

ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ.

ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ Τ.Ε

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

“Μέθοδος αναβάθμισης τεχνικής κατάρτισης σε
τεχνίτες μη εξουσιοδοτημένων συνεργείων”

“Method of upgrading technical training
to craftsmen of unauthorized workshops “

Γεώργιος Στέφης

Κωνσταντίνος Λαγάνης

Επιβλέπων Καθηγητής: Δρ. Νίκας Κωνσταντίνος – Στέφανος, Μασούρας Άγγελος

Αιγάλεω, Ιούλιος 2018

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η ανάλυση νέων μεθόδων τεχνικής κατάρτισης τεχνιτών οι οποίοι εργάζονται σε μη εξουσιοδοτημένα συνεργεία. Η εργασία χωρίζεται σε τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο μέρος της πτυχιακής αναλύονται οι υπάρχουσες μέθοδοι επιμόρφωσης και παρουσιάζεται η ανάγκη για την δημιουργία ενός οργανισμού συγκεκριμένης δια βίου εκπαίδευσης. Στο δεύτερο μέρος γίνεται αναφορά στις στρατηγικές κατά τις οποίες δύναται να λειτουργήσει ο οργανισμός με βιώσιμο τρόπο. Τέλος, γίνεται η ανάλυση της ερευνητικής διαδικασίας που πραγματοποιήθηκε για την σύσταση του οργανισμού. Η εργασία ολοκληρώνεται με τη γραφική απεικόνιση διαγραμμάτων από την έρευνα και την εξαγωγή συμπερασμάτων.

Λέξεις κλειδιά: Τεχνίτης αυτοκινήτου, επιμόρφωση, οργανισμός, marketing, δια βίου μάθηση, εξέλιξη τεχνολογίας, επιχείρηση, ερευνητική διαδικασία, ανάλυση.

ABSTRACT

The aim of this thesis is to analyze new methods of technical training of craftsmen who work in unauthorized garages. The thesis is divided into four chapters. The first part of the dissertation analyzes the existing training methods and presents the need for the creation of a specific lifelong learning organization. The second part refers to the strategies in which the organization can operate in a sustainable manner. Finally, an analysis of the research process carried out for the establishment of the organization is made. The work is completed by plotting graphs from research and conclusions.

Key words: Car engineer, training, organization, marketing, lifelong learning, technology evolution, business, research process, analysis.

Περιεχόμενα

1. ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΣΤΟΥΣ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥΣ/ΤΕΧΝΙΤΕΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ.....	3
1.1. Εισαγωγή.....	3
1.2. Κλασσικές μέθοδοι επιμόρφωσης.....	4
1.3. Αναγκαιότητα για την δημιουργία οργανισμού δια βίου εκπαίδευσης και η σημασία της επιμόρφωσης.....	6
2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ.....	7
2.1. Εισαγωγή.....	7
2.2. Τρόποι προσέλκυσης.....	7
2.2.1. Franchising.....	8
2.2.2. Διαπροσωπικές επαφές.....	8
2.2.3. Marketing και e-Marketing.....	9
2.3. Εκπαιδευτικό πλάνο.....	12
2.4. Άλλες Έρευνες.....	14
2.5. Οικονομική Ανάλυση και στρατηγικές.....	16
3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	19
3.1. Εισαγωγή.....	19
3.2. Διεξαγωγή της Έρευνας.....	19
3.3. Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου.....	22
3.4. Μορφή του Ερωτηματολογίου.....	23
3.5. Προ- έρευνα και επιλογή περιοχών.....	26
3.6. Περάτωση της έρευνας και Χάρτης καταγραφής στοιχείων.....	31
3.7. Μονομεταβλητή Ανάλυση (Univariate Analysis).....	34
4. ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ.....	35
5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	52
5.1. Εισαγωγή.....	52
5.2. Συμπεράσματα της έρευνας.....	52
6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	53
7. ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ.....	53

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΣΤΟΥΣ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥΣ/ΤΕΧΝΙΤΕΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ

1.1. Εισαγωγή

Στην κοινωνία που ζούμε σήμερα, η τεχνολογία επιταχύνει με ραγδαίους ρυθμούς τη παραγωγή νέας γνώσης, συντελείται ραγδαία επιστημονική εξέλιξη με αποτέλεσμα να προκύπτει η αναγκαιότητα μιας διαρκούς πληροφόρησης- ενημέρωσης των τεχνιτών και των μηχανικών αυτοκινήτων και ιδιαίτερα σε αυτούς που ανήκουν σε συνεργεία αυτοκινήτων τα οποία δεν είναι εξουσιοδοτημένα. Σε αντίθεση με άλλα επαγγέλματα ο μηχανικός αυτοκινήτου μιας τέτοιας επιχείρηση αδυνατεί να βρει εύκολα και εύχρηστα μέσα έτσι ώστε να μπορέσει να καλύψει το χάσμα της τεχνογνωσίας που δημιουργείται εξαιτίας της αλματώδους ανάπτυξης που συναντάμε στον τομέα των μηχανοκίνητων οχημάτων. Από αυτή τη δυναμική της ανανέωσης της τεχνογνωσίας προέκυψε η ανάγκη της συνεχούς, δια βίου εκπαίδευσης και μάθησης των τεχνιτών αυτοκινήτων με στόχο: την παροχή υψηλής ποιότητας θεωρητικής και πρακτικής εργασίας, την βελτίωση της ποιότητας και της αποτελεσματικότητας του τεχνίτη στα θέματα αντιμετώπισης νέων προβλημάτων, την ανταπόκρισή τους στις ανάγκες της νέας κίνησης στην αγορά (καινούργια μοντέλα αυτοκινήτων από τις ήδη γνωστές εταιρίες στον χώρο), την ομαλή εξοικείωσή τους σε θέματα τεχνικής κατάρτισης και τεχνογνωσίας στα νέα σύστημα (υβριδικά αυτοκίνητα) καθώς και στα μελλοντικά συστήματα τα οποία θεωρούνται αναγκαία επέκταση προς όφελος της περιβαλλοντικής υγείας του πλανήτη και των καλύτερων οικονομικών δυνατοτήτων (ηλεκτρικά αυτοκίνητα). Επομένως, υπάρχει επιτακτική ανάγκη για την ίδρυση ενός εκπαιδευτικού ιδρύματος παροχής γνώσεων στους μηχανικούς αυτοκινήτων χωρίς ωστόσο να παρατηρείται κινητικότητα στην αντιμετώπιση αυτού προβλήματος που παρουσιάζεται στον συγκεκριμένο επάγγελμα. Από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε αντιληφθήκαμε πόσο σημαντικό είναι για τους τεχνίτες ένας οργανισμός δια βίου εκπαίδευσης καθώς τα ήδη υπάρχοντα μέσα αδυνατούν να καλύψουν τις ανάγκες και οδηγούν σε ημιμάθεια με αποτέλεσμα να μην μπορούν να

ανταποκριθούν πλήρως στην εργασία τους και αναγκάζονται να απορρίψουν πελάτες τους στέλνοντάς τους σε άλλα συνεργεία.

1.2. Κλασικές μέθοδοι επιμόρφωσης

Ο Μηχανικός Αυτοκινήτων ασχολείται με την εξέταση και την επισκευή του κινητήρα του αυτοκινήτου, των φρένων και των άλλων βασικών μηχανικών μερών του αυτοκινήτου. Ασχολείται επίσης με τη ρύθμιση και συντήρηση του μηχανικού εξοπλισμού του αυτοκινήτου. Οι μέθοδοι που του παρέχουν την συγκεκριμένη τεχνογνωσία είναι αρκετοί και διαφέρουν στις μέρες μας, ωστόσο δεν υπάρχει μια σημαντική μέθοδος επιμόρφωσης ή δια βίου εκπαίδευσης. Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε συλλέχθηκαν πληροφορίες σχετικά με την μόρφωση των τεχνιτών και αναλύθηκαν τα μειονεκτήματα και τα πλεονεκτήματα κάθε εκπαιδευτικού φορέα. Η πλειοψηφία των τεχνιτών αυτοκινήτων είναι απόφοιτοι τεχνικών σχολών, ο υπόλοιπος κλάδος απαρτίζεται από διπλωματούχους Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων, ΙΕΚ και δημοσίων σχολών. Το κυριότερο μειονέκτημα των παραπάνω εκπαιδευτικών μέσων είναι πως το πρόγραμμα της μόρφωσης που προσφέρουν απευθύνεται σε νεαρά άτομα που έχουν μόλις ολοκληρώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση και στοχεύουν στην ειδίκευση, συνεπώς μια τέτοια πηγή μόρφωσης δεν είναι το αντικείμενο που ενδιαφέρει τους τεχνίτες καθώς φαντάζει περισσότερο ως μια επιστροφή στα θρανία και όχι σαν σύμμαχος επιμόρφωσης για επερχόμενες τεχνολογικές εξελίξεις στο τομέα του αυτοκινήτου.

Μια άλλη μορφή μετεκπαίδευσης είναι τα σεμινάρια, είναι ο πλέον διαδεδομένος τρόπος επιμόρφωσης καθώς είναι ευέλικτος, ωστόσο παρουσιάζουν συγκεκριμένες δυσκολίες. Μερικά από τα πλεονεκτήματα τους είναι ότι υπάρχει μαζική συνέντευξη των τεχνιτών με δυνατότητα να τους δίνεται η ευκαιρία να ανταλλάσσουν απόψεις και να λύνουν απορίες που έχουν πριν κατά την διάρκεια αλλά και μετά το πέρας του σεμιναρίου. Επιπλέον, ο υπεύθυνος που κάνει την ενημέρωση είναι στην άμεση διάθεσή τους για τυχόν απορίες. Μειονεκτήματα υπάρχουν και σε αυτήν δυστυχώς. Ένα από αυτά είναι ότι πολλές φορές τα σεμινάρια πραγματοποιούνται σε ημερομηνίες και ώρες που αρκετοί τεχνίτες αδυνατούν να παρακολουθήσουν και έτσι χάνουν την ευκαιρία τους για ενημέρωση, ένα άλλο μειονέκτημα είναι ότι τα σεμινάρια στοχεύουν κυρίως στην ειδικευμένη ενημέρωση μιας νέας τεχνολογίας

και όχι στην γενικότερη αντίληψη της. Ένα ακόμα μειονέκτημα είναι ότι πολλά από αυτά κοστίζουν αρκετά παράγοντας ο οποίος είναι αποθαρρυντικός σε μια περίοδο έντονης οικονομικής κρίσης στην οποία βρίσκεται η χώρα μας.

Ακόμα ένας παράγοντας είναι η εκπαίδευση μέσω ίντερνετ. Αυτή η μέθοδος έχει τα πλεονεκτήματα του χρόνου καθώς το ωράριο μπορεί να είναι πιο ευέλικτο, επίσης δίνεται η δυνατότητα να παρέχεται η γνώση από την άνεση του σπιτιού μας. Τα μειονεκτήματα αυτής της μεθόδου και ο λόγος ο οποίος δεν προτιμάτε από τους τεχνίτες επισκευής των αυτοκινήτων είναι ότι δεν υπάρχει μεγάλη δυνατότητα διαπροσωπικής επαφής και δημιουργεί μεγάλο μειονέκτημα στο συγκεκριμένο επάγγελμα. Σε ένα τεχνικό επάγγελμα, όπως του μηχανικού αυτοκινήτων, η πρακτική μορφή εκπαίδευσης είναι αδιαμφισβήτητη η καταλληλότερη μέθοδος, όπως αναφέρθηκε και από το μεγαλύτερο μέρος των τεχνιτών κατά την διάρκεια της έρευνας. Ο συγκεκριμένος τρόπος μάθησης δίνει την δυνατότητα στον εκπαιδευόμενο να έρθει σε άμεση επαφή με τον διδάσκοντα και τον εξοπλισμό έτσι ώστε να εκφράσει τις απορίες του και να επεξεργαστεί τον μηχανισμό των νέων τεχνολογιών. Στο σημείο αυτό να αναφέρουμε ότι οι τεχνίτες αυτοκινήτων των μη εξουσιοδοτημένων συνεργείων βρίσκονται σε ένα είδος αντιπαλότητας με τις μεγάλες αντιπροσωπίες αυτοκινήτων και υστερούν σε θέματα επιμόρφωσης. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι το πρόγραμμα εκμάθησης της ιαπωνικής εταιρίας αυτοκινήτων TOYOTA το TTEP (Toyota Technical Education Program). Το οποίο δίνει την δυνατότητα στους τεχνίτες που έχει εξουσιοδοτήσει η εταιρία να επιμορφώνονται στις νέες τεχνολογίες και στα νέα συστήματα και καινοτομίες που προωθεί η συγκεκριμένη εταιρία στα μοντέλα της. Από τις παραπάνω συγκρίσεις εύκολα μπορεί κανείς να συμπεράνει την σημαντικότητα για την δημιουργία ενός συγκεκριμένου οργανισμού.

1.3. Αναγκαιότητα για την δημιουργία οργανισμού δια βίου εκπαίδευσης και η σημασία της επιμόρφωσης

Η διαρκώς μεταβαλλόμενη τεχνολογική εξέλιξη των μηχανοκίνητων οχημάτων σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο συνεπάγεται συνεχείς μεταβολές στην τεχνική κατάρτιση των μηχανικών αυτοκινήτων έτσι ώστε να μπορούν να ανταποκριθούν στον εργασιακό τους ρόλο. Η ανυπαρξία ενός τέτοιου εκπαιδευτικού φορέα στην

χώρα μας καθιστά επιβεβλημένη την ανάγκη δημιουργίας ενός οργανισμού παροχής διαρκούς επιμόρφωσης προκειμένου όλο το εύρος των τεχνιτών αυτοκινήτων να έχει στο πλευρό του έναν εκπαιδευτικό φορέα που θα του λύνει τα χέρια σε θέματα επιμόρφωσης και να μπορεί να αντιμετωπίσει τις νέες προκλήσεις που του παρουσιάζονται. Όπως αναλύσαμε και παραπάνω οι ήδη υπάρχουσες μέθοδοι εκπαιδεύσεις δεν μπορούν να καλύψουν της ανάγκες των τεχνιτών και η αναγκαιότητα για την δημιουργία του είναι απαραίτητη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

2.1. Εισαγωγή

Οι ραγδαίες εξελίξεις στον τομέα του αυτοκινήτου σε συνάρτηση με τις υποβαθμισμένες μορφές εκπαίδευσης που απαρτίζουν τον κλάδο της επισκευής και της συντήρησης των οχημάτων παρουσιάζουν ως επιτακτική ανάγκη την δημιουργία ενός οργανισμού δια βίου εκπαίδευσης. Η σύσταση ενός καινούργιου φορέα εκπαίδευσης προϋποθέτει έρευνα και ανάλυση προκειμένου να καταστεί βιώσιμος και ανταγωνιστικός. Ο αρχικός στόχος είναι ο οργανισμός να παρουσιάσει ελκυστικές προτάσεις για να προσελκύσει ενδιαφερόμενους. Σε δεύτερη φάση σκοπός του οργανισμού είναι μέσα από τις υπηρεσίες που προσφέρει να καταστεί από ενεργούς συμμετέχοντες. Πέραν τούτου, η μορφή του οργανισμού έχει την ιδιότητα επιχείρησης συνεπώς κρίθηκε απαραίτητο να γίνει έρευνα οικονομοτεχνικής ανάλυσης.

2.2 Τρόποι προσέλκυσης

Ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία για την επιτυχημένη εκκίνηση και την μετέπειτα λειτουργία μιας επιχείρησης είναι οι τρόποι κατά τους οποίους μπορεί να καταστεί ελκυστική προκειμένου να έχει όσο το δυνατόν μεγαλύτερη απορρόφηση ενδιαφερομένων.

Ένας από τους πλέον διαδεδομένους τρόπους με τον οποίο μπορούμε να επιτύχουμε τον στόχο της προβολής είναι το franchise της επιχείρησης, που αναφέρεται σε μια τεχνική υιοθέτησης και χρήσης ενός επιτυχημένου επιχειρηματικού μοντέλου ή μιας επωνυμίας.

2.3 Franchising

Franchising ή δικαιόχρηση ονομάζεται η τεχνική της υιοθέτησης και χρήσης ενός επιτυχημένου επιχειρηματικού μοντέλου και η επονομασία κάποιου άλλου έναντι ενός αντιτίμου. Είναι το σύνολο των δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα και επωνυμίες, πινακίδες καταστημάτων, πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα αντιγραφής τεχνογνωσίας ή διπλώματα ευρεσιτεχνίας προς εκμετάλλευση με σκοπό την μεταπώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες. Τέτοιο ρόλο στην προώθηση του οργανισμού μπορεί να παίζει σίγουρα το τμήμα μηχανολογίας του ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ, με αναγνωρισμένο υψηλό επίπεδο θεωρητικών και πρακτικών σπουδών που παρέχετε στους σπουδαστές είναι σχεδόν βέβαιο ότι το κύρος του συγκεκριμένου εκπαιδευτικού ιδρύματος ενδέχεται να προσελκύσει περισσότερους ενδιαφερόμενους. Τα οφέλη του οργανισμού θα είναι και οικονομικά καθώς με μια τέτοια συνεργασία ο οργανισμός θα έχει την δυνατότητα να εκμεταλλευτεί τους χώρους που μπορεί να του προσφέρει για την πραγμάτωση των εκπαιδευτικών μαθημάτων χωρίς κάποιο οικονομικό αντίτιμο. Επιπροσθέτως ο οργανισμός θα έχει την υποστήριξη πεπειραμένου προσωπικού με ευρύτερο επίπεδο γνώσεων (καθηγητές του ιδρύματος) και πιθανότατα μελλοντικούς συμμετέχοντες (σπουδαστές του ΤΕΙ) δίνοντας μέσω του οργανισμού τα κατάλληλα ερεθίσματα.

