

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ: Σ. Δ. Ο.**

**ΤΜΗΜΑ: ΔΟΠΗΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

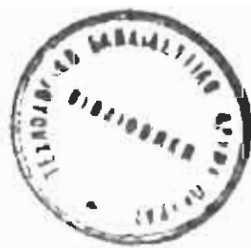
**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**



**Οργάνωση και λειτουργεία  
της NISSAN**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: Ν. ΚΑΝΑΒΟΣ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΙΔΟΥ ΕΛΕΝΗ**



**ΠΑΤΡΑ 1995**

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ**

ΣΧΟΛΗ: Σ. Δ. Ο.

ΤΜΗΜΑ: ΔΟΙΗΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**



**Οργάνωση και λειτουργία  
της NISSAN**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: Ν. ΚΑΝΑΒΟΣ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΙΔΟΥ ΕΛΕΝΗ**

**ΠΑΤΡΑ 1995**

|                      |       |      |
|----------------------|-------|------|
| ΑΡΙΘΜΟΣ<br>ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ | 16456 | 5620 |
|----------------------|-------|------|

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

|   | Σελ. |
|---|------|
| Οικονομικά στοιχεία του κλάδου            | 1    |
| Ίδρυση και τρόπος λειτουργίας της NISSAN  | 7    |
| Εξέλιξη της NISSAN                        | 9    |
| Τεχνολογία της NISSAN                     | 10   |
| Τα νέα μοντέλλα της NISSAN                | 12   |
| Φροντίδα της NISSAN για το περιβάλλον     | 16   |
| Οι πωλήσεις της NISSAN του 1994           | 19   |
| Ίδρυση της επιχείρησης Θεοχαράκη Α.Ε.     | 22   |
| Εργοστάσιο Βόλου                          | 26   |
| Διαδικασία συναρμολόγησης                 | 29   |
| Η ΤΕΟΚΑΡ φτιάχνει το "δικό μας" Sunny     | 35   |
| Οι Ιάπωνες είχαν προβλέψει                | 40   |
| Γιατί βούλιαξε η ΤΕΟΚΑΡ                   | 42   |
| Ισολογισμός                               | 46   |
| Διερεύνηση χρηματοοικονομικής λειτουργίας | 48   |
| Κάθετες μονάδες                           | 59   |
| Φροντίδα για το πελάτη                    | 63   |
| Το νέο πρόσωπο της NISSAN του 2000        | 68   |
| ΕΡΕΥΝΑ                                    |      |
| Τα αυτοκίνητα έχουν εισβάλει στην ζωή μας | 70   |
| Παράρτημα Α. (Διαγράμματα)                | 78   |
| Παράρτημα Β. (Πίνακες)                    | 82   |

## ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.

Το φρενάρισμα των κερδών των περισσότερων εισαγωγικών εταιρειών αυτοκινήτων οδήγησε σε μείωση των επενδυτικών προγραμμάτων τα οποία όμως λόγω ύφεσης της εν λόγω αγοράς, εξακολούθησαν να υλοποιούνται τόσο κατά το 1994 όσο και τους πρώτους μήνες του τρέχοντος έτους. Έτσι παρά το γεγονός ότι το 1994 ο κλάδος του αυτοκινήτου ήταν απο τους λίγους κλάδους που εμφάνισαν μείωση πωλήσεων (οι διαστάσεις της αγοράς ήταν μειωμένες κατά 28%), η επενδυτική δραστηριότητα εμφάνισε και κατά το 1995 ιδιαίτερη ανθεκτικότητα. Αν μάλιστα λάβει κανείς υπόψη του ότι οι επιχειρήσεις αυτές είναι αμιγώς εμπορικές, τότε το επίπεδο των επενδεδυμένων κεφαλαίων είναι σχετικά υψηλό.

Η διατήρηση θετικού επενδυτικού κλίματος στον κλάδο, με επενδύσεις μερικών δεκάδων δισεκατομμυρίων δραχμών, αποτελεί ίσως μια έμμεση επιβεβαίωση της εκτίμησης ότι τα πράγματα στην αγορά αυτοκινήτου δεν είναι τόσο τραγικά όσο τουλάχιστον τα παρουσιάζουν ορισμένες εταιρίες. Τα συνεχή παράπονα των τελευταίων για τις οικονομικές δυσκολίες απο τη δραματική μείωση των πωλήσεων δεν φαίνεται να ανταποκρίνονται πλήρως στην πραγματικότητα.

Αυτό άλλοστε δείχνουν οι αριθμοί. Οι εταιρείες - τόσο οι εισαγωγικές όσο και οι συνεργαζόμενοι έμποροι - επενδύουν σημαντικά κεφάλαια είτε στην κατεύθυνση εκσυγχρονισμού των εγκαταστάσεών τους, είτε στην δημιουργία σιστημάτων πληροφορικής που θα τους δώσουν τη δυνατότητα καλύτερης

λειτουργίας του εμπορικού δικτύου και ευχερέστερης εξυπηρέτησης των πελατών τους. Ορισμένες μάλιστα μεγάλες εισαγωγικές εταιρείες έχουν προχωρήσει σε σημαντικές επενδύσεις, όπως η δημιουργία μεγάλων κέντρων ανταλλακτικών. Πάντως αυτοί που σήμερα επενδύουν θα είναι οι νικητές της αυριανής ημέρας.

Ανάμεσα στα σημαντικότερα επενδυτικά σχέδια που καταρτίστηκαν και υλοποιήθηκαν κατά το περασμένο διάστημα, είτε βρίσκονται στο στάδιο της υλοποίησης, είναι και τα παρακάτω:

**Πρώτον:** οι επενδύσεις της Fiat Auto Hellas και του δικτύου της, οι οποίες το 1994 για μεν τη Fiat ανήλθαν σε 1,1 δις δραχμές, για την Alfa Romeo σε 400 εκατομμύρια δραχμές. Στις επενδύσεις αυτές συμπεριλαμβάνονται νέες εγκαταστάσεις σε όλη την Ελλάδα, εξοπλισμός συνεργείων, σύστημα που προσφέρει τη δυνατότητα on line παραγγελίας αυτοκινήτου από τον πελάτη κατευθείαν από το εργοστάσιο, κεντρική αποθήκη ανταλλακτικών Alfa Romeo (εκτός από την υπάρχουσα της Fiat), καθώς επίσης και επιμέρους συστήματα πληροφορικής.

Οι νέες επενδύσεις της Fiat Auto Hellas για το 1995 είναι της τάξεως του 1 δις. δραχμών. Οι επενδύσεις αυτές στοχεύουν κυρίως σε βελτίωση συστημάτων οργάνωσης και πληροφορικής μεταξύ των ολοκληρωμένων μονάδων-πωλήσεις, ανταλλακτικά, service-, της θυγατρικής εταιρείας και του εργοστασίου, καθώς επίσης και σε συστήματα ανεύρεσης αυτοκινήτων (από πανευρωπαϊκό στοκ) και ανταλλακτικών. Ας σημειωθεί ότι οι συνολικές επενδύσεις της Fiat Auto Hellas και του δικτύου ολοκληρωμένων μονάδων στην Ελλάδα ως το 1993 ανέρχονται σε 7 δις. δραχμές.

**Δεύτερον:** η άλλη μεγάλη εισαγωγική εταιρεία αυτοκινήτων - η Toyota Hellas - συνεχίζοντας τον εκσυγχρονισμό του εμπορικού της δικτύου, που πολλοί χαρακτηρίζουν το αρτιότερο του κλάδου, έχει εκπονήσει ένα φιλόδοξο επενδυτικό πρόγραμμα. Το πρόγραμμα αυτό αφορά την εγκατάσταση ενός υπερσύγχρονου μηχανογραφικού συστήματος, με στόχο την αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό της οργανωτικής υποδομής και τον υπηρεσιών υποστήριξης των προϊόντων της. Το συνολικό κόστος της επένδυσης εκτιμάται ότι θα ανέλθει στο ποσό των 500 εκατομμυρίων δραχμών. Από τη συνολική αυτή επένδυση δαπανήθηκε ήδη κατά τη διάρκεια του 1994 ποσό 167 εκατομμυρίων δραχμών και για το 1995 έχουν προϋπολογισθεί δαπάνες ύψους 235 εκατομμυρίων δραχμών.

**Τρίτον:** οι επενδύσεις της Biamax συνολικού ύψους 1,2 δις. δραχμών που αφορούν εγκαταστάσεις και κυρίως το δίκτυο αντιπροσώπων. Η Biamax, η οποία ως γνωστόν εμπορεύεται τα αυτοκίνητα Rover, επέμεινε επενδυτικά, παρά το γεγονός ότι ελέγχει σχετικά μικρό μερίδιο αγοράς (περίπου 3%)

**Τέταρτον:** σημαντικά κεφάλαια έχει επενδύσει η Hyundai Hellas, η οποία αν και νέα εταιρεία δείχνει ξεχωριστό...«θράσος», υπερσκελίζοντας στον τομέα των επενδύσεων παραδοσιακά συγκροτήματα του κλάδου. Η εταιρεία αυτή υλοποιεί δύο σημαντικά κατασκευαστικά έργα, ύψους 1,8 δισεκατομμυρίων δραχμών. Το κυριότερο από αυτά είναι οι νέες κτιριακές εγκαταστάσεις στην Ελευσίνα. Το νέο κτιριακό συγκρότημα περιλαμβάνει κτίριο γραφείων, υπόγειο πάρκινγκ, κεντρική αποθήκη ανταλλακτικών, σύγχρονη μονάδα προετοιμασίας αυτοκινήτων και κέντρο τεχνικής εκπαίδευσης.

