύει κάτι πάρα πολύ σημαντικό, ότι διαπιστώνεται ότι πολλοί από τους πελάτες της την συστήνουν και σε άλλο κόσμο με πολύ κολακευτικά σχόλια κάτι που αποτυπώνεται και αξιολογείται πολύ θετικά για την εικόνα και την φήμη της εταιρείας στην συγκεκριμένη αγορά. Επίσης αυτό αποδεικνύει και κάτι άλλο αξιοθαύμαστο, ότι οι πλειοψηφία των πελατών της εταιρείας είναι απόλυτα ευχαριστημένοι και ικανοποιημένοι από την ποιότητα των υπηρεσιών που τους προσφέρονται, από τον τρόπο που τους προσφέρεται και γενικότερα από όλη στάση και συμπεριφορά της εταιρείας απέναντι τους.

Τέλος, η εταιρεία όμως θα πρέπει μελλοντικά να εκμεταλλευτεί και να αναπτύξει νέες μεθόδους καθώς και τις άλλες μεθόδους διαφήμισης και προώθησης των υπηρεσιών της. Ειδικότερα αυτή την στιγμή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν το Α και το Ω όσον αφορά την έννοια διαφήμισης. Είναι τα μέσα τα οποία συμμετέχει ο περισσότερος κόσμος και παρουσιάζουν έτσι την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα. Αυτό μπορεί να αποτελέσει ένα πρώτο βήμα για ακόμα πιο αναπτυγμένη και αποτελεσματικότερη προώθηση των υπηρεσιών της εταιρείας. Ακολουθώντας όλα αυτά σίγουρα θα πετύχει πρόοδο και ανάπτυξη στις πωλήσεις των υπηρεσιών της αλλά και ως προς την επικοινωνιακή της εικόνα, φήμη και ταυτότητα.

4.6.5 Τοποθεσία:

Η τοποθεσία που στεγάζονται τα γραφεία της Κ. Kazamias Net Ltd είναι σε ένα πολύ καλό σημείο στην περιοχή της Λάρνακας. Βρίσκεται σε κύριο δρόμο από όπου περνά πάρα πολύς κόσμος και βρίσκεται επίσης δίπλα από άλλες σημαντικές επιχειρήσεις που

τις επισκέπτονται πάρα πολλοί πελάτες. Αυτό το γεγονός αποτελεί ένα μεγάλο συν για την εταιρεία γιατί έτσι έχει την δυνατότητα να την μάθει πάρα πολύς κόσμος. Η τοποθεσία μιας επιχείρησης αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα για αυτή εφόσον βοηθά πολύ στην εικόνα της τόσο την επικοινωνιακή όσο και την κοινωνική. Επίσης αυτό συμβάλλει και στην καλύτερη εσωτερική κυρίως λειτουργία της εταιρείας. Ακόμη έχει θετικό αντίκτυπο τόσο στο εσωτερικό της περιβάλλον όσο και στο εξωτερικό.

Τέλος, η εταιρεία αποφάσισε την πολιτική μη επέκτασης και σε άλλες εγκαταστάσεις ή και σε άλλες πόλεις και αυτό το γεγονός την βοήθησε πάρα πολύ όσον αφορά τα οικονομικά της στοιχεία και την οικονομική επάρκεια που διαθέτει σήμερα. Επίσης η μη επέκταση και σε άλλη εγκατάσταση οφείλεται και στο γεγονός ότι δεν έχει επαρκές προσωπικό να στελεχώσει την νέα εγκατάσταση. Μελλοντικά αν η εταιρεία σημειώσει δείγματα προόδου και ανάπτυξης και αυξηθούν τα οικονομικά της σε σημείο που θα της επιτρέπουν τέτοια επέκταση και τέτοια επένδυση ίσως να το επιχειρήσει, κρίνοντας όμως και τις εκάστοτε οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες που επικρατούν καθώς επίσης και στις συνθήκες που θα διαμορφώνονται διαχρονικά στον τομέα δραστηριοποίησης της.

