



**ΑΝΟΙΚΤΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ  
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ  
«ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**

## **ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ**

**Επιχειρηματικό Σχέδιο Εταιρείας  
Ηλεκτρολόγου Αυτοκινήτων  
Ανδρέας Σάββα**

**ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ  
ΜΙΧΑΛΙΝΑ ΣΑΒΒΑ**

**ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗ  
ΠΕΤΡΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ**

**ΛΕΥΚΩΣΙΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ, 2017**



**ΑΝΟΙΚΤΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ  
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ  
«ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**

## **ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ**

**Επιχειρηματικό Σχέδιο Εταιρείας  
Ηλεκτρολόγου Αυτοκινήτων  
Ανδρέας Σάββα**

**ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ  
ΜΙΧΑΛΙΝΑ ΣΑΒΒΑ**

**ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗ  
ΠΕΤΡΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ**

**ΛΕΥΚΩΣΙΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ, 2017**



## **Περίληψη**

Στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή, θα παρουσιάσουμε το επιχειρηματικό σχέδιο της επιχείρησης Ηλεκτρολόγος Αυτοκινήτων Ανδρέας Σάββα, η οποία είναι μια υφιστάμενη επιχείρηση με σταθερό πελατολόγιο. Λόγω του ανταγωνισμού και της ανάπτυξης της τεχνολογίας, η επιχείρηση μας επιβάλλεται να εκσυγχρονιστεί με νέες μεθόδους, γνώσεις, προσωπικό για να μπορεί η επιχείρηση να επιβιώσει αλλά και για να κατακτήσει μια ισχυρή θέση στον κλάδο που δραστηριοποιείται.

Πριν λάβουμε τα μέτρα εκείνα που θα οδηγήσουν την επιχείρηση μας στην επίτευξη του στόχου της, πραγματοποιήθηκε μια έρευνα αγοράς με προσωπικές συνεντεύξεις πελατών τέτοιων επιχειρήσεων. Από την έρευνα αυτή, συλλέξαμε στοιχεία και πληροφορίες που αφορούν την ικανοποίηση των πελατών από τέτοιου είδους συνεργεία τις υπηρεσίες που προσφέρουν, τις μελετήσαμε και σύμφωνα με αυτές πήραμε τις αποφάσεις για αλλαγή, σε τομείς όπως το μάρκετινγκ, προσωπικό, χώρο εργασίας και άλλα.

Η πρώτη μεταρρύθμιση που θα κάνουμε στην επιχείρηση θα αφορά την πρόσληψη γραμματειακού αλλά και εξειδικευμένου προσωπικού, κατάλληλα καταρτισμένο ούτως ώστε να παρέχει υπηρεσίες στους κατόχους των σύγχρονων οχημάτων. Αλλαγές θα έχουμε επίσης στη στρατηγική μάρκετινγκ και συγκεκριμένα στο τμήμα προώθησης όπου και θα προωθήσουμε την εταιρεία μας και τις υπηρεσίες που προσφέρει μέσω της διανομής εντύπων καθώς επίσης και στην πολιτική τιμολόγησης των υπηρεσιών και των προϊόντων σύμφωνα πάντα με τις τιμές των ανταγωνιστών.

Τέλος, από τη μελέτη των λογιστικών καταστάσεων της περιόδου και την προετοιμασία των προβλεπόμενων καταστάσεων των λογαριασμών κέρδη και ζημιές αλλά και των ταμειακών ροών, φαίνεται πως η επιχείρηση για τον πρώτο χρόνο μετά τις αλλαγές θα έχει τα αναμενόμενα κέρδη τα οποία ικανοποιούν την επιχείρηση μας.

## **Summary**

In the present thesis, we will present the business plan Of Andreas Savva, an electrician, which is an existing business with stable customer base. Due to the competition and the development of technology, our company needs to be modernized with new methods, knowledge, staff to enable the company to survive and also to gain strong position in the sector in which it operates.

Before we take the decision for making a reform in several sector of our company, that will lead our business to achieve its goal, a market survey was conducted with personal interviews of clients of such businesses. From this survey, we collected information about customer satisfaction from such garage and according to them we made the decisions for making changes in marketing, workplace and other sectors. Based on this market research, the first reform we will be doing in the business will be to recruit secretarial staff and trained staff to provide services to modern vehicles. We will also have changes in our marketing strategy and specifically in the promotional section where we will promote our company and the services it offers through the distribution of printed matter as well as the pricing policy of services and products according to the prices of competitors.

Lastly, from the study of the financial statement of the period and the preparation of the accounts of profits and losses and cash flow, it appears that the company will have the expected profits that satisfy our business.

*Για την ολοκλήρωση της παρούσας διατριβής,  
θα ήθελα να ευχαριστήσω  
τον επιβλέποντα καθηγητή μου Πέτρο Δημητρίου  
για την πολύτιμη βοήθεια του.*

## Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	1
<b>1.Παρουσίαση Επιχείρησης.....</b>	<b>3</b>
1.1 Ταυτότητα Επιχείρησης.....	3
1.2 Όραμα Επιχείρησης.....	4
1.3 Επιχειρηματική φιλοσοφία.....	5
1.4 Κλάδος Ηλεκτρολόγων Αυτοκινήτων.....	5
1.5 Υπηρεσίες- Αυτοκίνητα.....	6
<b>2. Μάρκετινγκ.....</b>	<b>8</b>
2.1 Έρευνα Αγοράς.....	8
2.1.1 Στόχοι έρευνα αγοράς.....	8
2.1.2 Πρωτογενή και δευτερογενή στοιχεία.....	9
2.1.3 Είδη ερευνών αγοράς.....	10
2.2 Μεθοδολογία Έρευνας.....	12
2.2.1 Ανάλυση προσωπικών συνεντεύξεων.....	15
2.2.2. Ευρήματα έρευνας.....	26
2.3 Χαρακτηριστικά Αγοράς-Κλάδου.....	27
2.3.1 Εμπόδια Εισόδου Εταιρείας στην αγορά.....	29
2.4 Υπηρεσίες – Προϊόν.....	31
2.5 Πελάτες.....	33
2.6 Προώθηση.....	34
2.7 Τιμολόγηση.....	36
2.8 Τοποθεσία Επιχείρησης.....	39
<b>3. Σχέδιο Λειτουργίας.....</b>	<b>41</b>
3.1 Επαγγελματικός χώρος.....	41
3.2 Προσωπικό.....	43
3.3 Ασφαλιστική Κάλυψη.....	47
3.4 Προμηθευτές.....	48
<b>4. Χρηματοοικονομικά Επιχείρησης.....</b>	<b>50</b>
4.1 Λογαριασμός Κέρδη και Ζημιές.....	50
4.2 Λογαριασμός Ταμειακών Ροών.....	53
Συμπεράσμα.....	56
<b>Παραρτήματα.....</b>	<b>57</b>

A.1 Λογαριασμός κέρδη και ζημιές έτους 2016.....	57
A.2 Λογαριασμός ταμειακών ροών έτους 2016.....	59
Βιβλιογραφία.....	61



## **Εισαγωγή**

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα κείμενο το οποίο περιγράφει με λεπτομερή τρόπο τον σχεδιασμό μιας επιχειρηματικής ιδέας που αφορά την ίδρυση και λειτουργία μιας επιχείρησης. Είναι ένα έγγραφο το οποίο μεταδίδει πληροφορίες στους πιθανούς παραλήπτες του οι οποίοι μπορεί να είναι επενδυτές, συνεταιίροι, προσωπικό ή κρατικοί φορείς. Το περιεχόμενο του κειμένου αν και διαφοροποιείται ανάλογα με τον κλάδο που δραστηριοποιείται η κάθε εταιρεία, ακολουθεί συγκεκριμένα πρότυπα και πληροφορίες ανεξαρτήτως του κλάδου της επιχείρησης όπως το ιστορικό της επιχείρησης, το προσωπικό, το προϊόν ή τις υπηρεσίες, την αγορά στην οποία απευθύνεται, τα οικονομικά στοιχεία και τις προβλέψεις.

Το επιχειρηματικό σχέδιο της εταιρείας Ηλεκτρολόγων Αυτοκινήτων Ανδρέα Σάββα, συντάχθηκε με σκοπό να επιτύχει την αναδιάρθρωση της επιχείρησης και να πετύχει τους σκοπούς της που είναι η μεγιστοποίηση της πελατείας και κατά συνέπεια του κέρδους της επιχείρησης. Στη σύνταξη αυτή του επιχειρηματικού σχεδίου λήφθηκαν υπόψη αρκετοί παράμετροι όπως είναι η αγορά και ο κλάδος που δραστηριοποιείται η συγκεκριμένη εταιρεία, η ανάπτυξη της τεχνολογίας, η εκπαίδευση των υπαλλήλων του συνεργείου, τα υφιστάμενα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης καθώς και η παρούσα οικονομική κρίση.

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζουμε την επιχείρηση μας, τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρει. Στο δεύτερο κεφάλαιο, το οποίο αφορά το μάρκετινγκ, παρουσιάζεται η έρευνα αγοράς που διεξήχθη για τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τις προτιμήσεις και την ικανοποίηση των πελατών από τέτοιου είδους συνεργεία. Μέσω της ποιοτικής έρευνας, και μέσω των προσωπικών συνεντεύξεων συλλέξαμε τις πληροφορίες που χρειαζόμασταν για να λάβουμε αποφάσεις με το μικρότερο δυνατό ρίσκο. Επιπλέον στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρονται κάποιες στρατηγικές του μάρκετινγκ όπως είναι η προώθηση της εταιρείας μας και η τιμολόγηση. Το κεφάλαιο τρία είναι το κεφάλαιο του σχεδίου λειτουργίας και

αναφέρεται στις αποφάσεις μας σχετικά με την αλλαγή του επαγγελματικού χώρου, στην πρόσληψη επιπλέον προσωπικού, και στους προμηθευτές. Τέλος, το κεφάλαιο τέσσερα αφορά τη χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης μας, όπου αναφέρονται τα προβλεπόμενα κέρδη και οι ζημιές αλλά και οι προβλεπόμενες ταμειακές ροές της επιχείρησης μας.

# Κεφάλαιο 1

## Παρουσίαση Επιχείρησης

Η επιχείρηση Ηλεκτρολόγος Αυτοκινήτων Ανδρέας Σάββα είναι ένα συνεργείο αυτοκινήτων το οποίο ασχολείται με την επιδιόρθωση αυτοκινήτου καθώς και με την πώληση διαφόρων προϊόντων που το αφορούν.

### 1.1 Ταυτότητα Επιχείρησης

Η εταιρεία αυτή ιδρύθηκε τη δεκαετία του 80 στη Λεμεσό από τον ηλεκτρολόγο Αυτοκινήτων Ανδρέα Σάββα. Τα έξοδα έναρξης της επιχείρησης καλύφθηκαν από δικά του αποθέματα και από τη χρηματοδότηση δανείου τράπεζας. Είναι μια οικογενειακή επιχείρηση, αφού και ο υιός του εργάζεται στην θέση του ηλεκτρολόγου αυτοκινήτου.

Το συνεργείο αυτό στεγάζεται σε ένα μεγάλο χώρο όπου υπάρχουν πάγκοι εργασίας και διάφορα εργαλεία, μηχανήματα που βοηθούν και διευκολύνουν την επιδιόρθωση αυτοκινήτου, βιτρίνες με διάφορα προϊόντα για τα αυτοκίνητα όπως είναι τα ραδιόφωνα, τα φαναράκια, καθαριστήρες, και τα ντύματα για τα καθίσματα. Επίσης στο χώρο του συνεργείου υπάρχουν γραφεία και χώροι αναμονής καθώς και εσωτερικός και εξωτερικός χώρος στάθμευσης.

Η επιχείρηση Ηλεκτρολόγος Αυτοκινήτων Ανδρέας Σάββα ασχολείται με την επιδιόρθωση διαφόρων βλαβών του αυτοκινήτου, αλλαγή μπαταρίας, τοποθέτηση air condition και κλιματισμού, ραδιοφώνου και άλλα. Επίσης εκτός από τις υπηρεσίες που παρέχει το συνεργείο, υπάρχουν διάφορα προϊόντα προς πώληση όπως είναι μεταξύ άλλων οι λάμπες, τα ραδιόφωνα και τα φανάρια πορείας. Οι

υπηρεσίες που προσφέρουν οι ηλεκτρολόγοι της επιχείρησης παραμένουν ίδιες και σταθερές στην ποιότητα τους εδώ και χρόνια αφού κύριο μέλημα τους είναι η άμεση εξυπηρέτηση και ο σεβασμός προς το πελάτη. Με την στάση τους αυτή, η επιχείρηση κατάφερε να κρατήσει σταθερό το πελατολόγιο της τόσα χρόνια και να επιφέρει κέρδη στην επιχείρηση.

Τα τελευταία όμως χρόνια, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, της ανάπτυξης της τεχνολογίας και του υψηλού ανταγωνισμού του κλάδου, η επιχείρηση βρίσκεται σε στασιμότητα και οι πελάτες της άρχισαν να μειώνονται καθώς επίσης και τα έσοδα της επιχείρησης. Γι αυτό το λόγο καθίσταται απαραίτητη η δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου, ούτως ώστε η επιχείρηση να βελτιώσει την λειτουργία της, να μπορεί να επιβιώσει στον κλάδο αλλά και να ανταγωνιστεί άλλες ομοειδείς επιχειρήσεις.

## **1.2 Όραμα Επιχείρησης**

Με τις αλλαγές και τις μεταρρυθμίσεις που θα προβούμε με βάση το επιχειρηματικό σχέδιο που θα συντάξουμε, θα δημιουργήσουμε ουσιαστικά μια νέα εταιρεία, με νέα οράματα και φιλοδοξίες. Το όραμα και η αποστολή της επιχείρησης είναι η αύξηση του πελατολογίου, της φήμης καθώς και η αύξηση των κερδών της. Η κερδοφορία αυτή, θα επιτευχθεί μέσω του συγκριτικού πλεονεκτήματος που σκοπεύει η επιχείρηση να αποκτήσει όσον αφορά την ποιότητα και την τιμή των παρεχόμενων υπηρεσιών από τις άλλες επιχειρήσεις του κλάδου.

Ο στόχος της αυτός, θα επιτευχθεί μέσω υλοποιήσεις βραχυχρόνιων στόχων. Σκοπός της θα είναι να παρέχει την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση στους πελάτες της και οι υπάλληλοι της να επιδιορθώνουν οποιαδήποτε βλάβη παρουσιαστεί στα αυτοκίνητα όλων των τύπων, παλαιού και νέου. Παράλληλα, λαμβάνοντας υπόψη την οικονομική κρίση που υπάρχει στις μέρες μας, σκοπός της θα είναι οι παρεχόμενες υπηρεσίες και τα προϊόντα προς πώληση να είναι σε λογικά για την εποχή επίπεδα.

### **1.3 Επιχειρηματική φιλοσοφία**

Η Επιχειρηματική φιλοσοφία της επιχείρησης, θα στηρίζεται σε αξίες όπως είναι η αξιοπιστία, η ποιότητα, η αποτελεσματικότητα, η τεχνογνωσία, ο σεβασμός στον πελάτη και στο εργασιακό περιβάλλον.

- **Αξιοπιστία:** Οι υπάλληλοι της επιχείρησης, θα είναι έντιμοι και θα εργάζονται για το συμφέρον του πελάτη ούτως ώστε να κερδίσουν την εμπιστοσύνη του.
- **Ποιότητα:** Η επιχείρηση δεσμεύεται να παρέχει υπηρεσίες και προϊόντα ποιοτικά που θα ικανοποιούν τις προσδοκίες των πελατών της.
- **Αποτελεσματικότητα:** Το συνεργείο δεσμεύεται να επιλύει αποτελεσματικά οποιοδήποτε πρόβλημα μέσα σε προκαθορισμένα χρονικά όρια.
- **Τεχνογνωσία:** Με την θεωρητική και πρακτική γνώση και με το συνδυασμό της εμπειρίας τόσο χρόνων η επιχείρηση δεσμεύεται να επιλύει οποιοδήποτε πρόβλημα παρουσιαστεί στο αυτοκίνητο όλων των τύπων.
- **Σεβασμός:** Στο πελάτη και στο εργασιακό περιβάλλον η επιχείρηση θα λειτουργεί πάντα με γνώμονα το σεβασμό προς τον πελάτη αλλά και προς τους υπαλλήλους της. Όλες οι υπηρεσίες που θα προσφέρονται στους πελάτες θα γίνονται πάντα με σεβασμό σε αυτούς και στην περιουσία τους ενώ παράλληλα οι υπάλληλοι της επιχείρησης θα ασκούν τα καθήκοντά τους κατά τη διάρκεια των καθορισμένων ωραρίων με την ανάλογη αμοιβή.

### **1.4 Ο Κλάδος Ηλεκτρολόγων Αυτοκινήτων**

Ο Κλάδος των Ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων είναι ένας αναπτυσσόμενος κλάδος και συνεχώς δημιουργούνται νέες επιχειρήσεις. Το αυτοκίνητο είναι ένα μεταφορικό μέσο που δεν μπορεί να εξαλειφθεί από τη ζωή του ανθρώπου και οτιδήποτε αφορά την συντήρηση και την επισκευή του θα έχει ανάπτυξη.