2.4 Διαπροσωπικές επαφές

Ένας ακόμα ισχυρός παράγοντας για την προώθηση του εν λόγω οργανισμού είναι να διαδοθεί μέσω των διαπροσωπικών επαφών και των διαφημίσεων έως κάτι το πρωτοποριακό κάτι δηλαδή το οποίο δεν έχει πραγματοποιηθεί στο παρελθόν και δημιουργήθηκε για να βοηθήσει τους τεχνίτες στην άσκηση του επαγγέλματός τους και να τους δώσει την δυνατότητα να εξελιχθούν μέσα από αυτόν, δίνοντας την εντύπωση πως ήταν αυτό που έλειπε από τον κλάδο της εκπαίδευσης ενός τεχνίτη αυτοκινήτων. Επιπλέον θα πρέπει να τονίσουμε τα οφέλη ενός τέτοιου οργανισμού πέρα από την διαφορετικότητα του, εξηγώντας στους υποψήφιους τεχνίτες πως ακόμα αν υπάρχει κάποιο οικονομικό αντίτιμο για την μετάδοση γνώσεως των νέων τεχνολογιών το πλήρωμα του χρόνου θα έχει να επιφέρει μόνο κέρδη στους

συμμετέχοντες καθώς και επαγγελματική και γιατί όχι και ψυχική ολοκλήρωση. Κλείνοντας, ένας έμμεσος τρόπος διαφήμισης του οργανισμού είναι προφανώς και ο ίδιος ο συμμετάσχων στο εκπαιδευτικό πρόγραμμα, αν αυτός κρίνει ότι η εμπειρία της εκπαίδευσης που βίωσε ήταν απολύτως επιτυχημένη και πλήρως ικανοποιητική θέτοντας τον εαυτό του ως υπέρμαχο του οργανισμού είναι λογικό να διαδώσει την εμπειρία του και να προσελκύσει περισσότερους τεχνίτες που αναζητούν ένα πλήρη φορέα εκπαίδευσης πέρα από το αχανές διαδίκτυο και τα σεμινάρια των μειωμένων δυνατοτήτων, πόσο μάλλον σε ένα επάγγελμα όπως αυτό του τεχνίτη αυτοκινήτων όπου η διάδοση των νέων για μια καινοτομία στον χώρο γίνεται από συνεργείο σε συνεργείο από στόμα σε στόμα.

2.5. Marketing και e-Marketing

Το μάρκετινγκ (*Marketing*), αλλιώς αγοραλογία, συνίσταται στην οργανωμένη προσπάθεια μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού να ικανοποιήσει τις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες των καταναλωτών. Προσπαθεί δηλαδή, με κύριο εργαλείο την έρευνα αγοράς, να αντιστοιχίσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγει με τον πελάτη-στόχο που τα χρειάζεται ή τα επιθυμεί, ή ακόμα καλύτερα αφού κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του, να κατασκευάσει τα αντίστοιχα προϊόντα / υπηρεσίες με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που ο πελάτης επιθυμεί, να του τα γνωστοποιήσει (διαφήμιση και προώθηση), να τα καταστήσει διαθέσιμα μέσα από τα κανάλια διανομής (τα μαγαζιά και οι τοποθεσίες που αυτά είναι διαθέσιμα) στην τιμή που θα πρέπει αυτά να πωλούνται.

Για να μπορέσουμε να εμπορευτούμε και προωθήσουμε τις συγκεκριμένες υπηρεσίες (τεχνική κατάρτιση, τεχνογνωσία κλπ.) έναντι κάποιας χρηματικής αξίας με την μορφή του οργανισμού προβήκαμε σε μια έρευνα με συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο και συλλέξαμε συμπεράσματα και απόψεις συζητώντας με τους τεχνίτες για το μορφωτικό τους επίπεδο, με την ίδιο λοιπόν τρόπο μπορεί να γίνει μια νέα επίσκεψη στα συνεργεία με σκοπό αυτή την φορά την ενημέρωση για την δημιουργία του οργανισμού αναπτύσσοντας παράλληλα και διαπροσωπικές σχέσεις με τους τεχνίτες. Μέσα από μια τέτοια επίσκεψη θα μπορέσαμε να δώσουμε πληροφορίες στους τεχνίτες (τηλέφωνα, διευθύνσεις, προσπέκτους, site στο internet) σχετικά με την λειτουργία του οργανισμού. Επιπλέον, θα έχουμε την δυνατότητα για συζήτηση με τους τεχνίτες μέσα από την οποία θα είμαστε σε θέση να λύσουμε τυχόν απορίες που θα έχουν για την λειτουργία του οργανισμού, όπως επίσης θα έχουμε και την

δυνατότητα να τους παροτρύνουμε να δοκιμάσουν την αυτή την καινούργια εμπειρία γνώσης και επιμόρφωσης διώχνοντας από μέσα τους αμφιβολίες τονίζοντας τα πλεονεκτήματα που έχει οργανισμός έναντι των άλλων παραδοσιακών μεθόδων επιμόρφωσης. Με αυτή την μέθοδο του marketing αναπτύσσουμε μια πολύ ισχυρή άποψη για την σοβαρότητα του οργανισμού στους τεχνίτες καθώς με μια επίσκεψη στον χώρο τους (για δεύτερη φορά μετά την έρευνα) έχουμε μεγαλύτερες ελπίδες να συγκεντρώσουμε υποστηρικτές-συμμετέχοντες στην λειτουργία του οργανισμού πολύ καλύτερα από ότι θα μπορούσαμε να είχαμε καταφέρει αφήνοντας ένα απλό προσπέκτους-ενημέρωση ή ένα απρόσωπο τηλεφώνημα στο συνεργείο. Βέβαια μια τέτοια ιδέα έχει σαφώς μεγαλύτερο κόστος σε χρήμα και χρόνο για την πραγματοποίησή της, αφενός κάποιος πρέπει να κάνει την επίσκεψη στα συνεργεία αφετέρου πρέπει να είναι γνώστης της μελέτης για να είναι σε θέση να δώσει απαντήσεις και λύσει απορίες που τυχόν να δημιουργηθούν κατά την διάρκεια της ενημέρωσης. Επίσης η διάρκεια της ενημέρωσης θα έχει μεγάλο χρονικό διάστημα για την περάτωση της καθώς καθίστανται αντιληπτό ότι η μια τέτοια ενημέρωση (σε όλα τα συνεργεία του νομού αττικής κάποιους κοντινούς νομούς) σαφώς και δεν μπορεί να γίνει από την μια μέρα στην άλλη, σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε πως για την διαδικασία της έρευνας απασχολήθηκαν 4 άτομα για περίπου 2 μήνες από τη πληροφορία μπορούμε να αντλήσουμε χρήσιμα συμπεράσματα για τα χρονικά όρια μιας διαπροσωπικής διαδικασίας ενημέρωσης. Σε περίπτωση που θέλουμε να αποφύγουμε μια τέτοια προσέγγιση αποφεύγοντας αυτά τα μειονεκτήματα μπορούμε να στραφούμε σε ένα άλλο σύνολο πιο απλών ενεργειών όπως μια ενημέρωση μέσω του τηλεφώνου αλλά και μέσω του e-mail, στοιχεία τα οποία έχουμε συλλέξει από την έρευνα.

Ένας ακόμα παράγοντας για μάρκετινγκ είναι σαφώς το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ το λεγόμενο e-marketing, σε μια εποχή όπου τα πάντα αρχίζουν να παίρνουν ψηφιακή μορφή και η χρήση του ίντερνετ είναι πλέον εύκολα προσβάσιμη και εύχρηστη σε όλες τις κατηγορίες και ηλικίες ανθρώπων είναι λογικό επόμενο ότι το μάρκετινγκ μέσω αυτού είναι επακόλουθη διαδικασία παρακάτω θα αναφέρουμε μερικές συμβουλές για να μπορέσουμε να προωθήσουμε τον οργανισμό μέσω του ίντερνετ. Το κυριότερο από αυτά είναι σαφώς η ύπαρξη μια ιστοσελίδας που να αντιπροσωπεύει τις υπηρεσίες παρέχει ο οργανισμός τον λόγο λειτουργίας του και τις δυναμικές του για να προσελκύσει τον τεχνίτη καθώς και στοιχεία επικοινωνίας ή

πληροφορίες για την τοποθεσία του, για να εντοπιστεί εύκολα η συγκεκριμένη ιστοσελίδα σε περίπτωση που κάποιος δεν έχει την πλήρη ηλεκτρονική διεύθυνση είναι απαραίτητη η μέθοδος SEO (Search Engine Optimization) στα ελληνικά βελτιστοποίηση ιστοσελίδων για μηχανές αναζήτησης λαμβάνοντας υπ' όψιν αυτή την μέθοδο μπορούμε να κινήσουμε ένα σύνολο διαδικασιών έτσι ώστε η ιστοσελίδα να γίνει όσο τον δυνατόν πιο φιλική στις μηχανές αναζήτησης (google, yahoo κλπ.) με σκοπό να ανέβει η κατάταξη της στις αναζητήσεις των χρηστών με αποτέλεσμα να έχουν αύξηση της επισκεψιμότητας, αποτέλεσμα το οποίο μπορεί να λειτουργήσει ευεργετικά για την λειτουργία του οργανισμού. Μια ακόμα μέθοδος ηλεκτρονικού μάρκετινγκ είναι το Pay Per Click ή PPC Advertising ένα πολύ πετυχημένο μοντέλο διαφήμισης στο Internet, το οποίο χρησιμοποιείται για να οδηγεί άμεσα επισκέπτες σε ιστοσελίδες διαφημιζόμενων. Η PPC διαφήμιση λαμβάνει χώρα κυρίως σε εμφανιζόμενες διαφημίσεις στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης. Καταλαβαίνουμε την τεράστια δυναμική αυτής της μεθόδου διότι μπορούμε να προσελκύσουμε το ενδιαφέρον κάποιων χρηστών οι οποίοι είναι το πιθανότερο να έψαχναν κάτι παραπλήσιο σχετικά με το επάγγελμα τους στο διαδίκτυο και ξαφνικά να ενημερώθηκαν για ύπαρξη και τις δυνατότητες ενός τέτοιου οργανισμού.

Τέλος, μια ακόμη πολύ συχνή πλέον μέθοδος διαφήμισης και μέρος εύρεσης συγκεκριμένων αναζητήσεων είναι τα γνωστά μέσα κοινωνικής δικτύωσης από την εμπειρία που είχαμε κατά την διάρκεια της έρευνας παρατηρήσαμε ότι ορισμένα από τα συνεργεία παραπλήσια από το τηλέφωνο το email και την διεύθυνση της επιχείρησής τους είχαν ως στοιχείο επικοινωνίας μια σελίδα σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης (συνήθως facebook). Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν το πόσο απαραίτητη είναι ύπαρξη μιας σελίδας σε κάποιο ευρέως γνωστό και διαδεδομένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, τα πλεονεκτήματά της είναι τεράστια για το στήσιμο μια επιχείρησης καθώς δίνει την δυνατότητα σαν επιχειρηματική στρατηγική να χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για το χτίσιμο της εικόνας του, για ενημέρωση, επικοινωνία και ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων με τους τεχνίτες-μηχανικούς καθώς και να δημιουργήσει και ή να επηρεάσει θετικά τις συζητήσεις που γίνονται γύρω από το brand του οργανισμού «εκτοξεύοντας» την αναγνωσιμότητα και αξιοπιστία του.

2.6 Εκπαιδευτικό πλάνο

Ένα από σημαντικότερα κομμάτια (αν όχι το σημαντικότερο) στην λειτουργία του οργανισμού είναι σαφώς το εκπαιδευτικό του πλάνο καθώς αποτελεί το κυριότερο κριτήριο για την προσέλκυση αλλά και την χρόνια συμμετοχή των εν λόγω εκπαιδευόμενων τεχνικών και μηχανικών. Μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε συλλέξαμε σημαντικές πληροφορίες και συζητήσαμε με τους τεχνίτες για τις πτυχές της εργασίας τους κατά τις οποίες θεωρούν ότι έχουν επιτακτική ανάγκη για επιμόρφωση, επίσης συζητήσαμε μαζί τους και ζητήσαμε να μας προτείνουν τρόπους κατά τους οποίους θεωρούν ότι τα μαθήματα θα είναι ευκολότερα και αποδοτικότερα στην παρακολούθησή τους στοχεύοντας στο βέλτιστο μοντέλο εκπαίδευσης. Σημαντικά συμπεράσματα της έρευνας κρίνουν αναγκαία την ύπαρξη ενός τομέα εκπαίδευσης ο οποίος θα έχει ως κεντρικό θέμα την μόρφωση πάνω στα ηλεκτρολογικά ζητήματα καθώς περισσότεροι από έναν στους τρεις τεχνίτες (38% ποσοστό) δήλωσε αδυναμία να ανταπεξέλθει σε τέτοιου είδους εργασίες έχοντας ως κόστος να χάσει άμεσα και έμμεσα πελάτες στέλνοντάς τους σε άλλα εξουσιοδοτημένα συνεργεία. Ένα ακόμα στοιχείο που προκύπτει από την έρευνα για να συντελέσει το εκπαιδευτικό πρόγραμμα είναι το κομμάτι της διάγνωσης (ποσοστό 20%), σε σχέση με παλαιότερα ο τεχνίτης καλούνταν με την εμπειρία του βάση της εικόνας, της σύγκρισης αντίστοιχων μοντέλων αυτοκινήτων ή ακόμα και των ήχων να ανακαλύψει και να κατανοήσει την βλάβη του οχήματος ωστόσο με την πάροδο των χρόνων τα ηλεκτρονικά διαγνωστικά αντικατέστησαν αυτήν την ανάγκη για τον εντοπισμό των βλαβών φέροντας μαζί τους κάποια σημαντικά μειονεκτήματα. Όπως μας ανέφεραν οι τεχνίτες, πολλά διαγνωστικά είναι απλησίαστα στην αγορά τους καθώς κοστίζουν μερικές χιλιάδες ευρώ μιλώντας πάντα για ένα σοβαρό μηχάνημα, επιπλέον πολλά από αυτά αδυνατούν να ανταποκριθούν στο εύρος όλων των αυτοκινητοβιομηχανιών αναγκάζοντας τους ιδιοκτήτες των συνεργείων να αγοράσουν περισσότερα από ένα για την διεκπεραίωση της εργασίας τους.

Τέλος, πολλά από αυτά δίνουν λάθος ενδείξεις καθώς διαφορετικές βλάβες στα αυτοκίνητα δίνουν το ίδιο ερεθίσματα στον εγκέφαλο τους αυτοκινήτου κάνοντας την εργασία του τεχνίτη δυσκολότερη ενώ αντιθέτως τα συγκεκριμένα μηχανήματα θα έπρεπε να του λύνουν τα χέρια. Ο οργανισμός για να μπορέσει να δώσει λύση και σε

αυτό το κομμάτι μπορεί να κάνει μια έρευνα με τις πιο συνήθεις βλάβες στα διάφορα μοντέλα αυτοκινήτων και να φτιάξει ένα πρόγραμμα εκπαίδευσης με τεχνική μεθοδολογία για την σωστή επίλυσή και επισκευή. Ακόμα καλύτερα θα μπορούσε να κάνει μια έρευνα αγοράς για το καταλληλότερο διαγνωστικό και να επέλθει σε κάποιου είδους συμφωνία με την κατασκευάστρια εταιρία και να το προτείνει στους τεχνίτες-μέλη του οργανισμού έναντι κάποιας καλύτερης τιμής, με αυτόν τον τρόπο ανεβαίνει το κύρος της συμμετοχής στον οργανισμό καθώς παρουσιάζονται οικονομικά οφέλη για τους συμμετέχοντες και ανοίγουν νέες πόρτες για συνεργασίες με εταιρίες που ασχολούνται με την αυτοκινητοβιομηχανία. Το τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό (22%) κατά το οποίο οι τεχνίτες μας ενημέρωσαν ότι αδυνατούν να ανταποκριθούν είναι το κομμάτι στο οποίο κατανέμονται πάσης φύσεως προβλήματα τα οποία πολλές φορές προκύπτουν και κατά την διάρκεια επιδιόρθωση μιας άλλης βλάβης, σε τέτοια απρόσμενα προβλήματα μπορούμε να στραφούμε στην λύση μιας εκ' νέου έρευνας για την επίλυσή τους περισυλλογής εμπειριών από τους τεχνίτες ίσως και καταγραφής ιστορικού βλαβών για συγκεκριμένα μοντέλα, επειδή κάτι τέτοιο όμως δεν μπορεί να καταστεί πλήρως αποτελεσματικό, μια καλή ιδέα είναι ο οργανισμός να οργανώσει συγκεντρώσεις με τους τεχνίτες κατά την διάρκεια των οποίων μπορούν συζητήσουν μεταξύ για τις βλάβες που τους παρουσιάζονται και για τους τρόπους επίλυσης που ακολούθησαν, ανταλλάσσοντας έτσι γνώσεις και εργασιακές εμπειρίες.

2.7. Άλλες Έρευνες

Στην παρακάτω ενότητα αναζητήσαμε στο διαδίκτυο άλλες έρευνες πέραν της δικής μας οι οποίες θα μπορούσαν να φανούν χρήσιμες στην σύσταση του οργανισμού, είτε αυτές αφορούν το εκπαιδευτικό κομμάτι είτε το λειτουργικό. Η πρώτη έρευνα που εντοπίσαμε και κρίναμε ότι αξίζει αναφορά είναι μια έρευνα που είχε πραγματοποιήσει το Υπουργείο Οικονομικών της Κυπριακής Δημοκρατίας το έτος 2016 και έχει ως τίτλο <<ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ ΑΝΗΛΙΚΩΝ>> η συγκεκριμένοι έρευνα έχει ως σκοπό να συλλέξει αντιπροσωπευτικές στατιστικές για την συμμετοχή σε κάθε είδους εκπαιδευτικής δραστηριότητας ενήλικων ατόμων σε κλάδους όπως Μη-Κανονική Εκπαίδευση, όπως σεμινάρια, συνέδρια, επιμορφωτικά μαθήματα, φροντιστήρια κλπ., είτε Άτυπη Μάθηση, δηλαδή η μάθηση χωρίς την

άμεση εμπλοκή διδασκάλου. Σε αυτό το σημείο να αναφέρουμε ότι Ε.Ε.Ε. (Έρευνα Επιμόρφωσης Ενηλίκων) λαμβάνει χώρα κάθε πέντε χρόνια από το εναρκτήριο έτος 2006 και είναι υποχρεωτική σε όλες τις χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα πλαίσια του Κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1175/2014 για την εφαρμογή του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 452/2008 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, έχοντας ως απώτερο σκοπό την ενίσχυση της δια βίου εκπαίδευσης στην Ευρώπη. Επιπροσθέτως, να αναφέρουμε ότι στα πλαίσια αυτών των κανονισμών πραγματοποιούνται ακόμα δυο έρευνες η μια είναι η Έρευνα Εργατικού Δυναμικού (LFS), η οποία στην παρούσα φάση δεν φαίνεται τόση χρήση για την λειτουργία του οργανισμού και η Έρευνα Επαγγελματικής Κατάρτισης (CVTS), από την οποία μπορούμε επίσης να αντλήσουμε χρήσιμες πληροφορίες. Κλείνοντας να αναφέρουμε ότι η αντίστοιχη έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην χώρα μας δεν είναι ηλεκτρονικά διαθέσιμη, σε επικοινωνία που είχαμε με το Υπουργείο Παιδείας Δια βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων (μετά από μεγάλη δική μας επιμονή) μας ενημέρωσαν ότι σε αντίθεση με την κυπριακή δημοκρατία η εν λόγω έρευνα στην χώρα μας δεν είναι διαθέσιμη στο διαδίκτυο και πρέπει να κινηθούν γραφειοκρατικές διαδικασίες για την απόκτησή της.