Η δεύτερη μεγάλη επενδυτική δραστηριότητα της Hyundai Hellas είναι η νέα κάθετη μονάδα επί της λεωφόρου Κηφισίας, στο ύψος Χαλανδρίου. Η νέα μονάδα περιλαμβάνει εκθεσιακό χώρο, αποθήκη ανταλλακτικών, τεχνική υποστήριξη και εξυπηρέτηση και ανταλλαγές μεταχειρισμένων αυτοκινήτων. Η Hyundai Hellas προχωρεί επίσης στην on line σύνδεση των αντιπροσώπων με την κεντρική αντιπροσωπεία.

**Πέμπτον:** σημαντικές επενδύσεις υλοποιεί επίσης η Τεχνοκάρ (Seat) και η Βακάρ (Saab), δύο εκ των επιχειρήσεων του ομίλου του κ. Βασιλάκη. Το 1994 η επιχείρηση έκανε επενδύσεις σε ακίνητα της τάξεως του 1 δις. δραχμών, ενώ για το 1995 θα επενδύσει άλλα 500 εκατομμύρια δραχμές, που αφορούν νέες εγκαταστάσεις σε γραφεία, αποθήκες ανταλλακτικών και προετοιμασία αυτοκινήτων. Ταυτοχρόνως, έχει εκπονήσει ένα πρόγραμμα ανάπτυξης του δικτύου. Έτσι, το 1994 ολοκληρώθηκαν 10 νέες εγκαταστάσεις και το 1995 θα έχουμε άλλες 12 νέες εγκαταστάσεις σε όλη την Ελλάδα.

**Έκτον:** η επιχείρηση Lion Hellas η οποία ως γνωστόν εισάγει και εμπορεύεται τα αυτοκίνητα Peugeot, επένδυσε σημαντικά κεφάλαια για την δημιουργία των κεντρικών της εγκαταστάσεων. Οι τελευταίες, οι οποίες θεωρούνται οι καλύτερες από όλες τις αντιπροσωπείες, έχουν απορροφήσει συνολικά κεφάλαια 2,5 δις. δραχμών. Το επενδυτικό πρόγραμμα της επιχείρησης βρίσκεται ωστόσο σε εξέλιξη. Κατά το 1994 επενδύθηκε ποσό ύψους 150 εκατομμυρίων δραχμών, ενώ για τη διετία που διανύουμε - δηλαδή το 1995 και 1996 - έχει αρχίσει να υλοποιείται επένδυση ύψους 280 εκατομμυρίων δραχμών. Τα ποσά αυτά αφορούν την επέκταση του μηχανογραφικού εξοπλισμού της εταιρείας. Επίσης μεγάλο μέρος των νέων



επενδύσεών της θα κατευθυνθεί στη δημιουργία σύγχρονων εγκαταστάσεων της εταιρείας στη Θεσσαλονίκη.

**Έβδομον:** σημαντικά επενδυτικά σχέδια υλοποιούν επίσης πολλοί dealers εισαγωγικών εταιρειών αυτοκινήτων. Τα σχέδια μάλιστα αυτά σε ορισμένες περιπτώσεις δεν έχουν τίποτε να ζηλέγουν από αυτά των κεντρικών αντιπροσώπων. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της εταιρείας «Προμότη», η οποία είναι ο μεγαλύτερος αντιπρόσωπος της Mercedes Benz Hellas στη χώρα μας. Την τριετία 1993-1995 η «Προμότη» υλοποιεί επενδύσεις συνολικού ύψους 1,7 δισ. δραχμών.

**Όγδοον:** το Κέντρο Διανομής Ανταλλακτικών της Nissan στον Ασπρόπυργο, που ολοκληρώθηκε κατά το 1994, απαίτησε κεφάλαια 2,5 δισεκατομμυρίων. Το επενδυτικό αυτό σχέδιο του ομίλου επιχειρήσεων Βασίλη Θεοχαράκη αποτελεί χαρακτηριστική περίπτωση των υπέρογκων επενδύσεων που έχουν γίνει στον κλάδο του αυτοκινήτου. Και αυτό γιατί πραγματοποιήθηκε σε μια εποχή κατά την οποία ορισμένες από τις επιχειρήσεις του ομίλου εμφάνισαν τρομακτικές ζημιές. Ζημιές οι οποίες σε άλλη περίπτωση θα ακύρωναν κάθε σκέψη για επενδύσεις.

1. Η μείωση της εγχώριας αγοράς αυτοκινήτου κατά το 1994 είχε την αντανάκλασή της στα οικονομικά αποτελέσματα των εταιρειών εμπορίας.

3. Η μείωση κατά 28% της συνολικής αγοράς είχε ως συνέπεια να μειωθούν τα καθαρά κέρδη των εταιρειών. Σύμφωνα με τα στοιχεία που έδωσαν οι εταιρείες τα συνολικά κέρδη έξι (6) μεγάλων επιχειρήσεων μειώθηκαν από 6 δισ. δραχμές το 1993 σε 5 δισ. δραχμές το 1994. Οι πωλήσεις των επιχειρήσεων παρέμειναν σχεδόν στα ίδια επίπεδα.

Η Toyota Hellas, που διευθύνεται από τον καθηγητή κ. Π. Αθανασόπουλο, παρουσίασε μικρή κάμψη από 59,28 δις. δραχμές το 1993 σε 58,9 δις. δραχμές το 1994.

Η Fiat Auto Hellas εμφάνισε κατά το 1994 πωλήσεις 52 δις. δραχμών έναντι 47,2 δις. δραχμών το 1993. Τα καθαρά κέρδη της εταιρείας κατά το 1994 διαμορφώθηκαν σε 1,4 δις. δραχμές.

Η «Τεχνοκάρ» (Seat) του ομίλου επιχειρήσεων Θ. Βασιλάκη, αύξησε τις πωλήσεις της από 31,92 δις. δραχμές το 1993 σε 34 δις. δραχμές το 1994.

Η Mercedes Benz Hellas αύξησε επίσης τις πωλήσεις της από 26,29 δις. δραχμές το 1993 σε 28,76 δις. δραχμές το 1994. Η επιχείρηση «Προμότη Λαϊνόπουλος» - ο μεγαλύτερος αντιπρόσωπος της Mercedes Benz Hellas - πραγματοποίησε πωλήσεις της τάξεως των 8 δις. δραχμών κατά το 1994.

Η Lion Hellas (Peugeot), που διευθύνεται από τον κ. Ν. Μήλιο, μείωσε τις πωλήσεις της από 24,47 δις. δραχμές το 1993 σε 21,5 δις. δραχμές το 1994.

Η Hyundai Hellas, που διοικείται από τον κ. Παναγιώτη και την κυρία Ρίτσα Δάβαρη, ήταν από τις λίγες επιχειρήσεις που παρουσίασαν αύξηση - έστω και μικρή - των πωλήσεών τους. Έτσι, ο κύκλος εργασιών της Hyundai Hellas αυξήθηκε από 16,84 δις. δραχμές το 1993 σε περίπου 17,5 δις. δραχμές το 1994.

Υψηλές ήταν οι πωλήσεις της Fiat Credit, της εταιρείας που δραστηριοποιείται στην αγορά αυτοκινήτων με πίστωση και η οποία διευθύνεται από τον κ. Antonello Catani. Η Fiat Credit εμφάνισε πωλήσεις 11,4 δις. δραχμών. Συνολικά η Fiat απέσπασε το 14,8% της αγοράς αυτοκινήτων κατά το 1994 και

κατέκτησε την πρώτη θέση, ενώ την δεύτερη κατέλαβε η Toyota με μερίδιο αγοράς 10,2%.

Η «Βακάρ» (Saab), μια άλλη εταιρεία του ομίλου Βασιλάκη, αύξησε επίσης τις πωλήσεις της από 3,66 δις. δραχμές το 1993 σε 5 δις. δραχμές το 1994.

Η TOYOTA HELLAS αν και εμφάνισε σχετική μείωση των καθαρών αποτελεσμάτων της, παρουσίασε κέρδη προ φόρων 2.314.000 δρχ. κατά το 1994. Αντιστοίχως η MERCEDES BENZ HELLAS αύξησε τα καθαρά κέρδη της από 1.053.000 δρχ. το 1993 σε 1.408.000 δρχ. το 1994.

Οικονομικά στοιχεία επιχειρήσεων αυτοκινήτου το 1994.  
(πίνακας 1.1 Παράρτημα Β.)

## ΙΔΡΥΣΗ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ NISSAN

Η εταιρεία ιδρύθηκε στις 26 Δεκεμβρίου 1933, όταν η Jidosha Seizo Co, Ltd (με πρόεδρο τον Yoshisuke Aikawa) σε συνεργασία με την Nihon Sangyo Co και την Tobata Imono Co αποφάσισαν να παράγουν και να πωλούν αυτοκίνητα και ανταλλακτικά Datsun. Την 1η Ιουνίου 1934 ο NIHON SANGYO (NISSAN) πήρε στα χέρια του ολόκληρη την εταιρεία και την μετονόμασε σε NISSAN MOTOR CO LTD.