Κεφάλαιο 5

Περιγραφή στοιχείων

5.1 Περιγραφή εταιρείας:

Η εταιρεία που θα εξετάσει η διατριβή μου είναι η Κ. Kazamias Net Ltd. Η εταιρεία αυτή διαθέτει ιδιωτικό γραφείο εξευρέσεως εργασίας. Το γραφείο αυτό ιδρύθηκε και δραστηριοποιείται στην αγορά από το 2003. Το γραφείο ασχολείται κατά κύριο λόγο με αλλοδαπούς βοηθούς, εργάτες και φοιτητές. Ασχολείται βασικά με ειδικά έντυπα που προνοεί η σχετική νομοθεσία και ζητά το αρμόδιο τμήμα του Υπουργείου Εσωτερικών. Αυτά τα έντυπα αφορούν την διαμονή και την απασχόληση αυτών των αλλοδαπών στην Κύπρο. Βασικά αυτά τα έντυπα αφορούν άδειες εισόδου, παραμονής, εργασίας, φοίτησης κλπ.

Στην συγγραφή της διατριβής θα γίνει αναφορά, θα εξεταστεί και θα αναλυθεί η όλη διαδικασία που απαιτείται και που ακολουθείται από το ιδιωτικό γραφείο για την διεκπεραίωση όλων των βημάτων που πρέπει να γίνουν μέχρι να απασχοληθεί ο αλλοδαπός.

Σε ένα πολύ δύσκολο και ανταγωνιστικό περιβάλλον η εταιρεία καλείται να επιδείξει την απαιτούμενη προσήλωση στους μελλοντικούς στόχους και επιδιώξεις της, έτσι ώστε να καταφέρει όχι μόνο να κρατηθεί στην αγορά αλλά να γίνει πολύ ανταγωνιστική στην συγκεκριμένη αγορά. Η εταιρεία ακολουθώντας ειδικά και συγκεκριμένα βήματα θα πρέπει να αναπτυχθεί και παράλληλα να αναπτύξει την γκάμα των δραστηριοτήτων της. Ένα ικανό και καταρτισμένο επιχειρηματικό πλάνο θα βοηθήσει πάρα πολύ την εταιρεία προς αυτή την κατεύθυνση. Το επιχειρηματικό πλάνο όμως που θα καταστρωθεί θα πρέπει να ακολουθηθεί πιστά και κατά γράμμα από όλα ανεξαιρέτως τα στελέχη της εταιρείας με σοβαρότητα, υπευθυνότητα, μεράκι και συνεργασία. Δηλαδή το πλάνο αυτό θα πρέπει να υποστηριχθεί από όλους μέσα στα πλαίσια του ομαδικού πνεύματος γιατί σε διαφορετική περίπτωση πολύ απλά δεν θα υλοποιηθεί.

5.2 Αγορά που δραστηριοποιείται η εταιρεία:

Η αγορά η οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία είναι αυτή της εργασίας. Αυτή η αγορά είναι πολύ δύσκολη και ιδιαίτερη καθώς περιέχει αρκετές δυσκολίες και ιδιομορφίες. Ο κόσμος των επιχειρήσεων είναι πολύ πιο αναπτυγμένος τα τελευταία χρόνια ανά παγκόσμιο επίπεδο αλλά και στην πατρίδα μας. Ο κόσμος των επιχειρήσεων είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την ανάπτυξη, την πρόοδο και την τεχνολογία. Έτσι και το γραφείο που εξετάζει η έρευνα μας συνδυάζει αυτά τα τρία στοιχεία για την καλύτερη διεκπεραίωση των εργασιών του.

Επίσης όσον αφορά την περίπτωση μας, η αγορά εργασίας αφορά την απασχόληση μόνον αλλοδαπών βοηθών, εργατών και φοιτητών. Η απασχόληση αλλοδαπών στον τόπο μας έχει αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια και τα ιδιωτικά γραφεία εξευρέσεως εργασίας έχουν ιδιαίτερα αυξημένη δραστηριότητα. Η απασχόληση παρουσιάζει αυξητική τάση ιδιαίτερα ανάμεσα στην τρίτη ηλικία, δηλαδή ανάμεσα στους ηλικιωμένους. Οι ηλικιωμένοι λόγω ότι χρειάζονται φροντίδα αποτείνονται στα ιδιωτικά αυτά γραφεία για να τους βρουν αλλοδαπό ή αλλοδαπή οικιακή βοηθό. Επίσης άτομα που χρειάζονται φροντίδα και περιποίηση επειδή πάσχουν από κάποιας μορφής ασθένεια επίσης αποτείνονται σε αυτά τα γραφεία.