Ωστόσο, μας παραπέμπανε σε μια άλλη έρευνα την οποία μελετήσαμε και θεωρήσαμε ότι μπορούμε να αντλήσουμε χρήσιμες πληροφορίες για την λειτουργία του εκπαιδευτικού τομέα στον οργανισμό. Η συγκεκριμένη έρευνα ονομάζεται <<Έρευνα Κοινής Γνώμης επί ζητημάτων Δια Βίου Μάθησης>> και πραγματοποιήθηκε το 2010 από το Ενιαίο Διοικητικό Τομέα Διαχείρισης Προγραμμάτων του Υπουργείου Παιδείας δια Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων ο σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας ήταν να αναλυθεί με στατιστικά στοιχεία η ενημέρωση και η άποψη που έχει ο κόσμος για την δια βίου εκπαίδευση, την διάθεση του για συμμετοχή σε αντίστοιχα προγράμματα και οργανισμούς αλλά και την άποψη των εμπειριών του σε περίπτωση που είχε ήδη συμμετάσχει.

Η τελευταία έρευνα που βρήκαμε και θεωρήθηκε σημαντική για την επίτευξη των στόχων του οργανισμού είναι μια έρευνα που έχει πραγματοποιηθεί από τον μηχανολογικό τομέα του παιδαγωγικού ινστιτούτου και φέρει τον τίτλο <<ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΩΝ ΣΥΝΕΡΓΕΙΩΝ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΤΩΝ ΤΕΧΝΙΤΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ>> η συγκεκριμένη έρευνα έχει κατά κάποιο τρόπο την μορφή συνέντευξης πέρα από την

ύπαρξη ερωτηματολογίου καθώς το εύρος της δειγματοληψίας ήταν πολύ μικρό (μόλις 6) και οι υπεύθυνοι ήθελαν να αντλήσουν όσων τον δυνατόν περισσότερες πληροφορίες. Οι ερωτηθέντες ήταν προϊστάμενοι μεγάλων συνεργείων υπήρχε και ένας διευθυντής εκπαίδευσης μεγάλης αντιπροσωπίας, και καλούνταν να απαντήσουν σε εργασιακά θέματα, όπως οι ειδικότητες και οι σπουδές των τεχνιτών, οι τεχνικές τους γνώσεις, οι πρακτικές τους δεξιότητες καθώς και οι αλλαγές στην τεχνολογία των αυτοκινήτων. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν το βαθμό για το πόσο σημαντικά συμπεράσματα μπορούν να προκύψουν από την συγκεκριμένη έρευνα και τις απαντήσεις αυτών των ανθρώπων για τη δημιουργία του οργανισμού.

2.6. Οικονομική Ανάλυση και στρατηγικές

Μια από τις σημαντικότερες στρατηγικές ανάπτυξης των επιχειρήσεων είναι η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος, με τον όρο αυτό ορίζουμε την ανάλυση των επερχόμενων αλλαγών που πρόκειται να επέλθουν στο ανταγωνιστικό μικρο-περιβάλλον και στο ευρύτερο μακρο-περιβάλλον. Η σημασία και ο σκοπός των αναλύσεων θεωρείται υπευθυνότητα της διοίκησης των εκάστοτε επιχειρήσεων, έχοντας ως απαραίτητο κριτήριο την συνεχή παρακολούθηση σε θέματα που αφορούν τα πολιτικά, κοινωνικά, οικονομικά και τεχνολογικά δρώμενα τα οποία μπορούν να επηρεάσουν την βιωσιμότητα της επιχείρησης αν δεν αντιληφθούν έγκαιρα. Μια ακόμη στρατηγική είναι η απειλή των νέων οργανισμών που πιθανόν να δημιουργηθούν στον χώρο και η γνώση για τις κινήσεις των αντίστοιχων υπάρχουν ήδη, είναι γνωστό ότι αν ο οργανισμός μας θεωρεί κερδοφόρος θα υπάρξουν περιπτώσεις αντιγραφής παροχής υπηρεσιών, και πολύ πιθανόν σε χαμηλότερες τιμές ή με καλύτερες προϋποθέσεις έχοντας σαν στόχο να “χτυπήσουν” σε ανταγωνισμό την δικιά μας επιχείρηση.

Η παρακολούθηση και η έρευνα για τις κινήσεις των αντίστοιχων επιχειρήσεων είναι μια ακόμη αξιοσημείωτη στρατηγική, μοναδικός παρόμοιος ανταγωνιστής στον χώρο είναι τα Κ.Ε.Κ. (Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης), ωστόσο με μια μικρή μελέτη που πραγματοποιήσαμε για το διδακτικό τους πρόγραμμα παρατηρήσαμε σημαντικά μειονεκτήματα έναντι της ιδέας του οργανισμού μας, με τα κυριότερα εξ' αυτών να είναι η μικρής διάρκειας προγραμμάτων επιμόρφωσης και για μεμονωμένο χρόνο, επίσης η διδασκαλία που παρέχουν είναι πιο ευέλικτη (δεν υπάρχει σταθερός τομέας

διδασκαλίας παρά μόνο όπου και όταν υπάρχει ανάγκη) κάνοντας την λιγότερο ειδικευμένη και ελκυστική για μακροχρόνια συμμετοχή. Ένας ακόμα παράγοντας είναι η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και των αγοραστών. Στην περίπτωση του οργανισμού όπου το εμπορευόμενο προϊόν είναι η παροχή γνώσεων και υπηρεσιών, οι προμηθευτές είναι κατά κύριο λόγο οι διδάσκοντες μηχανολόγοι και κατ' επέκταση οι εταιρίες αυτοκινήτων. Οι διδάσκοντες ιδιαίτερα σε αυτόν τον τομέα που αποτελούν μειονότητα είναι πολύ πιθανόν να ζητήσουν υπέρογκα ποσά για δεχθούν να μεταλαμπαδεύσουν την γνώση τους, θεωρώντας τους εαυτούς τους ως προμηθευτές σε ένα προϊόν στο οποίο έχουν το μονοπώλιο, για αυτόν τον λόγο πρέπει είμαστε σε θέση να ελαττώσουμε την διαπραγματευτική τους δύναμη κάτι τέτοιο μπορούμε να το επιτύχουμε σε συνεργασία κάποια μεγάλη εταιρία αυτοκινήτων ζητώντας την εύκολη παροχή των γνώσεων και των τεχνικών πληροφοριών όταν μιλάμε για νέες τεχνολογίες. Οι απαιτούμενες υλικές προμήθειες για την δημιουργία του οργανισμού είναι σημαντικές αλλά δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερα υψηλό οικονομικό αντίτιμο συνεπώς δεν απαιτούν κάποια ιδιαίτερη στρατηγική για την επίλυσή τους και μια αναλυτικότερη αναφορά δεν μας είναι χρήσιμη.

Άξια αναφοράς είναι και η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών στην περίπτωση μας οι τεχνίτες, η ειδικευμένη εκπαίδευση που θα παρέχει ο οργανισμός μας ξεφεύγει από την δευτεροβάθμια και τριτοβάθμια δωρεάν εκπαίδευση και συγκαταλέγεται περισσότερο κοντά στην μορφή ενός μεταπτυχιακού (με σαφώς μικρότερη δυσκολία και απαιτήσεις) γι' αυτό το λόγο στην συγκεκριμένη περίπτωση και σε θέματα δια βίου μάθησης η δύναμη του αγοραστή δεν είναι ιδιαίτερα ισχυρή έναντι της επιχείρησης. Ένα επιπλέον σημαντικό εργαλείο για την διοίκηση της επιχείρησης είναι το επιχειρησιακό πλάνο ή αλλιώς business plan, σε αυτό το έγγραφο περιγράφονται τα στρατηγικά, οικονομικά και λειτουργικά δεδομένα της επιχείρησης. Επιπλέον αναγράφονται για πιθανά κέρδη και οι ζημίες, ενώ γίνεται και προγραμματισμός έτσι ώστε να προβλέψουν τα μελλοντικά προβλήματα και τις κρίσεις που ενδέχεται να παρουσιαστούν, επιπλέον καταστρώνεται σχέδια και στρατηγικές για να επιτύχει η επιχείρηση τους προσδοκώμενους στόχους της και τα αναμενόμενα οικονομικά κέρδη.

Τέλος, θα τονίσουμε την χρησιμότητα της οικονομοτεχνικής ανάλυσης και των προϋπολογισμών χωρίς να κάνουμε αναλυτικότερη αναφορά σε στατιστικές και

αριθμητικές μεταβλητές. Όταν μιλάμε για χρηματοοικονομική ανάλυση αναφερόμαστε στις εισροές και τις εκροές, τα έσοδα και τα έξοδα καθώς και το επενδυτικό πλάνο μιας επιχείρησης. Σημαντικότερες εκροές είναι το κόστος του αρχικού κεφαλαίου, τα έξοδα του προσωπικού και τα έξοδα για την εγκατάσταση που θα “φιλοξενήσει” τον οργανισμό και οι φόροι από τα επερχόμενα έσοδα του οργανισμού, ενώ εκροές πέρα από την συμμετοχή των μηχανικών αυτοκινήτων (αναφέραμε παραπάνω πως θα μεγαλώσει το ποσοστό προσέγγισής τους) είναι πιθανόν και μια χρηματοδότηση από το κράτος αν γίνει αποδεκτή η αίτηση για την υλοποίηση της ιδέας, διαφορετικά θα πρέπει να στραφούμε στην λύση ενός τραπεζικού δανείου το οποίο δυστυχώς μας προσθέτει μια επιπλέον εκροή. Το επενδυτικό πλάνο στοχεύει στο να αναλύσει όλες τις λειτουργικές δυνατότητες και τις οικονομικές δυνατότητες για να έχουμε όσο το δυνατόν καλύτερη αξιοποίηση των χρημάτων που πρόκειται να δαπανηθούν, επίσης βασικό στοιχείο του επενδυτικού πλάνου είναι και ο ακριβής υπολογισμός των εσόδων, πρέπει να υπάρχει ένα βιώσιμο, για τον οργανισμό, ποσό συμμετοχής από τους τεχνίτες το οποίο πρέπει να είναι αντιπροσωπευτικό για την παροχή των υπηρεσιών προκειμένου να έχουμε την μέγιστη δυνατή ανταπόκριση έτσι ώστε να αρχίσει η επιχείρηση να παρουσιάζει κέρδος. Συμπερασματικά, το επενδυτικό πλάνο στοχεύει σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αύξηση των εσόδων και όσο το δυνατόν μεγαλύτερη μείωση των εξόδων μέσα από δοκιμασμένες τεχνικές διοίκησης και οικονομίας ή βρίσκοντας άλλες καινούργιες τεχνικές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1. Εισαγωγή

Στην παρακάτω ενότητα θα αναλύσουμε τρόπους και μεθόδους κατά τις οποίες πραγματοποιήσαμε την διεξαγωγή της έρευνας. Θα αναφερθούμε στην πρακτική διαδικασία για την υλοποίηση της έρευνας, στην επιλογή των ερωτήσεων για την σύνταξη του ερωτηματολογίου, στην επιλογή των περιοχών, στο ελάχιστο αριθμό των συνεργείων ανά περιοχή που θέλαμε να συλλέξουμε στοιχεία και σε άλλες χρήσιμες πληροφορίες για την διεξαγωγή της έρευνας οι οποίες θα μας οδηγήσουν σε χρήσιμα συμπεράσματα για την σύσταση του οργανισμού.

3.2. Διεξαγωγή της Έρευνας

Πριν ξεκινήσουμε την πρακτική διαδικασία της παρούσας έρευνας βρεθήκαμε με τους υπεύθυνους καθηγητές για αναλύσουμε τρόπους και ιδέες, έτσι ώστε η έρευνα μας να γίνει ευκολότερη και ποιοτικότερη στην διεξαγωγή της. Στην πρώτη συνάντηση μας αναλύσαμε τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου και διευκρινίσαμε τις όποιες απορίες είχαμε, επίσης προτείναμε κάποιες υπο-ερωτήσεις σε περίπτωση που παίρναμε συγκεκριμένες απαντήσεις οι οποίες θα μας διευκόλυναν στην κατανόηση της συμπεριφοράς των τεχνιτών για την δημιουργία του οργανισμού, επίσης αναλύσαμε όλες τις περιοχές του λεκανοπεδίου Αττικής βάση του πληθυσμού τους, του αριθμού των συνεργείων την δυνατότητα πρόσβασης καθώς επίσης και του βιοτικού επιπέδου της περιοχής. Ζητήσαμε από τους καθηγητές να βρούμε τρόπους έτσι ώστε να έχουμε άμεση δυνατότητα σημείωσης των απαντήσεων, αυτοί μας πρότειναν την χρήση tablet για την διαδικασία των ερωτήσεων. Η ιδέα αποδείχτηκε άκρως επιτυχημένη καθώς έκανε την διαδικασία των ερωτήσεων πολύ εύκολη σε εμάς παρουσιάζοντας σημαντικά πλεονεκτήματα. Ένα από αυτά ήταν πως με την χρήση διάφορων εφαρμογών και την υποστήριξη του GOOGLE GPS δημιουργήθηκε ένας χάρτης ο οποίος έδινε την ακριβής εικόνας για την περιοχές που είχαμε επισκεφθεί και τον αριθμό των συνεργείων που μας δέχτηκαν να μας απαντήσουν.

Ακόμα ένα πλεονέκτημα ήταν ότι καταγραφή των απαντήσεων γινόταν άμεσα με το πάτημα ενός κουμπιού χωρίς να χάναμε πολύτιμο χρόνο αποτυπώνοντας χειρόγραφα τις απαντήσεις, τα στοιχεία της έρευνας στην ψηφιακή τους μορφή περνούσαν επίσης άμεσα στην διάθεση των καθηγητών και δεν υπήρχε περίπτωση απώλειας στοιχείων καθώς αποθηκεύονταν ηλεκτρονικά. Ένα ακόμα πλεονέκτημα της χρήσης του tablet ήταν η εικόνα και εντύπωση που δίναμε εκ πρώτης όψεως στους τεχνίτες οι οποίοι βλέποντας ότι η έρευνα γινόταν με την χρήση ηλεκτρικών μέσων κατανοούσαν την σοβαρότητα της, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν αντιμετωπίσαμε δυσκολίες. Μετά το πέρας της πρώτης συνάντησης και αφού χωρίσαμε την περιοχές και τα συνεργεία που έπρεπε να καλύψει ο καθένας μας από την ομάδα των δύο σπουδαστών, κανονίσαμε μια δεύτερη συνάντηση για να αναφέρουν τις δυσκολίες που κληθήκαμε να αντιμετωπίσουμε.

Το βασικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίσαμε στην αρχή ήταν η αρνητική απάντηση πολλών τεχνιτών για την συμμετοχή τους στην έρευνα, αρκετοί μας απέρριψαν λόγω αυξημένου φόρτου εργασίας και οι περισσότεροι επειδή θεώρησαν ότι είμαστε κάποιου είδους πλασιέ και πως είπαν ότι δεν ενδιαφέρονται να ξεκινήσουν περισσότερες συζητήσεις ζητώντας μας ευγενικά να φύγουμε, ενώ κάποιοι αρνήθηκαν να συμμετάσχουν θεωρώντας μεγάλο τον αριθμό των ερωτήσεων (31), πέρα αυτών οι συνθήκες διεκπεραίωσης της έρευνας μας φάνηκαν δύσκολες στην αρχή καθώς η έρευνα πραγματοποιήθηκε τον Ιούλιο μήνα αντιμετωπίζοντας συνθήκες καύσωνα στους δρόμους της Αθήνας, ένα ακόμα δύσκολο κομμάτι ήταν η μετάβασή μας από το ένα συνεργείο στο επόμενο καθώς συνήθως απείχαν μεγάλες αποστάσεις το ένα από το άλλο, μας ήταν επίσης δύσκολο να βρούμε χώρους να παρκάρουμε. Στην δεύτερη μας συνάντηση αναφέραμε τα προβλήματα μας σε συζήτηση με τους καθηγητές μας συμβούλεψαν να τονίσουμε το γεγονός ότι είμαστε φοιτητές που εκτελούν την πτυχιακή τους εργασία και αλλάζουμε τον τρόπο που κάνουμε τις ερωτήσεις, φέρνοντάς το πιο κοντά στην μορφή μιας μικρής συνέντευξης μέσα από την οποία να γίνονται οι ερωτήσεις με αλληλουχία. Με τις συμβουλές των καθηγητών, το ποσοστά δεκτικότητας για συμμετοχή στην έρευνα από τους τεχνίτες αυξήθηκαν σημαντικά και συνεχίσαμε την διαδικασία χωρίς περισσότερα προβλήματα.

Τέλος, να αναφέρουμε ότι η μέθοδος της έρευνας για την καταγραφή των στοιχείων που επιλέχθηκε ονομάζεται δομημένη ή άμεση συλλογή πρωτογενών στοιχείων με την χρήση ερωτηματολογίου, υπό την μορφή συνέντευξης, κατά την διάρκεια της οποίας γνωστοποιήθηκε αμέσως ο σκοπός της έρευνας, πριν την διαδικασία των ερωτήσεων. Το ερωτηματολόγιο ήταν στο μεγαλύτερο του κομμάτι τυποποιημένο και οι ερωτώμενοι είχαν την δυνατότητα να απαντούν γρήγορα και εύκολα, χωρίς επιπλέον διευκρινήσεις. Η διάρκεια της έρευνας κράτησε σχεδόν ένα μήνα, απασχολήθηκαν δύο φοιτητές. Η μετάβαση στα συνεργεία γίνονται οδικώς, οι επιλεγμένες ώρες για την διαδικασία ήταν ωράρια λειτουργίας των συνεργείων. Η γεωγραφική έκταση που καλύφθηκε ήταν κατά κύριο λόγο το λεκανοπέδιο Αττικής, ενώ μέθοδος της δειγματοληψίας για την εξαγωγή συμπερασμάτων για τον ελάχιστο αριθμών συνεργείων ανά περιοχή είναι μη τυχαία και προέκυψε από έρευνα η οποία αναλύεται παρακάτω.