Στο εταιρικό σήμα της Nissan ο κύκλος στο φόντο είναι κόκκινος. Αυτό το κόκκινο, η μπλέ λωρίδα στη μέση και το λευκό περίγραμμα των γραμμάτων είναι τα εταιρικά χρώματα της NISSAN. Ο κόκκινος κύκλος συμβολίζει τον «ανατέλλοντα ήλιο» και την ειλικρίνεια, ενώ το μπλέ αντιπροσωπεύει το

χρώμα του ουρανού. Η βασική ιδέα που αντιπροσωπεύει αυτό το σήμα είναι «Η ειλικρίνεια φέρνει την επιτυχία».

Οι βασικές αρχές λειτουργίας της Εταιρείας είναι:

✓ Η δημιουργία αξιόπιστων μοντέλων στα οποία θα χρησιμοποιείται η τεχνογνωσία της εταιρείας, με στόχο την συνεχή κάλυψη των αυξανόμενων αναγκών της παγκόσμιας αγοράς.

✓ Η ευαισθητοποίηση στις ανάγκες των πελατών της και η προσπάθεια ικανοποίησης των απαιτήσεών τους.

✓ «Επικεντρώνση της προσπάθειας στις στάσεις που επικρατούν στις αγορές όλου του κόσμου προκειμένου να δημιουργηθεί μια δυνατή εταιρεία η οποία συνεχώς θα μεγαλώνει».

✓ Οι εργαζόμενοι στην NISSAN δέχονται τους στόχους και τα οράματα της εταιρείας και είναι πρόθυμοι κάθε στιγμή να εκμεταλλευθούν τις δυνατότητες που τους παρέχονται για να συμβάλλουν στην επίτευξη νέων στόχων.

## ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ NISSAN.

Στη δεκαετία του '60 η Nissan ξεκίνησε τις εξαγωγές της σε άλλες αγορές όπως είναι η Ευρώπη η Αμερική κ.α. Το 1976 οι εξαγωγές αγγίζουν το 1.000.000. αυτοκίνητα και η εταιρεία έγινε ένας κολοσσός στο χώρο της αυτοκινητοβιομηχανίας.

Η Ευρώπη είναι η μεγαλύτερη αυτοκινητοαγορά του κόσμου και η Nissan αντιπροσωπεύεται στην ηπειρά ήπειρο απο το 1962. Η εταιρεία σύντομα παρέχοντας υψηλής ποιότητας προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες της έχει κερδίσει την **πρώτη θέση** στην Ευρωπαϊκή ήπειρο ανάμεσα στις Ιαπωνικές εταιρείες, μια θέση που κατέχει ως τις ημέρες μας.

Η Nissan στην Ευρώπη δεν είναι μια Ιαπωνική εταιρεία αλλά έχει αποκτήσει Ευρωπαϊκό χαρακτήρα με τρία εργοστάσια:

1. Στην Μεγάλη Βρετανία.
2. Ισπανία.
3. Ελλάδα και...

Τρία κέντρα σχεδιασμού:

1. Στο Κάρφιλντ της Μ. Βρετανίας.
2. Στο Βέλγιο.
3. Στην Ισπανία.

Επίσης έχει δημιουργήσει ένα απο τα μεγαλύτερα κέντρα ανταλλακτικών στο Άμστερνταμ της Ολλανδίας που εξυπηρετεί τις ανάγκες ολόκληρης της Ευρωπαϊκής αγοράς.

Όλες οι παραπάνω δραστηριότητες συντονίζονται απο το κέντρο σχεδιασμού της στρατηγικής στην Ευρώπη που έχει τα γραφεία του στην Ολλανδία.

## ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ NISSAN.

Ένα απο τα σημεία υπεροχής της NISSAN είναι η παραγωγή αξιόπιστων μοντέλων, που είναι εφοδιασμένα με την τελευταία λέξη της τεχνολογίας και παρέχουν στον οδηγό υψηλά στάνταρς ενεργητικής και παθητικής ασφάλειας.

Οι τεχνολογικές καινοτομίες της NISSAN στο χώρο της αυτοκίνησης είναι:

✓ Νέα σειρά πολυβάλβιδων κινητήρων με κωδικό VQ-X υψηλών επιδόσεων ανέπτυξε η NISSAN προκειμένου να καλύψει τις αυξημένες ανάγκες της αυτοκίνησης του 21ου αιώνα. Οι VQ - X αντιπροσωπεύουν την νέα γενιά κινητήρων V6 που είναι φιλικοί προς το περιβάλλον, έχουν χαμηλή κατανάλωση καυσίμων, μικρό βάρος και μεγάλα αποθέματα ισχύος σε όλη την κλίμακα των στροφών.

Οι νέοι κινητήρες VQ - X θα καλύπτουν τις ανάγκες των πολυτελών και спор αυτοκινήτων της NISSAN με κυβισμό απο 2.000 εως 3.000 κυβικά εκατοστά και λόγω κατασκευής έχουν τη δυνατότητα να τοποθετούνται σε προσθιοκίνητα και σε πισωκίνητα μοντέλα.

Η κατανάλωση των VQ - X είναι τουλάχιστον κατά 10% μικρότερη απο τους κινητήρες παραγωγής με ίδιο κυβισμό και είναι 50 κιλά ελαφρύτεροι χάρη στην χρήση αλουμινίου και στη μείωση του αριθμού των κινούμενων μερών τους.

✓ Η NISSAN πρωτοπόρος και στον τομέα της **παθητικής ασφάλειας** έκανε πραγματικότητα τον αερόσακο για τον συνεπιβάτη του πίσω καθίσματος. Πολλές εταιρείες προσπάθησαν να αναπτύξουν το σύστημα αυτό, αλλά η NISSAN

είναι η πρώτη εταιρεία που ξεπέρασε τις τεχνικές δυσκολίες για το σχεδιασμό του και έχει ελέγξει την σωστή λειτουργία του σε πραγματικά crash - tests με το πειραματικό της μοντέλο ESV (Experimental Safety Vehicle).

Ο νέος αερόσακος της NISSAN θα τοποθετείται στα ακριβά μοντέλα (INFINITI Q - 45 και PRESIDENT) και θα είναι διαθέσιμος μόνο για το κάθισμα του συνοδηγού μιας και σε αυτή την πλευρά κάθονται οι περισσότεροι διευθυντές και τα στελέχη των επιχειρήσεων, οι οποίοι κατά βάση είναι οι ιδιοκτήτες τέτοιων μοντέλων.

✓ Σε μια συνεχή προσπάθεια για βελτίωση της άνεσης και της ασφάλειας των επιβατών το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης της NISSAN προχώρησε ένα βήμα εμπρός στον τομέα των αναρτήσεων εξελίσσοντας την Ενεργά Σκεπτόμενη Υδραυλική Ανάρτηση (Preview - Control Hydraulic Active Suspension).

Η λειτουργία της στηρίζεται στην χρήση αισθητήρων που ανιχνεύουν τις κάθετες, πλευρικές και διαμήκεις επιταχύνσεις του αμαξώματος που δημιουργούνται από την κίνηση των αυτοκινήτων σε ανώμαλα οδοστρώματα. Οι πληροφορίες που συλλέγονται από τους αισθητήρες διαβιβάζονται σε μια "λογική" ηλεκτρονική μονάδα, η οποία θέτει σε λειτουργία τους "ενεργοποιητές" που με τη σειρά τους ρυθμίζουν το βαθμό απόσβεσης των εμπρόσθιων και των πίσω αμορτισέρ που λειτουργούν ανεξάρτητα. Με αυτό τον τρόπο βελτιώνεται η ασφάλεια και η άνεση του αμαξώματος όταν αυτό κινείται σε κυματοειδείς επιφάνειες.

## TA NEA MONTEΛA THΣ NISSAN.

Η NISSAN διαθέτει στην Ελληνική αγορά μια μεγάλη γκάμα προϊόντων καλύπτοντας όλες τις ανάγκες των Ελλήνων αγοραστών. Τα πιο πρόσφατα μοντέλλα της NISSAN είναι: Το TERRANO II, το νέο 200SX και το πολυτελές sedan MAXIMA.

### **NISSAN TERRANO II.**

Το TERRANO II, είναι το μοντέλο που ενσαρκώνει τη νέα σχεδιαστική αντίληψη της NISSAN για τα αυτοκίνητα εκτός δρόμου.

Σχεδιασμένο στο τεχνολογικό Κέντρο της NISSAN στο Κράνφιλντ της Μεγάλης Βρετανίας, το TERRANO II κατασκευάζεται στο εργοστάσιο της NISSAN στην Ισπανία και έχει προσαρμοστεί 100% στις ανάγκες των Ευρωπαίων Καταναλωτών. Το νέο μοντέλο "κουβαλάει στην πλάτη του" την μακροχρόνια εμπειρία της NISSAN στα οχήματα εκτός δρόμου, μια παράδοση που έχει ξεκινήσει απο το 1951 με το PATROL.