Πριν από αρκετά χρόνια μπορούσε κάποιος να εργαστεί ως ηλεκτρολόγος αυτοκινήτων μόνο αν είχε κάποια πείρα στο επάγγελμα αυτό σε συνδυασμό με επιμορφωτικά μαθήματα για την απόκτηση κάποιων γνώσεων. Όμως με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και την κατασκευή ολοένα και πιο σύγχρονων οχημάτων, στον κλάδο αυτό είναι απαραίτητη η εκπαίδευση όχι μόνο σε σχολή μέσης εκπαίδευσης ή τεχνικής σχολής αλλά για να πετύχεις και για να έχεις μια ανταγωνιστική επιχείρηση στον κλάδο, χρειάζεται να είσαι κάτοχος πανεπιστημιακού διπλώματος. Η εκπαίδευση αυτή είναι απαραίτητη για να αποκτηθούν οι γνώσεις, έτσι ώστε ο τεχνίτης να μπορεί να ανταποκριθεί και να επιλύσει τα προβλήματα που αφορούν τα σύγχρονα αυτοκίνητα.

Επομένως για να μπορεί η εταιρείας μας να ανταποκριθεί στις νέες απαιτήσεις και τεχνολογικές εξελίξεις, θα πρέπει να υπάρχει ένα κατάλληλο εκπαιδευμένο προσωπικό. Η επιχείρηση στοχεύει να προβεί σε προσλήψεις νέου άρτια καταρτισμένου προσωπικού με τις απαραίτητες γνώσεις ενώ παράλληλα το ήδη έμπειρο προσωπικό θα τύχει κατάλληλης εκπαίδευσης μέσω διαφόρων προγραμμάτων. Η εμπειρία τόσο χρόνων αλλά και οι νέες επιστημονικές γνώσεις θα μπορούν να σταθούν επάξια και να αναδείξουν την εταιρεία.

## **1.5 Υπηρεσίες – Προϊόντα**

Η επιχείρηση Ηλεκτρολόγος αυτοκινήτων Ανδρέας Σάββα είναι ένα συνεργείο που θα επιδιорθώνει τα διάφορα προβλήματα που θα προκύπτουν τόσο στα παλαιά αλλά και στα σύγχρονα αυτοκίνητα.

Συγκεκριμένα θα ασχολείται με την επιδιόρθωση

- Φώτων πορείας
- Προειδοποιητικών λυχνιών
- Επιδιόρθωση δυναμού του αυτοκίνητου
- Επιδιόρθωση προβλημάτων του εγκεφάλου του αυτοκινήτου
- Τοποθέτηση και επιδιόρθωση ραδιοφώνου

- Τοποθέτηση μεγαφώνων
- Τοποθέτηση και επιδιόρθωση κλιματισμού και air-condition
- Τοποθέτηση και ξαναγέμισμα μπαταριών
- Επιδιόρθωση κινητήρα

Το συνεργείο εκτός από τις πιο πάνω υπηρεσίες θα προσφέρει διάφορα προϊόντα και αξεσουάρ αυτοκινήτου για πώληση. Όπως είναι :

- Λάμπες για φωτά πορείας και φωτεινών σηματοδείκτων
- Φανάρια
- Καθαριστήρες
- Καθρεφτάκια
- Ραδιόφωνα
- Μεγάφωνα
- Ντύματα τιμονιού
- Ντύματα πολυθρόνων
- Αντένες
- Αρωματικά χώρου αυτοκινήτου

Τα προϊόντα αυτά θα συνδυάζουν ποιότητα και λογικές τιμές. Εκτός από αυτά τα προϊόντα που θα υπάρχουν σε απόθεμα στο κατάστημα , οτιδήποτε άλλο χρειαστεί ο πελάτης ή απαιτείται για την επιδιόρθωση του αυτοκινήτου του πελάτη, θα γίνεται παραγγελία από τους προμηθευτές που συνεργάζεται η εταιρεία.

# Κεφάλαιο 2

## Μάρκετινγκ

Το τμήμα του μάρκετινγκ είναι από τα πιο σημαντικά τμήματα σε όλες τις εταιρείες. Περιλαμβάνει όλες τις συνολικές ενέργειες μιας επιχείρησης που έχουν σκοπό να ικανοποιήσουν την ανάγκη των καταναλωτών μέσω του σχεδιασμού, παραγωγής και της διάθεσης των προϊόντων και των υπηρεσιών. Κύριο εργαλείο του μάρκετινγκ είναι η έρευνα αγοράς με την οποία κατανοούνται οι επιθυμίες και οι ανάγκες των πελατών και σύμφωνα με αυτές παρέχονται τα αντίστοιχα προϊόντα ή υπηρεσίες.

### 2.1 Έρευνα Αγοράς

Η έρευνα αγοράς, είναι η προσπάθεια συλλογής πληροφοριών σχετικά με την αγορά και τους καταναλωτές. Αποτελεί τη συλλογή και αξιολόγηση πληροφοριών από τις κατάλληλες ομάδες πληθυσμού με στόχο να βοηθήσει την επιχείρηση να πάρει αποφάσεις με το μικρότερο δυνατό ρίσκο.

#### 2.1.1 Στόχοι Έρευνας Αγοράς

- Εντοπισμός Προβλημάτων και Ευκαιριών

Η έρευνα αγοράς συμβάλει στο να εντοπιστούν οι ευκαιρίες που θα μπορούσε η επιχείρηση να εκμεταλλευτεί όπως είναι για παράδειγμα νέα προϊόντα, νέοι χρήστες, επέκταση της αγοράς αλλά παράλληλα και να εντοπιστούν προβλήματα, τα οποία η επιχείρηση θα προσπαθήσει να αποφύγει, να διορθώσει ή να εξαλείψει όπως είναι η δυσαρέσκεια των καταναλωτών καθώς και οι αλλαγές των καταναλωτικών τάσεων.



- Ανάπτυξη και αξιολόγηση ενεργειών μάρκετινγκ

Με την έρευνα μπορούν να αναπτυχθούν νέα προγράμματα μάρκετινγκ καθώς και να αξιολογηθούν όταν υλοποιηθούν.

- Έλεγχος της απόδοσης μάρκετινγκ

Μέσω της έρευνας μπορεί να ελεγχθεί η ικανοποίηση των καταναλωτών από ένα προϊόν ή να μετρηθεί η ικανοποίηση μιας ομάδας από τα διαφημιστικά μηνύματα που προβάλλονται από την τηλεόραση.

- Βελτίωση της διαδικασίας του μάρκετινγκ

Εξαιτίας της έρευνας βελτιώνεται και επεκτείνεται η γνώση για την επιστήμη του μάρκετινγκ, και αναπτύσσονται θεωρίες που περιγράφουν και προβλέπουν ποικίλα φαινόμενα του μάρκετινγκ.

Η έρευνα αγοράς δεν οδηγεί από μόνη της σε συγκεκριμένες διοικητικές αποφάσεις. Αντιθέτως, δίνει πληροφορίες για την αγορά και τους καταναλωτές ούτως ώστε η επιχείρηση, να τις αξιολογήσει και να τις συνδυάσει με άλλες και το στέλεχος του μάρκετινγκ να πάρει κάποιες αποφάσεις. Μέσω της έρευνας βελτιώνονται οι πιθανότητες που έχει μια επιχείρηση να λάβει τη σωστή απόφαση, όμως σε καμία περίπτωση δεν εξαλείφεται η πιθανότητα αποτυχίας.

### **2.1.2 Πρωτογενή και Δευτερογενή Στοιχεία**

Τα πρωτογενή στοιχεία συλλέγονται από τον ίδιο τον ερευνητή ειδικά για τους σκοπούς της συγκεκριμένης έρευνας που διεξάγει. Οι μέθοδοι συλλογής τους, είναι μέσω των ερωτηματολογίων, της παρατήρησης, των ομάδων εστίασης, των συνεντεύξεων, μέσω των πειραμάτων και μέσω του νευρομάρκετινγκ. Η συλλογή αυτών των πρωτογενών στοιχείων είναι χρονοβόρα και το κόστος τους υψηλό.

Τα δευτερογενή στοιχεία είναι στοιχεία που έχουν ήδη συλλέγει για σκοπούς άλλης έρευνας. Το κόστος συλλογής τους είναι μικρό, είναι εύκολα προσβάσιμα και ο χρόνος συλλογής τους μικρός. Οι πηγές αυτών των στοιχείων είναι: α) εσωτερικές

δηλαδή στοιχεία από διάφορες δραστηριότητες της επιχείρησης όπως είναι οι πωλήσεις ανά περιοχή ή πωλήσεις ανά κατηγορία πελατών οι οποίες δίνουν πληροφορίες για τις επιδόσεις του μάρκετινγκ αλλά και για τις τάσεις των πελατών τους. Επιπλέον στοιχεία από τους προμηθευτές μπορούν να δώσουν πληροφορίες για την αγορά και τους ανταγωνιστές της. β) Κρατικές στοιχεία από κρατικές υπηρεσίες που περιέχουν πληροφορίες δημογραφικών στοιχείων , επιχειρηματικής δραστηριότητας και κατανάλωσης. γ) εμπορικές.

### **2.1.3 Είδη ερευνών αγοράς**

Η συλλογή των δεδομένων στην έρευνα αγοράς μπορεί να γίνει με τρεις τρόπους: Ποσοτική, Ποιοτική και Μικτή.

#### **Ποιοτική Έρευνα**

Η ποιοτική έρευνα χρησιμοποιείται για τη συλλογή στοιχείων που δεν μπορούν να παρατηρηθούν και να μετρηθούν άμεσα όπως είναι για παράδειγμα τα συναισθήματα, οι σκέψεις, οι προθέσεις, η συμπεριφορά και οι αντιδράσεις απέναντι σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες.

Οι μέθοδοι ποιοτικής έρευνας είναι οι εξής:

- Ομάδες εστίασης

Μια ομάδα εστίασης αποτελείται περίπου από 7-10 άτομα, που έχουν κοινά ενδιαφέροντα ή κοινά χαρακτηριστικά για το θέμα που θα συζητηθεί, αλλά δεν γνωρίζονται μεταξύ τους. Την ομάδα αυτή, χρησιμοποιεί ένας συντονιστής ώστε να αντλήσει πληροφορίες.

- Σε βάθος συνεντεύξεις

Ο ερευνητής συζητά με ένα ερωτώμενο προκειμένου να αναλύσει πληροφορίες για τις σκέψεις, τις απόψεις και τις εμπειρίες του ερωτώμενου για το σχετικό θέμα. Τον έλεγχο αυτής της διαδικασίας τον έχει ο ερευνητής.

- Προβολικές τεχνικές

Χρησιμοποιούνται για να αναλύσουν συναισθήματα, αντιλήψεις, γνώμες, στάσεις, και κίνητρα των καταναλωτών όταν οι ερωτώμενοι δυσκολεύονται να εκφραστούν. Ο ερωτώμενος παρακινείται να νιώσει ελεύθερος να ερμηνεύσει ή να αντιδράσει σε ένα συγκεκριμένο ερέθισμα το οποίο μπορεί να ερμηνευτεί με ποικίλους τρόπους.

- Τεχνικές παρατήρησης

Ο ερευνητής δεν στηρίζεται στην επικοινωνία με άλλα άτομα για να συλλέξει πληροφορίες αλλά στην παρατήρηση η οποία πρέπει να είναι καλά σχεδιασμένη και να εστιάζει στο υπό έρευνα φαινόμενο ενδιαφέροντος.

### **Ποσοτική Έρευνα**

Η ποσοτική έρευνα χρησιμοποιείται όταν οι πληροφορίες που αναζητά ο ερευνητής είναι ακριβείς και συγκεκριμένες. Τα ποσοτικά στοιχεία χρησιμοποιούνται για στατιστικές αναλύσεις οδηγώντας σε αξιόπιστα αποτελέσματα. Η ποσοτική έρευνα στηρίζεται στο σχεδιασμό ενός ερωτηματολογίου (δηλ. τυποποιημένες ερωτήσεις) για τη συλλογή συγκεκριμένων πληροφοριών και περιέχει ένα προσεκτικά επιλεγμένο και αντιπροσωπευτικό ανά περίπου δείγμα. Τα ερωτηματολόγια διανέμονται στους ερωτώμενους με τους εξής τρόπους:

- Προσωπική μέθοδος. Ο ερευνητής έρχεται σε προσωπική επαφή με τον ερωτώμενο και είτε το συμπληρώνει μόνος του ή ο ερευνητής γράφει τις απαντήσεις του.
- Τηλεφωνική μέθοδος. Ο ερευνητής επικοινωνεί τηλεφωνικά με τον ερωτώμενο και του απευθύνει τις ερωτήσεις.

- Ταχυδρομική μέθοδος. Το ερωτηματολόγιο αποστέλλεται στο σπίτι του ερωτώμενου ταχυδρομικώς. Συμπληρώνεται και αποστέλλεται πίσω στον αρχικό αποστολέα.
- Έρευνα μέσω διαδικτύου. Το ερωτηματολόγιο βρίσκεται στο διαδίκτυο και ο ερωτώμενος καλείται να τη συμπληρώσει τηλεφωνικά και να το στείλει στον ερευνητή.

### **Μικτή έρευνα**

Σε αυτή τη μέθοδο έρευνας συνδυάζεται η ποσοτική και η ποιοτική έρευνα.

## **2.2 Μεθοδολογία έρευνας**

Στην έρευνα που διεξήγαμε για την επιχείρηση Ηλεκτρολόγος Αυτοκινήτων Ανδρέας Σάββα, επιλέξαμε την μέθοδο συλλογής πρωτογενών στοιχείων μέσω της ποιοτικής μεθόδου, η οποία διεξήχθη μέσω προσωπικών συνεντεύξεων.

Η διαδικασία αυτή των εις βάθος συνεντεύξεων είναι η διαδικασία κατά την οποία ένας ερευνητής εμπλέκεται σε μια συζήτηση θέτοντας ερωτήσεις, οι οποίες σχετίζονται με την έρευνα που διεξάγεται σχετικά με τις σκέψεις, τις απόψεις, τις γνώμες ή τις εμπειρίες του συμμετέχοντα. Σύμφωνα με τους Lofland and Lofland, η συνέντευξη είναι μια καθοδηγούμενη συζήτηση. Στόχος της οποίας είναι να αντληθεί από τον ερευνητή όσο το δυνατόν πιο πλούσιο και λεπτομερές υλικό που θα μπορέσει να χρησιμοποιηθεί στην ποιοτική ανάλυση.

Ως εργαλείο έρευνας παρουσιάζει πολλά πλεονεκτήματα, διότι δίνει την ευκαιρία να διευκρινιστούν κάποιες απαντήσεις, να γίνουν επιπλέον ερωτήσεις και να εμβαθύνετε η έρευνα. Οι απαντήσεις είναι άμεσες και δίνονται κατευθείαν στον ερευνητή.

Η έρευνα που διεξήχθη, περιλάμβανε προσωπικές συνεντεύξεις 80 ατόμων τους οποίους χωρίσαμε σε 4 ομάδες.

Οι ομάδες αυτές ήταν:

- Άντρες που κατέχουν αυτοκίνητα ηλικίας κάτω των 8 ετών.
- Γυναίκες που κατέχουν αυτοκίνητα ηλικίας κάτω των 8 ετών.
- Άντρες που κατέχουν αυτοκίνητα ηλικίας πάνω των 8 ετών.
- Γυναίκες που κατέχουν αυτοκίνητα ηλικίας πάνω των 8 ετών.

Σκοπός αυτού του διαχωρισμού ήταν η συλλογή στοιχείων για την συγκεκριμένη αγορά, από κατόχους αυτοκινήτων όλων των ηλικιών, παλαιών και σύγχρονων αυτοκινήτων ούτως ώστε να αποκαλυφθούν οι απαιτήσεις και οι προτιμήσεις τους και πως αξιολογούν τις υπηρεσίες ανάλογα με τις ανάγκες τους. Επιπλέον, εξαιτίας του ότι τα τελευταία χρόνια είχαμε μια αύξηση των γυναικείων οδηγών και κατόχων αυτοκινήτων, διαχωρίσαμε τα άτομα ανάλογα με το φύλο έτσι ώστε να καταγράψουμε αν υπάρχει, τη διαφορετικότητα των προτιμήσεων των δυο φύλων όσον αφορά τον κλάδο και να ληφθούν υπόψη οι απαιτήσεις όλων των πελατών.

Κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού των συνεντεύξεων, διευκρινίσαμε τους στόχους της συνέντευξης και τι ακριβώς αναζητούσαμε από αυτή την έρευνα. Συγκεκριμένα, ο στόχος των συνεντεύξεων ήταν να συλλέξουμε πληροφορίες τις οποίες θα χρησιμοποιήσουμε για να αναδιοργανώσουμε και να δημιουργήσουμε μια νέα ανταγωνιστική επιχείρηση. Από την έρευνα αυτή αναζητούσαμε τις απαιτήσεις, τις προσδοκίες που έχουν οι πελάτες τέτοιων επιχειρήσεων τις οποίες θα χρησιμοποιήσουμε για να εκπληρώσουμε τον στόχο της συνέντευξης μας. Στη συνέχεια δημιουργήσαμε ένα οδηγό συνέντευξης, δηλαδή μια λίστα με ερωτήσεις και πληροφορίες που θέλαμε να μάθουμε.