3.3. Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου

Ο σωστός σχεδιασμός ενός ερωτηματολογίου αποτελεί τον κυριότερο παράγοντα για την ποιότητα της έρευνας και των στοιχείων που στοχεύει να συλλέξει και τα συμπεράσματα που θα αποκομίσει. Η δημιουργία του ερωτηματολογίου χωρίστηκε σε τρεις φάσεις για πετύχουμε όσο τον δυνατόν καλύτερο αποτέλεσμα. Στην πρώτη λήφθηκαν κάποιες αρχικές αποφάσεις για τις πληροφορίες που θέλουμε να συλλέξουμε όπως επίσης για το περιεχόμενο κάθε ερώτησης. Ο απώτερος σκοπός της έρευνάς μας ήταν μια μελέτη για το μορφωτικό επίπεδο των μηχανικών αυτοκινήτων σε θέματα τεχνικής κατάρτισης, τις ανάγκες που υπάρχουν στο συγκεκριμένο κλάδο, είτε αυτές είναι ανάγκες επιμόρφωσης είτε άλλου είδους στον κομμάτι της εργασίας τους και τέλος αν υπάρχει αναγκαιότητα για την δημιουργία ενός οργανισμού δια βίου μάθησης. Επίσης, πρέπει να γίνει προσεκτική μελέτη στον αριθμό και στο περιεχόμενο των ερωτήσεων, καθώς λαμβάνουμε υπ' όψιν ότι δεν υπάρχει η πολυτέλεια του χρόνου και ο στόχος είναι να λάβουμε όσο το δυνατόν ποιοτικότερες και ουσιαστικές απαντήσεις έχοντας τον κατά δύναμη μικρότερο αριθμό ερωτήσεων έτσι ώστε να μην κουράσουμε τους ερωτηθέντες και να λάβουμε αντιπροσωπευτικές απαντήσεις. Σε αυτό το κομμάτι κατανοούμε και τους εξωγενείς παράγοντες που ενδέχεται να επηρεάσουν την έρευνα και καλούμαστε να καταπολεμήσουμε τους

λόγους για τους οποίους μπορεί να μας απορρίψουν. Στην δεύτερη φάση επικεντρωθήκαμε στην διατύπωση των ερωτήσεων, ο σκοπός μας εδώ είναι να διασφαλίσουμε ότι ο ερωτώμενος έχει κατανοήσει πλήρως τη διατύπωση της ερώτησης για να μπορέσει να δώσει και την εν λόγο σχετική απάντηση. Επομένως, έχοντας και μια πρώτη εμπειρία από το αρχικό στάδιο της διαδικασίας και αφού συμπληρώσαμε δοκιμαστικά κάποια ερωτηματολόγια, επικεντρωθήκαμε σε λέξεις και ερωτήσεις που έπρεπε να αλλάξουμε ή ακόμα και να αποφύγουμε τελείως, για να έχει ο ερωτώμενος την καλύτερη δυνατή κατανόηση.

Ένας ακόμα παράγοντας που τέθηκε προς ανάλυση σε αυτή τη φάση ήταν ο τρόπος με τον οποίο θα γίνονταν οι ερωτήσεις και με ποια σειρά προκειμένου να έχουν μια ορθή αλληλουχία η οποία δεν θα επηρεάσει τις απαντήσεις των τεχνιτών. Στην αρχή του ερωτηματολογίου τοποθετήσαμε απλές ερωτήσεις που αφορούσαν το εκάστοτε συνεργείο και το επίπεδο μόρφωσης με απώτερο σκοπό να προσελκύσουμε το ενδιαφέρον καθ' όλη την διάρκεια της διαδικασίας, στην συνέχεια θέσαμε ερωτήσεις οι οποίες αφορούσαν την συμμετοχή των τεχνιτών σε έναν οργανισμό δια βίου μόρφωσης και πόσο χρόνο θα ήταν διατεθειμένοι για την συμμετοχή σε επιμέρους προγράμματα εκπαιδευτικού χαρακτήρα, επίσης αναφέραμε τομείς κατά τους οποίους το κάθε συνεργείο θα χρειαζόταν επιπλέον υποστήριξη και το ολοκληρώσαμε με κάποιες ερωτήσεις κρίσεως αναφερόμενοι και σε προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τεχνίτες, πέραν της οικονομικής κρίσης που ως γνωστόν έχει πλήξει κάθε επάγγελμα στην χώρα. Στην Τρίτη και τελευταία φάση της δημιουργίας του ερωτηματολογίου δώσαμε προσοχή στον τύπο που επρόκειτο να έχουν οι ερωτήσεις για να λάβουμε γρήγορες απαντήσεις. Δώσαμε έμφαση στην λογική ότι από τα στοιχεία που θα προέκυπταν δεν θα υπήρχε μεγάλο εύρος στην επιλογή των απαντήσεων, για αυτόν το λόγο το μεγαλύτερο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελείται από ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών και διχοτομικές ερωτήσεις. Η κλίμακα των απαντήσεων τεσσάρων βαθμών όπου ο μέγιστος βαθμός συμφωνίας ήταν το “ΠΟΛΥ” ακολουθώντας το “ΑΡΚΕΤΑ” έπειτα το “ΛΙΓΟ” και καταλήγοντας στο μέγιστο βαθμό διαφωνίας το “ΚΑΘΟΛΟΥ”, παραπάνω κλίμακα ονομάζεται Λίκερτ σύμφωνα με τον Bell J. . Στο τέλος υπήρχαν και ερωτήσεις κρίσεως οι οποίες ήταν ελεύθερες προς απάντηση, ενώ είχαμε και εμείς την δυνατότητα να κρίνουν τις απαντήσεις του τεχνίτη από την κοντινή επαφή που είχαμε και την στάση του σώματος. Οι ερωτήσεις κρίθηκαν ευκόλως κατανοητές και με λογική σειρά.

3.4. Μορφή του Ερωτηματολογίου

Σε αυτήν την ενότητα θα δούμε πως ήταν το ερωτηματολόγιο στην τελική του μορφή:

	ΕΠΩΝΥΜΙΑ				
	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΙΔΙΟΚΤΗΤΗ/ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ				
	Δ/ΣΗ				
1	ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΕΧΝΙΤΩΝ	1	2-3	4-5	>5
2	ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΟΥ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ ΤΟΥ ΣΥΝΕΡΓΕΙΟΥ	ΤΕΧ.ΛΥΚΕΙΟ	ΣΧ.ΟΑΕ / ΙΕΚ	Τ.Ε	Π.Ε
3	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΑΝΑ ΕΤΟΣ (ΤΟΥ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ)	0	1-2	3-4	5-6
4	ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΑ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ	1	2	3	4
5	ΜΟΡΦΗ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ	ΣΥΝΕΡΓΕΙΟ	WEB		
6	ΧΡΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ
7	ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ ?	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ
8	ΣΕ ΠΟΙΟΝ ΤΟΜΕΑ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΤΑΚΤΙΚΗ ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΔΙΑΓΝΩΣΗ	ΗΛ/ΓΙΚΑ	ΑΛΛΟ	ΜΗΧ/ΚΟ
9	ΑΝ ΝΑΙ ΘΑ ΣΑΣ ΒΟΗΘΗΣΕΙ ΣΤΗΝ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΑΣ ?				
10	ΣΕ ΕΝΑ ΤΡΙΕΤΕΣ ΠΛΑΝΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΕΚΑΠΙΔΕΥΣΗΣ, ΠΟΣΕΣ ΩΡΕΣ ΘΑ ΔΙΑΘΕΤΑΤΕ ΜΕΣΑ ΣΕ 1 ΧΡΟΝΟ ?	5	10	15	20
11	ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΣΕ ΕΡΓΑΣΙΜΕΣ ΩΡΕΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ
12	ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΕΡΕΣ	ΔΕΥΤΕΡΑ	ΤΡΙΤΗ	ΤΕΤΑΡΤΗ	ΠΕΜΠΤΗ
13	ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ	4 ΩΡΕΣ	8ΩΡΕΣ		
14	ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗ ΜΕ ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΜΕΣΩ WEB ?	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ
15	ΑΝΑΓΚΗ ΒΑΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΕΠΙΛΥΣΗ ΘΕΜΑΤΩΝ	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ
16	ΑΝΑΓΚΗ ΥΠΑΡΞΗΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ
17	ΑΝΑΓΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΞΕΥΡΕΣΗΣ ΣΩΣΤΩΝ ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ
19	ΣΗΜΕΡΑ ΓΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΙ ΠΛΗΡΩΝΕΤΑΙ ΣΕ ΕΤΗΣΙΑ ΒΑΣΗ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ ?	0	0-100	100-200	200-300
20	ΠΟΣΟ ΕΥΚΟΛΑ ΕΝΗΜΕΡΩΝΕΣΤΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ?	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ
21	ΧΡΕΙΑΖΕΣΤΕ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΙΣΗΣ ?	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ
22	ΧΡΕΙΑΖΕΣΤΕ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΥΡΕΣΗΣ ΝΕΩΝ	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ

	ΠΕΛΑΤΩΝ				
23	ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΑΓΚΑΣΤΗΚΑΤΕ ΝΑ ΣΤΕΙΛΕΤΕ ΠΕΛΑΤΗ ΣΑΣ ΣΕ ΕΞΟΥΣΙΟΔΟΤΗΜΕΝΟ ΣΥΝΕΡΓΕΙΟ ?	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ
24	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ	ΒΑΛΤΕ ΑΡΙΘΜΙΣΗ ΜΕ ΣΕΙΡΑ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ			
	ΣΩΣΤΟ ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΟ	1			
	ΠΟΙΟΤΙΚΟ ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΟ	2			
	ΓΡΗΓΟΡΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ	3			
	ΤΙΜΗ	4			
	ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΠΟΥ ΓΝΩΡΙΖΩ	5			
25	ΠΕΡΙΓΡΑΨΤΕ ΜΑΣ (ΠΕΡΑΝ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ) ΤΗΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΝΑΓΚΗ ΣΑΣ ΣΑΝ ΣΥΝΕΡΓΕΙΟ				

3.5. Προ- έρευνα και επιλογή περιοχών

Στο αρχικό στάδιο πριν την εκκίνηση της πρακτικής διαδικασίας αναλύθηκαν παράγοντες που θα βελτίωναν την ποιότητα της έρευνας. Η γεωγραφική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε στόχευε στην κατηγοριοποίηση των περιοχών στις όποιες έπρεπε να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση και προσοχή για την καταγραφή των αποτελεσμάτων. Βασικά κριτήρια ήταν ο μόνιμος πληθυσμός των κατοίκων μιας περιοχής, ο αριθμός και η μεγάλη πυκνότητα των συνεργείων σε μικρά γεωγραφικά τμήματα. Στην προ-έρευνα αναλύθηκαν αυτοί οι παράγοντες οδηγώντας μας σε χρήσιμα συμπεράσματα τα οποία μας κατατόπισαν για το κομμάτι της κύριας έρευνας. Η επιλογή των περιοχών ήταν η βάση της προ-έρευνας, για λόγους προφανώς αυξημένου πληθυσμού η πόλη που προτιμήθηκε για την υλοποίηση της έρευνας ήταν η Αθήνα και το λεκανοπέδιο Αττικής. Σύμφωνα με στοιχεία της τελευταίας απογραφή (2011) κάναμε μια πρώτη ανάλυση στον πληθυσμό κάθε δήμου της Αθήνας προσπαθώντας να προσδιορίσουμε τον αριθμό αυτοκινήτων που βρίσκονταν σε συχνή λειτουργία από τους πολίτες. Παρακάτω επισυνάπτεται ένα μέρος του πίνακα από την δημογραφική έρευνας που πραγματοποιήσαμε.

Απογραφή Πληθυσμού - Κατοικιών 2011. DE FACTO Πληθυσμός

Επίπεδο διοικητικής διαίρεσης	α/α	Γεωγραφικός κωδικός Καλλικράτη	Περιγραφή	De Facto Πληθυσμός
1	15798		ΑΤΤΙΚΗ	3,787,386
4	15801	45	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	1,022,853
5	15802	4501	ΔΗΜΟΣ ΑΘΗΝΑΙΩΝ	664,612
5	15804	4502	ΔΗΜΟΣ ΒΥΡΩΝΟΣ	60,193
5	15806	4503	ΔΗΜΟΣ ΓΑΛΑΤΣΙΟΥ	57,563
5	15808	4504	ΔΗΜΟΣ ΔΑΦΝΗΣ - ΥΜΗΤΤΟΥ	33,066
6	15809	450401	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΑΦΝΗΣ	22,623
6	15812	450402	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΥΜΗΤΤΟΥ	10,443
5	15815	4505	ΔΗΜΟΣ ΖΩΓΡΑΦΟΥ	69,917
5	15817	4506	ΔΗΜΟΣ ΗΛΙΟΥΠΟΛΕΩΣ	76,466
5	15819	4507	ΔΗΜΟΣ ΚΑΙΣΑΡΙΑΝΗΣ	26,076
8	15821	4507000001	ΚΑΙΣΑΡΙΑΝΗ	25,992
5	15822	4508	ΔΗΜΟΣ ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑΣ - ΧΑΛΚΗΔΟΝΟΣ	34,960
6	15823	450801	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΝΕΑΣ ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑΣ	25,284
6	15826	450802	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΝΕΑΣ ΧΑΛΚΗΔΟΝΟΣ	9,676

Μετά την δημογραφική ανάλυση για κάθε δημοτική ενότητα της Αθήνας, εκτελέστηκε μια πιο ειδική έρευνα κατά την οποία ορίστηκε ο ελάχιστος αριθμός των συνεργείων που έπρεπε να παρθούν στοιχεία προκειμένου η έρευνα να είναι αντιπροσωπευτική. Η κύρια πηγή πληροφόρησης που είχαμε ήταν αρχικά το διαδίκτυο επειδή όμως υπήρχαν σημαντικές διαφορές για τον ακριβή αριθμό όλων των συνεργείων της Αττικής κάτι το οποίο οφείλεται στο γεγονός ότι υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός συνεργείων που λειτουργούν παράνομα, στραφήκαμε στον επίσημο ελληνικό κατάλογο τηλεφώνων για να λάβουμε τις απαραίτητες πληροφορίες και να αποφύγουμε πηγές που δεν παρουσιάζουν έγκυρα και αληθή στοιχεία. Από της πηγές που επεξεργαστήκαμε διαπιστώθηκε ότι ο πραγματικός αριθμός των συνεργείων ήταν μικρότερος σε σχέση με αυτό που αναγραφόταν στον ελληνικό τηλεφωνικό κατάλογο, αυτή η μικρή απόκλιση οφείλεται σε λόγους μη σωστής καταγραφής και λανθασμένη ενημέρωση των ήδη υπάρχοντων στοιχείων. Τελειώνοντας την διαδικασία της προ-έρευνας και έχοντας αναλύσει τα δυο από τα τρία στάδια

(καθορισμός στοιχείων της έρευνας και ακριβής καταγραφή των στοιχείων). Οδηγούμαστε στο τελευταίο και σημαντικότερο στάδιο, την επιλογή ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος για την υλοποίηση της έρευνας. Έχοντας ως κριτήρια το μέγεθος του πληθυσμού, τον αριθμό των συνεργείων, τον τύπο της έρευνας που ακολουθήσαμε και τον βαθμό ακρίβειας των συμπερασμάτων που επιδιώκουμε, ο ελάχιστον αριθμός των συνεργείων που έπρεπε να λάβουμε στοιχεία ορίστηκε από ένα εύρος με ελάχιστη τιμή τα 400(τετρακόσια), ποσοστό περίπου στο 20%(είκοσι τοις εκατό) του ολικού αριθμού, και μέγιστη τιμή τα 600(εξακόσια) το οποίο αντιστοιχεί περίπου στο 25% (είκοσι πέντε τοις εκατό). Παρακάτω επισυνάπτεται ο πίνακας με την ανάλυση των συνεργείων κάθε δήμου:

Περιγραφή	Νόμιμος Πληθυσμός (δημότες) 2011		
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	3.711.521		600
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	1.022.853	27,56%	165
ΔΗΜΟΣ ΑΘΗΝΑΙΩΝ	664.612	64,98%	107
ΔΗΜΟΣ ΒΥΡΩΝΟΣ	60.193	5,88%	10
ΔΗΜΟΣ ΓΑΛΑΤΣΙΟΥ	57.563	5,63%	9
ΔΗΜΟΣ ΔΑΦΝΗΣ - ΥΜΗΤΤΟΥ	33.066	3,23%	5
ΔΗΜΟΣ ΖΩΓΡΑΦΟΥ	69.917	6,84%	11
ΔΗΜΟΣ ΗΛΙΟΥΠΟΛΕΩΣ	76.466	7,48%	12
ΔΗΜΟΣ ΚΑΙΣΑΡΙΑΝΗΣ	26.076	2,55%	4
ΔΗΜΟΣ ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑΣ - ΧΑΛΚΗΔΟΝΟΣ	34.960	3,42%	6
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	585.183	15,77%	95
ΔΗΜΟΣ ΑΜΑΡΟΥΣΙΟΥ	71.383	12,20%	12
ΔΗΜΟΣ ΑΓΙΑΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ	58.657	10,02%	9
ΔΗΜΟΣ ΒΡΙΑΝΣΣΙΩΝ	30.232	5,17%	5
ΔΗΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	48.960	8,37%	8
ΔΗΜΟΣ ΚΗΦΙΣΙΑΣ	70.986	12,13%	11
ΔΗΜΟΣ ΛΥΚΟΒΡΥΣΗΣ - ΠΕΥΚΗΣ	30.700	5,25%	5
ΔΗΜΟΣ ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΕΩΣ	29.581	5,05%	5
ΔΗΜΟΣ ΝΕΑΣ ΙΩΝΙΑΣ	66.050	11,29%	11
ΔΗΜΟΣ ΠΑΠΑΓΟΥ - ΧΟΛΑΡΓΟΥ	43.928	7,51%	7
ΔΗΜΟΣ ΠΕΝΤΕΛΗΣ	34.970	5,98%	6
ΔΗΜΟΣ ΦΙΛΟΘΕΗΣ - ΨΥΧΙΚΟΥ	26.668	4,56%	4
ΔΗΜΟΣ ΧΑΛΑΝΔΡΙΟΥ	73.068	12,49%	12
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΥΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	480.851	12,96%	78
ΔΗΜΟΣ ΠΕΡΙΣΤΕΡΙΟΥ	137.129	28,52%	22
ΔΗΜΟΣ ΑΓΙΑΣ ΒΑΡΒΑΡΑΣ	26.203	5,45%	4
ΔΗΜΟΣ ΑΓΙΩΝ ΑΝΑΡΓΥΡΩΝ - ΚΑΜΑΤΕΡΟΥ	61.312	12,75%	10
ΔΗΜΟΣ ΑΙΓΑΛΕΩ	68.623	14,27%	11
ΔΗΜΟΣ ΙΛΙΟΥ	83.241	17,31%	13
ΔΗΜΟΣ ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΕΩΣ	57.709	12,00%	9
ΔΗΜΟΣ ΧΑΪΔΑΡΙΟΥ	46.634	9,70%	8