Επίσης άλλοι δύο τομείς που σχετίζονται με την απασχόληση αλλοδαπών είναι ο γεωργικός και ο κτηνοτροφικός. Πολλοί από αυτούς αποτείνονται σε αυτά τα γραφεία για να εξεύρουν φθινό εργατικό δυναμικό για τις φάρμες τους και για τα χωράφια τους. Τέλος ένας άλλος τομέας που παρουσιάζει ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια στην Κύπρο και αφορά τους αλλοδαπούς είναι αυτός της εκπαίδευσης. Διάφορα ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης της Κύπρου συνεργάζονται με διάφορα γραφεία εξευρέσεως εργασίας για τις εγγραφές σε αυτά τα ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα αλλοδαπών φοιτητών. Ο λόγος είναι ότι πολλά από αυτά επειδή με τους εγχώριους φοιτητές δεν μπορούν να καλύψουν τα τμήματα τους και τις σχολές τους αποτείνονται σε αυτά τα γραφεία για να τα καλύψουν με αλλοδαπούς υποψήφιους φοιτητές. Έτσι μέσα από αυτή την διαδικασία είναι κερδισμένοι και οι δυο, τόσο τα ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα όσο και τα ιδιωτικά γραφεία εξευρέσεως εργασίας.

Η εταιρεία που αναλύω δραστηριοποιείται σε αυτούς τους τομείς τα τελευταία 14 χρόνια με ιδιαίτερα θετικά αποτελέσματα. Αυτά τα θετικά αποτελέσματα την βοήθησαν να ανταπεξέλθει της σκληρής οικονομικής κρίσης που ταλαιπώρησε τον τόπο μας. Όμως μόνο αυτά δεν αρκούν για να διασφαλιστεί η μελλοντική συνέχιση της μέχρι στιγμής επιτυχημένης πορείας της εταιρείας. Χρόνο με τον χρόνο ο ανταγωνισμός αυξάνεται συνεχώς και γίνεται ολοένα και πιο σκληρός. Έτσι η εταιρεία όπως προανέφερα για να συνεχίσει να έχει θετικό πρόσημο χρειάζεται να εξεύρει και άλλους τρόπους για να βελτιωθεί και να αναπτυχθεί για να αντέξει στον χρόνο. Έτσι η εταιρεία χρειάζεται ένα επιχειρηματικό πλάνο πάνω στο οποίο θα βασιστεί για να βοηθηθεί και

να διασφαλιστεί η επιτυχημένη πορεία της σε αυτούς τους δύσκολους ανταγωνιστικούς καιρούς.

5.3 Όραμα και αποστολή της εταιρείας:

Πριν ξεκινήσει η υλοποίηση του πλάνου, το πιο ενδεδειγμένο είναι η ηγεσία της εταιρείας και κατ' επέκταση τα στελέχη της να κατανοήσουν το όραμα αυτής. Είναι πάρα πολύ σημαντικό να κατανοηθεί το όραμα πρώτιστα επειδή θα βοηθήσει μετέπειτα πολύ στην υλοποίηση του πλάνου.

Έτσι πρωταρχικά θα πρέπει να εξεταστεί τι περιλαμβάνει ένα όραμα. Βασικά αυτό βοηθάει να κατανοηθεί ποια είναι πραγματικά η δουλειά μας. Ευθυγραμμίζει τους ανθρώπους, δηλαδή δίνει κατευθυντήριες γραμμές που μας βοηθούν να παίρνουμε τις καθημερινές αποφάσεις. Το όραμα περιλαμβάνει και στοιχείο διαφοροποίησης. Δηλαδή βοηθάει να αριστεύσουμε και όχι απλώς να ξεπερνούμε τους ανταγωνιστές μας.

Το όραμα πρέπει να γίνεται κατανοητό από όλους. Πρέπει να εμπνέει το κάθε άτομο να καταλάβει πως μπορεί να συνεισφέρει. Επίσης προκαλεί τα στελέχη να παίρνουν πρωτοβουλίες και να «πειραματίζονται». Δηλαδή εμπνέει δημιουργικότητα που είναι πάρα πολύ χρήσιμη όσον αφορά πρωτοβουλίες, αποφάσεις και ανάληψη ευθυνών.