Ο στόχος της NISSAN έγινε πραγματικότητα με τη δημιουργία του TERRANO II, αφού καταφέρνει να συνδυάσει τις απεριόριστες δυνατότητες ενός αυτοκινήτου 4X4 με την πολυτέλεια ενός επιβατικού αυτοκινήτου. Το TERRANO II νιώθει εξίσου άνετα στους δρόμους της πόλης, στον αυτοκινητόδρομο αλλά και στους δύσβατους επαρχιακούς χωματόδρομους.

Στην πόλη η υψηλή θέση οδήγησης επιτρέπει στον οδηγό να βλέπει "αφ' υψηλού" τα υπόλοιπα αυτοκίνητα, ενώ το υδραυλικό τιμόνι είναι ιδανικό για το παρκάρισμα.



Σε συνθήκες εκτός δρόμου το TERRANO II "νιώθει σαν το σπίτι του", αφού η τετρακίνηση και τα υψηλά αποθέματα ροπής του κινητήρα του (20,08Kgm /4.000rpm) τα καταφέρνουν περίφημα στους κακοτράχαλους και δύσβατους χωματόδρομους ακόμη και όταν αυτοί είναι σκεπασμένοι με λάσπη και χιόνι.

Ο δωδεκαβάλβιδος καταλυτικός κινητήρας των 2.400 κυβ. εκ. αποδίδει 124 ίππους στις 5.200 στροφές και 20,08 Kgm στις 4.000 στροφές. Ο θάλαμος καύσης τύπου "κεκλιμένης οροφής", η αεροδυναμική σχεδίαση των αυλών εισαγωγής και το ηλεκτρονικά ρυθμιζόμενο σύστημα γεκασμού του κινητήρα βελτιώνουν τις επιδόσεις του ακόμη και στις χαμηλές στροφές.

#### **NISSAN 200 SX.**

Το νέο 200 SX αποτελεί την έκτη γενιά των σπόρ κουπέ της NISSAN και καταφέρνει να ικανοποιήσει τους αγοραστές της κατηγορίας των σπορ κουπέ δημιουργώντας μια ισορροπία ανάμεσα στη σχεδιαστική του πρωτοτυπία και στις απόλυτες επιδόσεις του. Ο σπορ χαρακτήρας του είναι αποτέλεσμα της δύναμης του δίλιτρου υπερτροφοδοτούμενου κινητήρα που αποδίδει 200 ίππους στις 6.400 στροφές και εκτοξεύει το 200 SX από τα 0-100 σε 7,5".

Εκτός από την ενεργητική ασφάλεια ιδιαίτερη έμφαση στο σχεδιασμό του νέου 200 SX έχει δοθεί και στον τομέα της παθητικής ασφάλειας. Οι επιβάτες του 200 SX αισθάνονται απόλυτα ασφαλείς ακόμη και στις υψηλές ταχύτητες χάρη στην γεροδεμένη κατασκευή του. Πολλά σημεία του αμαξώματος έχουν ενισχυθεί με ατσάλινες δοκούς χαρίζοντας μεγαλύτερη στρεπτική ακαμψία στο σασί και ελαχιστοποιούν τους κραδασμούς του αμαξώματος. Το σασί έχει σχεδιαστεί με εκτεταμένες ζώνες παραμόρφωσης που έχουν τη δυνατότητα να

απορροφούν την ενέργεια της σύγκρουσης ενώ στις πόρτες έχουν τοποθετηθεί ατσάλινοι δοκοί ασφάλειας. Η παθητική ασφάλεια ενισχύεται ακόμη περισσότερο και με την τοποθέτηση αερόσακου για τον οδηγό στον στάνταρ εξοπλισμό του αυτοκινήτου και προαιρετικού για τον συνοδηγό.

### **NISSAN MAXIMA.**

Πλούσιοι χώροι, άνεση, ασφάλεια, πολυτέλεια, επιδόσεις και οικονομία είναι τα χαρακτηριστικά της νέας λιμουζίνας NISSAN MAXIMA που διατίθεται στην χώρα μας στις αρχές του 1995 και αντιπροσωπεύει την "νέα γενιά των πολυτελών sedan της NISSAN".

Η σχεδίαση του MAXIMA στηρίζεται στην ιδέα "της νέας γενιάς πολυτελών sedan" που συνδυάζουν αρμονικά τους άπλετους χώρους με την υψηλή ποιότητα κατασκευής και την σύγχρονη τεχνολογία.

Ο οφέλιμος χώρος των επιβατών είναι μεγάλος και μπορεί να φιλοξενήσει άνετα τέσσερις ενήλικες ύψους 1,90m. Προκειμένου να αυξηθεί ο χώρος της καμπίνας των επιβατών το MAXIMA έχει εφοδιαστεί με την νέα γενιά κινητήρων NISSAN με κωδικό VQ σε δυο εκδόσεις των 2.0 λίτρων με ιπποδύναμη 140 ίππων και 3.0 λίτρων με ιπποδύναμη 193 ίππους, που έχουν μικρότερο βάρος, παρέχουν 20% μεγαλύτερη οικονομία καυσίμου και καταλαμβάνουν μικρότερο χώρο.

Αποτέλεσμα της χρήσης της σύγχρονης τεχνολογίας που χρησιμοποιήθηκε στην σχεδίαση του MAXIMA είναι ότι οι επιβάτες του απολαμβάνουν ένα ήσυχο ταξίδι χάρη στην δραστική μείωση των εξωτερικών θορύβων, ενώ αξιοσημείωτη είναι η άνεση που προσφέρεται χάρη στην τοποθέτηση της νέας γενιάς εργονομικών καθισμάτων τα οποία έχουν σχεδιαστεί με

γνώμονα τη μορφολογία του ανθρώπινου σκελετού και ελαχιστοποιούν την κούραση μετά απο πολύωρη οδήγηση. Στην άνετη και ασφαλή οδήγηση συμβάλλει και η νέα ανάρτηση πολλαπλών συνδέσμων του πίσω άξονα η οποία προσφέρει τέλειο κράτημα και σταθερότητα σε κάθε είδους οδόστρωμα αφού οι τροχοί βρίσκονται συνεχώς σε κάθετη θέση με αυτό.

## Η ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΤΗΣ NISSAN ΓΙΑ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.

Η αρμονική συμβίωση των ανθρώπων, των αυτοκινήτων και της φύσεως είναι ένα από τα κύρια μελήματα της NISSAN. Για να πραγματοποιήσει αυτό το στόχο η NISSAN κάνει συγκεκριμένες ενέργειες προστασίας και διατήρησης του περιβάλλοντος.

Τα αυτοκίνητα έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της ζωής μας. Οι σημερινοί αγοραστές νοιάζονται για το περιβάλλον και απαιτούν αυτοκίνητα λειτουργικά και παράλληλα φιλικά προς τη φύση.

Για σχεδόν 60 χρόνια η NISSAN δέχτηκε τις τεχνολογικές προκλήσεις κατασκευάζοντας πιο ασφαλή, πιο άνετα και πιο αξιόπιστα αυτοκίνητα. Τώρα επικεντρώνει τις τεχνολογικές της ικανότητες στη δημιουργία ενός πλουσιότερου στυλ ζωής με λιγότερους περιορισμούς. Σαν υπεύθυνος οργανισμός του πλανήτη μας, η NISSAN εγγυάται τη δραστηριότητά της στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος.

Τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα ο κόσμος είναι:

1. Η υπερθέρμανση της ατμόσφαιρας.
2. Η διάλυση του στρώματος του όζοντος από τη χρήση χλωροφθορανθράκων.
3. Η μόλυνση της ατμόσφαιρας
4. Η όξινη βροχή.
5. Η καταστροφή των τροπικών δασών.

6. Η μόλυνση των νερών και η απορρόφηση των βιομηχανικών λυμάτων.

Η NISSAN για να λύσει αυτά τα προβλήματα βελτιώνει:

1. Την κατανάλωση καυσίμων.
2. Αναπτύσσει νέες πηγές ενέργειας.
3. Περιορίζει τη χρήση χλωροφθορανθράκων.
4. «Καθαρίζει» τα καυσαέρια οχημάτων και εργοστασίων.
5. Μειώνει το θόρυβο και τους κραδασμούς.
6. Αναπτύσσει τεχνικές ανακυκλώσεις των παλιών αυτοκινήτων.

Η φροντίδα προς το περιβάλλον ανάγεται σε τρεις κατηγορίες:

1. Το αυτοκίνητο, ο σχεδιασμός του και η χρήση του.
2. Διαδικασία παραγωγής, μείωση χρησιμοποιούμενης ενέργειας και υλικών κατασκευής.
3. Οικολογική λειτουργία του εργοστασίου.