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΝΟΤΙΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	522.798	14,09%	85
ΔΗΜΟΣ ΚΑΛΛΙΘΕΑΣ	98.951	18,93%	16
ΔΗΜΟΣ ΑΓΙΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	70.227	13,43%	11
ΔΗΜΟΣ ΑΛΙΜΟΥ	41.153	7,87%	7
ΔΗΜΟΣ ΓΛΥΦΑΔΑΣ	86.393	16,53%	14
ΔΗΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ - ΑΡΓΥΡΟΥΠΟΛΗΣ	50.564	9,67%	8
ΔΗΜΟΣ ΜΟΣΧΑΤΟΥ - ΤΑΥΡΟΥ	39.824	7,62%	6
ΔΗΜΟΣ ΝΕΑΣ ΣΜΥΡΝΗΣ	71.950	13,76%	12
ΔΗΜΟΣ ΠΑΛΑΙΟΥ ΦΑΛΗΡΟΥ	63.736	12,19%	10
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	496.183	13,37%	80
ΔΗΜΟΣ ΑΧΑΡΝΩΝ	105.401	21,24%	17
ΔΗΜΟΣ ΒΑΡΗΣ - ΒΟΥΛΑΣ - ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ	48.817	9,84%	8
ΔΗΜΟΣ ΔΙΟΝΥΣΟΥ	39.606	7,98%	6
ΔΗΜΟΣ ΚΡΩΠΙΑΣ	30.072	6,06%	5
ΔΗΜΟΣ ΛΑΥΡΕΩΤΙΚΗΣ	24.883	5,01%	4
ΔΗΜΟΣ ΜΑΡΑΘΩΝΟΣ	33.169	6,68%	5
ΔΗΜΟΣ ΜΑΡΚΟΠΟΥΛΟΥ ΜΕΣΟΓΑΙΑΣ	19.938	4,02%	3
ΔΗΜΟΣ ΠΑΙΑΝΙΑΣ	26.328	5,31%	4
ΔΗΜΟΣ ΠΑΛΛΗΝΗΣ	53.735	10,83%	9
ΔΗΜΟΣ ΡΑΦΗΝΑΣ - ΠΙΚΕΡΜΙΟΥ	20.044	4,04%	3
ΔΗΜΟΣ ΣΑΡΩΝΙΚΟΥ	26.688	5,38%	4
ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΤΩΝ - ΑΡΤΕΜΙΔΟΣ	33.843	6,82%	5
ΔΗΜΟΣ ΩΡΩΠΟΥ	33.659	6,78%	5
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	159.765	4,30%	26
ΔΗΜΟΣ ΕΛΕΥΣΙΝΑΣ	29.864	18,69%	5
ΔΗΜΟΣ ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟΥ	30.001	18,78%	5
ΔΗΜΟΣ ΜΑΝΔΡΑΣ - ΕΙΔΥΛΛΙΑΣ	17.698	11,08%	3
ΔΗΜΟΣ ΜΕΓΑΡΕΩΝ	36.995	23,16%	6
ΔΗΜΟΣ ΦΥΛΗΣ	45.207	28,30%	7
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	443.888	11,96%	72
ΔΗΜΟΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	162.084	36,51%	26
ΔΗΜΟΣ ΚΕΡΑΤΣΙΝΙΟΥ - ΔΡΑΠΕΤΣΩΝΑΣ	90.020	20,28%	15
ΔΗΜΟΣ ΚΟΡΥΔΑΛΛΟΥ	62.653	14,11%	10
ΔΗΜΟΣ ΝΙΚΑΙΑΣ - ΑΓΙΟΥ ΙΩΑΝΝΗ ΡΕΝΤΗ	104.142	23,46%	17
ΔΗΜΟΣ ΠΕΡΑΜΑΤΟΣ	24.989	5,63%	4
Σύνολο	3.711.521	100,00%	600

Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε και από τα στατιστικά στοιχεία του παραπάνω πίνακα ο ελάχιστος αριθμός των συνεργείων που επιλέχθηκε προκύπτει από τις αντίστοιχες πληθυσμιακές αναλογίες κάθε περιοχής.

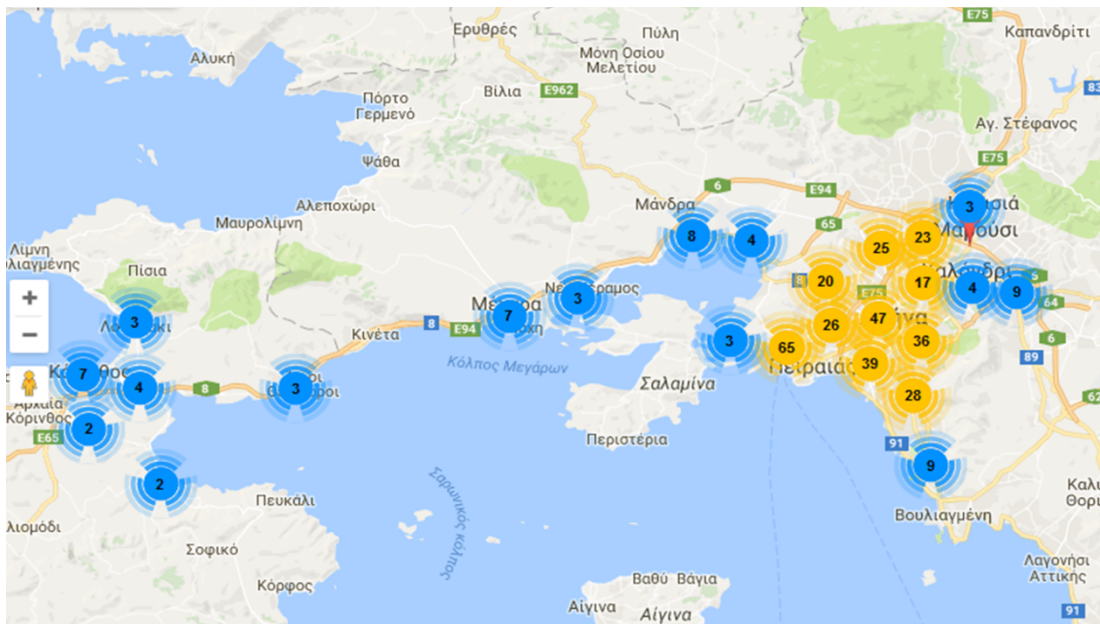
3.6. Περάτωση της έρευνας και Χάρτης καταγραφής στοιχείων.

Η ερευνητική διαδικασία έλαβε τέλος μετά από την διάρκεια σχεδόν 40 ημερών. Τα στοιχεία συλλέχθηκαν και ήταν έτοιμα για ανάλυση και επεξεργασία. Κατά την διάρκεια της έρευνας καταγράφηκαν στοιχεία από όλες τις περιοχές της Αθήνας και

του Πειραιά βάσει επίσημων δημογραφικών στοιχεία και άλλα παραμέτρων που κρίθηκαν άξια αναφοράς. Παραδείγματος χάρη, επειδή ο σκοπός της έρευνας αποσκοπεί στην δημιουργία ενός οργανισμού ο οποίος θα έχει έδρα ένα κτήριο εντός λεκανοπεδίου Αττικής κρίθηκε απαραίτητο για την οικονομοτεχνική ανάλυση και της μεθόδους προσέγγισης των τεχνιτών να λάβουμε στοιχεία και από περιοχές εκτός της πόλης των Αθηνών, καθώς επίσης και από κάποιες επαρχιακές περιοχές οι οποίες έχουν έναν ικανοποιητικό αριθμό μόνιμων κατοίκων το οποίο συνεπάγεται στην ύπαρξη αρκετών συνεργείων, το δεύτερο κριτήριο που εξετάσαμε είναι η χιλιομετρική απόσταση από την Αθήνα και πόσο εύκολη είναι η προσέλευσή των τεχνιτών στην πρωτεύουσα από άποψη χρόνου και χρήματος. Ο καταλληλότερος επαρχιακός νόμος σε αυτή την περίπτωση ήταν η Κορινθία, με απόσταση 83 χιλιομέτρων από την Αθήνα χαμηλό κόστος διοδίων (λιγότερο από 4 ευρώ) και δυνατότητα προσέλευσης με μέσα μαζικής μεταφοράς (προαστιακός σιδηρόδρομος). Από τον συγκεκριμένο νόμο πάρθηκαν στοιχεία από 21 συνεργεία από την πόλη της Κορίνθου και από μικρότερες πόλεις όπως το Λουτράκι, η Περαχώρα και οι Άγιοι Θεόδωροι. Άλλες περιοχές εκτός Αθηνών από όπου λήφθηκαν στοιχεία ήταν τα Μέγαρα, η Νέα Πέραμος, η Μάνδρα, ο Ασπρόπυργος και η Βουλιαγμένη Αττικής. Ένα ακόμα κριτήριο που λήφθηκε υπ' όψιν ήταν το βιοτικό επίπεδο και η οικονομική δυνατότητα των κατοίκων ανά περιοχή, στις περιοχές όπου θεωρούνταν οικονομικά πιο αδύναμες συγκριτικά με τις πιο εύρωστες περιοχές (παραδείγματος χάρη Κηφισιά -Κάτω Πατήσια) δόθηκε μεγαλύτερη σημασία και προσπάθεια συγκέντρωσης περισσότερων στοιχείων από ότι είχαν οριστεί από την διαδικασία της προ-έρευνας, ο λόγος ήταν απλός και παρατηρήθηκε από τα μέλη της ομάδα των σπουδαστών στην αρχή της ερευνητικής διαδικασίας.

Σημαντικό κριτήριο για την απασχόληση των τεχνιτών ήταν και η χαρακτηριστική παλαιότητα των οχημάτων και η συχνότερη χρησιμοποίηση του αυτοκινήτου ως μέσον μεταφοράς. Μεγάλο βάρος για την λήψη των στοιχείων δόθηκε και σε περιοχές οι οποίες μελετήθηκε ότι είχαν τα συνεργεία τους καθημερινή απασχόληση από ιδιοκτήτες αυτοκινήτων που συνήθιζαν να επισκευάζουν τις βλάβες των οχημάτων τους σε άλλες περιοχές (διαφορετικό πελατολόγιο). Η καταλληλότερη περιοχή για δεδομένα κριτήρια θεωρήθηκαν όλες συνοικίες του Πειραιά, οι λόγοι πέρα από τον μεγάλο και συγκεντρωμένο αριθμό κατοίκων ήταν και ο αριθμός των επιχειρήσεων που λειτουργούν στον χώρο του Πειραιά και προσελκύουν άτομα από όλες τις

υπόλοιπες περιοχές της Αθήνας, η ύπαρξη του μεγαλύτερου εμπορικού και επιβατικού λιμανιού της χώρας η μεγάλη κυκλοφοριακή κίνηση και η σχεδόν απαραίτητη προσέλευση με αυτοκίνητο λόγω απουσίας μέσων μαζικής μεταφοράς (την περίοδο που πραγματοποιήθηκε η έρευνα ο Πειραιάς δεν είχε μέτρο, ηλεκτρικό σιδηρόδρομο και προαστιακό). Για του παραπάνω λόγους δόθηκε έμφαση κατά την διάρκεια της δειγματοληψίας στην περιοχή του Πειραιά με τον αριθμό συγκέντρωσης των συνεργείων να ανέρχεται 65 ο αριθμός ο οποίος αντιπροσωπεύει το 16% του συνολικού δείγματος. Η έρευνα ολοκληρώθηκε και ο τελικός αριθμός των συνεργείων από τα οποία λήφθηκαν στοιχεία ήταν 397 αγγίζοντας το ποσοστό του 20% (αναλογίας 1 προς 5) των συνολικών συνεργείων του λεκανοπεδίου αττικής. Με την βοήθεια χρήσης εφαρμογών τοποθεσίας αποτυπώθηκαν στον χάρτη οι περιοχές και ο αριθμός των συνεργείων που λήφθηκαν τα στοιχεία στην παρακάτω εικόνα.



Σχήμα 3.1: Χαρτογράφηση Συνεργείων

3.7. Μονομεταβλητή Ανάλυση (Univariate Analysis)

Μετά την περάτωση της διαδικασίας της έρευνας πραγματοποιήθηκε ανάλυση όλων των στοιχείων που συλλέχθηκαν. Η μέθοδος που επιλέξαμε για την ανάλυση ονομάζεται μονομεταβλητή και η μέθοδος της είναι η ανάλυση και η περιγραφή μιας μοναδικής μεταβλητής όπως και η κατανομή της με διάφορα γραφήματα(συνήθως στήλες ή πίτες). Η συγκεκριμένη μέθοδος αναλύεται σε τρεις υποκατηγορίες α) μέσος όρος β) κορυφή και γ) διάμεσος και επιλέχθηκε γιατί μας δίνει την δυνατότητα να αποτυπώσουμε με ευκολία τα αποτελέσματα της έρευνας. **Ο μέσος όρος** υπολογίζεται αθροίζοντας τις τιμές διάφορων παρατηρήσεων και διαιρώντας τις με τον σύνολο των παρατηρήσεων. **Η κορυφή** όπως ονομάζεται είναι ένας μέσος που αναπαριστά την πιο συχνά παρατηρημένη τιμή ή ιδιότητα. Η **διάμεσος** είναι ένας μέσος που αντιπροσωπεύει την τιμή της «μεσαίας» παρατήρησης σε ένα ταξινομημένο σύνολο παρατηρήσεων.

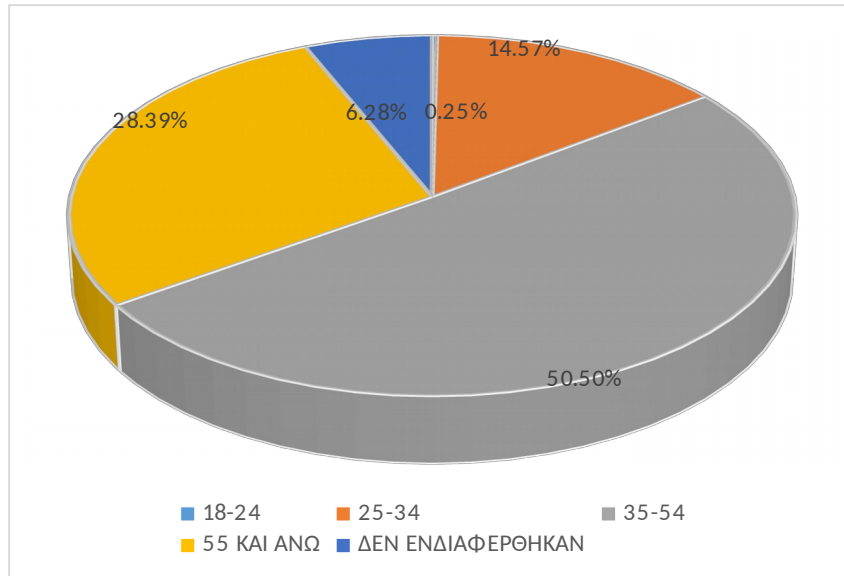
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ

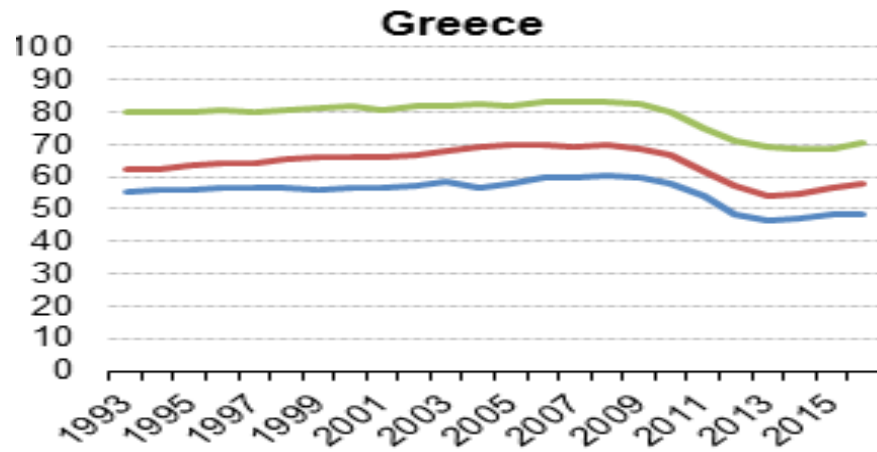
4.1 Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο αποτυπώθηκαν τα στοιχεία της έρευνας που συλλέχθηκαν από την ερευνητική διαδικασία σε μορφή γραφημάτων. Ο τύπος της μορφής των γραφημάτων που επιλέξαμε ονομάζεται “πίτα τρισδιάστατης απεικόνισης”. Τα κριτήρια ήταν ότι η έρευνα είχε μόνο μια σειρά δεδομένων για κάθε ερώτηση και καμία από τις τιμές δεν είχε αρνητικά δεδομένα. Η επιλογή ανάμεσα σε 3D και 2D έγινε για λόγους καλύτερης απεικόνισης. Στην συνέχεια πριν από κάθε γράφημα αναφέρεται η αρίθμησή του και ολογράφως η ερώτηση όπως τέθηκε στην έρευνα. Μέσα στο γράφημα κυκλικής μορφής αποτυπώνονται τα ποσοστά επί τοις εκατό ενώ για κάθε διαφορετική απάντηση αλλάζει αισθητά το χρώμα της. Στο τέλος του γραφήματος αναφέρονται ολογράφως οι επιλογές των απαντήσεων που είχε ο ερωτηθέν με το εκάστοτε χρώμα που τις αντιπροσωπεύει στο γράφημα.