Τέλος το όραμα αντέχει στον χρόνο και βάση αυτού μπορείς να προγραμματίζεις την κάθε ενέργεια σου και να κτίζεις σιγά σιγά όλα εκείνα που θα σε οδηγήσουν στην υλοποίηση του επιχειρηματικού πλάνου. Έτσι ένα όραμα είναι πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας όσον αφορά την εξέλιξη, την υλοποίηση και την επιτυχία ενός επιχειρηματικού πλάνου. Διαφυλάττοντας το όραμα διασφαλίζεις τις ανταμοιβές και τα οφέλη που απορρέουν από αυτό. Με αυτή την διασφάλιση τέλος πετυχαίνεις να είσαι αυτό, δηλαδή μέρος του οράματος, να ζεις σύμφωνα με το όραμα και παράλληλα να μπορείς να το διδάξεις ενθαρρύνοντας την ελεύθερη ροή ιδεών.

Κεφάλαιο 6

Συμπεράσματα

Εξετάζοντας τα όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω, ο αναγνώστης μπορεί να συμπεράνει την χρησιμότητα ενός επιχειρηματικού πλάνου από τι μπορεί να συμπεριλάβει αυτό και εννοούμε τα αρκετά χρήσιμα και πολύτιμα εργαλεία για την υλοποίηση μιας συγκεκριμένης στρατηγικής πολιτικής.

Κατ' αρχήν, για να μπορέσει όχι μόνο να επιβιώσει μελλοντικά η K. Kazamias Net Ltd, αλλά το κυριότερο να αναπτυχθεί και να προοδεύσει θα πρέπει να κάνει εκείνες τις κατάλληλες στρατηγικές κινήσεις για να είναι συνεχώς ανταγωνιστική, ευέλικτη, καθώς και με εναλλακτικές πολιτικές και στρατηγικές να επιβιώνει και να διαδραματίζει ρόλο σε ένα οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον που αλλάζει συνεχώς με έντονους ρυθμούς.

Έτσι για να μπορέσει η εταιρεία να χαράξει την στρατηγική της και τις εναλλακτικές της για να προσελκύσει νέους πελάτες, να έχει μια καλύτερη σφαιρικά εικόνα του εσωτερικού περιβάλλοντος της, να προσαρμοστεί στις όποιες αλλαγές διαδραματίζονται στην αγορά χρειάζεται ένα σχέδιο, το οποίο θα περιγράφει τον τρόπο λειτουργίας και διαχείρισης της επιχείρησης που η παρούσα διατριβή εξετάζει. Αυτό το σχέδιο είναι το επιχειρηματικό πλάνο.

Το επιχειρηματικό πλάνο που συντάχθηκε βάση των αναγκών και των απαιτήσεων που εξέτασε η έρευνα, και που ίσως διαχρονικά να αναθεωρείται συχνά πυκνά βάση των όποιων αλλαγών θα διαδραματίζονται στην κοινωνία και στην αγορά, αν υλοποιηθεί με θρησκευτική ευλάβεια, πειθαρχία, μέτρο, αποφασιστικότητα, υπευθυνότητα και σοβαρότητα από τον διευθυντή και τα στελέχη της K. Kazamias Net Ltd, σίγουρα θα βοηθήσει την εταιρεία να κάνει σημαντικά βήματα προόδου και ανάπτυξης για να πετύχει τον επιχειρηματικό της στόχο και σκοπό.

Η αγορά εργασίας που δραστηριοποιείται η εταιρεία διατηρώντας Ιδιωτικό Γραφείο Εξευρέσεως Εργασίας κατέχει μια πολύς σημαντική θέση στην καθημερινότητα και την ζωή των Κυπρίων. Επειδή η ζωή στην Κύπρο άλλαξε κατά πολύ τα τελευταία χρόνια όπως και ο ρυθμός ανάπτυξης καθώς και οι ρυθμοί ζωής που έγιναν πολύ έντονοι και απαιτητικοί λόγω του περιορισμένου χρόνου πλέον των ανθρώπων να τα προλαβαίνουν όλα, δυστυχώς αδυνατούν να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις φροντίδας των ηλικιωμένων ατόμων τους. Εδώ κυρίως εμφανίζεται ο ρόλος των Ιδιωτικών Γραφείων Εξευρέσεως Εργασίας. Ο ρόλος τους είναι να βοηθήσουν αυτούς

τους ανθρώπους εξεύρωντας του τα κατάλληλα άτομα για την φροντίδα και περιποίηση των ηλικιωμένων ατόμων τους.