Η εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα και η απευθέρωση χλωροφθορανθράκων είναι οι βασικές αιτίες μόλυνσης του περιβάλλοντος από την χρήση του αυτοκινήτου. Η NISSAN σχεδιάζει κινητήρες με μειωμένη κατανάλωση καυσίμου, χρησιμοποιεί διπλούς καταλύτες και φροντίζει για την μείωση του βάρους του αμαξώματος και την μείωση του συντελεστή αεροδυναμικής με άμεσο στόχο την οικονομία καυσίμου. Όσον αφορά τους χλωροφθοράνθρακες η NISSAN είναι η πρώτη αυτοκινητοβιομηχανία η οποία χρησιμοποιεί από το 1991 **μυκτικό υγρό με κωδικό R - 134 A που δεν καταστρέφει το όζον.**

Η χρήση εναλλακτικών μορφών ενέργειας αποτελεί για την NISSAN απο το 1960 ένα σημαντικό πεδίο δοκιμών και συνεχούς εξέλιξης. Μέχρι στιγμής έχουν κατασκευαστεί μοντέλα που χρησιμοποιούν για την κίνηση τους ηλεκτρική ενέργεια, κινητήρες που χρησιμοποιούν ως καύσιμο τη μεθανόλη, ενώ σε πολλούς πειραματικούς κινητήρες εκτεταμένη είναι η χρήση κεραμικών υλικών τα οποία συμβάλλουν στην μείωση του βάρους και στην αύξηση της θερμικής απόδοσης.

Επίσης μεγάλη έμφαση έχει δοθεί στην χρήση ανακυκλώσιμων υλικών με αποτέλεσμα το 75% του συνολικού βάρους του αμαξώματος να επαναχρησιμοποιείται συμβάλλοντας στην μείωση της χρήσης πρώτων υλών και στην μείωση του κόστους παραγωγής και χρησιμοποιούμενης ενέργειας.

## ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΗΣ NISSAN ΤΟΥ '94.

Σημαντικές ανακατατάξεις στη σειρά ταξινόμησης των κατασκευαστικών εταιρειών αυτοκινήτων, όσον αφορά τις πωλήσεις τους στην Ελλάδα, επιφύλαξε το 1994, χρονιά κατά την οποία η Ελληνική αγορά έφθασε το χαμηλότερο σημείο των τελευταίων ετών.

Συνολικά πουλήθηκαν 118 χιλ. Ι.Χ. όταν το 1993 οι πωλήσεις ήταν 147 χιλ. και το 1992 (χρονιά ρεκόρ) 202 χιλ. Ι.Χ. (το 1991 πουλήθηκαν 167 χιλ. αυτοκίνητα), ενώ από δω και πέρα οι εκτιμήσεις θέλουν την αγορά να σταθεροποιείται στα 110 με 130 χιλ. αυτοκίνητα το χρόνο.

Νικητής, και με διαφορά, αναδείχθηκε η FIAT που πούλησε το 13,5% του συνόλου των Ι.Χ. που αγοράστηκαν μέσα στον περσινό χρόνο, ενώ για τις τρεις επόμενες θέσεις έγινε πραγματική μάχη μεταξύ των αντιπροσώπων της OPEL, της TOYOTA και της SEAT. Σε όλη τη διάρκεια του χρόνου η σειρά άλλαζε συνεχώς για τις τρεις εταιρείες, με πότε τη μία εταιρεία να προηγείται και πότε την άλλη.

Τελικά «πήρε κεφάλι» η OPEL, που πούλησε περίπου 400 αυτοκίνητα περισσότερα από την TOYOTA, η οποία με την σειρά της πούλησε 57 αυτοκίνητα περισσότερα από την SEAT. Και οι 4 αυτές εταιρείες είχαν μερίδιο της αγοράς πάνω από 10% ενώ όλες οι υπόλοιπες εταιρείες επέτυχαν ποσοστά κάτω του 6%.

Η FIAT κατόρθωσε να έρθει πρώτη στις πωλήσεις μετά από 15 ολόκληρα χρόνια. Τελευταία χρονιά ήταν το 1979 ενώ από τότε η πορεία της είχε σημαντικές μεταπτώσεις-παρά το

γεγονός ότι κατασκευάζει μικρομεσαία και σχετικά φθηνά αυτοκίνητα- φθάνοντας μέχρι και την 15η θέση το 1984 (χειρότερη χρονιά).

Ανακάμπτει από το 1987 με τα επιτυχημένα μοντέλα «TIPO» και «TEMPRA» και από το 1991 πολιορκεί την πρώτη θέση που μονοπωλούσαν οι «Ιάπωνες» από το 1986. Ρίχνοντας στην αγορά τα ακόμα πιο επιτυχημένα «Cinquecento» και «PUNTO» παίρνει την πρώτη θέση με συνεχή αύξηση του ρυθμού των πωλήσεων. Πράγματι, οι ιαπωνικές μάρκες κατά τη δεκαετία του '80 και στις αρχές του '90 κάνουν μια πάρα πολύ καλή εμφάνιση στην ελληνική αγορά, στηριζόμενες στην καλή ποιότητα των προϊόντων τους και στο σωστό μάρκετινγκ και τη διαφήμιση.

Η NISSAN, ιδιαίτερα, αλλά και η TOYOTA παίρνουν τις πρωτιές (NISSAN '80, '81, '83,'86,'87,'88,'90,'91,'92 και TOYOTA '89,'93) και αρκετές δεύτερες θέσεις. Από τους Ευρωπαίους μόνο η «FORD» ('82) και κυρίως η «OPEL» ('84,'85) αντιστέκονται στους Γιαπωνέζους, οι οποίοι έπειτα από 8 χρόνια μονοκρατορίας χάνουν πέρυσι από την «FIAT».

Το ανεβοκατέβασμα των εταιρειών στην σκάλα των πωλήσεων οφείλεται βεβαίως και στην πολιτική που ακολουθούν οι εδώ αντιπρόσωποί τους (ή το εδώ παράρτημά τους) όπως στο μάρκετινγκ, στη διαφήμιση, στις προσφορές, στις τιμές, κ.λ.π., οφείλεται όμως στην ύπαρξη ή όχι ευπαρουσίαστων και επιτυχημένων μοντέλων. Μια προσεκτικότερη ματιά στον πίνακα ταξινόμησης των εταιρειών θα δείξει ότι όποτε μια κατασκευάστρια εταιρεία έβγαζε καλά μοντέλα οι πωλήσεις αυξάνονταν κατακόρυφα.



Η FIAT με «Tiro», «Cinquecento» και «PUNTO» φθάνει στην 1η θέση, ενώ με τα αποτυχημένα «DUNA», «REGATTA» κ.λ.π. φθάνει στην 15η θέση.

Η «SEAT» με τα επιτυχημένα «IBIZA» από 13η το 1992 φθάνει 3η το 1993. Αλλά και το προηγούμενο επιτυχημένο «IBIZA» «ξελασπώνει» την εταιρεία από την 17η θέση το 1985 στην 2η θέση το 1986.

Η «HONDA» με το επιτυχημένο «CIVIC» φθάνει στις αρχές τις δεκαετίας του '80 την 3η και 5η θέση (από την 20η θέση).

Η «OPEL» με τα επιτυχημένα «KADETT» και «ASKONA» από το '76 έως το '86 «παίζει» μεταξύ 1ης και 3ης θέσης.

Η «NISSAN» με τα πολύ επιτυχημένα μοντέλα «SUNNY» και η «TOYOTA» με τα «COROLLA» και «CARINA» σαρώνουν τις πρώτες και δεύτερες θέσεις τα τελευταία χρόνια.

Η «ALFA ROMEO» με το επιτυχημένο «λίφτινγκ» της «33» βρίσκεται το 1991 στην 6η θέση από την 12η ένα χρόνο πριν.

(Παράρτημα Β, Πίνακας 1.1)

## Η ΙΔΡΥΣΗ ΤΩΝ ΕΠΕΙΧΗΡΗΣΕΩΝ ΘΕΟΧΑΡΑΚΗ Α.Ε.

Οι επιχειρήσεις Θεοχαράκη συμπλήρωσαν φέτος 70 χρόνια δυναμικής παρουσίας στην Ελληνική αγορά αυτοκινήτου.

Η εταιρεία που ξεκίνησε το 1924 από τον Πειραιά μεγάλωσε και σήμερα αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες εμπορίας αυτοκινήτων στην Ελλάδα.

Από το 1961 αντιπροσωπεύει τα αυτοκίνητα NISSAN που τα τελευταία χρόνια αποτελούν την φυσική επιλογή των Ελλήνων οδηγών και φέρνουν την εταιρεία στις πρώτες θέσεις των πωλήσεων αλλά και της εξυπηρέτησης των πελατών. Αυτό έχει επιτευχθεί χάρη:

1. Στην πολύ καλή ποιότητα κατασκευής.
2. Αξιοπιστίας των αυτοκινήτων NISSAN.
3. Στις υψηλού επιπέδου υπηρεσίες που προσφέρονται στους κατόχους NISSAN από το δίκτυο των επίσημων εμπόρων της ΝΙΚ. Ι. ΘΕΟΧΑΡΑΚΗΣ Α.Ε.

Γι' αυτό το λόγο η ΝΙΚ. Ι. ΘΕΟΧΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. πραγματοποίησε στον Ασπρόπυργο μια επένδυση της τάξεως των 2,5 δις δραχμών με την δημιουργία του μεγαλύτερου και πιο σύγχρονου Κέντρου Διανομής Ανταλλακτικών και Εκπαίδευσης στην Ελλάδα ενώ παράλληλα με γοργούς ρυθμούς προχωρά η αναβάθμιση του δικτύου των επίσημων εμπόρων της με τη δημιουργία κάθετα οργανωμένων μονάδων τριών σημείων (έκθεση, ανταλλακτικά και σέρβις).