Γράφημα 1. Ποια είναι η ηλικίας σας ;

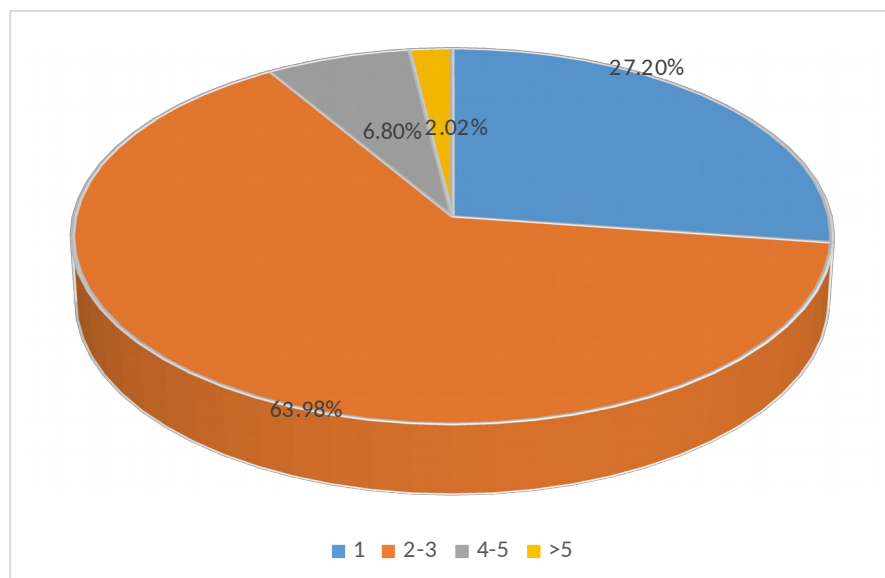


Παρακάτω περιγράφονται αναλυτικά τα αποτελέσματα που εξάχθηκαν. Αρχικά, παρατηρούμε ότι το κέντρο δια βίου μάθησης θα απευθύνεται κυρίως σε μηχανικούς αυτοκινήτων ηλικίας τριάντα πέντε έως πενήντα τεσσάρων ετών, με ένα σημαντικό ποσοστό επίσης να έχει ηλικία πενήντα ετών και άνω και μόλις το 15% να αφορά ενήλικες ηλικίας από δεκαοχτώ χρονών έως είκοσι τέσσερα. Οι ηλικίες του διαθέσιμου εργατικού δυναμικού μας δίνουν σημαντικά στοιχεία για το προφίλ των μηχανικών και τις ανάγκες της αγοράς. Οι ιδιοκτήτες των συνεργείων απέχουν πολλά χρόνια από την εκπαίδευση και είναι λογικό ότι από τότε έχουν πραγματοποιηθεί πολλές αλλαγές στο χώρο των οχημάτων για τις οποίες δεν έχουν ενημερωθεί. Το κέντρο δια βίου μάθησης με ένα σωστά δομημένο πρόγραμμα σεμιναρίων μπορεί να καλύψει την ανάγκη αυτή της αγοράς. Τέλος, παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό ηλικίας που συναντάμε συνήθως στα συνεργεία είναι άνω των 35 ετών. Όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, ο μέσος όρος των ηλικιών είναι σύμφωνος βάσει του εργατικού δυναμικού τους της Ελλάδας.



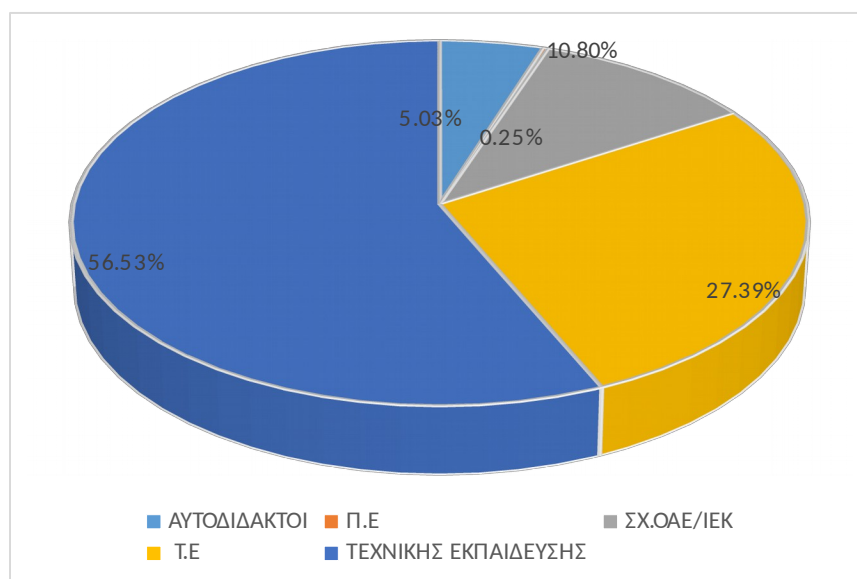
Σχήμα 4.1: Διάγραμμα εργατικού δυναμικού Ελλάδος

Γράφημα 2. Πόσους τεχνίτες απασχολεί το συνεργείο σας ;



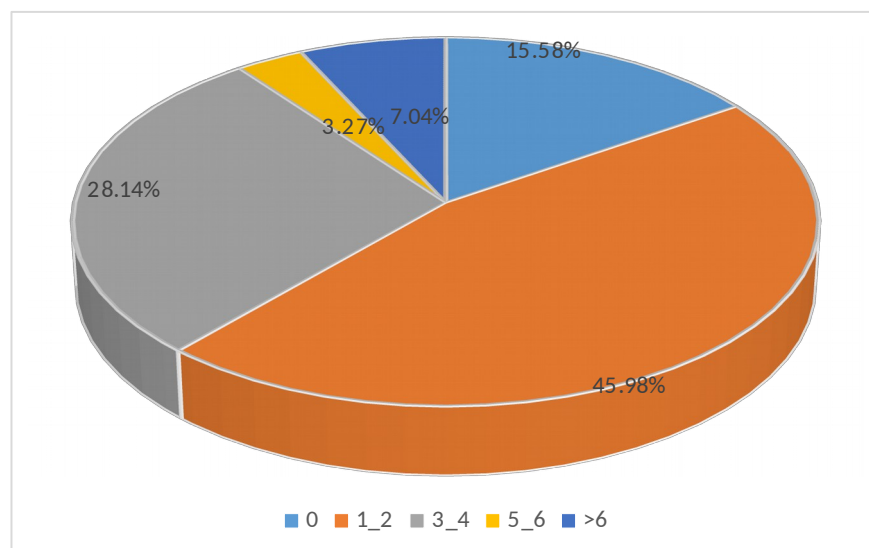
Συνεχίζοντας, στην ερώτηση "Πόσους τεχνίτες έχετε στο συνεργείο σας?", η πλειοψηφία απάντησε ότι κατά κανόνα απασχολούνται σε κάθε συνεργείο δύο με τρία άτομα, υπήρχε και ένας μικρός αριθμός συνεργείων που απασχολούν, εκτός από τον ιδιοκτήτη, και άλλον ένα εργαζόμενο. Πρόκειται, επομένως, για μικρά συνεργεία όπου η γνώση μπορεί να αποτελέσει δύναμη. Θα βελτιωθούν οι παρεχόμενες υπηρεσίες που θα έχουν ως αποτέλεσμα αύξηση των πελατών και παράλληλα αύξηση του μεγέθους της επιχείρησης, με αποτέλεσμα να μπορέσουν να επιβιώσουν οι επιχειρήσεις αυτές στους δύσκολους καιρούς που διανύουμε. Όπως θα δούμε στο παραπάνω γράφημα, τα περισσότερα συνεργεία συνήθως απασχολούν 2-3 τεχνίτες, κάτι που μπορεί να αποδοθεί στην οικονομική κρίση που επικρατεί στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, αλλά και στην έλλειψη τεχνιτών που είναι εξειδικευμένοι σε μηχανολογικά συστήματα.

Γράφημα 3. Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής σας ;



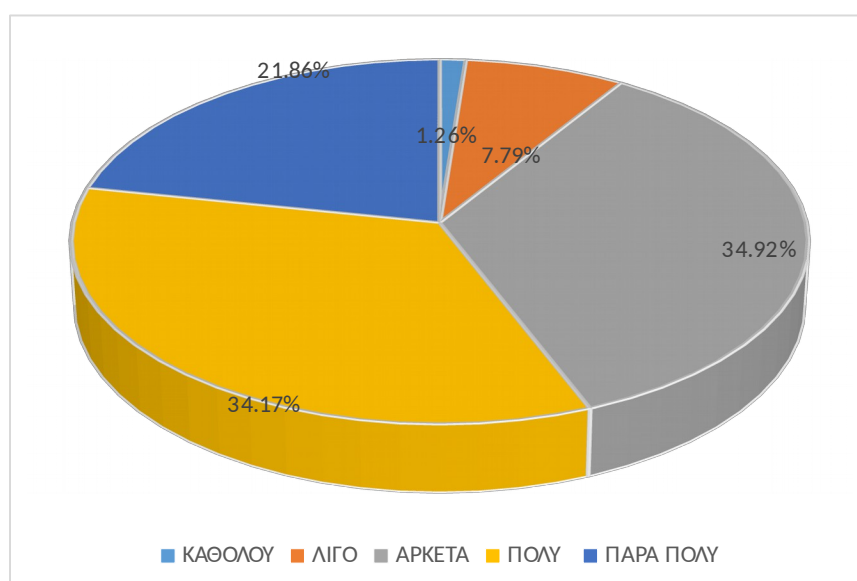
Έπειτα, στις ερωτήσεις που αφορούν το επίπεδο εκπαίδευσης των μηχανικών και τη θέληση τους να βελτιώνεται αυτό μέσω διαφόρων μορφών σεμιναρίων, παρατηρούμε ότι πρόκειται για μηχανικούς οι οποίοι έχουν αποφοιτήσει κυρίως από τεχνικές σχολές, λιγότεροι από Τ.Ε.Ι. και ελάχιστοι από Α.Ε.Ι., και δεν είναι ιδιαίτερα ενεργοί σε θέματα εκπαίδευσης. Σε αυτό το γράφημα παρατηρούμε ότι πάνω από τους μισούς τεχνίτες είναι απόφοιτοι σχολών τεχνικής εκπαίδευσης. Αξιοσημείωτο είναι και το γεγονός σε αυτό το γράφημα ότι κανένας δεν ακολούθησε το επάγγελμα έχοντας πανεπιστημιακή εκπαίδευση.

Γράφημα 4. Πόσα σεμινάρια παρακολουθείτε σε ένα έτος ;



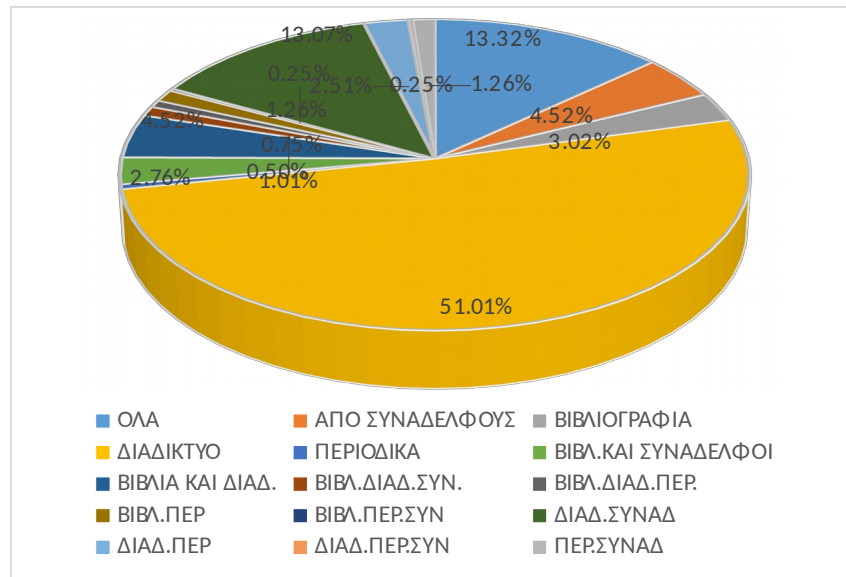
Αναφορικά με τα σεμινάρια που έχουν ήδη παρακολουθήσει οι μηχανικοί, διαπιστώνεται ότι η μορφή τους ήταν ημερίδα και σπάνια είχαν παρακολουθήσει πρακτικά σεμινάρια ή σεμινάρια μέσω διαδικτύου. Παρ' όλα αυτά, οι συμμετέχοντες δήλωσαν ικανοποιημένοι από τα σεμινάρια αυτά δεδομένου ότι το 80,50% δήλωσε ότι, με πάρα πολύ υψηλό βαθμό ικανοποίησης το 5, βάζουν από 3 και παραπάνω. Εδώ παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι τεχνίτες, αρκούνται στα 5-6 σεμινάρια το χρόνο, λόγω έλλειψης χρόνου συνήθως και φόρτου εργασίας. Το 46%, ποσοστό μικρότερο από το μισό, παρακολουθούν ένα με δύο σεμινάρια το χρόνο, το 28% παρακολουθούν τρία με τέσσερα και μόνον ένα ποσοστό 10% παρακολουθούν από πέντε σεμινάρια και παραπάνω. Αυτές οι ενδείξεις δεν είναι ικανοποιητικές για το υφιστάμενο εργατικό δυναμικό δεδομένου ότι τα τελευταία χρόνια έχει βελτιωθεί σε μεγάλο βαθμό η τεχνολογία και ακόμα αναμένονται ραγδαίες εξελίξεις στο χώρο. Όσο για το οικονομικό μέρος και το κόστος των σεμιναρίων, στις μέρες μας λόγω των συνθηκών που επικρατούν οι υπεύθυνοι δεν είναι διατεθειμένοι να καταβάλλουν μεγάλα ποσά για εκπαίδευση, είτε των ιδίων είτε των εργαζομένων που απασχολούν, και αν δαπανήσουν θα είναι ένα συμβολικό ποσό μεταξύ των εκατό ευρώ και των διακοσίων. Ωστόσο, το να μην είναι διατεθειμένοι να δαπανήσουν οικονομικούς πόρους για εκπαίδευση, δεν σημαίνει ότι είναι εναντίον της ενημέρωσης και του εκσυγχρονισμού των συνεργείων τους και ότι δεν ενημερώνονται.

Γράφημα 5. Πόσο συχνά ενημερώνεστε για την τεχνολογική εξέλιξη ;



Εδώ παρατηρείται ότι, οι τεχνίτες στα περισσότερα συνεργεία ενημερώνονται αρκετά σχετικά με τις τεχνολογικές εξελίξεις κυρίως μέσω ίντερνετ, καθώς πλέον ο υπολογιστής είναι αναγκαίο και αναπόσπαστο κομμάτι ακόμα και σε ένα συνεργείο, ανεξαρτήτως ηλικίας του εκάστοτε υπαλλήλου.

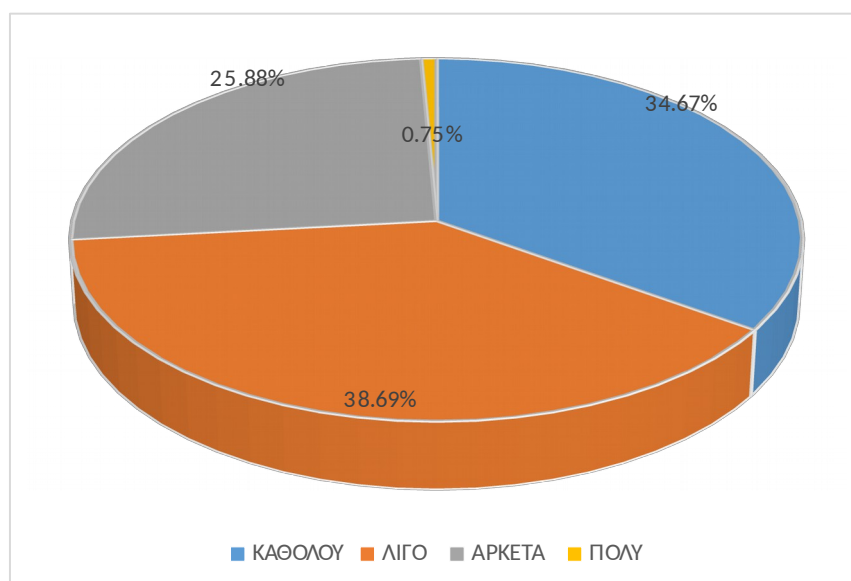
Γράφημα 6. Με ποιούς τρόπος ενημερώνεστε για την τεχνολογική εξέλιξη ;



Στο παραπάνω διάγραμμα συμπεράναμε ότι πλέον ο πιο διαδεδομένος τρόπος ενημέρωσης για τους τεχνίτες είναι το διαδίκτυο, ενώ αρκετοί είναι και αυτοί που επιμορφώνονται από τα περιοδικά και δευτερευόντως από τα βιβλία και τους συναδέλφους τους. Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία τεχνίτες (μεγάλο μέρος των οποίων δήλωσε ότι δεν ενδιαφέρεται για επιπλέον μόρφωση δικαιολογεί το μεγάλο ποσοστό που κατέχει το διαδίκτυο καθώς είναι μέσο επιμόρφωσης νεότερων γενεών.) Στην ερώτηση "Πόσο εύκολα ενημερώνεστε για τη τεχνολογική εξέλιξη των νέων συστημάτων;" το 34,75% απάντησε αρκετά εύκολα, το 34% πολύ εύκολα και το 21,75% πάρα πολύ εύκολα. Συνολικά ένα ποσοστό γύρω στο 90% θεωρεί την ενημέρωση του σε νέα τεχνολογικά ζητήματα σχετικά εύκολη και έχουν ορθά τεκμηριωμένη άποψη διότι με κυρίαρχη πηγή ενημέρωσης το διαδίκτυο, όπως απαντούν, που είναι διαθέσιμο σε όλους δεν υπολείπονται ενημέρωσης των πρωτοπόρων συστημάτων. Αυτές οι δύο ερωτήσεις και αυτά που απαντήθηκαν πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψιν. Αν οι μηχανικοί δεν αντιληφθούν την αξία των

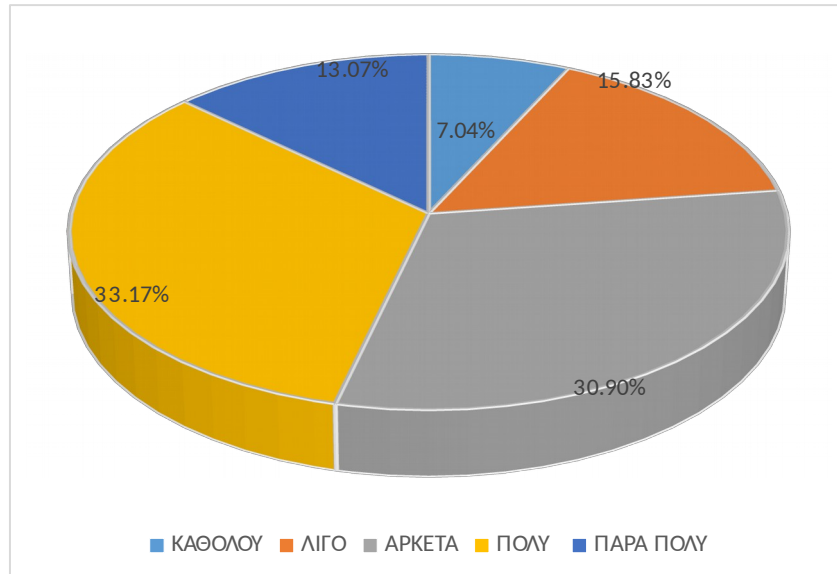
σεμιναρίων και καταφεύγουν στο διαδίκτυο για την ενημέρωσή τους τότε θα θεωρηθεί και η ίδρυση του οργανισμού μάταιη. Σαφώς, μέσω του διαδικτύου τα συνεργεία μπορούν να ενημερώνονται και να προσφέρουν ανταγωνιστικές υπηρεσίες, όμως δεν διαπιστώθηκε κάτι τέτοιο από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων.