Οι ερωτήσεις που απευθύναμε στους συμμετέχοντες της έρευνας ήταν οι εξής:

- Για ποιους λόγους θα επέλεγα μια επιχείρηση ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων;
- Ποιος θα επηρέαζε την επιλογή μου αυτή;
- Ποια χαρακτηριστικά θεωρώ ότι πρέπει να έχουν οι υπάλληλοι μιας τέτοιας επιχείρησης;

- Τι μόρφωση θα ήθελα να έχει ο συγκεκριμένος ηλεκτρολόγος;
- Θα προτιμούσατε τα τυχόν πτυχία ή διπλώματα που κατέχει ο ηλεκτρολόγος να είναι σε εμφανή σημείο στο συνεργείο του;
- Πόσο θα επηρέαζε την επιλογή μου αυτή, η συμπεριφορά των υπαλλήλων ενός συνεργείου ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων;
- Τι υπηρεσίες ψάχνω ως χρήστης αυτοκινήτου από μια επιχείρηση ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων;
- Τι προϊόντα θα ήθελα να πουλάνε στο συγκεκριμένο συνεργείο;
- Πόσο σημαντική είναι η ποιότητα και η τιμή μιας υπηρεσίας που παρέχεται ή ενός προϊόντος που πωλείται; Τι θα προτιμούσα;
- Είσαι ικανοποιημένος από την ανταγωνιστική επιχείρηση ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων στην οποία πήγαινες μέχρι σήμερα όσον αφορά το θέμα κόστους, θέμα αντιμετώπισης από υπαλλήλους επιχείρησης, θέμα ποιότητας εξαρτημάτων;
- Είστε ευχαριστημένος από την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται στο συνεργείο που επιλέξετε;
- Τι βελτιώσεις θα ήθελα να δω από μια επιχείρηση ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων;
- Ανάλογα με το πρόβλημα που παρουσιάστηκε στο αυτοκίνητο, σε πόσο χρόνο θα προτιμούσα να γίνεται η επιδιόρθωση του;
- Ποιες ευκολίες θα ήθελα να μου παρέχουν κατά τη διάρκεια του χρόνου που απαιτείται για την επιδιόρθωση του αυτοκινήτου;
- Θα προτιμούσατε να σας ειδοποιούν όταν το αυτοκίνητο σας έχει επιδιορθωθεί και με ποιο τρόπο θα θέλατε να γίνεται αυτό;
- Με την ανάπτυξη της τεχνολογίας κατασκευάζονται ολοένα και πιο σύγχρονα αυτοκίνητα. Με ποιο τρόπο θα θέλατε να ακολουθήσει αυτές τις αλλαγές ένας ηλεκτρολόγος ενός συνεργείου ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων;
- Πώς θα θέλατε να είναι ο χώρος ενός συνεργείου και τι μηχανήματα θα προτιμούσατε να υπάρχουν σε αυτό;
- Πόσο σημαντική είναι για εσάς η καθαριότητα του χώρου ενός συνεργείου;
- Πόσο σημαντική είναι η φήμη ενός ηλεκτρολόγου αυτοκινήτου;

- Ποια θεωρώ ως δυνατά και ποια ως αδύνατα σημεία μιας επιχείρησης ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων;

Οι συνεντεύξεις αυτές διεξήχθησαν σε προσωπικό χώρο του ερωτώμενου (οικία, χώρο εργασίας) και όταν ο ερωτώμενος είχε τον απαιτούμενο χρόνο να ασχοληθεί με την συνέντευξη, ούτως ώστε να είναι άνετος, χωρίς άγχος και χωρίς την πίεση του χρόνου. Αρχικά, ενημερώσαμε τον ερωτώμενο για τον σκοπό της συνέντευξης καθώς και τους λόγους που επιλέχθηκε να δώσει την συγκεκριμένη συνέντευξη ώστε να μην είναι επιφυλακτικός. Επίσης του ζητήσαμε την άδεια να χρησιμοποιήσουμε μαγνητόφωνο και του εξηγήσαμε τους λόγους της χρησιμοποίησής του, ότι δηλαδή είναι απαραίτητο για την σωστή καταγραφή των απαντήσεων τους. Επιπλέον τους ενημερώσαμε ότι η συνέντευξη θα είναι ανώνυμη και αν συμφωνούσε με αυτά τότε προχωρούσαμε στη λήψη της συνέντευξης.

Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης προσπαθήσαμε να δημιουργήσουμε ένα κλίμα εμπιστοσύνης, ούτως ώστε οι ερωτώμενοι να μην έχουν άγχος, να μην είναι επιφυλακτικοί αλλά να είναι ειλικρινής και να αποκαλύψουν ελεύθερα τις απόψεις τους και τις αντιλήψεις τους. Σημαντικό είναι να αναφέρουμε ότι κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, υπήρχαν περιπτώσεις όπου ο ερωτώμενος δεν ήταν καθόλου ομιλητικός και οι ερωτήσεις ακολουθήθηκαν πιστά ενώ οι απαντήσεις που παίρναμε ήταν μονολεκτικές. Αντίθετα υπήρχαν περιπτώσεις που ο ερωτώμενος ήταν τόσο ομιλητικός που κάλυπτε με τις απαντήσεις του και τις υπόλοιπες ερωτήσεις και έδινε επίσης και επιπρόσθετες πληροφορίες.

### **2.2.1 Ανάλυση προσωπικών συνεντεύξεων**

Στην ανάλυση των προσωπικών συνεντεύξεων, οι απαντήσεις των ερωτώμενων απομαγνητοφωνήθηκαν, καταγράφηκαν, και μελετήθηκαν ούτως ώστε να έχουμε μια συνολική εικόνα για τις απαιτήσεις και τις προτιμήσεις των πελατών των επιχειρήσεων ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων.

### **Λόγοι για να ενταχθούν στο πελατολόγιο μιας επιχείρησης ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων**

Οι ερωτούμενοι, ασχέτως φύλου και ηλικίας οχήματος που κατέχουν, θα επέλεγαν μια επιχείρηση ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων για την φήμη του, για τις γνώσεις του αλλά και για το πόσο καλός τεχνίτης είναι.

*«Θα πήγαινα για τη φήμη που έχει.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 2 ετών)*

*«Αν είναι καλός στη δουλειά του. Αυτόν που πηγαίνω τώρα, μου τον σύστησε ο πατέρας μου, ότι είναι καλός στη δουλειά του και είναι και σπουδασμένος.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 3 ετών)*

*«Αν μου τον σύστηναν ότι είναι καλός τεχνίτης.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 15 ετών)*

### **Επιρροή επιλογής συνεργείου**

Οι περισσότερες γυναίκες θα επηρεάζονταν από συγγενής και φίλους ανεξαρτήτως αν οι ίδιοι είναι πελάτες της επιχείρησης ενώ οι άντρες θα επηρεάζονταν μόνο από πελάτες της επιχείρησης. Σε πολύ μεμονωμένες περιπτώσεις δεν θα επηρεάζονταν από κανένα αλλά θα έκριναν μόνοι τους, μετά από επίσκεψη τους.

*«Κανένας δεν θα με επηρέαζε. Θα πήγαινα μια φορά και αν μου άρεσε η δουλειά του θα ξαναπήγαινα.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 12 ετών)*

*«Θα με επηρέαζαν φίλοι μου που είναι πελάτες της συγκεκριμένης επιχείρησης και είναι ευχαριστημένοι. Όταν ο ηλεκτρολόγος είναι καλός στη δουλειά του, θα ακουστεί.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 2 ετών)*

*«Ο αδελφός μου, μου σύστησε δυο τρεις γιατί συνεργάζεται μαζί τους. Έχει κατάσταση με εξαρτήματα αυτοκινήτων.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 10 ετών)*

### **Χαρακτηριστικά υπαλλήλων επιχείρησης**



Οι περισσότεροι πελάτες ζητούν από τους υπάλληλους τέτοιων επιχειρήσεων να έχουν επαγγελματισμό, συνέπεια, ευγένεια, εμπειρία, εξυπηρέτηση, αξιοπιστία.

*«Θέλω οι υπάλληλοι να έχουν εμπειρία και να είναι ευγενικοί.» (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 2 ετών)*

*«Χαρακτηριστικά... θεωρώ ότι οι υπάλληλοι πρέπει να έχουν γνώσεις και να είναι επαγγελματίες.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 11 ετών)*

*«Πρέπει να έχουν πείρα, να είναι σωστοί επαγγελματίες, να επιδιορθώνουν τα αυτοκίνητα στην ώρα τους. Να μην καθυστερούν.» (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 12 ετών)*

*«Πρέπει να έχουν γνώσεις πάνω στα σύγχρονα αυτοκίνητα, να είναι ευγενικοί με τους πελάτες τους και να είναι αξιόπιστοι.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 2 ετών)*

### **Επίπεδο μόρφωσης ηλεκτρολόγου αυτοκινήτου**

Οι απαντήσεις που δόθηκαν όσον αφορά την εκπαίδευση του ηλεκτρολόγου, ήταν ανάλογα με την ηλικία του αυτοκινήτου που κατείχαν. Ιδιοκτήτες αυτοκινήτου κάτω των 8 ετών απάντησαν πως επιθυμούν ο ηλεκτρολόγος που θα επιλέξουν να είναι κάτοχος πανεπιστημιακού διπλώματος ή τουλάχιστον απόφοιτος τεχνολογικού ιδρύματος με συνεχή παρακολούθηση σεμιναρίων σχετικά με τα σύγχρονα αυτοκίνητα. Αντίθετα οι ιδιοκτήτες αυτοκινήτων ηλικίας πάνω από 8 ετών δεν τους ενδιαφέρει και ιδιαίτερα η μόρφωση τους, φτάνει να έχουν τις γνώσεις ούτως ώστε να μπορούν να ανταποκρίνονται στα καθήκοντα τους.

*«Θέλω να είναι σπουδασμένος.» (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 8 ετών)*

*«Θέλω να έχει πανεπιστημιακή μόρφωση ή το λιγότερο να είναι απόφοιτος τεχνολογικής σχολής αλλά να ενημερώνεται για τα σύγχρονα αυτοκίνητα.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 5 ετών)*

*«Δεν με πειράζει, αλλά να ξέρει το αντικείμενο του. »(Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 12ετών)*

### **Επιρροή από συμπεριφορά των υπαλλήλων του συνεργείου**

Όλοι οι ερωτώμενοι ανεξαιρέτως και ανεξαρτήτως φύλου και ηλικίας αυτοκινήτου, απάντησαν ότι θα επηρεάζονταν σε μεγάλο βαθμό από την συμπεριφορά των υπαλλήλων της επιχείρησης και ότι είναι ένας σοβαρός λόγος για να αλλάξουν ηλεκτρολόγο.

*«Θα επηρέαζε πάρα πολύ την επιλογή μου. Εγώ θέλω να πηγαίνω κάπου και να έχει ανθρώπους ευγενικούς, με καλούς τρόπους και να είναι πρόθυμοι να σε βοηθήσουν.»( Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 5ετών)*

*«Θα με επηρέαζε σε μεγάλο βαθμό γι' αυτό προτιμώ να είναι ευγενικοί. »(Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 10ετών)*

*«Η συμπεριφορά των υπαλλήλων είναι το Α και το Ω σε μια επιχείρηση. Μπορεί να κερδίσεις αλλά και να χάσεις πελάτες μόνο με της συμπεριφορά σου. Οπότε εμένα να, θα με επηρέαζε. » (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 2ετών)*

### **Υπηρεσίες**

Άτομα που κατέχουν αυτοκίνητα πάνω από 8 ετών επιθυμούν από μια επιχείρηση να τους παρέχει τις βασικές υπηρεσίες που παρέχουν όλοι οι ηλεκτρολόγοι τόσα χρόνια. Αντίθετα ερωτώμενοι με αυτοκίνητα ηλικίας κάτω των 8, απαιτούν εκτός από τις βασικές απλές υπηρεσίες, να τους παρέχονται και εξειδικευμένες υπηρεσίες και να επιδιορθώνουν οχήματα τελευταίας τεχνολογίας.

*«Τις βασικές. Το αυτοκίνητο που έχω είναι 18 ετών. Δεν απαιτεί τίποτα το δύσκολο. Αν ξέρεις τα βασικά μπορείς να το επιδιορθώσεις.»(Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 18 ετών)*

*«Τις συνηθισμένες υπηρεσίες που παρέχουν οι ηλεκτρολόγοι.»(Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 13 ετών)*

*«Ότι αφορά τα ηλεκτρονικά ζητήματα του αυτοκινήτου.»(Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 3 ετών)*

*«Έχω καινούργιο αυτοκίνητο οπότε θέλω ο ηλεκτρολόγος να μπορεί να μου επιδιορθώσει οτιδήποτε ηλεκτρονικό ζήτημα προκύψει.»(Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 5 ετών)*

### **Προϊόντα**

Όλοι οι ερωτώμενοι προτιμούν στο συνεργείο να έχει προϊόντα που χρειάζεται ο ηλεκτρολόγος για να επιδιορθώσει το όχημα του καθώς επίσης και διάφορα αξεσουάρ που πιθανό να χρειαστούν. Όμως στην περίπτωση που δεν υπάρχουν δεν τους ενοχλεί ιδιαίτερα φτάνει ο ηλεκτρολόγος να μεριμνήσει να το προμηθευτεί άμεσα. Επίσης επιθυμούν να έχουν τη δυνατότητα επιλογής σε τιμή και ποιότητα.

*«Ε δεν ξέρω, Αν δεν έχει αυτό που χρειάζομαι, τότε θα το παραγγείλει.»(Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 10 ετών)*

*«Θα ήθελα να έχει καθαριστήρες, φανάρια, λάμπες, μεγάφωνα, ραδιόφωνα και διάφορα άλλα σε διαφορές τιμές για να μπορώ να επιλέξω.»(Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 12 ετών)*

*«Ότι αφορά το αυτοκίνητο. Είναι αδύνατο να τα έχει όλα στο κατάστημα του, οπότε αν κάτι που θέλω δεν υπάρχει θα ήθελα να μου το παραγγείλει αλλά να το έχω άμεσα.»(Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 8 ετών)*

*«Τελευταία χρειάστηκα ραδιόφωνο για το αυτοκίνητο μου. Ζητούσα ένα συγκεκριμένο ραδιόφωνο και ο ηλεκτρολόγος δεν το είχε στο κατάστημα του. Χρειάστηκε να το παραγγείλει αλλά υπήρξε μια καθυστέρηση 4 ημερών. Θα*

*προτιμούσα να το είχε στο κατάστημα του ή να το φρόντιζε να το προμηθευτεί πιο σύντομα.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 6 ετών)*

### **Ποιότητα και τιμή μιας υπηρεσίας που παρέχεται ή ενός προϊόντος που πωλείται**

Η ποιότητα και η τιμή μιας υπηρεσίας είναι πολύ σημαντικά για τους πελάτες ενός συνεργείου αυτοκινήτου. Οι πελάτες επιζητούν καλή ποιότητα αλλά και καλές τιμές.

*«Είναι πολύ σημαντική και η τιμή και η ποιότητα. Προσωπικά προτιμώ καλή ποιότητα και όσο γίνεται καλές τιμές».*(Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 5 ετών)

*«Κυρίως επιθυμώ να υπάρχει ποιότητα αλλά να μην την ακριβοπληρώσω. »*(Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 12 ετών)

*«Κοίταξε, η ποιότητα είναι σημαντικότερη από τις καλές τιμές γιατί μακροχρόνια η έλλειψη ποιότητας θα κοστίσει περισσότερο και θα αποφέρει μεγαλύτερη ταλαιπωρία.»*(Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 6 ετών)

*«Είναι πολύ σημαντικά και τα δυο. Προτιμώ ο ηλεκτρολόγος μου να μου παρέχει και τα δύο.»* (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 3 ετών)

### **Ικανοποίηση από την επιχείρηση ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων στην οποία είναι πελάτες οι ερωτώμενοι.**

Πολλοί από τους ερωτώμενους απάντησαν ότι είναι ευχαριστημένοι από την επιχείρηση ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων που επισκέπτονται για την καλή εξυπηρέτηση που προσφέρει, τις καλές τιμές και για την ποιότητα των υπηρεσιών τους. Επίσης αρκετοί από τους ερωτώμενους απάντησαν πως δεν είναι ευχαριστημένοι από την επιχείρηση που ήδη πηγαίνουν, είτε γιατί υπήρχε καθυστέρηση στην εξυπηρέτηση τους, είτε για την ακρίβεια του στην παροχή υπηρεσιών και προϊόντων καθώς επίσης για την δυσκολία που αντιμετωπίζουν στην επίλυση προβλημάτων των σύγχρονων αυτοκινήτων.

*«Ναι είμαι ικανοποιημένος γιατί μου προσφέρει ότι χρειάζομαι σε πολύ καλές τιμές. »  
(Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 12ετών)*

*«Όχι δεν είμαι ικανοποιημένος. Την τελευταία φορά που τον χρειάστηκα δεν μπορούσε να μου επιδιορθώσει το πρόβλημα που παρουσιάστηκε. Απ ότι φάνηκε δεν είχε τις γνώσεις στα ηλεκτρονικά.»( Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 5ετών)*

*«Όχι δεν είμαι ικανοποιημένος. Καθυστερεί πολύ να μας εξυπηρετήσει. Είμαι στο ψάξιμο για άλλο ηλεκτρολόγο. »(Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 8ετών)*

*«Ναι είμαι πολύ ικανοποιημένη. Μέχρι τώρα δεν είχα κανένα πρόβλημα.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 10ετών)*

### **Ποιότητα υπηρεσιών που προσφέρονται στο συνεργείο που επέλεξαν οι ερωτώμενοι**

Οι περισσότεροι ερωτώμενοι ήταν ευχαριστημένοι με την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται στο συνεργείο που είναι ήδη πελάτες. Οι ερωτώμενοι που ανέφεραν ότι δεν είναι ευχαριστημένοι, στηρίχτηκαν στη δυσκολία επίλυσης του προβλήματος καθώς επίσης και στη δυσκολία διάγνωσης του προβλήματος.