Επίσης λόγω κάποιων άλλων αλλαγών που μπορεί εύκολα να παρατηρεί και να διακρίνει κάποιος που παρακολουθεί τις όποιες εξελίξεις και αφορούν ορισμένες και ειδικές εργασίες στην Κύπρο, όπως για παράδειγμα εργασίες σε χωράφια, φάρμες, εργοστάσια κλπ, όπου αυτές οι εργασίες δεν βρίσκονται λόγω διαφόρων καταστάσεων, όπως μισθού, συνθηκών και ωραρίων στις άμεσες και κύριες προτεραιότητες των Κυπρίων εργαζομένων. Λόγω αυτού του γεγονότος, πολλοί κτηνοτρόφοι, γαιοκτήμονες, εργοστασιάρχες και λοιποί επιχειρηματίες για να μπορέσουν να διατηρήσουν την επιχείρησή τους σε επιθυμητά και ελεγχόμενα επίπεδα συνεχίζοντας την παραγωγική τους διαδικασία, αναπόφευκτα αποτείνονται και απευθύνονται σε διάφορα Ιδιωτικά Γραφεία Εξευρέσεως Εργασίας για εξεύρεση προσωπικού και κύρια φθηνού εργατικού δυναμικού.

Ο ρόλος αυτών των γραφείων όμως δεν περιορίζεται μόνο σε αυτές τις κατηγορίες. Η Κύπρος τα τελευταία χρόνια έκανε σημαντικό άνοιγμα προόδου όσον αφορά τον τομέα της εκπαίδευσης. Έτσι παρατηρείται έντονα το γεγονός ότι εκτός από τις κρατικές σχολές και τα πανεπιστήμια που υπάρχουν στην Κύπρο και τις υφιστάμενες ιδιωτικές σχολές που κάποιες μετατράπηκαν σε πανεπιστήμια, τα τελευταία χρόνια υπάρχει σημαντική αύξηση αυτού του τομέα και με άλλες νέες ιδιωτικές σχολές. Αυτό το γεγονός ανοίγει μεγάλες και έντονες προοπτικές σε πολλούς τομείς και καθιστά την Κύπρο Διεθνές και Περιφερειακό Εκπαιδευτικό Κέντρο. Έτσι πολλοί από αυτούς τους επιχειρηματίες και ιδιοκτήτες αυτών των σχολών αποτείνονται και συνεργάζονται με αυτά τα γραφεία για να στελεχώσουν και να ενδυναμώσουν τα τμήματα και τις σχολές τους με την εξεύρεση αλλοδαπών φοιτητών από διάφορες χώρες του κόσμου.

Αυτές όλες οι κατηγορίες αποτελούν άμεσες και στοχευμένες προτεραιότητες για την K. Kazamias Net Ltd. Με συγκεκριμένη στρατηγική και πλάνο καθώς επίσης και με συνεργασίες με διάφορους φορείς η εταιρεία έχει σαν στόχο αυτές τις κατηγορίες να τις αναπτύξει ακόμα περισσότερο ακολουθώντας συγκεκριμένες μεθόδους και τακτικές που είτε ελάχιστα ακολουθούσε μέχρι σήμερα, είτε που δεν ακολουθούσε καθόλου. Για παράδειγμα, το Μείγμα Μάρκετινγκ, νέες μέθοδοι διαφήμισης, το SWOT Analysis, το PEST Analysis, η διαδικασία στρατηγικής τιμολόγησης, ο στρατηγικός ρόλος και σκοπός του Μάρκετινγκ, η σωστή διαχείριση των οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης, η οργάνωση και διοίκηση των πωλήσεων και των υπηρεσιών, καθώς και ο χειρισμός των πελατών ανάλογα με τις απαιτήσεις και τις επιθυμίες τους θα βοηθήσουν σε εξαιρετικό βαθμό την εταιρεία να πετύχει τους αντικειμενικούς της στόχους και σκοπούς και να ατενίζει με μεγαλύτερη αισιοδοξία το επιχειρηματικό της μέλλον.

Τέλος, όλα αυτά στα πλαίσια ενός σοβαρού και ορθολογιστικού επιχειρηματικού πλάνου αν υλοποιηθούν στοχοπροσηλωμένα βήμα προς βήμα από την K.Kazamias Net Ltd,

σίγουρα θα πετύχουν θετικά και ευχάριστα αποτελέσματα για αυτήν. Σκοπός της εταιρείας δεν είναι μόνο απλά να επιβιώσει, αλλά και να μπει στον δρόμο της ανάπτυξης, της προόδου και της σταθερότητας.