Δηλαδή η επένδυση αυτή αποσκοπεί:

1. Στη μείωση του χρόνου παράδοσης των ανταλλακτικών.
2. Στη μείωση του κόστους διακίνησης και αποθήκευσης.
3. Κυρίως στην γρήγορη εξυπηρέτηση των πελατών με ανταλλακτικά που βρίσκονται πάντα στην διάθεσή τους.

Το Κέντρο Διανομής Ανταλλακτικών είναι το μεγαλύτερο της Ελλάδος και ένα από τα μεγαλύτερα της Ευρώπης. Έχει ανεγερθεί σε μια έκταση 38,3 στρεμμάτων και είναι σχεδιασμένο με τις πιο σύγχρονες προδιαγραφές. Διαθέτει ηλεκτρονικό υπολογιστή I.B.M. σειράς 400 ο οποίος υποστηρίζεται από ένα υπερσύγχρονο πρόγραμμα το οποίο δείχνει:

- ✓ Κάθε στιγμή το στοκ των ανταλλακτικών.
- ✓ Σε ποια αποθήκη βρίσκονται.
- ✓ Σε ποια θυρίδα.
- ✓ Καθώς και πληροφορίες για την κατάσταση των παραγγελιών.

Το πρόγραμμα αυτό εξελίχθηκε και αναπτύχθηκε ειδικά για τις ανάγκες του Κέντρου και βρίσκεται σε on line σύνδεση με τις εγκαταστάσεις της ΝΙΚ. Ι. ΘΕΟΧΑΡΑΚΗΣ στην Αθήνα, στη Θεσσαλονίκη και το Κέντρο Ανταλλακτικών της NISSAN στην Ολλανδία. Σύντομα πρόκειται να τεθεί on line σύνδεση με όλο το δίκτυο της NISSAN στη χώρα μας.

Εκτός από τα τμήματα αποθήκευσης το Κέντρο φιλοξενεί και ένα Εκπαιδευτικό Κέντρο που καλύπτει τις ανάγκες εκπαίδευσης του προσωπικού της εταιρείας και του δικτύου της σε όλη την Ελλάδα. Εδώ πρέπει να τονισθεί η μεγάλη σημασία

που δίνεται απο την εταιρεία στην εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού όλου του δικτύου προκειμένου να αποκτήσει τις ικανότητες και τις γνώσεις εκείνες που θα του δίνουν τη δυνατότητα να υπερκαλύπτει συνεχώς τις προσδοκίες των πελατών προσφέροντας άριστες υπηρεσίες.

Στο κέντρο απασχολούνται συνολικά 38 άτομα που εξυπηρετούν τις ανάγκες όλου του δικτύου με υψηλό δείκτη ικανοποίησης στην πρώτη ζήτηση. Η διαθεσιμότητα των ανταλλακτικών έχει φτάσει το 95% ξεπερνώντας σε πολλές περιπτώσεις τα Ευρωπαϊκά όρια.

Το Κέντρο ανταλλακτικών έχει τη δυνατότητα να καλύγει τις επείγουσες ανάγκες Αττικής σε 8 ώρες, και της επαρχίας σε 24 ώρες. Επίσης έχει τη δυνατότητα να καλύγει με τη μέθοδο της αεροπορικής παραγγελίας, εισαγωγές απο το εξωτερικό σε διάστημα τριών έως πέντε ημερών και μπορεί να εξυπηρετήσει τις ανάγκες σε ανταλλακτικά μοντέλων ακόμη και τις δεκαετίας του 1960.

Ο συνολικός αποθηκευτικός χώρος είναι περίπου 10.000 τ.μ. και φιλοξενεί 45.000 διαφορετικούς κλάδους ανταλλακτικών. Επίσης στις εγκαταστάσεις του Κέντρου λειτουργεί και τελωνιακός χώρος, χωρητικότητας 1.100 αυτοκινήτων.

Με το νέο Κέντρο Ανταλλακτικών του Ασπροπύργου και τις σύγχρονες μεθόδους διανομής και παραγγελίας που εφαρμόζει κατάφερε να μειώσει:

1. Στο ελάχιστο τον χρόνο παράδοσης των ανταλλακτικών και
2. Ταυτόχρονα τον χρόνο παραμονής των αυτοκινήτων και

3. Αναμονής των πελατών στα εξουσιοδοτημένα συνεργεία NISSAN.

Το δίκτυο διανομής ανταλλακτικών NISSAN περιλαμβάνει 120 εξουσιοδοτημένα σημεία πώλησης που στην πλειοψηφία τους ταυτίζονται με τα συγκροτήματα των επίσημων εμπόρων της.

Η ΝΙΚ. Ι. ΘΕΟΧΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. πραγματοποιεί συνεχώς επενδύσεις στο δίκτυο της με στόχο:

1. Την δημιουργία κάθετα οργανωμένων μονάδων που θα προσφέρουν τις πλέον προηγμένες υπηρεσίες στον πελάτη.
2. Αποβλέπει στην κατάκτηση της πρώτης θέσης στην εξυπηρέτηση του πελάτη.
3. Η Nissan αποβλέπει να αποτελέσει στα προσεχή χρόνια την "φυσική επιλογή του Έλληνα καταναλωτή".

## ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΒΟΛΟΥ.

### Βασικά στοιχεία:

|                      |   |   |
|----------------------|---|---|
| Τοποθεσία            | : | Βιομηχανική Περιοχή Βόλου                     |
| Έκταση γηπέδου       | : | 264.000 τ.μ.                                  |
| Έκταση εργοστασίου   | : | 35.000 τ.μ.                                   |
| Αριθμός εργαζομένων  | : | 600   |
| Δυνατότητα παραγωγής | : | 36.000 αυτοκίνητα το χρόνο                    |
| Παραγόμενα μοντέλα   | : | Nissan Sunny, D21 Pick - ups, Coupe<br>100 NX |

### Σημαντικά γεγονότα:

- 1977** Η ΤΕΟΚΑΡ ιδρύει στην Αθήνα με κύριο αντικείμενο την κατασκευή αμαξωμάτων για φορτηγά αυτοκίνητα.
- 1979** Αρχίζει η ανέγερση του εργοστασίου στο Βόλο.
- 1980** Το εργοστάσιο αρχίζει παραγωγή.
- 1981** Ιδρύεται η ΤΕΚΟΜ Α.Β.Ε.Τ.Ε.
- 1983** Απόκτηση της ΚΙΟΥΛΕΡ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.
- 1987** Εισαγωγή των ρομπότ.
- 1989** Συναρμολόγηση 100.000 ου αυτοκινήτου NISSAN.
- 1992** Δημιουργία διαφοροποιημένων δραστηριοτήτων.

Η ΤΕΟΚΑΡ ΑΒΕΕ ανήκει στον όμιλο επιχειρήσεων ΘΕΟΧΑΡΑΚΗ. Μαζί με την ΤΕΚΟΜ ΑΒΕΤΕ, την ΚΙΟΛΕΡ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. και την ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗΣ Α.Ε. αποτελεί το βιομηχανικό κλάδο του ομίλου.

Το εργοστάσιο της ΤΕΟΚΑΡ στο Βόλο άρχισε να λειτουργεί τον Φεβρουάριο του 1980 και είναι το μεγαλύτερο και πιο σύγχρονο εργοστάσιο κατασκευής αυτοκινήτων στην Ελλάδα.

Η Τεοκάρ παράγει τα επιβατικά αυτοκίνητα Sunny και τα ελαφρά φορτηγά D21 της Nissan. Τα αυτοκίνητα που παράγονται από την Τεοκάρ έχουν την πρώτη θέση στην αγορά της Ελλάδας για περισσότερο από δέκα χρόνια. Οι εγκαταστάσεις της ΤΕΟΚΑΡ στο Βόλο έχουν τη δυνατότητα παραγωγής 36.000 οχημάτων το χρόνο. Όμως, σαν συνέπεια του περιορισμένου μεγέθους της Ελληνικής αγοράς, η σημερινή ετήσια παραγωγή της ΤΕΟΚΑΡ είναι περίπου 15.000 αυτοκίνητα.

Η τεχνική συνεργασία με την Nissan και η εφαρμογή του Καθολικού Ελέγχου Ποιότητας βοηθούν την ΤΕΟΚΑΡ να εφαρμόσει τα υψηλότερα πρότυπα ποιότητας. Αυτό έχει επιτευχθεί με την εγκατάσταση σύγχρονου εξοπλισμού παραγωγής και την χρησιμοποίηση προηγμένης τεχνολογίας όσον αφορά τις διαδικασίες κατασκευής και ελέγχου ποιότητας.

Η ΤΕΟΚΑΡ από το 1992 δημιούργησε διαφοροποιημένες γραμμές παραγωγής ώστε να συμπεριληφθούν στα προϊόντα της συστήματα στάθμευσης, συστήματα ρομποτικής και άλλα προϊόντα.

Το μυστικό της για να παράγει υψηλής ποιότητας αυτοκίνητα είναι η αξιοποίηση του δυναμικού των ανθρώπων της, πιο αποτελεσματικά από ό,τι οι ανταγωνιστές της. Στην

ΤΕΟΚΑΡ κάνουν πράξη την ομαδική εργασία, μοιραζόνται γνώση και εμπειρία, συζητούνε τα προβλήματα και βοηθάνε ο ένας τον άλλο στην εξεύρεση λύσεων.