*«Πάρα πολύ. Είναι πολύ καλός τεχνίτης και έμπειρος.» (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 8ετών)*

*«Όχι δεν είμαι ευχαριστημένος. Την τελευταία φορά παρατήρησα ότι δυσκολεύτηκε πολύ να λύσει το πρόβλημα που είχε το αυτοκίνητο μου.» (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 2ετών)*

*«Είμαι πολύ ευχαριστημένος. Είναι εξαιρετικός στην δουλειά του αλλά και σαν άνθρωπος. »(Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 8ετών)*

*«Μπορώ να πω ότι είμαι ευχαριστημένη. Αλλά κάποιες φορές νιώθω ότι θα ήθελα κάτι περισσότερο όσον αφορά την σωστή διάγνωση του προβλήματος χωρίς καθυστερήσεις.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 2ετών)*

### **Βελτιώσεις που επιθυμούν οι πελάτες τέτοιων επιχειρήσεων**

Μικρός αριθμός ατόμων που ρωτήθηκαν, είναι πολύ ευχαριστημένοι με την επιχείρηση που ήδη πηγαίνουν και δεν επιθυμούν οποιαδήποτε αλλαγή. Οι περισσότεροι από αυτούς όμως, ανέφεραν ότι θα ήθελαν, η επιχείρηση να έχει πιο φιλικό περιβάλλον, μεγαλύτερο χώρο στάθμευσης, πιο σύγχρονα μηχανήματα για διαγνώσεις των διαφόρων βλαβών που παρουσιάζονται, μεγαλύτερο επαγγελματισμό και καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

*«Περισσότερο επαγγελματισμό και να εφοδιαστούν με διαγνωστικά μηχανήματα.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 2ετών)*

*«Θα ήθελα το περιβάλλον να ήταν πιο φιλικό. Δηλαδή οι υπάλληλοι να είναι πιο φιλικοί, ευγενικοί, ευδιάθετοι και φυσικά πιο επεξηγηματικοί.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 3ετών)*

*«Να έχει περισσότερο χώρο στάθμευσης ούτως ώστε αν χρειαστεί να αφήσουμε εκεί τα αυτοκίνητα μας για επιδιόρθωση να είναι ασφαλές.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 12ετών)*

### **Χρόνος επιδιόρθωσης οχήματος**

Οι περισσότεροι ερωτώμενοι απάντησαν πως επιθυμούν η βλάβη του οχήματος που παρουσιάστηκε να επιδιορθώνεται το συντομότερο δυνατό. Φυσικά υπήρξαν και αυτοί που απάντησαν ότι προτιμούν να επιδιορθωθεί σωστά η βλάβη χωρίς να τους ενοχλεί η διάρκεια του χρόνου επιδιόρθωσης του.

*«Όσο το δυνατό πιο σύντομα.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 2ετών)*

*«Δεν με πειράζει ο χρόνος, φτάνει να γίνει καλή δουλειά.» (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 12ετών)*

*«Την ίδια μέρα. Δεν θέλω να καθυστερεί. Το όχημα είναι απαραίτητο για τις μετακινήσεις μου.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 8ετών)*

### **Παροχή ευκολιών στον πελάτη**

Κατά τη διάρκεια του χρόνου που απαιτείται για την επιδιόρθωση του αυτοκινήτου κάποιοι ερωτώμενοι επιθυμούν να τους προσφέρεται καφές και χυμός. Ενώ αν ο χρόνος είναι περισσότερος των 2 ωρών επιθυμούν να τους παρέχεται όχημα για να μπορούν να συνεχίσουν τις καθημερινές τους μετακινήσεις ή να τους μεταφέρει το συνεργείο στην οικία τους.

*«Να μου προσφέρει χυμό, καφέ.» (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 10ετών)*

*«Δεν με πειράζει. Καμία ευκολία.» (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 15ετών)*

*«Κοίταξε αν χρειάζεται πολλές ώρες να επιδιορθωθεί, θα προτιμούσα να μου δώσει άλλο όχημα για να μπορώ να κινούμαι. Είναι αδύνατο να βγω από το καθημερινό μου πρόγραμμα.» (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 5ετών)*

*«Δεν μπορώ να περιμένω. Αν χρειάζεται πολλή ώρα θέλω να με παίρνουν στο σπίτι μου.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 12ετών)*

### **Ειδοποίηση επιδιόρθωσης του οχήματος**

Όλοι οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι επιθυμούν να ειδοποιούνται όταν το όχημα τους έχει επιδιορθωθεί μέσω τηλεφωνήματος ή μηνύματος.

*«Ναι θα ήθελα να με ειδοποιούν μέσω τηλεφώνου ή μηνύματος.» (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 5ετών)*

*«Εννοείται ότι θα ήθελα να με ειδοποιούν. Δεν θέλω να πηγαίνω και να περιμένω. Να με παίρνουν ένα τηλέφωνο.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 12ετών)*

### **Ανάπτυξη τεχνολογίας και εμπλοκή ηλεκτρολόγου**

Όλοι οι ερωτώμενοι ζητούν από τον ηλεκτρολόγο αυτοκινήτων να ενημερώνεται και να εκπαιδεύεται για τις νέες τεχνολογίες, τα καινούργια μηχανήματα και τα σύγχρονα αυτοκίνητα.

*«Να αναβαθμίζεται. Αυτό σημαίνει επαγγελματισμός.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 5ετών)*

*«Να ενημερώνεται τακτικά σε σεμινάρια και να εκπαιδεύεται.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 12ετών)*

*«Εκπαιδεύσεις και να έχει στο συνεργείο του μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 2ετών)*

### **Χώρος συνεργείου - καθαριότητα**

Η καθαριότητα του συνεργείου, τα τακτοποιημένα εργαλεία και ο εξοπλισμός του συνεργείου με τα απαραίτητα σύγχρονα μηχανήματα είναι κάτι που ζητούν οι πελάτες να συναντούν όταν επισκέπτονται τέτοιες επιχειρήσεις όπως επίσης να υπάρχει αυξημένος χώρος στάθμευσης για να μπορούν να σταθμεύουν με ασφάλεια τα οχήματα τους.

*«Το συνεργείο θέλω να είναι καθαρό, να έχει σε τάξη τα εργαλεία του ούτως ώστε όταν ψάχνει ένα εργαλείο να το βρίσκει άμεσα και να μην καθυστερούμε. Σου το λέω γιατί μου έτυχε να με καθυστερήσει ο ηλεκτρολόγος γιατί δεν έβρισκε τα εργαλεία του για να επιδιορθώσει το αυτοκίνητο μου.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 12ετών)*

*«Το συνεργείο θέλω να είναι καθαρό και να έχει όλα τα απαραίτητα μηχανήματα για την επιδιόρθωση του οχήματος μου.» (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 2ετών)*



*«Θέλω να είναι τακτοποιημένος ο χώρος του συνεργείου και να έχει διαγνωστικό. Είναι απαραίτητο.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 5ετών)*

*«Κοίταξε, είμαι απαιτητικός πελάτης, θέλω πρώτα από όλα να είναι συγυρισμένος. Δεν μπορείς να μπαίνεις σε ένα χώρο και να είναι όλα άνω κάτω. Και το συνεργείο είναι ένας χώρος που λερώνεται συνέχεια. Σκέψου κάθε φορά που επιδιόρθωνε ένα αυτοκίνητο να μην συγύριζε τα εργαλεία του. Θα γινόταν χαμός και δεν θα μπορούσε να εργαστεί. Δεύτερο θέλω να έχει τα απαραίτητα εργαλεία να επιδιορθώσει μια βλάβη του αυτοκινήτου. Δεν θέλω να πηγαίνω εκεί να με στέλλει σε ένα άλλο που συνεργάζεται γιατί ο ίδιος δεν έχει το μηχάνημα που χρειάζεται για να το επιδιορθώσει. Εννοείτε πως αν μου πει έτσι με έχασε από πελάτη. Γιατί να πηγαίνω αφού δεν μπορεί να με εξυπηρετήσει.. Τρίτο πρέπει να έχει χώρο στάθμευσης για να μπορώ να παρκάρω με ασφάλεια το αυτοκίνητο.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 8ετών)*

### **Φήμη**

Η φήμη ενός ηλεκτρολόγου αυτοκινήτου είναι πολύ σημαντική για τους κατόχους αυτοκινήτων. Οι περισσότεροι υποστηρίζουν ότι αν ο ηλεκτρολόγος δεν είχε καλή φήμη δεν θα πήγαιναν στο συνεργείο και αν ήταν ήδη πελάτες θα τους επηρέαζε αρνητικά έστω και αν αυτοί είναι ευχαριστημένοι.

*«Είναι πολύ σημαντική.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 12ετών)*

*«Είναι πολύ σημαντικό ένας ηλεκτρολόγος να έχει καλή φήμη για να μπορεί να κρατήσει την πελατεία του. Προσωπικά αν κάποιος δεν έχει καλή φήμη δεν θα πήγαινα.» (Αντρας κάτοχος αυτοκινήτου 5ετών)*

### **Δυνατά και αδύνατα σημεία μιας επιχείρησης ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων**

Η άμεση εξυπηρέτηση, η εμπειρία στην επιδιόρθωση προβλημάτων, η φήμη, ο σωστός επαγγελματισμός, η ποιότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων που

προσφέρει και οι καλές τιμές είναι τα δυνατά σημεία μιας επιχείρησης ηλεκτρολόγου αυτοκινήτων. Αντιθέτως αδύνατα σημεία, σύμφωνα με τους ερωτώμενους είναι η αδυναμία επίλυσης προβλημάτων των σύγχρονων αυτοκινήτων, η ακρίβεια, η συμπεριφορά των υπαλλήλων και η κακή φήμη.

*«Ως δυνατό σημείο είναι ο σωστός επαγγελματισμός και η καλή ποιότητα των υπηρεσιών. Αδύνατο σημείο είναι η ανικανότητα του να επιλύσει ένα πρόβλημα που παρουσιάστηκε στο όχημα. (Άντρας κάτοχος αυτοκινήτου 8ετών)»*

*«Δυνατό σημείο θεωρώ ότι είναι η φήμη του ηλεκτρολόγου, η ποιότητα στις υπηρεσίες που προσφέρει και να μπορεί να επιδιορθώσει οποιαδήποτε βλάβη παρουσιαστεί στο αυτοκίνητο, η συμπεριφορά του ηλεκτρολόγου. Αδύνατο σημείο για μένα είναι η ακρίβεια, η κακή φήμη, η κακή συμπεριφορά, η αγένεια των υπαλλήλων και εννοείται το να μην μπορεί να επιδιορθώσει το αυτοκίνητο. (Γυναίκα κάτοχος αυτοκινήτου 5ετών)»*

### **2.2.2 Ευρήματα έρευνας**

Συμπερασματικά, τα στοιχεία τα οποία αναδύθηκαν από την έρευνα που διεξήχθη και τα οποία θα ληφθούν υπόψη κατά την λήψη των αποφάσεων είναι τα εξής:

- Οι ερωτώμενοι θα επέλεγαν να γίνουν πελάτες μιας επιχείρησης ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων στην περίπτωση που ο ηλεκτρολόγος έχει καλή φήμη, είναι καλός τεχνίτης και έχει τις απαιτούμενες γνώσεις για την επιδιόρθωση των οχημάτων.
- Η συμπεριφορά των υπαλλήλων της επιχείρησης είναι πολύ σημαντική για να προσελκύσουν αλλά και για να διατηρήσουν τους πελάτες της επιχείρησης. Οι υπάλληλοι θα πρέπει να διέπονται από στοιχεία όπως συνέπεια, ευγένεια, αξιοπιστία, και επαγγελματισμό. Πρέπει να είναι φιλικοί, επεξηγηματικοί, γρήγοροι και μεθοδικοί.
- Το επίπεδο μόρφωσης του ηλεκτρολόγου αυτοκινήτου είναι πολύ σημαντικό για την λειτουργία της επιχείρησης. Χωρίς την κατάλληλη μόρφωση και την

απαιτούμενη εκπαίδευση σε αυτοκίνητα τελευταίας τεχνολογίας, ο ηλεκτρολόγος δεν μπορεί να επιδιορθώσει τα σύγχρονα αυτοματοποιημένα αυτοκίνητα. Απαιτούνται σπουδές στον κλάδο και παρακολούθηση σεμιναρίων.

- Οι υπηρεσίες που παρέχονται από την επιχείρηση πρέπει να ικανοποιούν όλους τους κατόχους αυτοκινήτων.
- Συνεργασία με τους προμηθευτές για άμεση αποστολή των προϊόντων που χρειάζονται για την επισκευή των οχημάτων
- Οι πελάτες επιζητούν πολύ καλή ποιότητα και καλές τιμές.
- Ο χώρος του συνεργείου πρέπει να είναι καθαρός, τακτοποιημένος, να υπάρχει χώρος στάθμευσης, πιο σύγχρονα μηχανήματα για διαγνώσεις των διαφόρων βλαβών που παρουσιάζονται.
- Επιδιόρθωση των οχημάτων χωρίς καθυστερήσεις.
- Κατά τη διάρκεια και αναλόγως του χρόνου που απαιτείται για την επιδιόρθωση του οχήματος, οι ερωτώμενοι επιθυμούν να τους προσφέρεται ποτό(καφές, χυμός), μεταφορά στην οικία τους ή παροχή άλλου οχήματος μέχρι να επιδιορθωθεί το δικό τους.
- Ειδοποίηση πελάτη για την επιδιόρθωση του οχήματος.

## **2.3 Χαρακτηριστικά αγοράς- κλάδου**

Στην εποχή μας, ο κλάδος αυτός του ηλεκτρολόγου αυτοκινήτου είναι πολύ ανεπτυγμένος και στην Κύπρο υπάρχουν παρά πολλές εταιρίες που ασχολούνται με αυτό το αντικείμενο. Αναλόγως των υπηρεσιών που προσφέρουν, κάποιες από τις εταιρίες αυτές είναι πολύ ανεπτυγμένες και κερδοφόρες με μεγάλο αριθμό πελατών και άλλες εταιρίες έχουν παραμένει στάσιμες χωρίς ανάπτυξη με μειωμένο πελατολόγιο που το κέρδος τους είναι τέτοιο ώστε να κρατά την επιχείρηση απλά βιώσιμη.

Από τη στιγμή που υπάρχουν στην αγορά οχήματα, που είναι το κατεξοχήν μεταφορικό μέσο του ανθρώπου, ο κλάδος αυτός δεν θα σταματήσει να υπάρχει

ενώ παράλληλα ο ανταγωνισμός των επιχειρήσεων του κλάδου ολοένα θα αυξάνεται με την ανάπτυξη της τεχνολογίας.

Σύμφωνα με τον Porter, οι πέντε δυνάμεις που καθορίζουν την σχετική ελκυστικότητα και κερδοφορία μιας επιχείρησης είναι :

- Ο υφιστάμενος ανταγωνισμός

Καθημερινά οι επιχειρήσεις του κλάδου, προσπαθούν με διάφορους τρόπους, να υπερτερήσουν έναντι των αντιπάλων τους. Η επιχείρηση μας, θα προσπαθήσει να υπερέχει από τις άλλες επιχειρήσεις μέσω της καλής και άμεσης εξυπηρέτησης, της υψηλής ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων και τις καλές τιμές.

- Η απειλή νέων ανταγωνισμών

Εκτός από τον υφιστάμενο ανταγωνισμό, η απειλή των νέων ανταγωνιστών είναι εξίσου σημαντική. Η δημιουργία νέας επιχείρησης στο κλάδο, απαιτεί γνώσεις στα νέα συστήματα και σύγχρονα αυτοκίνητα, και νοουμένου ότι έχει ξεπεράσει τα εμπόδια εσόδου στον κλάδο όπως οι απαιτήσεις σε κεφάλαιο, αυτό σημαίνει ότι ο αντίπαλος μας είναι πολύ ισχυρός λόγω των δεξιοτήτων και των γνώσεων που κατέχει. Γι αυτό η επιχείρηση μας για να μπορεί να αντεπεξέλθει αυτό τον ανταγωνισμό θα πρέπει εκπαιδεύσει το προσωπικό της ούτως ώστε να μπορεί να επιδιορθώνει σύγχρονα αυτοκίνητα και να εξοπλίσει το συνεργείο με τα κατάλληλα διαγνωστικά μηχανήματα.

- Η απειλή των υποκατάστατων προϊόντων

Πολλές εταιρίες παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες υποκατάστατα των υπηρεσιών και των προϊόντων που θα προσφέρουμε εμείς σε πιο χαμηλές τιμές. Τα προϊόντα αυτά κατασκευάζονται σε χώρες με χαμηλό κόστος παραγωγής, τις περισσότερες φορές είναι κατώτερης ποιότητας και δεν έχουν τις απαραίτητες εγγυήσεις. Αντίθετα η επιχείρηση μας θα στηριχτεί στην ποιότητα των προϊόντων και

υπηρεσιών που θα προσφέρει, σε πολύ καλές τιμές και θα παρέχει επίσης τις απαραίτητες εγγυήσεις.

- Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών έγκειται στο γεγονός ότι μπορεί να αυξήσουν τις τιμές τους ή να μειώσουν την ποιότητα των προϊόντων τους. Στην περίπτωση αύξησης των τιμών των προϊόντων, θα πρέπει να αυξηθούν και οι τιμές στους τελικούς καταναλωτές. Σε αντίθετη περίπτωση θα υπάρξει ζημιά στην κερδοφορία των επιχειρήσεων. Η επιχείρησή μας θα προσπαθήσει με τις κατάλληλες συμφωνίες μεταξύ των προμηθευτών να υπάρχουν λογικές τιμές στα προϊόντα.

- Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών.

Οι πελάτες ελέγχουν τι προσφέρουν οι διάφοροι ανταγωνιστές και αποφασίζουν τι συμφέρει τους ίδιους. Έχουν τη δύναμη να επηρεάζουν τις πωλήσεις στο να μειώνουν τις τιμές και να στρέφεται η μια επιχείρηση εναντίον της άλλης. Η επιχείρησή μας, θα ικανοποιεί στο έπακρο τις απαιτήσεις των πελατών όσον αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων αλλά και τις τιμές. Στόχος μας θα είναι η καλή εξυπηρέτηση και η ικανοποίηση του πελάτη.

Η επιχείρησή μας, με τον κατάλληλο σχεδιασμό, και την παροχή υπηρεσιών συνδεδεμένες με την ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει πρακτικές ανάπτυξης και ευκαιρίες να καταστήσουμε την επιχείρησή μας, μια από τις πλέον ανταγωνιστικές επιχειρήσεις στον κλάδο.

### **2.3.1 Εμπόδια εισόδου της εταιρείας στην αγορά**

Η υλοποίηση της απόφασης και του σχεδιασμού του εκσυγχρονισμού της εταιρείας μας ούτως ώστε να γίνει μια ανταγωνιστική επιχείρηση στον κλάδο των ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων, εμπεριέχει αρκετά εμπόδια τα οποία θα πρέπει με τον κατάλληλο σχεδιασμό να ξεπεραστούν.

Τα εμπόδια αυτά είναι το υψηλό κόστος αγοράς μηχανημάτων τελευταίας τεχνολογίας και το υψηλό κόστος μάρκετινγκ. Η εταιρεία μας θα πρέπει να προμηθευτεί μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας ούτως ώστε να μπορεί να επιδιορθώνει οποιοδήποτε πρόβλημα που παρουσιάζεται στα σύγχρονα αυτοκίνητα αλλά και να επενδύσει χρήματα στο μάρκετινγκ της εταιρείας, ειδικά όσον αφορά τον τομέα της διαφήμισης της επιχείρησης. Η εξεύρεση των χρημάτων αυτών, που απαιτούνται για την κάλυψη του πιο πάνω θα γίνει μέσω επιχειρηματικού δανείου από την τράπεζα. Η επιλογή της τράπεζας θα γίνει αφού πρώτα μελετήσουμε το ποσό που μπορούμε να δανειστούμε, το επιτόκιο, τα χρόνια αποπληρωμής και θα επιλέξουμε την πιο συμφέρουσα.

Ένα από τα δυσκολότερα εμπόδια που παρουσιάζεται, είναι η προσέλκυση νέων πελατών και η απομάκρυνση τους από τις επιχειρήσεις που είναι ήδη πελάτες. Το εμπόδιο αυτό είναι πολύ δύσκολο να ξεπεραστεί, αφού δύσκολα θα απομακρύνεις έναν πελάτη που είναι ευχαριστημένος από την επιχείρηση που ήδη πηγαίνει. Αυτό θα προσπαθήσουμε να το επιτύχουμε μέσω της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών που θα προσφέρουμε, μέσω της άμεσης εξυπηρέτησης των πελατών και μέσω των διαφόρων προσφορών και των χαμηλών τιμών που θα έχουμε. Αρχικά, για να προσελκύσουμε πελάτες θα στηριχτούμε στην ποιότητα των υπηρεσιών μας, στις παρεχόμενες εκπτώσεις και στις εγγυήσεις των υπηρεσιών και των προϊόντων που θα παρέχουμε.

Άλλο εμπόδιο που θα συναντήσει η εταιρεία μας είναι η εκπαίδευση και ο χρόνος που απαιτείται μέχρι να εκπαιδευτεί κατάλληλα το υφιστάμενο προσωπικό μας. Το προσωπικό μας θα πρέπει να αποκτήσει τις απαραίτητες γνώσεις για να μπορεί να αντεπεξέλθει στις βλάβες των σύγχρονων αυτοκινήτων είτε με την παρακολούθηση σεμιναρίων που γίνονται σε τεχνικές σχολές ή εγγραφή σε ακαδημαϊκή σχολή. Αυτό όμως απαιτεί χρόνο. Έτσι για να μην αφήσουμε την επιχείρηση μας εκτεθειμένη και για να υλοποιήσουμε τους στόχους μας, θα προσλάβουμε στην επιχείρηση μας έναν ήδη εκπαιδευμένο ηλεκτρολόγο, ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για την επίλυση

προβλημάτων που παρουσιάζονται στα σύγχρονα αυτοκίνητα. Παράλληλα με το νέο προσωπικό, θα συνεχίσουν να εργάζονται στην εταιρεία μας το ήδη υφιστάμενο προσωπικό έτσι ώστε να συνδυάσουμε τις γνώσεις και την πείρα από την αρχή, στοιχεία πολύ σημαντικά για την λειτουργία της επιχείρησής μας.

## 2.4 Υπηρεσίες- Προϊόν

Η επιχείρησή μας, θα παρέχει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, σε όλα τα οχήματα παλαιού και νέου τύπου.

Οι υπηρεσίες αυτές είναι:

- Επιδιόρθωση φώτων πορείας και προειδοποιητικών λυχνιών

Στην περίπτωση που τα φώτα πορείας ή οι προειδοποιητικές λυχνίες δεν ανάβουν, οι ηλεκτρολόγοι μας θα μπορούν να αλλάξουν τους φωτεινούς λαμπτήρες σε πολύ λίγα λεπτά.

- Επιδιόρθωση δυναμού του αυτοκινήτου

Ο δυναμός του αυτοκινήτου είναι το βασικό εξάρτημα του αυτοκινήτου, γιατί παίρνοντας κίνηση από τον κινητήρα του, μετατρέπει την κίνηση σε ηλεκτρικό ρεύμα και τροφοδοτεί με αυτό όλα τα ηλεκτρικά συστήματα του αυτοκινήτου. Η σωστή επιδιόρθωση λοιπόν της βλάβης του δυναμού είναι πολύ σημαντική για τη λειτουργία του αυτοκινήτου. Το προσωπικό μας θα ανταποκρίνεται με επιτυχία σε τέτοιου είδους προβλήματα.

- Επιδιόρθωση προβλημάτων του εγκεφάλου του αυτοκινήτου

Άλλο πολύ σημαντικό μέρος του αυτοκινήτου είναι ο εγκέφαλος του, που αποτελεί μια ολοκληρωμένη μονάδα ηλεκτρονικού υπολογιστή, η οποία χρησιμοποιείται στα σύγχρονα αυτοκίνητα και φορτηγά για τον έλεγχο όλων των λειτουργιών του ηλεκτρικού συστήματος αλλά και άλλων υποσυστημάτων του οχήματος. Οι ηλεκτρολόγοι της επιχείρησής μας θα έχουν τις απαραίτητες γνώσεις ούτως ώστε

να εντοπίζουν τις βλάβες σε αυτό το τόσο πολύπλοκο μηχάνημα και να τις επιδιορθώνουν.

- Τοποθέτηση και επιδιόρθωση ραδιοφώνων και μεγαφώνων

Το προσωπικό της επιχείρησης μας θα τοποθετεί καινούρια ή θα επιδιορθώνει υφιστάμενα ραδιόφωνα και μεγάφωνα όλων των τύπων. Ο πελάτης μας θα έχει τη δυνατότητα να επιλέξει οποιαδήποτε μάρκα ραδιοφώνου ή μεγαφώνου και στην περίπτωση που δεν υπάρχει σε απόθεμα στο συνεργείο μας, θα γίνεται παραγγελία από τους προμηθευτές μας.

- Τοποθέτηση και επιδιόρθωση κλιματισμού αλλά και τοποθέτηση αερίου στο υφιστάμενο air-condition

Η επιχείρηση μας θα τοποθετεί και θα επιδιορθώνει το κλιματιστικό του αυτοκινήτου καθώς επίσης θα τοποθετεί αέριο για τη σωστή λειτουργία τους.

- Τοποθέτηση καινούργιων ή ξαναγέμισμα παλιών μπαταριών

Η επιχείρηση μας θα τοποθετεί καινούριες ή θα ξαναγεμίζει τις υφιστάμενες μπαταρίες του αυτοκινήτου. Ο πελάτης θα μπορεί να επιλέξει μια μπαταρία από αυτές που θα υπάρχουν σε απόθεμα στο συνεργείο μας ή να παραγγείλει από τους προμηθευτές μας.

- Τοποθέτηση και επιδιόρθωση πόρτων και παράθυρα αυτών, εξωτερικά και εσωτερικά καθρεφτάκια, κόρνας, καθαριστήρες

Τέλος η επιχείρηση μας θα τοποθετεί καθρεφτάκια μέσα και έξω από το αυτοκίνητο, κόρνα, καθαριστήρες και τέλος θα επιδιορθώνει τις βλάβες που θα παρουσιάζονται στις πόρτες και στα παράθυρα του αυτοκινήτου.

Η επιχείρηση μας εκτός από τις υπηρεσίες που θα προσφέρει, για την πιο γρήγορη εξυπηρέτηση του πελάτη, θα έχει στο συνεργείο μας μερικά προϊόντα προς πώληση ή για χρησιμοποίηση από τους ίδιους κατά την επισκευή των οχημάτων. Το



απόθεμα που θα έχουμε στο συνεργείο μας θα είναι μικρό ούτως ώστε να μην έχουμε μεγάλη ζημία σε περίπτωση που δεν χρησιμοποιηθεί. Τα προϊόντα αυτά είναι:

- Μπαταρίες μάρκας alphasine διαφόρων μεγεθών. Το συνεργείο μας θα πουλάει στους πελάτες του και άλλες επώνυμες μπαταρίας κατόπιν παραγγελίας όπως είναι yuasa, delkor, winner καθώς επίσης και μπαταρίες varta για τα οχήματα star-stop.
- Καθαριστήρες διαφόρων μεγεθών για διάφορους τύπους αυτοκινήτων.
- Ραδιόφωνα σε διάφορες τιμές για όλες τις προτιμήσεις όπως είναι για παράδειγμα ραδιόφωνα με cd player ή με usb ή και τα δύο μαζί, μάρκας kenwood και pioneer.
- Μεγάφωνα τελευταίας τεχνολογίας για κρυστάλλινους ήχους μάρκας pioneer, alpha line διαφόρων watt.
- Φωτεινούς σηματοδότες όλων των μεγεθών και διαφόρων watt
- Φανάρια όλων των μεγεθών για διάφορους τύπους αυτοκινήτων για το μπροστινό και πίσω μέρος
- Εκτός αυτών θα υπάρχει στενή συνεργασία με τους προμηθευτές μας από τους οποίους θα προμηθευόμαστε τα διάφορα ανταλλακτικά και εξαρτήματα που χρειαζόμαστε για την επισκευή των οχημάτων ούτως ώστε η παράδοση τους να γίνεται το συντομότερο δυνατό.

## 2.5 Πελάτες

Οι πελάτες μιας επιχείρησης είναι το σημαντικότερο μέρος σε μια επιχείρηση και η ικανοποίηση τους αποτελεί πρώτιστο στόχο. Η προσέλκυση των πελατών, μπορεί να οδηγήσει μια επιχείρηση στην ανάπτυξη και στην κερδοφορία ή να την οδηγήσουν στην πτώχευση όταν την εγκαταλείψουν.

Πολλές εταιρείες απευθύνονται σε συγκεκριμένο πελατολόγιο με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Η δική μας επιχείρηση αντίθετα, απευθύνεται σε όλα τα άτομα που έχουν στην κατοχή τους οχήματα ή που νόμιμα είναι οδηγοί αυτών. Επίσης

απευθύνεται και σε άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς που χρησιμοποιούν όλων των ειδών τα οχήματα για την λειτουργία τους. Στις επιχειρήσεις αυτές, ανήκουν για παράδειγμα εταιρείες που χρησιμοποιούν φορτηγά, τρακτέρ και λεωφορεία καθώς επίσης και τα δημαρχία της πόλεως, τα οποία θα προσπαθήσουμε να τα προσελκύσουμε παραχωρώντας ειδικές τιμές.

## 2.6 Προώθηση

Η προώθηση αποτελείται από τις επικοινωνίες του μάρκετινγκ οι οποίες πληροφορούν τους πελάτες για το προϊόν ή την υπηρεσία μιας επιχείρησης και τους πείθουν να το χρησιμοποιήσουν.

Ειδικά για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, η επικοινωνία συμβάλλει στην τοποθέτηση των προϊόντων τους στην αγορά συγκριτικά με τα ανταγωνιστικά προϊόντα, αλλά επηρεάζει ακόμα και αυτή την ίδια την ποιότητα που οι πελάτες αντιλαμβάνονται, καθώς οι υποσχέσεις που η επιχείρηση δίνει μέσα από την επικοινωνιακή της προσπάθεια αποτελούν για τους πελάτες σημεία αναφοράς έναντι των οποίων αξιολογούν τελικά την εμπειρία που αποκόμισαν από την υπηρεσία που τους πρόσφερε η επιχείρηση. (Γούναρης Σ, 2003:288)

Τα βασικά επικοινωνιακά εργαλεία που έχει στη διάθεση της η επιχείρηση είναι η διαφήμιση, οι ενέργειες προώθησης των πωλήσεων, συμπεριλαμβανομένου και του άμεσου μάρκετινγκ, η δημοσιότητα και οι δημόσιες σχέσεις και η προσωπική πώληση των πωλητών της.

Η επικοινωνία της επιχείρησης μας μέσω της διαφήμισης στην τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδα δεν είναι στα πρωταρχικά μας σχέδια γιατί αν και είναι αποδοτικά μέσα διαφήμισης, εντούτοις είναι πολύ δαπανηρά και η επιχείρηση μας στον παρόν στάδιο δεν προτίθεται να προβεί σε τέτοιες ενέργειες με τόσο μεγάλο κόστος. Προτιμούμε αντί αυτού, να επενδύσουμε τα χρήματα για την εκπαίδευση του προσωπικού μας και στην λειτουργία της επιχείρησης μας.

Ο τρόπος που θα επιλέξουμε να διαφημίζουμε την επιχείρησή μας είναι μέσω έντυπων φυλλαδίων τα οποία θα τοποθετούνται στα οχήματα που θα βρίσκονται σταθμευμένα σε διάφορους πολυσύχναστους χώρους στάθμευσης της πόλεως μας. Η διανομή θα επαναλαμβάνεται ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Στα έντυπα αυτά θα αναγράφονται οι υπηρεσίες που προσφέρουμε, το ποσοστό της έκπτωσης που θα παίρνουν οι πελάτες μας με την πρώτη επίσκεψή τους στο συνεργείο μας, φωτογραφίες από το χώρο του συνεργείου, η διεύθυνσή μας, καθώς επίσης και απόψεις υφιστάμενων πελατών μας. Με αυτό τον τρόπο θα αναδείξουμε και την εικόνα που έχει η εταιρεία που όπως αναδείχτηκε μέσα από την έρευνά μας είναι πολύ σημαντική για την προσέλκυση νέων πελατών.

Επίσης ένας άλλος τρόπος, με τον οποίο μπορούμε να διαφημίσουμε την επιχείρησή μας είναι η φήμη που μπορούν να μας προσφέρουν άλλοι επαγγελματίες που ασχολούνται με οχήματα. Ένας μηχανικός αυτοκινήτων ή ένα πλυντήριο αυτοκινήτων θα προτείνει την εταιρεία μας στους πελάτες του και θα τους πληροφορεί για τις υπηρεσίες που προσφέρουμε καθώς και για την έκπτωση που θα αποκομίσουν με την πρώτη τους επίσκεψη στην παροχή των υπηρεσιών μας. Αυτή η συνεργασία μας με τις άλλες επιχειρήσεις θα στηριχτεί στο σεβασμό, και στις φιλικές μας σχέσεις αφού και εμείς θα ενημερώνουμε αντίστοιχα δικούς μας πελάτες για αυτές τις επιχειρήσεις. Με αυτό τον τρόπο θα προσελκύσουμε πιο εύκολα νέους πελάτες, γιατί θα παροτρύνονται να μας επισκεφτούν, από άτομα που ήδη εμπιστεύονται, πράγμα πολύ σημαντικό στην προσέλκυση νέων πελατών.