Γράφημα 7. Υπάρχουν περιπτώσεις που αναγκαστήκατε να στείλετε πελάτες σε άλλο συνεργείο λόγω έλλειψης τεχνογνωσίας ;



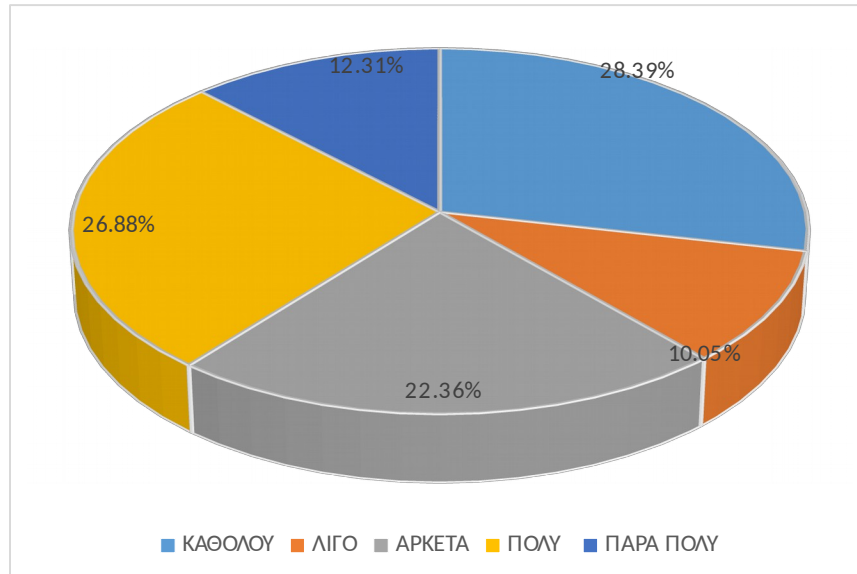
Στην συγκεκριμένη ερώτηση εξετάστηκε η συχνότητα κατά την οποία οι μηχανικοί αναγκάστηκαν να στείλουν κάποιον πελάτη σε άλλο συνεργείο λόγω έλλειψης κάποιας τεχνογνωσίας και αδυναμίας να εντοπίσουν την βλάβη. Εντύπωση προκαλούν τα ποσοστά με το 25,75% να απαντάει αρκετά συχνά, το 38,50% λίγες φορές και μόνον το 34,50% να απαντάει καθόλου σε αυτήν την ερώτηση. Η στάση συνεργείων που αναγκάζονται να αρνηθούν την παροχή υπηρεσιών σε πελάτη επειδή αδυνατούν να τους εξυπηρετήσουν δίνει πρόσφορο έδαφος στην επιχειρηματική μας ιδέα για υλοποίηση του εν λόγω οργανισμού.

Γράφημα 8. Πιστεύετε υπάρχει ανάγκη για την δημιουργία ενός οργανισμού δια βίου εκπαίδευσης για τους τεχνίτες ;



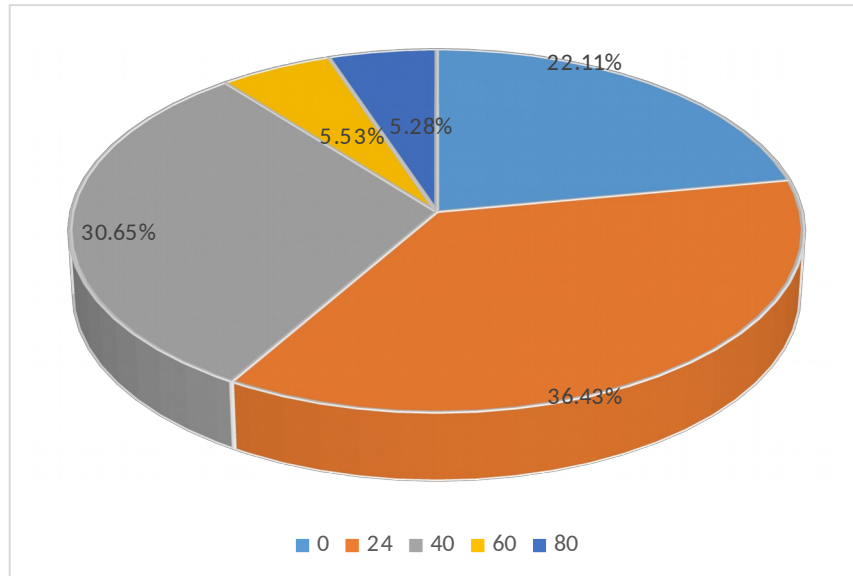
Επιπροσθέτως, η θετική προδιάθεση για την ύπαρξη του οργανισμού προκύπτει και από το 93% των τεχνιτών που πιστεύουν στην ανάγκη ενός κέντρου δια βίου μάθησης για τεχνίτες και από το 71,75% που λένε ότι θα συμμετείχαν ως μαθητευόμενοι σε αυτόν. Οι υπόλοιπες ερωτήσεις από το ερωτηματολόγιο γίνονται με σκοπό την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τη διαθεσιμότητα των μηχανικών ώστε να δούμε πότε είναι προτιμότερο να διεξαχθούν τα σεμινάρια αλλά και ποιες είναι οι ανάγκες των συνεργιών στις διάφορες υπηρεσίες που τελικά θα προσφέρει ο οργανισμός μας. Εδώ συμπεραίνουμε, ότι οι περισσότεροι τεχνίτες υποστηρίζουν την ιδέα δημιουργίας ενός οργανισμού δια βίου μάθησης , καθώς υπάρχει πρόθεση για βελτίωση σε τεχνικά θέματα, έτσι ώστε να εξελιχθεί ο τομέας και να είναι πιο ανταγωνιστικά τα συνεργεία.

Γράφημα 9. Θα συμμετείχατε σε έναν τέτοιο οργανισμό ;



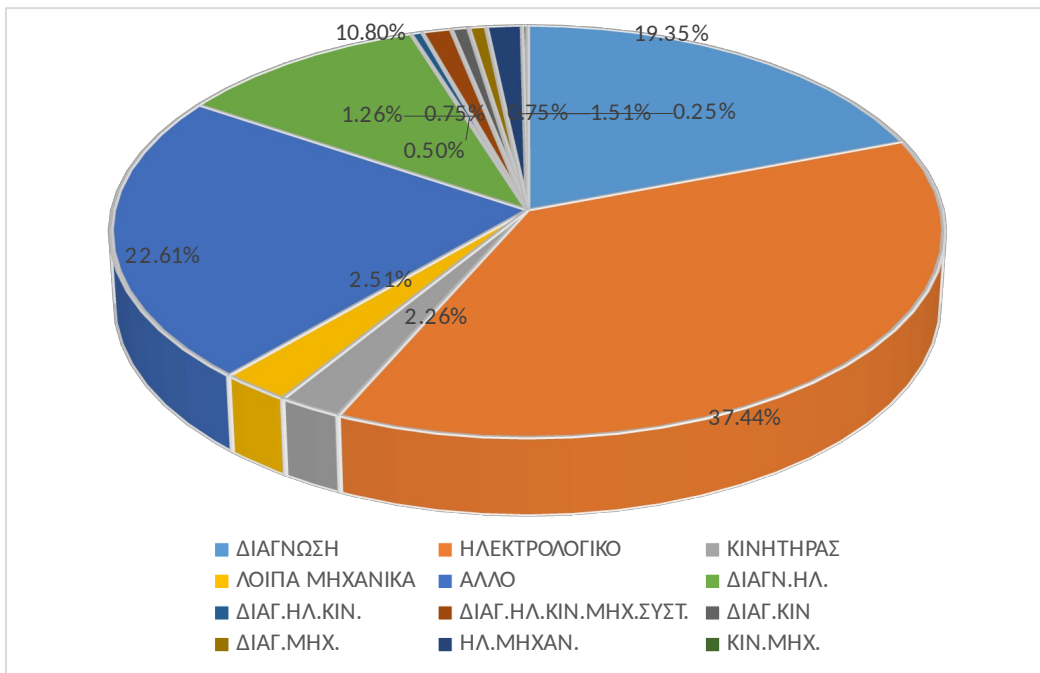
Συγκριτικά με το παραπάνω διάγραμμα, υπάρχει μια ‘‘σύγκρουση’’ απαντήσεων, καθώς πολλοί τεχνίτες υποστηρίζουν την δημιουργία του οργανισμού, αλλά δεν θα συμμετείχαν οι ίδιοι ή θα συμμετείχαν λίγο. Αυτό μπορεί να αποδοθεί στο γεγονός έλλειψης χρόνου που τους περιορίζει, είτε θεωρούν ότι ο οργανισμός, δεν μπορεί να τους δώσει περαιτέρω γνώσεις από αυτές που ήδη έχουν, κάτι που θα συναντήσουμε κυρίως στις μεγαλύτερες ηλικίες.

Γράφημα 10. Πόσες ώρες θα διαθέτατε για παρακολούθηση σε ένα έτος ;



Σχετικά με το τριετές πλάνο ολοκληρωμένης εκπαίδευσης για τους τεχνίτες, υπάρχει ένα ποσοστό 22% που θεωρεί ότι δεν θα αφιέρωνε χρόνο για ένα τέτοιου είδους πρόγραμμα. Από την άλλη πλευρά, το υπόλοιπο 78% είναι διατεθειμένο να συμμετέχει αφιερώνοντας είκοσι τέσσερις έως σαράντα ώρες ετησίως. Από αυτούς, ένα πολύ μικρό ποσοστό είναι διατεθειμένο, προκειμένου να αποκτήσει μια σωστή και ολοκληρωμένη εκπαίδευση στα διάφορα επίκαιρα τεχνολογικά ζητήματα, να διαθέσει εξήντα έως ογδόντα ώρες ετησίως. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι οι περισσότεροι μηχανικοί προτιμούν να αφιερώνουν χρόνο για την εκπαίδευση τους τις καθημερινές ημέρες, μετά το πέρας της δουλειάς τους. Όντας οι περισσότεροι οικογενειάρχες δεν δύναται να διαθέσουν το σαββατοκύριακο τους, κάτι που θα έχει αντίκτυπο στις οργανώσεις ημερίδων, αλλά και στην περίπτωση που ο εν λόγω οργανισμός ιδρυθεί σε συνεργασία με το Τ.Ε.Ι. Πειραιά και χρησιμοποιεί τις αίθουσες του, είναι πολύ πιθανό να έρχεται συνεχώς σε σύγκρουση με το πρόγραμμα των προπτυχιακών φοιτητών για τη διαθεσιμότητα των αιθουσών. Στο παραπάνω διάγραμμα βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό προτίμησε να επιλέξει τις λιγότερες δυνατές ώρες για λόγους μειωμένου χρόνου αλλά και χαμηλής οικονομικής δυνατότητας, καθώς θεώρησαν αυτονόητο ότι οι περισσότερες ώρες εκπαίδευσης θα κοστίζουν και περισσότερο.

Γράφημα 11. Σε ποιο τομέα θεωρείται ότι έχετε επιτακτική ανάγκη για εκπαίδευση ;

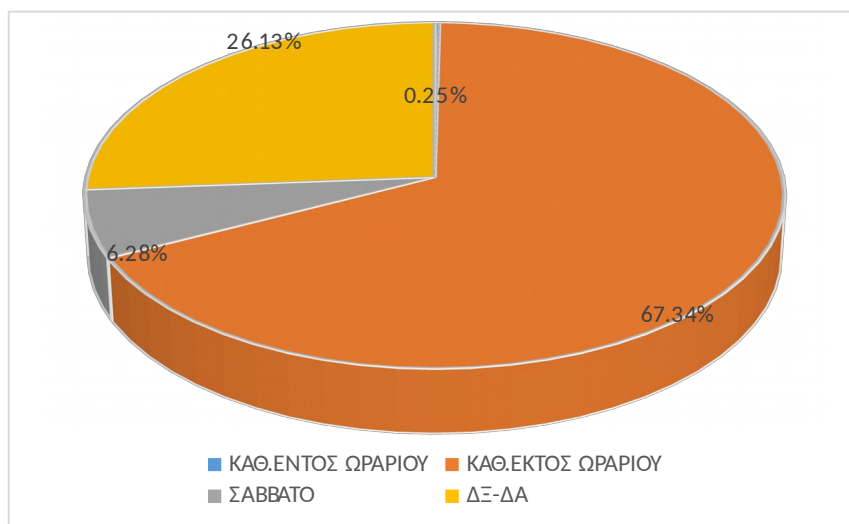


Στη συνέχεια, στην ερώτηση "Σε ποιο τομέα θεωρείτε ότι έχετε επιτακτική ανάγκη για εκπαίδευση?", το 37,25% συμμερίζεται την άποψη ότι είναι αναγκαία η εκπαίδευση τους στον ηλεκτρολογικό τομέα, το 19,25% θεωρεί ότι είναι προτιμότερο να δοθεί έμφαση στο πως θα γίνεται αποτελεσματική διάγνωση του προβλήματος που προκαλεί πρόβλημα στη λειτουργία του οχήματος ώστε να μην έρχονται αντιμέτωποι με πρωτόγνωρες καταστάσεις και χρειάζονται βοήθεια για τη διάγνωση της κατάστασης.

Επιπλέον, ένα ποσοστό ίσο με 10,75% χαρακτηρίζει αναγκαία την εκπαίδευση στη διάγνωση των ηλεκτρολογικών ζητημάτων ενώ το υπόλοιπο δείγμα κατανέμεται με πολύ μικρά ποσοστά σε άλλες δραστηριότητες που μπορεί να θεωρούν σημαντικές. Σε αυτό το γράφημα παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των τεχνιτών δήλωσε ανάγκη για εκπαίδευση στον ηλεκτρολογικό τομέα κάτι που προκύπτει ως λογικό διότι η γνώση τους είναι κυρίως μηχανολογικής φύσης και επιπροσθέτως η τεχνολογία στο ηλεκτρολογικό κομμάτι εξελίσσεται συνεχώς. Μεγάλο είναι το ποσοστό και στο κομμάτι της διάγνωσης, καθώς πολύ τεχνίτες μας ενημέρωσαν ότι δεν είχαν την οικονομική δυνατότητα να αγοράσουν ένα αξιόπιστο διαγνωστικό ενώ αυτοί που χρησιμοποιούσαν διαγνωστικά μας ενημέρωσαν ότι οι ενδείξεις που παρουσίαζαν ήταν αρκετές φορές λανθασμένες. Μεγάλο ποσοστό

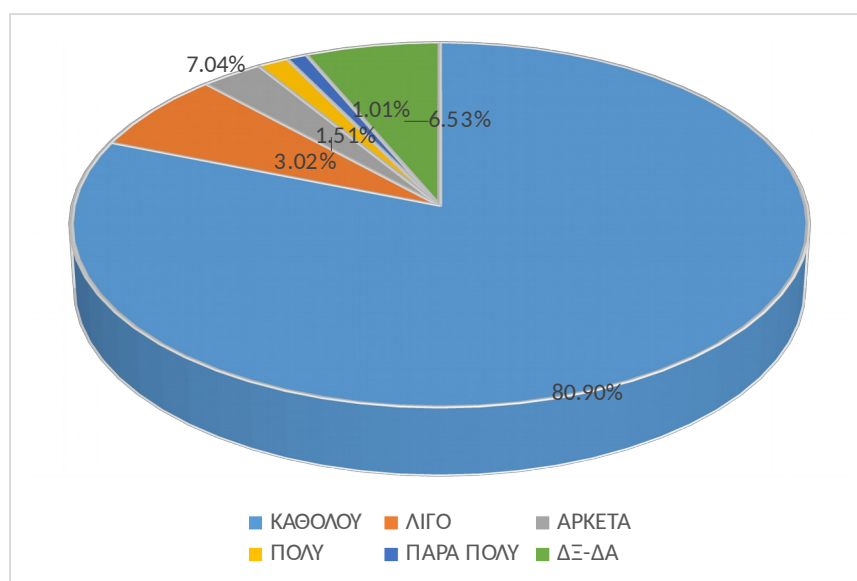
ανάγκης παρουσιάζουν και άλλες δυσκολίες που καλούνται να αντιμετωπίσουν αναφερόμενοι στην εξέλιξη της τεχνολογίας που επέρχεται στον τομέα.

Γράφημα 12. Ποιό θα ήταν για εσάς το ιδανικό ωράριο παρακολούθησης των μαθημάτων ;



Τα ωράρια που προτιμούν είναι τεχνίτες για τα μαθήματα είναι κυρίως καθημερινές μέρες και πάντα σε ώρες εκτός εργασίας.