Με άλλα λόγια, η πρώτη τους προτεραιότητα είναι η εξασφάλιση της ποιότητας σε κάθε στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας με την πίστη ότι «Η Ποιότητα πρέπει να χτίζεται στην παραγωγική διαδικασία» απο ανθρώπους που οι σχέσεις τους **βασίζονται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη.**



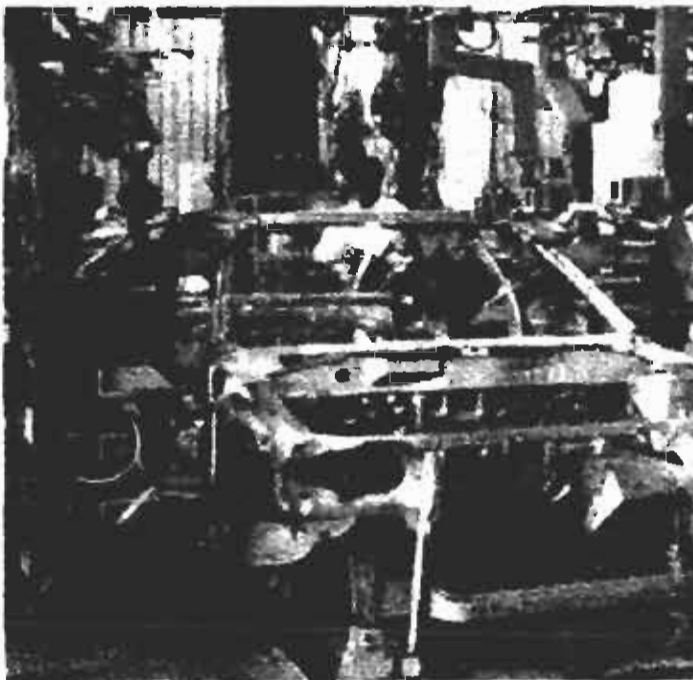
## Διαδικασία συναρμολόγησης

Η διαδικασία συναρμολόγησης χωρίζεται στα ακόλουθα στάδια εργασιών:

- ✓ Συναρμολόγηση αμαξώματος
  - ✓ Βαφή.
  - ✓ Διακόσμηση.
  - ✓ Τελική συναρμολόγηση.
  - ✓ Τελικό έλεγχο.
- 
- ✓ Συναρμολόγηση αμαξώματος.

Η διαδικασία συναρμολόγησης των αυτοκινήτων αρχίζει από αυτό το τμήμα.

Τα μεταλλικά μέρη ήδη διαμορφωμένα από τις πρέσες,

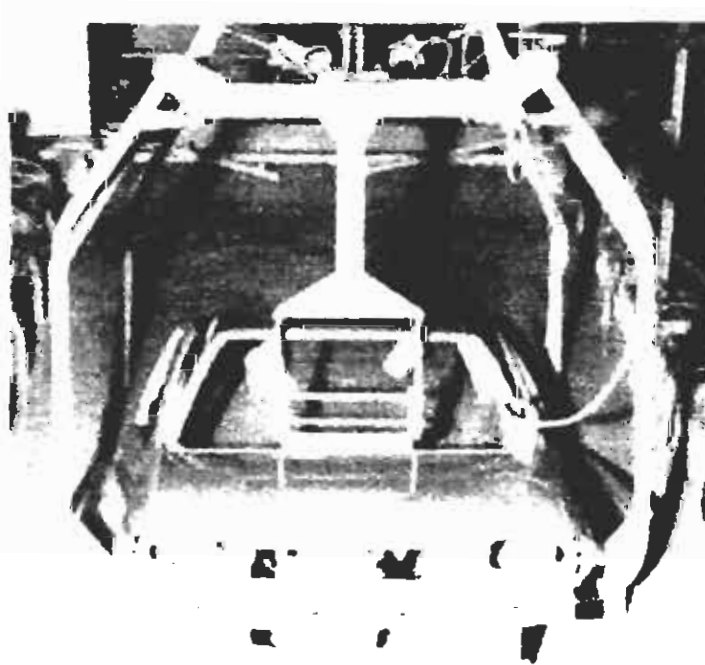


ενώνονται μεταξύ τους πάνω σε ειδικές ιδιοσυσκευές και συγκολλούνται με τη βοήθεια Robots και κινητών ηλεκτροπυλών.

Η σχεδίαση και η κατασκευή των ιδιοσυσκευών συναρμολόγησης όπως και των συστημάτων Ρομποτικής γίνονται από τους ανθρώπους της ΤΕΟΚΑΡ.

### ✓ Βαφή.

Το συναρμολογημένο αμάξωμα μετά από τέλειο πλύσιμο και προετοιμασία της επιφάνειας, βυθίζεται ολόκληρο σε δεξαμενή χρώματος. Σ' αυτή εφαρμόζεται προστατευτικό αντισκωριακό υπόστρωμα με την μέθοδο της κατιονικής ηλεκτροφόρησης.



Μετά την εφαρμογή και δευτέρου προστατευτικού υποστρώματος, το αμάξωμα βάφεται με το τελικό χρώμα. Η σύνθετη αυτή διαδικασία βαφής, με τα διαδοχικά υποστρώματα και τον πολυμερισμό τους σε υψηλές θερμοκρασίες, δίνει σαν αποτέλεσμα την τέλεια αντισκωριακή προστασία και στιλπνότητα.

### ✓ Διακόσμηση.

Κρύσταλλα, φώτα, επενδύσεις, πίνακες οργάνων, καθίσματα, προφυλακτήρες και τα άλλα διακοσμητικά μέρη, σπναρμολογούνται σε αυτό το τμήμα πάνω στο ήδη βαμμένο αμάξωμα.



## ✓ Τελική συναρμολόγηση.

Μετά την διακόσμηση, εκτελούνται όλες οι εργασίες στο κάτω μέρος του αυτοκινήτου. Σε αυτό το στάδιο τοποθετούνται η μηχανή, το κιβώτιο ταχυτήτων, το διαφορικό, το σύστημα εξάτμισης, το δοχείο βενζίνης κ.λ.π.

Τέλος, σε αυτό το τμήμα τοποθετούνται τα υπόλοιπα μέρη όπως τροχοί, καθίσματα, λάστιχα, τα συστήματα θέρμανσης και φρένων κ.λ.π.

Το αυτοκίνητο μπορεί τώρα να κινείται για πρώτη φορά με τις δικές του δυνάμεις και οδηγείται εκτός της γραμμής παραγωγής για την διεκπεραίωση όλων των ελέγχων.



## ✓ Τελικός έλεγχος.

Προκειμένου να θεωρηθεί ένα αυτοκίνητο έτοιμο για την αγορά, ελέγχονται περίπου 120 σημεία για να διασφαλιστεί ότι όλες οι λειτουργίες του είναι κανονικές. Οι ρόδες ευθυγραμμίζονται, τα φρένα, η ταχύτητα και η ευστάθεια ελέγχονται όπως επίσης και οι ενδείξεις των οργάνων. Τέλος, γίνεται έλεγχος στεγανότητας με νερό υψηλής πίεσης.



Απο την αρχική ιδέα της δημιουργίας ενός νέου αυτοκινήτου μέχρι και την απόσυρσή του απο την κυκλοφορία, όλες οι δραστηριότητες μας στοχεύουν στην ικανοποίηση του πελάτη και στις ανάγκες της κοινωνίας.

Έτσι η σχεδίαση, η κατασκευή και η εξυπηρέτηση του πελάτη μετά την πώληση, καθοδηγούνται κυρίως απο τις απαιτήσεις του πελάτη και τις επιταγές της κοινωνίας

Αυτό το επιχειρησιακό πνεύμα έχει σαν αποτέλεσμα αυτοκίνητα με υψηλή τεχνολογία, ασφάλεια, χαμηλές εκπομπές ρύπων και χαμηλή κατανάλωση καυσίμων. Επίσης αυτοκίνητα υψηλής ποιότητας, χαμηλού κόστους και έγκαιρης παράδοσης.

Η μέριμνα για τον πελάτη μετά την πώληση είναι ευρεία και εκτεταμένη.

Αποθήκες ανταλλακτικών, σταθμοί συντήρησης και επισκευές σε όλη την Ελλάδα, είναι έτοιμα να εξυπηρετήσουν τους πελάτες.

Η πλήρης υποστήριξη από τη NISSAN δια μέσου του κέντρου ανταλλακτικών στο Άμστερνταμ, του Πανευρωπαϊκού συστήματος Εξυπηρέτησης και του on line συστήματος Μηχανογράφησης DIANA, εγγυάται τη μέγιστη ικανοποίηση του πελάτη.

## Η ΤΕΟΚΑΡ ΦΤΙΑΧΝΕΙ ΤΟ "ΔΙΚΟ ΜΑΣ" SUNNY!

Ας δούμε λοιπόν πως δουλεύει ένα - το μοναδικό σήμερα - εργοστάσιο αυτοκινήτου στην Ελλάδα και να διαπιστώσουμε τι ακριβώς σημαίνει "Made in Greece".