Τέλος ένας άλλος τρόπος επικοινωνίας με τους πελάτες μας είναι να δημιουργήσουμε μια σελίδα στο facebook, που θεωρείται το πιο ισχυρότερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Στη σελίδα αυτή θα διαφημίζουμε την επιχείρησή μας. Θα βάλουμε φωτογραφίες του συνεργείου μας, απόψεις διαφόρων πελατών μας για την επιχείρησή μας, τις υπηρεσίες που προσφέρει και την έκπτωση που παραχωρούμε στην παροχή των υπηρεσιών μας στην πρώτη επίσκεψη. Η διαφήμιση στο facebook έχει τη δυνατότητα να γίνει αντιληπτή από πολλούς χρήστες, που ίσως ένα ποσοστό από αυτούς, να προσελκύσουμε στην εταιρεία μας.

Στόχος της προώθησης της εταιρείας μας είναι να προβάσουμε την εικόνα και την φήμη της επιχείρησής μας, την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουμε, τον επαγγελματισμό που διακατέχει το προσωπικό μας, να προσελκύσουμε νέους πελάτες ούτως ώστε να μας γνωρίσουν και στο τέλος να τους κατατάξουμε στο πελατολόγιό μας.

## 2.7 Τιμολόγηση

Η πολιτική τιμολόγησης αποτελεί την πλέον ευαίσθητη στρατηγική μάρκετινγκ, και αυτό για δυο βασικούς λόγους. Καταρχάς οι αποφάσεις σχετικά με την τιμή του προϊόντος έχουν τον αμεσότερο αντίκτυπο στις πωλήσεις και τα κέρδη της επιχείρησης. Οποιαδήποτε μεταβολή της τιμής θα επηρεάσει την επόμενη στιγμή τον όγκο πωλήσεων αλλά και το περιθώριο κέρδους. Επίσης, η τιμή είναι το στοιχείο του μείγματος μάρκετινγκ που μπορεί να αλλάξει ευκολότερα και γρηγορότερα από οποιοδήποτε άλλο. (Δημητριάδη Σ, Τζωρτζάκη Μ. Αλεξία, 2010:233)

### **Παράγοντες που επηρεάζουν την στρατηγική τιμολόγησης της εταιρείας μας:**

- Ο ανταγωνισμός

Ο ανταγωνισμός αποτελεί το κυριότερο εξωτερικό παράγοντα που λαμβάνεται υπόψη κατά τον καθορισμό της τιμής.

- Οι προμηθευτές

Οι προμηθευτές επηρεάζουν έμμεσα την τιμολογιακή στρατηγική. Μια αύξηση της τιμής της πρώτης ύλης που προμηθεύεται η επιχείρηση θα προκαλέσει αύξηση του κόστους της το οποίο πολύ πιθανόν θα αναγκαστεί να το μεταφέρει στην τιμή του δικού της προϊόντος και αντίστροφα. Γι αυτό το λόγο θα πρέπει να γίνονται ειδικές

συμφωνίες, ή μακροχρόνιες και στενές συνεργασίες με τους προμηθευτές ή συνεργασία με χαμηλού κόστους προμηθευτή οι οποίες μπορεί να αποτελέσουν πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

- Οι καταναλωτές

Ο τρόπος με τον οποίο οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται και αντιδρούν στην τιμή αποτελεί αναμφίβολα σημαντικό γνώμονα στις τιμολογιακές αποφάσεις. Στη συμπεριφορά των αγοραστών περιλαμβάνονται κυρίως η εικόνα που έχουν οι αγοραστές για το προϊόν, η ποσότητα προϊόντος που αγοράζουν, η συχνότητα αγοράς και η ελαστικότητα ζήτησης σε σχέση με την τιμή.

Κάθε επιχείρηση, πριν καθορίσει την τιμή, θα πρέπει να γνωρίζει την εικόνα που έχουν οι καταναλωτές για το προϊόν γενικά και για τη μάρκα ειδικά. Δηλαδή θα πρέπει να γνωρίζει, αν η αγορά στόχος είναι ευαίσθητη προς την τιμή ή όχι. Αν τελικά βρει ότι είναι ευαίσθητοι οι καταναλωτές, τότε έχει δύο επιλογές, να μπει σε ένα ανταγωνισμό τιμών με όλα τα πιθανά δυσάρεστα αποτελέσματα ή να διαφοροποιήσει το προϊόν της έτσι ώστε, η νέα του τοποθέτηση να απευθύνεται σε αγορά στόχο με καταναλωτές όχι ευαίσθητους ως προς την τιμή. (Μαλιάρης Γ. Πέτρος, 2001:664)

Η ποσότητα προϊόντος που αγοράζουν οι πελάτες επηρεάζει το κόστος βιομηχανοποίησης και το κόστος των λειτουργιών μάρκετινγκ. Όσο η ποσότητα μεγαλώνει τόσο μικραίνει το κόστος. Η συχνότητα αγοράς ενός προϊόντος επηρεάζει το κόστος. Για προϊόντα υψηλής ταχύτητας κυκλοφορίας είναι αρκετό ένα σχετικά χαμηλό μικτό περιθώριο κέρδους, άρα μια σχετικά χαμηλή τιμή. Αντίθετα στα προϊόντα χαμηλής ταχύτητας απαιτούν υψηλά περιθώρια, άρα τιμές. Και στις δυο περιπτώσεις καθορίζονται με γνώμονα την κάλυψη των εξόδων και την πραγματοποίηση κέρδους. (Μαλιάρης Γ. Πέτρος, 2001:665)

Η ελαστικότητα της ζήτησης σε σχέση με τη τιμή εκφράζεται ως ο λόγος της ποσοστιαίας αλλαγής στην ποσότητα ως προς την αντίστοιχη ποσοστιαία αλλαγή

στην τιμή. Όταν η μείωση της τιμής κατά ένα ποσοστό έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της ζητούμενης ποσότητας σε μεγαλύτερο ποσοστό, δηλαδή όταν η ελαστικότητα της μονάδας είναι μεγαλύτερη της τιμής, τότε λέμε ότι η ζήτηση είναι ελαστική. Όταν η μείωση της τιμής κατά ένα ποσοστό προκαλεί μικρότερη ποσοστιαία αύξηση της πωλούμενης ποσότητας, η ελαστικότητα είναι μικρότερη της μονάδας και η ζήτηση ονομάζεται ανελαστική. (Δημητριάδη Σ, Τζωρτζάκη Μ. Αλεξία, 2010:237)

### Εσωτερικοί παράγοντες

- Το γενικότερο περιβάλλον

Στην κατηγορία αυτή θα συμπεριλάβουμε ειδικότερα το οικονομικό και θεσμικό περιβάλλον. Η γενικότερη κατάσταση της οικονομίας μιας χώρας επηρεάζει το διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών, τη διαθεσιμότητα και προσβασιμότητα των καταναλωτικών δανείων, τη γενικότερη ψυχολογία της κατανάλωσης. Σε όλους τους κλάδους του εμπορίου παρατηρήθηκαν προσφορές εκπτώσεις και προσπάθειες μείωσης των τιμών με στόχο την τόνωση της ζήτησης. Το θεσμικό και νομοθετικό περιβάλλον θέτει πολλές περιπτώσεις σε συγκεκριμένο και περιοριστικό πλαίσιο στον καθορισμό των τιμών. Μια αύξηση του συντελεστή ΦΠΑ σε μια κατηγορία προϊόντων ή και των έμμεσων φόρων (κατάλογοι τιμών φαρμάκων, βιβλία, πλαφόν σε πετρέλαιο θέρμανσης.) Επίσης υπάρχει ένας μακρύς κατάλογος διατάξεων που οφείλει να λάβει υπόψη της η επιχείρηση στις τιμολογιακές αποφάσεις. (Δημητριάδη Σ, Τζωρτζάκη Μ. Αλεξία, 2010:239)

Λαμβάνοντας υπόψη τους παράγοντες αυτούς που επηρεάζουν την τιμή, η μέθοδος που θα χρησιμοποιήσουμε στη τιμολόγηση των υπηρεσιών μας, θα είναι βασισμένες στον ανταγωνισμό. Λαμβάνοντας υπόψη την τιμή των προϊόντων που χρειάζονται για την επιδιόρθωση των οχημάτων, την οποία μας παραχωρούν οι προμηθευτές, θα εξετάσουμε τις τιμές των άλλων ανταγωνιστικών προϊόντων που προσφέρουν άλλες επιχειρήσεις.

Οι τιμές μας θα είναι λογικές, χαμηλές στο βαθμό όμως που θα μας επιφέρουν κέρδος στην επιχείρησή μας. Η απόφαση αυτή στηρίζεται και στην έρευνα που διεξήγαμε ότι οι πελάτες τέτοιων επιχειρήσεων στηρίζονται στην ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών καθώς και στην εξυπηρέτηση των πελατών και όχι στις χαμηλές τιμές. Τα προϊόντα που θα παρέχουμε θα είναι υψηλής ποιότητας και σε λογικές τιμές.

Επιπλέον η επιχείρησή μας, θα υιοθετήσει σε κάποιες εξαιρετικές περιπτώσεις την πολιτική πίστωσης. Η δυνατότητα αυτή της πληρωμής επί πίστωση θα την έχουν πελάτες που πραγματικά το έχουν ανάγκη και που τα οικονομικά τους τη δεδομένη στιγμή δεν μπορούν να καλύψουν αυτή την έκτακτη ανάγκη επιδιόρθωσης του οχήματός τους. Η επιχείρησή μας επιθυμεί καθαρές πράξεις και άμεσες πληρωμές για να εισπράττει αμέσως και χωρίς καθυστέρηση την αμοιβή για τις υπηρεσίες που πρόσφεραν οι εργαζόμενοι της, αλλά εξαιτίας της οικονομικής κρίσης που διανύουμε, η επιχείρησή μας, σκεπτόμενη ανθρωπιστικά, θα προσφέρει αυτή την βοήθεια στους πελάτες της, πράγμα που θα ωφελήσει τόσο τους πελάτες της αλλά και την ίδια την επιχείρηση στην προσέλκυση καινούργιων πελατών. Η πληρωμή των υπηρεσιών που προσφέρθηκαν θα πραγματοποιείται εντός 10 ημερών.

## **2.8 Τοποθεσία επιχείρησης**

Η επιλογή της τοποθεσίας μιας επιχείρησης, είναι πολύ σημαντική αφού θεωρείται μια από τις αιτίες που μπορεί να ωφελήσει ή να καταστρέψει μια επιχείρηση στην περίπτωση που δεν βολεύει τους πελάτες. Η απόφαση της τοποθεσίας θα πρέπει να ληφθεί την στιγμή που θα ιδρυθεί μια επιχείρηση γιατί είναι πολύ δαπανηρό να αλλάξει κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του.

Οι βασικοί παράγοντες που καθοδηγούν την διαδικασία επιλογής της τοποθεσίας είναι η ευκολία προσέγγισης των πελατών, οι περιβαλλοντικές επιχειρησιακές συνθήκες, η διαθεσιμότητα των πόρων, οι προσωπικές προτιμήσεις, η

διαθεσιμότητα και το κόστος τοποθεσίας. Σε μια συγκεκριμένη περίπτωση ένας παράγοντας μπορεί να έχει μεγαλύτερη σημασία από τους άλλους, αλλά όλοι τους έχουν πάντα κάποια επίδραση στην τελική απόφαση για την τοποθεσία. (longenecker, Moore, Petty,2003:188)

Στην περίπτωση της εταιρείας μας, δεν θα προβούμε σε αλλαγή τοποθεσίας αλλά θα διατηρήσουμε τον χώρο όπου στεγάζεται η επιχείρηση μας. Ο λόγος που θα το κάνουμε αυτό είναι γιατί η επιχείρηση μας ήδη βρίσκεται σε σημείο το οποίο είναι εύκολα προσβάσιμο από τους πελάτες και έχει μεγάλο εσωτερικό χώρο στάθμευσης. Επίσης ένας άλλος λόγος που θα παραμένουμε στο χώρο είναι ότι δεν θέλουμε να επενδύσουμε άλλα χρήματα σε ένα καινούριο χώρο για να στεγάσουμε την επιχείρηση μας. Είναι πολύ δαπανηρό και δεν υπάρχει λόγος να προβούμε σε αυτό το ρίσκο από τη στιγμή που είμαστε ευχαριστημένοι με τον ήδη υπάρχον. Η μόνη επένδυση που θα κάνουμε όσον αφορά το χώρο της επιχείρησης μας, είναι να ενοικιάσουμε το οικόπεδο δίπλα από το συνεργείο μας. Το οικόπεδο αυτό θα το χρησιμοποιήσουμε ως χώρο στάθμευσης αυτών ώστε οι πελάτες μας να σταθμεύουν με ασφάλεια τα οχήματά τους.

Η θέση του συνεργείου μας, θεωρούμε ότι είναι πολύ σημαντική για την ενίσχυση του πελατολογίου μας. Η επιχείρηση μας θα πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμη και όχι μακριά από την πόλη. Το συνεργείο μας δεν βρίσκεται στο κέντρο της πόλης Λεμεσού και αυτό θεωρούμε ότι είναι σημαντικό γιατί ο πελάτης δεν χρειάζεται να υποστεί την κίνηση στους δρόμους για να μας επισκεφθεί. Το συνεργείο μας είναι σε περιοχή κοντά στον αυτοκινητόδρομο χωρίς πολύ κυκλοφοριακό αλλά δέκα λεπτά από το κέντρο τα πόλης.

Στην ίδια περιοχή βρίσκονται και άλλα συνεργεία μηχανικών και ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων. Αυτό όμως, σύμφωνα με την έρευνα που διεξήγαμε, δεν θεωρούμε ότι θα έχει αντίκτυπο στην πελατεία μας αλλά σαν επιχείρηση θα το δούμε σαν πρόκληση για να τους ανταγωνιστούμε.



# Κεφάλαιο 3

## Σχέδιο Λειτουργίας

Για τη σωστή λειτουργία της επιχείρησής μας, πολύ σημαντικό ρόλο έχει η διαμόρφωση του χώρου του συνεργείου μας και τα διάφορα μηχανήματα που υπάρχουν σε αυτό. Η συνεργασία με τους προμηθευτές μας, και το έμπειρο αλλά και καταρτισμένο προσωπικό που θα εργάζεται στην εταιρεία μας θα οδηγήσουν στην επίτευξη του στόχου μας.

### 3.1. Επαγγελματικός χώρος

Για την εκτέλεση των καθηκόντων τους και το σωστό επαγγελματισμό, η επιχείρησή μας θα πρέπει να στεγάζεται σε ένα άνετο αλλά και σωστά σχεδιασμένο χώρο με τις κατάλληλες προδιαγραφές. Ο τύπος του κτηρίου, τα μηχανήματα που θα το εξοπλίζουν, τα εργαλεία, η θέση του κτιρίου και γενικά η διαμόρφωση του χώρου του συνεργείου μας θα συμβάλουν στην επίτευξη του στόχου μας.

Η επιχείρηση Ηλεκτρολόγων Αυτοκινήτων Ανδρέας Σάββα θα στεγάζεται σε ένα κτήριο των 150 m<sup>2</sup>. Το μπροστινό μέρος του κτηρίου, θα είναι ο χώρος όπου θα εισέρχονται τα οχήματα για επιδιόρθωση. Ο χώρος αυτός θα είναι αρκετά μεγάλος και μπορούν να σταθμεύσουν σε αυτό για επιδιόρθωση άνετα 3 αυτοκίνητα. Στην

αίθουσα αυτή, θα υπάρχουν κάποια μηχανήματα όπως είναι ο μετρητής φωτεινών σηματοδοτών, σωλήνες αερίου, διαγνωστικό μηχάνημα καθώς και διάφορα σταντ και βιτρίνες με μπαταρίες, ραδιόφωνα, μεγάφωνα, φωτεινούς σηματοδότες και διάφορα άλλα εξαρτήματα και αξεσουάρ αυτοκινήτου.

Στο βάθος της αίθουσας αυτής θα υπάρχει μια κυκλική σιδερένια σκάλα όπου θα οδηγεί στο πατάρι του συνεργείου. Το πατάρι αυτό θα το χρησιμοποιούμε ως αποθήκη όπου θα αποθηκεύουμε τα διάφορα μεταχειρισμένα εξαρτήματα τα οποία μπορούν να ξαναχρησιμοποιηθούν σε περίπτωση που το επιθυμεί κάποιος πελάτης. Στο πίσω μέρος του κτιρίου υπάρχει μια αίθουσα η οποία ενώνεται με μια πόρτα με την μπροστινή αίθουσα. Η πίσω αυτή αίθουσα, θα είναι ο χώρος του γραφείου μας όπου θα βρίσκεται η γραμματέας της επιχείρησής μας, τουαλέτα καθώς και ο χώρος αναμονής όπου οι πελάτες μας θα μπορούν να καθίσουν και να κεραστούν, αν επιθυμούν κάποιο ρόφημα. Ο χώρος αυτός πρόκειται να διαχωριστεί στη μέση με γυψοσανίδες, ούτως ώστε να δημιουργήσουμε ακόμα μια μικρή αίθουσα, όπου θα βρίσκονται οι πάγκοι εργασίας με τα διάφορα εργαλεία χειρός ή φορητά εργαλεία ισχύος. Τα εργαλεία αυτά, τα οποία μεταξύ άλλων είναι τα κατσαβίδια, τα διάφορα κλειδιά, μαχαίρια, ψαλίδια, σφυριά, ηλεκτρικός λειαντικός τροχός και σύρματα, θα τακτοποιούνται σε κινητές ή σταθερές εργαλειοθήκες ανάλογα με το είδος και τη φύση της εργασίας που εξυπηρετούν. Ο χώρος αυτός, θα ενώνεται εσωτερικά με την μπροστινή αίθουσα και εξωτερικά με το χώρο που οδηγεί στον εξωτερικό χώρο στάθμευσης αλλά και στην αίθουσα όπου θα υπάρχει η ράμπα ανύψωσης των αυτοκινήτων. Η άμεση πρόσβαση που θα έχουν οι ηλεκτρολόγοι από την αίθουσα όπου θα είναι το εργαστήρι τους, στους άλλους χώρους όπου περιμένουν τα οχήματα για επιδιόρθωση θα τους διευκολύνει στην γρήγορη εκτέλεση των καθηκόντων τους.