Γράφημα 13. Θα προτιμούσατε τα μαθήματα να γίνονται μέσω Ίντερνετ ;

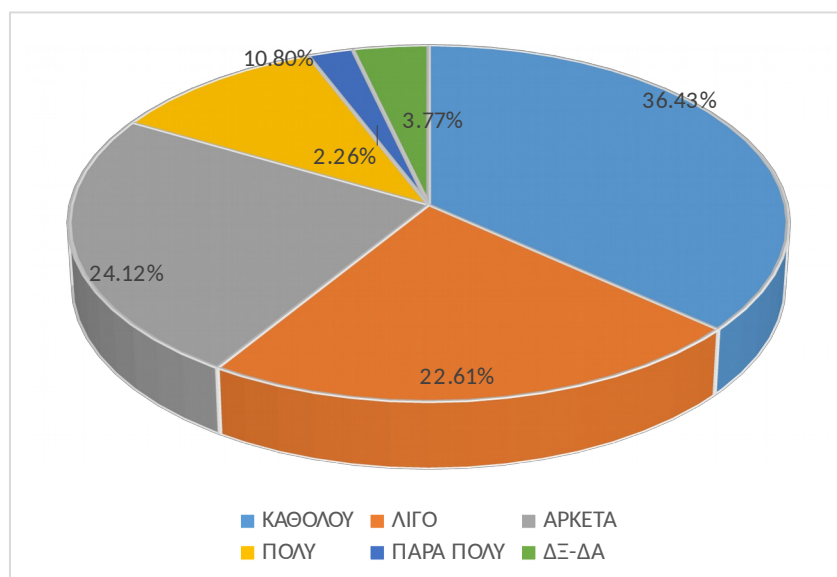


Ζώντας στην εποχή του διαδικτύου, είναι εύλογη η ερώτηση αν οι μηχανικοί είναι οικείοι ή θα προτιμούσαν αντί για τον πατροπαράδοτο τρόπο διδασκαλίας σε αίθουσα, να παρακολουθούν σεμινάρια μέσω διαδικτύου. Δεδομένου την πρακτική φύση του επαγγέλματος, η πλειοψηφία, συγκεκριμένα ποσοστό 80,50%, εξέφρασε την προτίμηση της για τα μαθήματα σε αίθουσες εργαστηρίων, όπου θα παρακολουθούν από κοντά ή και θα συμμετέχουν σε αυτά για την απόκτηση της γνώσης. Η παρακολούθηση εξ αποστάσεως όπως και η ύπαρξη μιας βάσης δεδομένων επίλυσης τεχνικών θεμάτων χωρίς να μπορεί ο λήπτης της πληροφορίας να εφαρμόζει αυτά που μαθαίνει ή και να ρωτάει για απορίες κάποιον που μπορεί να τον βοηθήσει, δεν είναι ο τρόπος διδασκαλίας που επιλέγουν οι μηχανολόγοι αυτοκινήτων της αγοράς. Για αυτό το λόγο, αν και το 82,75% θεωρεί την ύπαρξη μιας βάσης δεδομένων, ή οποία θα βοηθάει στην επίλυση τεχνικών ζητημάτων, σχετικά έως καθόλου αναγκαία, ένα άλλο ποσοστό 71,00% θεωρεί την ύπαρξη γραμμής υποστήριξης για επίλυση τεχνικών ζητημάτων, όπου οι μηχανικοί θα συζητούν για το θέμα που αντιμετωπίζουν και ποιος θα είναι ο αποτελεσματικότερος τρόπος επίλυσής τους, από πάρα πολύ αναγκαία έως αρκετά αναγκαία. Σε αυτό το γράφημα παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (4/5 άτομα!) δήλωσαν ότι τα διαδικτυακά μαθήματα δεν θα είναι το ίδιο αποδοτικά όσο τα μαθήματα σε κοινή συνέντευξη αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι θεώρησαν ότι μέσω διαπροσωπική επαφής θα υπάρχει καλύτερη επικοινωνία καθώς και θα μπορούν να δουν από κοντά τυχόν νέα τεχνολογικά συστήματα και να ανταλλάξουν απόψεις.

Παρακάτω γίνεται λόγος και για άλλες επιμέρους, υποστηρικτικές υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει το κέντρο δια βίου μάθησης και ποια είναι η ανάγκη της αγοράς για αυτές. Για παράδειγμα, εάν, εκτός από γραμμή υποστήριξης επίλυσης τεχνικών θεμάτων μπορεί να δημιουργηθεί μια γραμμή υποστήριξης εύρεσης του κατάλληλου ανταλλακτικού ή κάποιο πρόγραμμα διαχείρισης αποθήκης ή και ακόμα πρόγραμμα διαχείρισης πελατών. Υπάρχουν πολλά είδη αυτοκινήτων, αρκετές εταιρείες που κατασκευάζουν οχήματα και μια μεγάλη ποικιλία μοντέλων αυτοκινήτων που αυξάνεται ανά τα έτη με αποτέλεσμα να καθίσταται αρκετές φορές δύσκολο να βρεθεί άμεσα το κατάλληλο ανταλλακτικό. Με την έννοια του καταλληλότερου ανταλλακτικού οι μηχανικοί εννοούν ότι το ανταλλακτικό πρέπει να είναι υψηλής ποιότητας και κατάλληλο για το τύπο του αυτοκινήτου στο οποίο πρόκειται να τοποθετηθεί και όχι απαραίτητα να είναι κάποιο φθηνό εξάρτημα ή εξάρτημα που

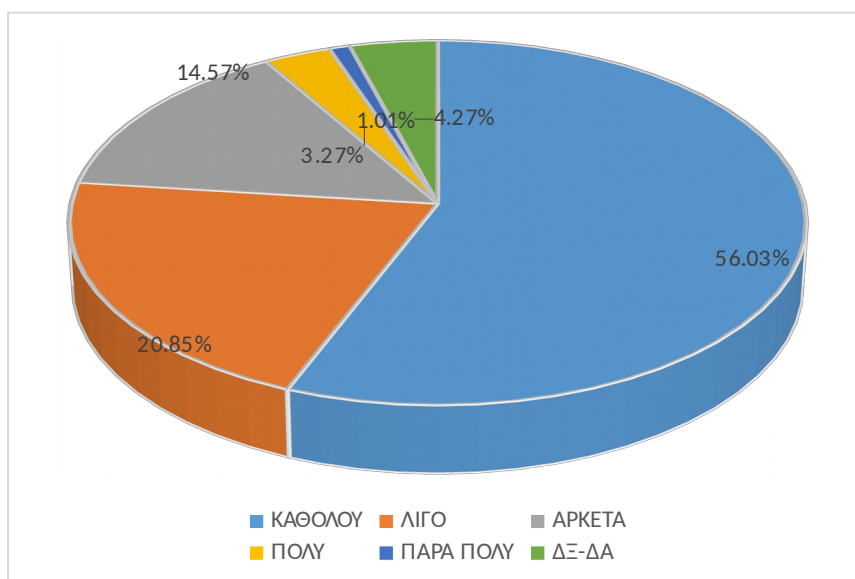
έχουν ξανά χρησιμοποιήσει σε άλλη περίπτωση πελάτη. Η οποιαδήποτε βοήθεια των συνεργείων σε θέματα εύρεσης άμεσα του καταλληλότερου ανταλλακτικού είναι σημαντική και αυτό υποστηρίζεται και από το 99,50% των ερωτηθέντων μηχανολόγων. Επιπροσθέτως, και ολοκληρώνοντας το ερωτηματολόγιο, παρατηρούμε ότι και στις δύο περιπτώσεις, πάνω από το μισό του δείγματος θεωρεί πάρα πολύ αναγκαίο ένα λογισμικό διαχείρισης αποθήκης (56% των ιδιοκτητών των συνεργείων) και ένα λογισμικό διαχείρισης πελατών (55,50% των ιδιοκτητών των συνεργείων).

Γράφημα 14. Πιστεύεται υπάρχει ανάγκη για την ύπαρξη βάσης δεδομένων ;



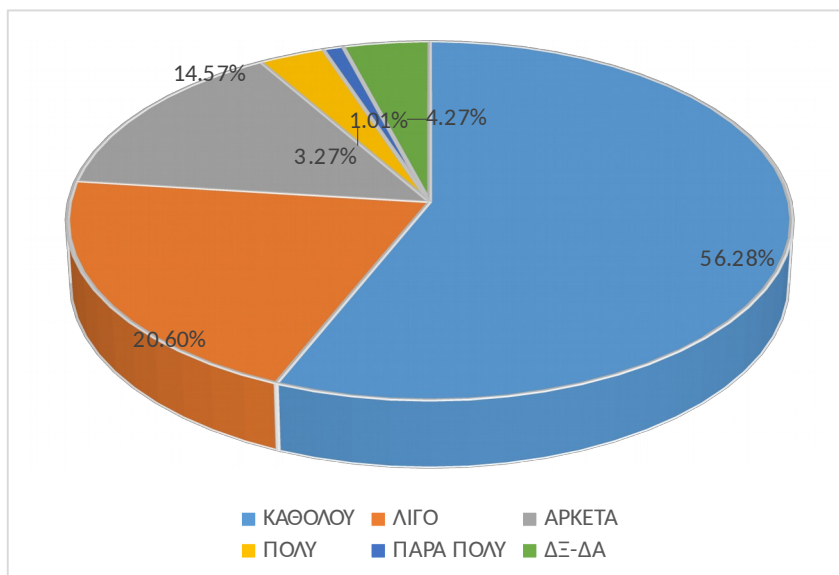
Σε αυτό το γράφημα παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό δηλώνει ότι δεν υπάρχει μεγάλη ανάγκη για βάση δεδομένων γιατί η ευκολότερη εκμάθηση γίνεται από κοντά. Ωστόσο, αρκετοί δήλωσαν ότι θα ήταν χρήσιμο να υπάρχει ανεξάρτητα από την χρήση της.

Γράφημα 15. Έχετε ανάγκη για πρόγραμμα λογιστηρίου ;



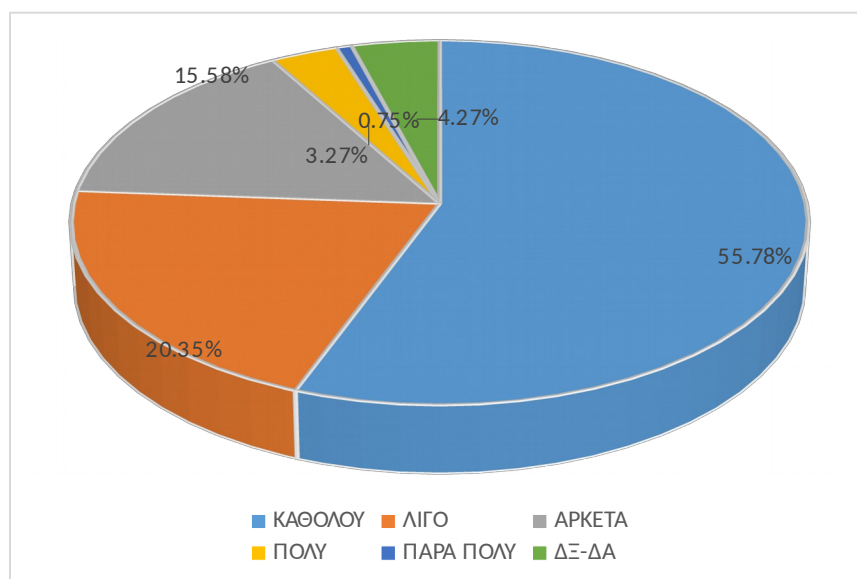
Στο παραπάνω γράφημα παρατηρούμε ότι δεν υπάρχει μεγάλη ανάγκη για πρόγραμμα λογιστηρίου.

Γράφημα 16. Έχετε ανάγκη για πρόγραμμα διαχείρισης αποθήκης ?



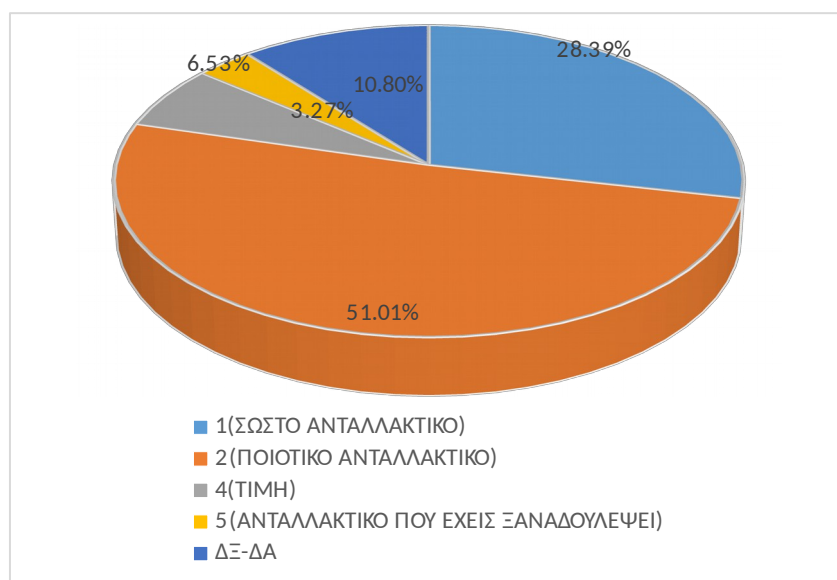
Στο παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι δεν υπάρχει μεγάλη ανάγκη για πρόγραμμα αποθήκης καθώς η οικονομική κρίση που επικρατεί έχει αναγκάσει τους τεχνίτες να μην έχουν μεγάλο απόθεμα στις αποθήκες τους.

Γράφημα 17. Έχετε ανάγκη για πρόγραμμα διαχείρισης πελατών ;



Στο παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό δεν έχει ανάγκη διαχείρισης πελατών.

Γράφημα 18. Με ποιά σειρά προτεραιότητας θα επιλέγατε το κατάλληλο ανταλλακτικό προς επισκευή ;



Σε αυτό το διάγραμμα παρατηρούμε ποσοστό των τεχνιτών προτίμησε τα ανταλλακτικά που χρησιμοποιούν να είναι ποιοτικά κατά κύριο λόγο, δευτερευόντως να είναι σωστά ενώ λίγοι είναι αυτοί που θεώρησαν ότι η τιμή πρέπει να παίζει σημαντικό ρόλο σε σχέση με την καταλληλότητα του ανταλλακτικού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

5.1. Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο θα συγκρίνουμε τα στοιχεία που συλλέξαμε από την έρευνα με την κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα στον τομέα των συνεργείων αυτοκινήτων και των τεχνιτών.

5.2. Συμπεράσματα της έρευνας

Μετά το τέλος της έρευνας βγήκαν χρήσιμα συμπεράσματα τα οποία είναι ικανά να μας βοηθήσουν στην σύσταση και στην λειτουργία του οργανισμού. Καταρχάς, ένα πολύ χρήσιμο στοιχείο που αποκομίσαμε είναι η ηλικία που πρέπει να στοχεύσει ο οργανισμός. Από τα διαγράμματα παρατηρούμε ότι στο συγκεκριμένο κλάδο εργασίας η κυρίαρχη ηλικία είναι άνω 35 ετών ενώ η εισαγωγή νέων ατόμων στον κλάδο παρουσιάζεται σχετικά μειωμένη σε σχέση και με τα παλαιότερα χρόνια φαινόμενο που οφείλεται στην οικονομική κρίση. Από την προσωπική μας εμπειρία και τις αντιδράσεις που λάβαμε κατά την διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας παρατηρήσαμε ότι τα άτομα ηλικίας μεγαλύτερης των 55 ετών έδειξαν μια σχετική αδιαφορία για συμμετοχή στον οργανισμό για τον απλό λόγο ότι η επαγγελματική τους καριέρα βρίσκεται πλέον στην δύση της. Αντίθετα μεγαλύτερο ζήλο και διάθεση για συμμετοχή στον οργανισμό έδειξαν οι τεχνίτες μέσης ηλικίας οι οποίοι μας τόνισαν κάποια επιπλέον προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα συνεργεία τους. Τα νεαρότερα σε ηλικία άτομα κρατούσαν μια πιο παθητική στάση, συμπέρασμα που προκύπτει ως πλήρως λογικό αν αναλογιστούμε την μικρή επαγγελματική εμπειρία που έχουν.

Η αναγκαιότητα για την ύπαρξη του οργανισμού προκύπτει από τα στοιχεία της έρευνας όσον αφορά τις περιπτώσεις που οι τεχνίτες κλήθηκαν να στείλουν κάποιον πελάτη τους σε άλλο συνεργείο και παρατηρούμε από την έρευνα ότι τουλάχιστον μια φορά οι τεχνίτες αναγκάστηκαν να το κάνουν, όπως επίσης και από το γεγονός ότι υπάρχει τομείς στους οποίους οι τεχνίτες έχουν ανάγκη για επιμόρφωση. Τα μέσα με

τα οποία ο οργανισμός καλείται να πραγματοποιήσει το εκπαιδευτικό του πλάνο όπως συμπεράναμε από τις συζητήσεις που είχαν είναι κατά προτίμηση τρόποι επικοινωνίας που τους φέρνουν τους τεχνίτες σε άμεση επαφή χωρίς αυτό να σημαίνει ότι πρέπει να αποκλειστούν εντελώς τα άλλα μέσα. Ένας ακόμα παράγοντας που είναι άξιος αναφοράς είναι ο χρόνος ο οποίος όπως φαίνεται σπανίζει συνήθως στα τεχνικά επαγγέλματα, με την πλειοψηφία των τεχνιτών να επιλέγει τις λιγότερες δυνατές ώρες εβδομαδιαία. Ο αριθμός ωστόσο είναι λογικός (24 έως 40 ώρες το έτος) αν αναλογιστούμε ότι και στην πραγματοποίηση σεμιναρίων κατά την διάρκεια ενός έτους οι ώρες θεωρούνται έως υπεραρκετές.

Τέλος, θα αναφερθούν κάποια προβληματισμοί που μοιράστηκαν μαζί μας οι τεχνίτες όσον άφορα το αντικείμενο της εργασίας τους. Αρκετοί από αυτούς τόνισαν το γεγονός ότι βρίσκονται σε έναν άτυπο πόλεμο με τις μεγάλες αντιπροσωπείες αυτοκινήτων και τα μέσα που χρησιμοποιούν για απορροφήσουν όλο το εύρος των πελατών. Τα συνήθεις μέσα είναι κάποιες οικονομικές διευκολύνσεις στην παροχή άλλων υπηρεσιών όπως η μειωμένη ασφάλιση του οχήματος και άλλα πιο πρακτικά μέσα, παραδείγματος χάρη οχήματα εξυπηρέτησης πελατών για όσο χρονικό διάστημα παραμένει το όχημα εντός του συνεργείου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για την διαδικασία της έρευνας και της προ-έρευνας ήταν :

Πώς να συντάξετε μια επιστημονική εργασία: οδηγός ερευνητικής μεθοδολογίας. Bell, J., (2007). Αθήνα: Μεταίχμιο.

Η συγγραφή επιστημονικής εργασίας: από τη θεωρία στην πράξη.-Θεοφιλίδης, Χ., (2002). Αθήνα: Γ. Δαρδανός.

Εισαγωγή στη μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας: προς ένα συστηματικό δυναμικό μοντέλο μεθοδολογίας επιστημονικής έρευνας.-Δημητρόπουλος, Ε., (2004). Αθήνα: Έλλην.

Μέθοδοι και τεχνικές ανάλυσης στην ποιοτική και κοινωνική έρευνα.-Τσιώλης Γιώργος (2014). Αθήνα: Κριτική.

ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ

Ιστοσελίδες που μπορούν να βρεθούν οι παραπάνω έρευνες:

- 1) [http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/All/227C48E4CFFC0F17C22576560030A6DF/\\$file/ADULT_EDUCATION_SURVEY-2016-EL-310118.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/All/227C48E4CFFC0F17C22576560030A6DF/$file/ADULT_EDUCATION_SURVEY-2016-EL-310118.pdf?OpenElement)
- 2) <http://www.publicissue.gr/wp-content/uploads/2011/02/conclusions-dia-viou-2011.pdf>
- 3) <http://www.pi-schools.gr/lessons/tee/mechanical/>