Κεφάλαιο 7

Επίλογος και εισηγήσεις

Καταλήγοντας, σαν επίλογος ο αναγνώστης να μπορεί να συμπεράνει ότι το επιχειρηματικό πλάνο είναι ένα σημαντικό εργαλείο επιχειρησιακού σχεδιασμού που μπορεί να βοηθήσει τις εταιρείες να ακολουθούν βήματα προόδου και εκσυγχρονισμού. Στις σύγχρονες οικονομίες, κάθε επιχειρηματικό πλάνο πρέπει να βρίσκεται συνεχώς στην ατζέντα και στην ημερήσια διάταξη κάθε σοβαρής και υπεύθυνης επιχείρησης.

Το επιχειρηματικό πλάνο που ετοιμάστηκε για λογαριασμό της Κ. Kazamias Net Ltd, στα πλαίσια μιας ερευνητικής διαδικασίας σκοπό έχει να αποδείξει πως ένα τέτοιο χρήσιμο πλάνο αν είναι λειτουργικό και υλοποιήσιμο, μπορεί να βοηθήσει ουσιαστικά την εταιρεία να υλοποιήσει τους όποιους βραχυπρόθεσμους, μεσοπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους της στόχους και σκοπούς.

Κατά την διάρκεια της εξέτασης της εταιρείας από την παρούσα διατριβή διαπιστώνονται τα διάφορα δυνατά και αδύνατα σημεία της εταιρείας, τι ευκαιρίες που αναδύονται μέσα από την συγκεκριμένα αγορά και μέσα από τις οικονομικές και κοινωνικές αλλαγές μπορεί να αδράξει καθώς και ποιες απειλές καλείται να αντιμετωπίσει και να διαχειριστεί. Επίσης η εξέταση και η ανάλυση έχει σαν σκοπό να βοηθήσει την εταιρεία να αναγνωρίσει και αν αντιληφθεί την θέση της στην αγορά μέσα από την θέση που έχει σε ένα συνεχές αναπτυσσόμενο πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό και τεχνολογικό περιβάλλον.

Τέλος, μέσα από αυτή την ανάλυση για να γίνει κατορθωτό αυτό αναφέρθηκαν σημαντικά και χρήσιμα εργαλεία που θα βοηθήσουν την εταιρεία να αναπτύξει και να υλοποιήσει την στρατηγική της πολιτική και στόχο, καθώς και να εδραιώσει ακόμα περισσότερο την θέση και τον ρόλο της στην συγκεκριμένη αγορά.

Οι εισηγήσεις είναι πολύ βοηθητικές ως προς όλα αυτά που προαναφέρθηκαν. Η εισηγήση προς την εταιρεία είναι να ακολουθήσει πιστά το πλάνο, να εκμεταλλευτεί όλα τα θετικά στοιχεία που απορρέουν από αυτό, να εντάξει στα πλαίσια της στρατηγικής πολιτικής της όλα αυτά τα χρήσιμα εργαλεία που υπάρχουν μέσα στο επιχειρηματικό πλάνο, να τα αξιοποιήσει σωστά και να υλοποιήσει σταδιακά το πλάνο.

Επίσης σημαντική εισηγήση είναι να συνεχίσει να προσφέρει τις υπηρεσίες της προς τους πελάτες της με τον ίδιο ζήλο, την ίδια όρεξη και θέληση, με την ίδια κουλτούρα και

φιλοσοφία, με φιλία και ανθρωπιά πάντοτε νομότυπα και στις σωστές βάσεις και έτσι να είναι σίγουροι όλοι στην εταιρεία ότι οι πελάτες αυτή την εξυπηρέτηση και την αντιμετώπιση θα της την επιστρέψουν πίσω στο πολλαπλάσιο.

Τέλος, η παρούσα έρευνα εισηγείται προς την Κ. Kazamias Net Ltd να ακολουθεί την ίδια σωστή και αποτελεσματική πολιτική στα οικονομικά της, να διαχειρίζεται με σωστό, μεστό και έξυπνο τρόπο τα ενεργητικά της και μη αποθέματα, να καθορίζει την στρατηγική τιμολόγησης της ανάλογα με τις εκάστοτε συνθήκες, να ανταποκρίνεται με επάρκεια στις όποιες αλλαγές προκύπτουν και το πιο σημαντικό να κρίνει τις όποιες καταστάσεις τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό της περιβάλλον πάντοτε με γνώμονα το καλώς νοούμενο της συμφέρον βάση διαφορετικού πρίσματος αναγκών, απαιτήσεων και αλλαγών.