Εκτός από τους εσωτερικούς χώρους του συνεργείου, θα υπάρχει και ένας μεγάλος εξωτερικός χώρος, τον οποίο και θα ενοικιάσουμε. Στο χώρο αυτό θα μπορούν να σταθμεύουν για επιδιόρθωση εκτός από τα συνηθισμένα οχήματα, μεγάλα φορτηγά, τρακτέρ και ρυμουλκά.

Τα μηχανήματα και τα εργαλεία με τα οποία θα είναι εξοπλισμένο το συνεργείο μας, και τα οποία έχουν ήδη αναφερθεί πιο πάνω, θα είναι σύγχρονα και θα φέρουν την υποχρεωτική σήμανση CE. Θα βρίσκονται σε σημεία που διευκολύνουν την εργασία του ηλεκτρολόγου και οι χρήστες αυτών θα είναι άρτια εκπαιδευμένοι στη σωστή χρησιμοποίηση τους τόσο για την ασφάλεια τους, όσο και για την βοήθεια που προσφέρουν στην επιδιόρθωση των οχημάτων .

Παράλληλα με τις κτιριακές εγκαταστάσεις και τα μηχανήματα, πολύ σημαντική είναι και η τοποθεσία στην οποία θα βρίσκεται το συνεργείο μας. Το συνεργείο μας θα βρίσκεται σε μια περιοχή δυτικά της Λεμεσού κοντά στο λιμάνι, μακριά από το κέντρο της πόλης με απόσταση δέκα λεπτών από αυτό. Η πρόσβαση στο συνεργείο μας θα γίνεται είτε από τις κεντρικές λεωφόρους της πόλης είτε μέσω του αυτοκινητοδρόμου. Στην περιοχή αυτή υπάρχουν και άλλα συνεργεία μηχανικών και ηλεκτρολόγων καθώς επίσης και διάφοροι προμηθευτές εξαρτημάτων.

Οι χώροι του συνεργείου μας θα είναι λειτουργικοί και με τέτοιο τρόπο σχεδιασμένοι, ούτως ώστε τα οχήματα να μπορούν να σταθμεύουν με ασφάλεια μέχρι να επιδιορθωθούν. Τα μηχανήματα που θα έχουμε στο χώρο θα είναι όλα σύγχρονα, πιστοποιημένα και ασφαλείς για το προσωπικό μας ενώ παράλληλα η τοποθεσία δίνει το πλεονέκτημα της εύκολης πρόσβασης των πελατών μας σε αυτό και της γρήγορης εξυπηρέτησης από τους προμηθευτές μας.

## **3.2 Προσωπικό**

Οι υπάλληλοι μιας εταιρείας αποτελούν ένα πολύ σημαντικό κεφάλαιο για τη λειτουργία μιας επιχείρησης, αφού έχουν τη δύναμη να οδηγήσουν μια επιχείρηση στην ανάπτυξη και στην κερδοφορία αλλά επίσης και στην πτώχευση και στο κλείσιμο της επιχείρησης. Η θέση την οποία μπορεί να κατέχει ο κάθε υπάλληλος είναι υπεύθυνος και έχει πάντα σημαντικό ρόλο σε κάθε εταιρεία.

Η επιχείρηση Ηλεκτρολόγοι Αυτοκινήτων Ανδρέας Σάββα, στοχεύει να απασχολεί τέσσερις εργαζόμενους. Ένα διευθυντή, 2 υπαλλήλους που θα ασκούν καθήκοντα ηλεκτρολόγου και ένα γραφειακό προσωπικό.

Συγκεκριμένα, τη θέση του πρώτου ηλεκτρολόγου θα κατέχει ο δημιουργός της επιχείρησης Ανδρέας Σάββα ο οποίος θα είναι και ο διευθυντής της επιχείρησης μας. Ο Ανδρέας Σάββα ξεκίνησε να εργάζεται ως ηλεκτρολόγος αυτοκινήτων από το 1981 και από τότε μέχρι σήμερα κατάφερε να δημιουργήσει μια όμορφη επιχείρηση με όλες τις απαραίτητες κτηριακές εγκαταστάσεις και ένα μεγάλο και σταθερό πελατολόγιο. Είναι εργατικός, πολύ καλός τεχνίτης, ευγενικός, έντιμος και ενεργεί πάντα με σεβασμό προς τους πελάτες του. Αν και δεν έχει κάποιο πανεπιστημιακό δίπλωμα, εντούτοις έχει παρακολουθήσει πάρα πολλά σεμινάρια και εκπαιδευτικά προγράμματα που αφορούν επιδιορθώσεις όλων των ειδών αυτοκινήτων και έχει εμπλουτίσει τις γνώσεις του.

Τη θέση του δεύτερου ηλεκτρολόγου, θα κατέχει ο ήδη υφιστάμενος υπάλληλος ο οποίος είναι και ο υιός του Ανδρέα Σάββα. Ο ηλεκτρολόγος αυτός, εργάζεται σε αυτή τη θέση εδώ και 14 χρόνια. Εκτός από την πείρα που κατέχει, είναι απόφοιτος τεχνικής σχολής και έχει επίσης παρακολουθήσει διάφορα εκπαιδευτικά προγράμματα που αφορούν τις εξελίξεις στα σύγχρονα αυτοκίνητα. Είναι εργατικός, φιλότιμος, ευγενικός με τους πελάτες και πρόθυμος να τους εξυπηρετήσει και να τους δώσει τις απαραίτητες πληροφορίες για την βλάβη και την επιδιόρθωση του οχήματος τους.

Τη θέση του τρίτου ηλεκτρολόγου πρόκειται να την κατέχει ένα καινούργιο πρόσωπο το οποίο θα προσληφθεί. Η θέση αυτή που δημιουργήσαμε στην επιχείρηση μας, έχει σκοπό να προσελκύσει καινούριους πελάτες, οι οποίοι κατέχουν σύγχρονα και τελευταίας τεχνολογίας οχήματα και που η επιδιόρθωση τους ακολουθεί μια διαφορετική διαδικασία από αυτή που ίσχυε για τα παλιά τύπου οχήματα.

Τα προσόντα που επιθυμούμε να κατέχει είναι τα εξής:

- Να είναι κάτοχος διπλώματος μηχανολόγου μηχανικού οχημάτων και ηλεκτρολόγου μηχανικού.
- Να έχει ήδη εξασφαλίσει την άδεια τεχνίτη οχημάτων από το τμήμα ηλεκτρολογικών υπηρεσιών του Υπουργείου Μεταφορών.
- Να διαθέτει επίσης επιδεξιότητα, επινοητικότητα, υπομονή, επιμονή, ευκινησία, σωματική αντοχή παρατηρητικότητα, μεθοδικότητα, συνέχεια και επαγγελματική ευσυνειδησία.
- Να εργάζεται πάντα με γνώμονα τον σεβασμό προς τον πελάτη και την περιουσία του.
- Να είναι ευγενικός με τους υπαλλήλους και τους συναδέλφους του
- Να είναι συνεργάσιμος και να μπορεί να λειτουργεί ομαδικά.

Τα καθήκοντα αυτά της θέσης είναι:

- Να επιδιορθώνει τα οχήματα που έρχονται στο συνεργείο
- Να προσφέρει βοήθεια και να δουλεύει ομαδικά με τους άλλους ηλεκτρολόγους.
- Θα εργάζεται εντός του συνεργείου εκτός αν χρειάζεται να μετακινηθεί από αυτό προκειμένου να παραλάβει ή να επιδιορθώσει κάποιο όχημα που λόγω της βλάβης του δεν μπορεί να εισέλθει στο συνεργείο.

Εκτός από τους ηλεκτρολόγους, η επιχείρησή μας θα εργοδοτεί και ένα πρόσωπο που θα κατέχει τη θέση του γραφειακού προσωπικού.

Τα προσόντα που πρέπει να κατέχει το άτομο αυτό είναι:

- Να είναι κάτοχος απολυτηρίου Μέσης Εκπαίδευσης ή Διπλώματος
- Γραμματειακών Σπουδών.
- Να γνωρίζει αγγλικά και ηλεκτρονικούς υπολογιστές.
- Η πείρα δεν αποτελεί απαραίτητο προσόν.
- Να είναι ευγενική και πρόθυμη να εξυπηρετήσει τους πελάτες.

Τα καθήκοντα της θέσης του γραμματέα είναι:

- Να εκτελεί γραφειακά καθήκοντα.
- Να εκτελεί πληρωμές και εισπράξεις.
- Να προσφέρει καφέ/χυμό στους πελάτες που περιμένουν να επιδιορθωθούν τα οχήματά τους.
- Να ειδοποιεί τους πελάτες μας για την επιδιόρθωση του οχήματός τους.
- Να προβαίνει σε παραγγελίες και παραλαβή εξαρτημάτων από τους προμηθευτές τους.

Επίσης να σημειώσουμε ότι η καθαριότητα του χώρου του συνεργείου θα εμπίπτει στα καθήκοντα όλων των υπαλλήλων της επιχείρησης και θα είναι υπεύθυνοι για την τακτοποίηση των εργαλείων και γενικά του χώρου της επιχείρησης. Παράλληλα μια φορά την εβδομάδα η εταιρεία μας θα πληρώνει καθαρίστρια για γενικό καθαρισμό του χώρου του συνεργείου.

Η επιχείρηση μας, εκτός από τους υπαλλήλους που θα εργάζονται στην εταιρεία και θα έρχονται σε επαφή με τους πελάτες, θα συνεργαστεί με πτυχιούχο λογιστή ο οποίος θα διαχειρίζεται τα οικονομικά της επιχείρησης. Τα καθήκοντα αυτού θα είναι ο έλεγχος των εσόδων και των εξόδων, οι πληρωμές των προμηθευτών και των υπαλλήλων, η ετοιμασία ισολογισμού της εταιρείας μας και γενικά ότι αφορά τα οικονομικά της εταιρείας μας.

Η εταιρεία μας, με το προσωπικό που ήδη έχει και με αυτό που προτίθεται να προσλάβει, θα εργάζεται με σοβαρότητα και αξιοπιστία. Η πείρα του προσωπικού μας σε συνδυασμό με την εξειδικευμένη γνώση και τον επαγγελματισμό, την αγάπη για την εργασία και το σεβασμό προς τους πελάτες μας, θα οδηγήσουν την επιχείρηση μας στην ανάπτυξη και στην προσέλκυση νέων πελατών.

### 3.3 Ασφαλιστική κάλυψη

Το επάγγελμα του ηλεκτρολόγου αυτοκινήτων, είναι ένα δύσκολο επάγγελμα με πολλούς κινδύνους. Καθημερινά, ο ηλεκτρολόγος έρχεται σε επαφή με εύφλεκτα υλικά, καμένα λάδια και καυσαέρια, αναθυμιάσεις, με θερμές εργασίες, ηλεκτρισμό και αιχμηρά αντικείμενα. Ο λάθος χειρισμός αυτών και η απροσεξία μπορεί να οδηγήσει σε πυρκαγιά, ατυχήματα, τραυματισμούς ή ακόμη και θάνατο. Η προσοχή όμως του ηλεκτρολόγου κατά τον χειρισμό αυτών των μηχανημάτων δεν είναι αρκετή. Η ίδια η επιχείρηση οφείλει να παρέχει ένα ασφαλή χώρο εργασίας και να ασφαλίζει τους εργαζομένους της.

Η επιχείρηση μας, εκτός από τον ασφαλή χώρο που προτίθεται να προσφέρει στους εργαζόμενους της, θα συνάψει συμφωνία μαζί με Ιδιωτική Ασφαλιστική Εταιρεία και συγκεκριμένα την Prime Insurance, με την οποία θα ασφαλίζει κάθε εργοδοτούμενο στην επιχείρηση μας σε περίπτωση ατυχήματος ή επαγγελματικής ασθένειας.

Σύμφωνα με τον περί Υποχρεωτικής Ασφάλισης της Ευθύνης των Εργοδοτών Νόμο 174 του 1989, κάθε εργοδότης υποχρεούται να είναι ασφαλισμένος με οποιονδήποτε ασφαλιστή έναντι της ευθύνης του για ατύχημα ή επαγγελματική ασθένεια σε κάθε εργοδοτούμενο του.

Η κάλυψη που απαιτείται να παρέχεται από το ασφαλιστήριο περιλαμβάνει την κάλυψη για σωματική βλάβη ή θάνατο. Τα ελάχιστα ποσά ευθύνης του εργοδότη για κάλυψη είναι τα εξής:

Για κάθε ατύχημα ή επαγγελματική ασθένεια σε σχέση με κάθε εργοδοτούμενο το ελάχιστο όριο κάλυψης, ανέρχεται στις εκατό εξήντα χιλιάδες ευρώ (160000), περιλαμβανομένων εξόδων και τόκων.

Για κάθε περιστατικό ή σειρά περιστατικών που προέρχονται από την ίδια γενεσιουργό αιτία, το ελάχιστο όριο κάλυψης ανέρχεται στα τρία εκατομμύρια τετρακόσιες δεκαπέντε χιλιάδες ευρώ(3415000)περιλαμβανομένων εξόδων και τόκων.

Για κάθε περίοδο ασφάλισης το ελάχιστο όριο κάλυψης ανέρχεται στα πέντε εκατομμύρια εκατόν είκοσι πέντε χιλιάδες ευρώ (5125000) περιλαμβανομένων εξόδων και τόκων.

### **3.4 Προμηθευτές**

Η επιχείρηση μας, αφού μελέτησε τις διάφορες εταιρείες που προμηθεύουν συνεργεία ηλεκτρολόγων αυτοκινήτων, επέλεξε για προμηθευτές της τις πιο κάτω τρεις εταιρείες. Οι λόγοι που οδήγησαν στην επιλογή αυτή των εταιρειών ήταν η αξιοπιστία τους, η ποιότητα των προϊόντων τους και η άμεση εξυπηρέτηση των πελατών τους.

- **Panos Englezos LTD**

Η εταιρεία αυτή βρίσκεται στην οδό Σωράνου 11<sup>A</sup> στον Άγιο Ιωάννη και ασχολείται με την πώληση ανταλλακτικών και μπαταριών των αυτοκινήτων. Η εταιρεία Panos Englezos LTD ιδρύθηκε το 1960 και θεωρείται ένας από τους μεγαλύτερους εισαγωγείς και διανομείς μπαταριών και ανταλλακτικών αυτοκινήτων στην τοπική αγορά ενώ για 35 χρόνια κατασκεύαζε μπαταρίες και κέρδισε αρκετές φορές πρώτα βραβεία καλύτερης εξαγωγικής κυπριακής εταιρείας. Είναι μια αξιόπιστη εταιρεία και τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παρέχει στους εμπλεκόμενους με την επισκευή και επιδιόρθωση μηχανοκίνητων οχημάτων είναι ποιοτικά ανώτερα.

- **Andreas I. Kannas & Sons Ltd**

Η εταιρεία αυτή βρίσκεται στην οδό Μισιαούλη και Καβάζογλου, στη Λεμεσό. Ιδρύθηκε το 1957 από τον κύριο Αντρέα Κάννα και διαθέτει όλα τα είδη ηλεκτρικών ανταλλακτικών αυτοκινήτων, μπαταρίες, αξεσουάρ, ρουλεμάν, μέρη aircondition και διάφορα εργαλεία. Είναι ένας από τους μεγαλύτερους διανομείς χονδρικών



εξαρτημάτων αυτοκινήτων στην Κύπρο. Φημίζεται για τα προϊόντα Υψηλής Ποιότητας, τις ανταγωνιστικές τιμές και την άριστη εξυπηρέτηση τους.

- Μιχάλης Σιαλής Ltd

Η εταιρεία Μιχάλης Σιαλής Ltd βρίσκεται στην οδό Ψυχάρη στη Λεμεσό. Ιδρύθηκε το 1985 και είναι ένας από τους μεγαλύτερους Εισαγωγείς και διανομείς των ηλεκτρικών και ανταλλακτικών των αυτοκινήτων στην Κύπρο. Η επιχείρηση αυτή φημίζεται για την ποιότητα του προσωπικού της, την εξυπηρέτηση των πελατών της και τις ανταγωνιστικές τιμές που προσφέρει.

Τα προϊόντα που θα προμηθευόμαστε από τους συγκεκριμένους προμηθευτές θα είναι μεταξύ άλλων μπαταρίες, διάφορα ανταλλακτικά αυτοκινήτων, διάφορα ηλεκτρικά εξαρτήματα αυτοκινήτων, καθρεφτάκια, καθαριστήρες, εξαρτήματα, φανάρια όλων των ειδών, φωτεινή λαμπτήρες και άλλα. Στις συμφωνίες που θα συνάψουμε με αυτούς τους προμηθευτές, θα συμπεριλαμβάνονται εκτός των άλλων, οι όροι της εξυπηρέτησης και της πληρωμής. Συγκεκριμένα η επιχείρηση μας, θα απαιτεί άμεσα την παράδοση των εξαρτημάτων που επείγουν χωρίς καθυστέρηση και η πληρωμή των προμηθευτών θα γίνεται με πίστωση και θα εξοφλούνται στο τέλος κάθε μήνα.

# Κεφάλαιο 4

## Χρηματοοικονομικά Επιχείρησης

Η επιχείρηση μας, με τις μεταρρυθμίσεις τόσο στο προσωπικό αλλά και στα περιουσιακά της στοιχεία, θα πρέπει να μελετήσει τις διάφορες αλλαγές που συνεπάγονται στον οικονομικό τομέα. Στο κεφάλαιο αυτό, θα μελετήσουμε τα οικονομικά της επιχείρησης μας και συγκεκριμένα τους λογαριασμούς προβλεπόμενα κέρδη και ζημιές και το λογαριασμό των προβλεπόμενων ταμειακών ροών ούτως ώστε να πάρουμε τις πληροφορίες που χρειαζόμαστε για την πορεία της επιχείρησης μας.

Οι προβλέψεις των ποσών και των δύο λογαριασμών, στηρίχθηκαν στη μελέτη των λογιστικών βιβλίων των προηγούμενων ετών καθώς επίσης και στις επιθυμητές ρεαλιστικές αλλαγές ή και στις αλλαγές που αναμένουμε ότι θα υπάρξουν σύμφωνα πάντα με τις μεταρρυθμίσεις στην εταιρεία μας και σύμφωνα με την οικονομική κρίση που υπάρχει.

### **4.1 Προβλεπόμενα κέρδη και ζημιές**

Στο λογαριασμό αυτό, θα προσπαθήσουμε να καταγράψουμε τα προβλεπόμενα έσοδα και έξοδα της επιχείρησης μας σε 12μηνη βάση. Θα προβλέψουμε τις πωλήσεις της εταιρείας μας, το κόστος πωληθέντων προϊόντων, τις δαπάνες αλλά

και το κέρδος της επιχείρησης μας. Είναι ένας λογαριασμός ο οποίος θα προβλέψει την πορεία που θα έχει η εταιρεία μας, καθώς επίσης και ποιες αλλαγές επιβάλλεται να κάνουμε για να είναι η επιχείρηση μας επικερδής και επιτυχημένη.

### Λογαριασμός Προβλεπόμενα Κέρδη και Ζημιές

	2017 €
<b>Πωλήσεις</b>	
Πωλήσεις	<u>108.113</u> <b>108.113</b>
<b>Κόστος πωλήσεων</b>	
Αρχικά αποθέματα	3.7805
Αγορές	42.109
Τελικά αποθέματα	<u>(1000)</u>
<b>Μεικτό κέρδος</b>	<u>44.890</u> <b>63.223</b>
<b>Άλλα λειτουργικά έσοδα</b>	
Προμήθειες εισπρακτέες	160
Τόκοι τραπεζών εισπρακτέοι	<u>1.938</u> <u>2.098</u>
	<b>65.321</b>
<b>Έξοδα πωλήσεων</b>	
Περιποίηση πελατών	960
<b>Λειτουργικά και άλλα διοικητικά έξοδα</b>	
Αμοιβή συμβούλου	46.000
Ταχυδρομικά και τηλεφωνικά	146

Ηλεκτρισμός	198
Νερό	142
Γραφική ύλη	100
Έξοδα αυτοκινήτου	310
Ασφάλεια πυρός και κλοπής	429
Δημοτικοί φόροι	80
Επιδιορθώσεις και συντηρήσεις	400
Έξοδα καθαριότητας	100
Λογιστικά δικαιώματα	800
Αμοιβή ελεγκτών	700
Τέλος εφόρου εταιρειών	350
Αποσβέσεις	8459
Έξοδα διαφήμισης	1000
Ενοίκιο οικοπέδου	<u>100</u>
	<u>(60274)</u>
<b>Κέρδος πριν τη φορολογία</b>	<b><u>5047</u></b>

### Σημειώσεις

- Αύξηση πωλήσεων κατά 15%
- Μείωση αποθεμάτων κατά 50%
- Αύξηση αγορών κατά 5%
- Προσδοκούμε τα τελικά αποθέματα μας να μην υπερβαίνει τα 1000 ευρώ.
- Τόκοι τραπεζών.
- Περιποίηση πελατών συμπεριλαμβανομένου καφέ, νερό , χυμό.
- Αμοιβή συμβούλων .
- Μισθοί και άλλα ωφελήματα.
- Ταχυδρομικά και τηλεφωνικά εξοικονόμηση κατά 80%.
- Δεδομένης της αύξησης του προσωπικού αλλά και της προσδοκώμενης αύξησης των πελατών μας, σε συνδυασμό με την εξοικονόμηση στο βαθμό που μπορούν,

το νερό και ο ηλεκτρισμός θα παραμένουν στις ίδιες τιμές με την προηγούμενη χρονιά.

- Εξοικονόμηση γραφικής ύλης κατά 50%.
- Στα έξοδα αυτοκινήτου θα συμπεριλαμβάνονται: άδεια κυκλοφορίας, ασφάλεια αυτοκινήτου, βενζίνη, διάφοροι έλεγχοι συντήρησης και επιδιόρθωσης του οχήματος.
- Στις επιδιορθώσεις και συντηρήσεις του συνεργείου μας θα περιλαμβάνονται και ο διαχωρισμός της μιας αίθουσας με γυψοσανίδα.
- Στα έξοδα διαφήμισης συμπεριλαμβάνονται τα έξοδα εκτύπωσης φυλλαδίων και η διανομή αυτών

Ο λογαριασμός προβλεπόμενα κέρδη και ζημιές δείχνει πως η επιχείρησή μας θα είναι επικερδής κατά 5047 χιλιάδες ευρώ. Το ποσό αυτό ικανοποιεί την εταιρεία μας, αφού θα είναι η πρώτη χρονιά με τις διάφορες αλλαγές που θα κάνουμε τόσο στο προσωπικό αλλά και στις διάφορες λειτουργίες της επιχείρησής μας. Στόχος της εταιρείας μας είναι η σταδιακή αύξηση του κέρδους τις επόμενες χρονιές.

## **4.2 Προβλεπόμενες ταμειακές ροές**

Η κατάσταση των ταμειακών ροών παρέχει πληροφορίες σχετικά με τη ρευστότητα, τη χρηματοοικονομική ευκαμψία, την ποιότητα των κερδών και τη δυνατότητα πρόβλεψης μελλοντικών κερδών και ταμειακών ροών για μια επιχείρηση.

Οι ταμειακές ροές στη διάρκεια της περιόδου που απεικονίζονται στην κατάσταση των ταμειακών ροών, χωρίζονται σε λειτουργικές, επενδυτικές και χρηματοοικονομικές δραστηριότητες. Οι λειτουργικές δραστηριότητες είναι οι βασικές καθημερινές δραστηριότητες που δημιουργούν έσοδα και έξοδα σε μια επιχείρηση. Οι επενδυτικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν αγορές και πωλήσεις

πάγιων, χρεογράφων, συμμετοχών σε άλλες επιχειρήσεις και άλλες στρατηγικές επιλογές, όπως εξαγορές ολόκληρων επιχειρήσεων, οι οποίες αποκαλύπτουν το ρυθμό ανάπτυξης της επιχείρησης (Δημητρίου Χ. Γκίκα, 2002 :135). Τέλος οι χρηματοοικονομικές δραστηριότητες είναι οι δραστηριότητες που προκαλούν μεταβολές στο μέγεθος της σύνθεσης των δανειακών κεφαλαίων όπως οι πληρωμές μερισμάτων και οι τόκοι.

### Προβλεπόμενη Κατάσταση ταμειακών ροών επιχείρησης

	2017
	€
<b>Ταμειακή ροή από λειτουργικές δραστηριότητες</b>	
Καθαρό κέρδος πριν τη φορολογία	5047
Αναπροσαρμογές για:	
Αποσβέσεις	8459
Τραπεζικά έξοδα και τόκοι πληρωτέοι	234
Τόκοι εισπρακτέοι	(1938)
<b>Λειτουργικό κέρδος πριν τη μεταβολή του κεφαλαίου κίνησης</b>	<b>11802</b>
Μείωση στα αποθέματα	745
Αύξηση στους χρεώστες	(2463)
Αύξηση στους πιστωτές	261
<b>Μετρητά από λειτουργικές δραστηριότητες</b>	<b>10345</b>
Φορολογία που πληρώθηκε	(1608)
<b>Καθαρά μετρητά από λειτουργικές δραστηριότητες</b>	<b>8737</b>
<b>Ταμειακή ροή από επενδυτικές δραστηριότητες</b>	
Πληρωμές για αγορά πάγιου ενεργητικού	---
Εισπράξεις από πωλήσεις πάγιου ενεργητικού	---

Τόκοι που επράχθησαν	1938
<b>Καθαρά μετρητά από επενδυτικές δραστηριότητες</b>	<b>1938</b>
<b>Ταμειακή ροή από χρηματοδοτικές δραστηριότητες</b>	
Μερίσματα που πληρώθηκαν	(8338)
Μείωση/(αύξηση) στους λογαριασμούς συμβούλων	3809
Τόκοι που πληρώθηκαν	(234)
<b>Καθαρά μετρητά για χρηματοδοτικές δραστηριότητες</b>	<b>(4763)</b>
<b>Καθαρή αύξηση στα μετρητά και αντίστοιχα μετρητών</b>	<b>5912</b>
<b>Μετρητά και αντίστοιχα μετρητών στην αρχή του έτους</b>	<b><u>109082</u></b>
<b>Μετρητά και αντίστοιχα μετρητών στο τέλος του έτους</b>	<b><u>114994</u></b>

Στη κατάσταση αυτή των ταμειακών ροών της επιχείρησής μας, παρατηρούμε ότι η πηγή μετρητών της επιχείρησής μας θα είναι οι λειτουργικές δραστηριότητες καθώς και οι επενδυτικές δραστηριότητες, χρήματα τα οποία θα χρησιμοποιηθούν για την πληρωμή των μερισμάτων και των τόκων. Η καθαρή αύξηση των μετρητών μας θα ανέρχεται στα 5912 χιλιάδες ευρώ και μαζί με το αρχικό κεφάλαιο, τα μετρητά της επιχείρησής μας στο τέλος τους έτους θα ανέρχονται στις 114994 χιλιάδες ευρώ.

## **Συμπέρασμα**

Σ αυτούς τους δύσκολους καιρούς της οικονομικής κρίσης, και συνάμα της ανάπτυξης της τεχνολογίας με τον εκσυγχρονισμό των αυτοκινήτων, θεωρούμε ότι οι μεταρρυθμίσεις της εταιρείας μας, τόσο στο προσωπικό όσο και γενικά στη λειτουργία της επιχείρησης είναι απαραίτητες.

Μέσα από τη μελέτη των ευρημάτων των προσωπικών συνεντεύξεων, εντοπίστηκαν στοιχεία τα οποία η επιχείρηση θα χρησιμοποιήσει ούτως ώστε να κάνει τις απαραίτητες αλλαγές και να επιτύχει τους σκοπούς της που είναι η αύξηση του πελατολογίου και η μεγιστοποίηση των κερδών.

Εξαιτίας του ποσού του αρχικού κεφαλαίου της επιχείρησης, έχουμε τη δυνατότητα να προβούμε στις απαραίτητες ενέργειες που αφορούν τις προσλήψεις προσωπικού, την προώθηση μάρκετινγκ, την αλλαγή του χώρου εργασίας χωρίς τον οποιονδήποτε δανεισμό από τις τράπεζες. Το κεφάλαιο αυτό είναι αρκετό ούτως ώστε σε περίπτωση που παρουσιαστεί ο οποιοσδήποτε κίνδυνος αποτυχίας ή δεν παρουσιαστούν τα αναμενόμενα αποτελέσματα να μην αποτελέσει πλήρη αποτυχία, πτώχευση και έκθεση της επιχείρησης μας στους δανειστές.



# Παράρτημα Α

## Λογιστικές Καταστάσεις

### Έτους 2016

#### A.1 Αναλυτική Κατάσταση Συνολικών Εισοδημάτων

	2016
	€
<b>Πωλήσεις</b>	94011
	94011
<b>Κόστος πωλήσεων</b>	
Αρχικά αποθέματα	7561
Αγορές	40097
Τελικά αποθέματα	(1958)
	45700
<b>Μικρό κέρδος</b>	<b>48.311</b>
<b>Άλλα λειτουργικά έσοδα</b>	
Προμήθειες εισπρακτέες	---
Εισοδήματα από εργατικά	13.897
Τόκοι τραπεζών εισπρακτέοι	808
Τόκοι εισπρακτέοι από φόρο εισοδήματος	20
	<u>14.725</u>

	<b>63.036</b>
<b>Έξοδα πωλήσεων</b>	
Έξοδα αυτοκινήτων	2239
Διασκέδαση και περιποίηση πελατών	<u>1768</u>
	4007
<b>Λειτουργικά και άλλα διοικητικά έξοδα</b>	
Αμοιβή συμβούλου	27324
Μισθοί και άλλα ωφελήματα	3142
Ταχυδρομικά κα τηλεφωνικά	729
Ηλεκτρισμός	279
Νερό	225
Γραφική ύλη	156
Μεταφορικά	2
Άδειες κυκλοφορίας	111
Ασφάλεια αυτοκινήτων	---
Ασφάλεια πυρός και κλοπής	300
Δημοτικοί φόροι	576
Συνδρομές και δωρεές	80
Επιδιορθώσεις και συντηρήσεις	720
Έξοδα καθαριότητας	12
Πρόβλεψη επισφαλών χρεωστών	390
Διάφορα έξοδα	25
Πρόστιμα	---
Λογιστικά δικαιώματα	800
Αμοιβή ελεγκτών	700
Τέλος εφόρου εταιρειών	350
Αποσβέσεις	3671
Άλλοι τόκοι πληρωτέοι στην κυβέρνηση	307
	<u>(39899)</u>
<b>Κέρδος πριν τη φορολογία</b>	<b>19130</b>

## A.2 Κατάσταση Ταμειακών Ροών

	2016 €
<b>Ταμειακή ροή από λειτουργικές δραστηριότητες</b>	
Καθαρό κέρδος πριν τη φορολογία	18930
Αναπροσαρμογές για:	
Αποσβέσεις	3671
Τραπεζικά έξοδα και τόκοι πληρωτέοι	200
Τόκοι εισπρακτέοι	(828)
<b>Λειτουργικό κέρδος πριν τη μεταβολή του κεφαλαίου κίνησης</b>	<b>21973</b>
Μείωση στα αποθέματα	5603
Αύξηση στους χρεώστες	(749)
Αύξηση στους πιστωτές	748
<b>Μετρητά από λειτουργικές δραστηριότητες</b>	<b>27575</b>
Φορολογία που πληρώθηκε	(4317)
<b>Καθαρά μετρητά από λειτουργικές δραστηριότητες</b>	<b>23258</b>
<b>Ταμειακή ροή από επενδυτικές δραστηριότητες</b>	
Πληρωμές για αγορά πάγιου ενεργητικού	(840)
Εισπράξεις από πωλήσεις πάγιου ενεργητικού	6151
Τόκοι που επράχθησαν	828
<b>Καθαρά μετρητά από επενδυτικές δραστηριότητες</b>	<b>6139</b>
<b>Ταμειακή ροή από χρηματοδοτικές δραστηριότητες</b>	
Μερίσματα που πληρώθηκαν	(11913)
Μείωση/(αύξηση) στους λογαριασμούς συμβούλων	(3996)

Τόκοι που πληρώθηκαν	(200)
<b>Καθαρά μετρητά για χρηματοδοτικές δραστηριότητες</b>	<b>(16109)</b>
<b>Καθαρή αύξηση στα μετρητά και αντίστοιχα μετρητών</b>	<b>13288</b>
<b>Μετρητά και αντίστοιχα μετρητών στην αρχή του έτους</b>	<b>95794</b>
<b>Μετρητά και αντίστοιχα μετρητών στο τέλος του έτους</b>	<b>109082</b>

# Βιβλιογραφία

Τερζίδης Π. Κωνσταντίνος (2004) Μάνατζμεντ Στρατηγική Προσέγγιση. Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική

Μαλλιάρης Γ. Πέτρος (2012) Εισαγωγή Στο Μάρκετινγκ, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης

Δημητριάδης, Σέργιος & Τζωρτζάκη Μ. Αλεξία (2010) Μάρκετινγκ, Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος Rosili

Longenecker, G. Justin, Moore, W. Carlos, Petty, William J (2005) Μάνατζμεντ Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, Αθήνα, Εκδόσεις Έλλην

Σιώμκος, Ι. Γιώργιος & Μαύρος Α. Δημήτρης (2008) Έρευνα Αγοράς, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης

Δημητρίου, Χ. Γκίκα (2002) Η Ανάλυση Και Οι Χρήσεις Των Λογιστικών Καταστάσεων, Αθήνα: Εκδόσεις Γ. ΜΠΕΝΟΥ