Παραρτήματα

A Ωράριο Εργασίας

ΩΡΑΡΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΔΕΥΤΕΡΑ	9:00 - 13:00	&	14:30 - 18:00
ΤΡΙΤΗ	9:00 - 13:00	&	14:30 - 18:00
ΤΕΤΑΡΤΗ	9:00 - 13:00	&	14:30 - 18:00
ΠΕΜΠΤΗ	9:00 - 13:00	&	14:30 - 18:00
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	9:00 - 13:00	&	14:30 - 18:00

ΣΑΒΒΑΤΟ, ΚΥΡΙΑΚΕΣ & ΑΡΓΙΕΣ ΚΛΕΙΣΤΟ

Β Επιχειρηματική Κάρτα

K. KAZAMIAS NET LTD
Ιδιωτικό Γραφείο Εξευρέσεως Εργασίας, Αρ. Άδειας 062
Alien Employment Office, Licence 062



Managing Director
ΚΟΥΛΛΙΣ ΚΑΖΑΜΙΑΣ



LARNACA: Leoforos Agion Anargyron 34A, 6057 Larnaca

Post Address: P.O.Box 42280, 6532 Larnaca

Tel.: 24663383 / 24812563, Mob.: 99434033, Fax: 24812564
Website: www.kazamias.com E-mail: info@kazamias.com

Γ Άδεια Λειτουργίας



Δ Γραφεία Επιχείρησης

Δ.1 Πρόσοψη



Δ.2 Υποδοχή



Δ.3 Γραφείο Διευθυντή



Δ.4 Αρχείο - Λογιστήριο



Βιβλιογραφία

- Kotler Armstrong, Tenth Edition, International Edition, Principles of Marketing
- Svend Hollensen, Global Marketing- A decision-oriented approach, Fourth Edition
- Ashok Ranchhod- Calin Gurau, Marketing Strategies- a contemporary approach, Second Edition
- Griffin, Management, 7th Edition
- Υλικό για επιχορηγημένο σεμινάριο από το Κυπριακό Εμπορικό Βιομηχανικό Επιμελητήριο (ΚΕΒΕ), (2015), Έξυπνες ιδέες για ενέργειες μάρκετινγκ
- Υλικό από επιχορηγημένο σεμινάριο από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού (ΑΝΑΔ), (2016), Σχεδιάζοντας ανταγωνιστικές στρατηγικές για αντιμετώπιση της κρίσης
- Υλικό για επιχορηγημένο σεμινάριο από το Κυπριακό Εμπορικό Βιομηχανικό Επιμελητήριο (ΚΕΒΕ), (2016), Αξιοποίηση των Social Media για σκοπούς μάρκετινγκ, πωλήσεων και εξυπηρέτησης πελατών
- Υλικό για επιχορηγημένο σεμινάριο από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού (ΑΝΑΔ), (2015), Χειρισμός δύσκολων πελατών
- Υλικό για επιχορηγημένο σεμινάριο από το Κυπριακό Εμπορικό Βιομηχανικό Επιμελητήριο (ΚΕΒΕ), (2015), Αποτελεσματική υλοποίησης στρατηγικής
- Υλικό για επιχορηγημένο σεμινάριο από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού (ΑΝΑΔ), (2016), Διαχείριση πελατειακών σχέσεων για ανάπτυξη πωλήσεων

Ιστοσελίδες:

- https://en.wikipedia.org/wiki/Business_plan
- https://en.wikipedia.org/wiki/Marketing_plan
- www.kazamias.com
- http://www.oetak.gr/downloads/Simeivseis_seminariou_12_6_2014.pdf
- <https://docplayer.gr/2354916-Ptychiaki-ergasia-to-epiheirimatiko-shedio-business-plan-os-ergaleio-epiheirisiakoy-shediasmoy.html>
- http://www.mlsi.gov.cy/mlsi/dl/dl.nsf/dmlissue_gr/dmlissue_gr?OpenDocument
- http://www.cylaw.org/nomoi/enop/non-ind/2012_1_126/full.html