Στο Βόλο, στο εργοστάσιο της ΤΕΟΚΑΡ η παραγωγή ενός τετράθυρου Nissan Sunny 1.4 SLX ακολουθεί την παρακάτω γραμμή:

Κατασκευάζεται το "κουφάρι" - το πλαίσιο του αυτοκινήτου χωρίς πόρτες, καπό, πορτ - μπαγκάζ, προφυλακτήρες - αμέσως μετά το "Body Main Jig", την κυρία καλίμπρα, δηλαδή. Τα μεταλλικά μέρη, ήδη διαμορφωμένα από τις κατάλληλες πρέσες, αρχίζουν να ενώνονται μεταξύ τους πάνω σε ειδικές ιδιοσυσκευές και συγκολλούνται με την βοήθεια ρομπότ και από κινητές ηλεκτροπρόνες. Το ανθρώπινο στοιχείο, οι τεχνικοί δηλαδή, είναι παρόντες παντού, όχι μόνο στην ίδια την διαδικασία συναρμολόγησης αλλά και στην κατασκευή και τη συντήρηση των επί μέρους ιδιοσυσκευών και συστημάτων ρομποτικής.

Στη συνέχεια, το αμάξωμα μπαίνει σ' ένα ειδικά διαμορφωμένο και κλινικά καθαρό χώρο σε θερμοκρασία γύρω στους 20 βαθμούς Κελσίου, όπου βρίσκεται το "Lay - Out Machine". Το πανάκριβο και πολύ ευαίσθητο αυτό μηχάνημα μετράει και ελέγχει με ακρίβεια χιλιοστού τις τρεις διαστάσεις του αμαξώματος στο χώρο. Το συναρμολογημένο αμάξωμα, μετά από τέλειο πλύσιμο και κατάλληλη προετοιμασία της επιφάνειάς του, βυθίζεται ολόκληρο σε δεξαμενή, όπου και

δέχεται ένα απόλυτα απαραίτητο προστατευτικό αντισκωριακό υπόστρωμα με την μέθοδο της κατιονικής ηλεκτροφόρησης. Μετά την εφαρμογή ακόμη ενός προστατευτικού υποστρώματος, το αμαξώμα βάφεται με το τελικό του χρώμα.

Σ' ένα χώρο πλάτους 4, περίπου, μέτρων και μήκους 20, όπου βρίσκονται, κινούνται μάλλον, ταυτόχρονα τρία φρεσκοβαμμένα αμαξώματα: δύο Sunpy, το "δικό μας" κόκκινο, και ένα μπλέ, με ένα λευκό King Cab ανάμεσά τους. Τα τρία αμαξώματα απέχουν - δεν απέχουν μεταξύ τους δυο μέτρα. Θα ήταν φυσικό, λοιπόν, να περιμένει κανείς ότι απο την έξοδο του βαφείου θα έβγαινε ένα αυτοκίνητο / παλέτα ζωγραφικής, ικανό να συναγωνιστεί επάξια σε "graffiti" και όργιο χρωμάτων κάθε βαγόνι του μετρό της Νέας Υόρκης. Κι' όμως. Ένα δυνατό ρεύμα αέρος απο την οροφή πρὸς το (αποτελούμενο απο σχάρες) δάπεδο δεν επιτρέπει, τα γεκαζόμενα - απο ανθρώπους φυσικά - χρώματα και στιλβωτικά, να διαχέονται προς άλλες κατευθύνσεις παρά μόνο προς αυτήν που πρέπει. Είναι, δε, ο εξαερισμός τόσο αποτελεσματικός που δεν μυρίζει καθόλου χρώμα. Κάτω απο τις σχάρες ρέει ένας "ποταμός" νερού, φυσικά ανακυκλώσιμου, που καταλήγει στο σύστημα καθαρισμού υγρών λυμάτων. Τα αμαξώματα μετά μπαίνουν στο φούρνο βαφής για 40 - 45 λεπτά, απο τα οποία τα 25 είναι οπωσδήποτε σε μια θερμοκρασία, 130 βαθμών Κελσίου τουλάχιστον, για να "υηθεί" το χρώμα.

Σχετικά με το τμήμα του βαφείου αξίζει να αναφέρουμε κάτι: Σε μερικά απο τα φρεσκοβαμμένα αμαξώματα, ζεστά ακόμη απο το φούρνο, έχουν σχεδιαστεί σε διάφορα σημεία, με κατάλληλο μολύβι - κάτι σαν το "σαπούνι" του ράφτη - μικροί



κύκλοι απο τους ανθρώπους με μάτι / μικροσκόπιο που έχουν επιφορτιστεί με τον οπτικό έλεγχο του χρώματος.

Δεν θα ήταν υπερβολή αν λέγαμε ότι είναι αδύνατο να βρεί κανείς το παραμικρό γεγάδι. Παρ' όλα αυτά, οι κύκλοι αυτοί επισημαίνουν ένα μόριο σκόνης, μια τριχούλα, ένα χνούδι - αόρατα όλα αυτά στο ανειδίκευτο, μάτι - που είτε επικάθησαν προηγουμένως στο φρέσκο χρώμα είτε σκεπάστηκαν απο αυτό κατά την διαδικασία της βαφής. Επιδιορθώνονται, δε, απο έμπειρα χέρια κυριολεκτικά σε λίγα δευτερόλεπτα χωρίς, βέβαια, κανένα ίχνος επέμβασης.

Κρύσταλλα (Ελληνικά), φώτα, επενδύσεις, ταμπλό, καθίσματα (κι' αυτά Ελληνικά), προφυλακτήρες και διακοσμητικά μέρη, απο το έμβλημα "NISSAN" στη μάσκα ως το "1.4 SLX" στο πορτ - μπαγκάζ, συναρμολογούνται πάνω στο βαμμένο πια αμάζωμα στο "Trimming Shop". το τμήμα, δηλαδή, διακόσμησης. Μετά την διακόσμηση, γίνονται όλες οι εργασίες στο κάτω μέρος του αυτοκινήτου (όχι πια αμαζώματος).

Στο τμήμα "Sub - Engine", τοποθετείται ο κινητήρας, το κιβώτιο ταχυτήτων, τα συστήματα μετάδωσης και διεύθυνσης, η εξάτμιση (Ελληνική), το ρεζερβουάρ βενζίνης κ.λ.π.

Τέλος, αμέσως μετά, στο τμήμα "Classis Line", τοποθετούνται επίσης οι τροχοί, τα ελαστικά (Ελληνικά), τα φρένα όπως και τα συστήματα θέρμανσης και κλιματισμού.

Στο σημείο το αυτοκίνητο, έχοντας εφοδιαστεί με όλα τα αναλώσιμα - λάδια, βαλβολίνες, γυκτικό υγρό, υγρά φρένων, διάλυμα για πλύση του παρ - μπριζ και 10 λίτρα βενζίνη - "παίρνει μπρός" για πρώτη φορά. Το σημείο που αρχίζει και κινείται, για πρώτη φορά, με τις δικές του δυνάμεις. Εδώ αφήνει

την γραμμή παραγωγής και μπαίνει στο στάδιο των δοκιμών, το "Tester Line".

Για να θεωρηθεί, δε, ένα αυτοκίνητο έτοιμο για την αγορά, ελέγχονται γύρω στα 120 (!) σημεία, ούτως ώστε όλες οι λειτουργίες του είναι κανονικές:

1. Ευθυγραμμίζονται όλοι οι τροχοί. Στη συνέχεια, πάνω σε κυλιόμενους κυλίνδρους, ελέγχεται η αποτελεσματικότητα των φρένων και η σωστή λειτουργία όλων των ταχυτήτων.
2. Ακολουθεί ο θάλαμος ελέγχου της στεγανότητας του αμαξώματος από όπου το αυτοκίνητο περνά πολύ αργά για να βομβαρδιστεί, από όλες τις πλευρές του, με νερό υπό μεγάλη πίεση.
3. Μετά, το σύστημα κλιματισμού - όπου αυτό προσφέρεται - πληρούται με το ασφαλές για το όζον (ozone potential = nil) και φιλικό για το περιβάλλον, υψικτικό υγρό R1 34A.
4. Θα σταθούμε λίγο στο επόμενο στάδιο, αυτό της τελικής αξιολόγησης των αυτοκινήτων, το "Vehicle Evaluation System" - VES για συντομία - που γίνεται εν στάσει (VES - Static) και εν κινήσει (VES - Dynamic).

Σ' αυτό το στάδιο εκτιμάται, χωρίς ίχνος επιείκειας, η ποιότητα των αυτοκινήτων από ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό. Οι άνθρωποι αυτοί δεν έχουν κανένα ενδοιασμό "να στείλουν πίσω", έστω σπάνια, ένα αυτοκίνητο προκειμένου να διασφαλιστεί η καλή ποιότητα κατασκευής. Ειδικά στο VES - Static, αξίζει να δει κανείς πως οι τεχνικοί επιστρατεύουν κάθε

αίσθησή τους - όραση, ακοή, αφή και όσφρηση - στην προσπάθειά τους αυτή.

Στο VES - Static, λοιπόν, γίνονται έλεγχοι για:

1. Ανοιγμα / κλείσιμο θυρών, καπό, πορτ - μπαγκάζ.
2. Εξωτερική και εσωτερική εμφάνιση.
3. Χρώμα.
4. Αμάξωμα.
5. Χώρο κινητήρα.
6. Διαρροές υγρών.

Στο VES - Dynamic και στην μικρή "πίστα δοκιμών" που υπάρχει μέσα στο χώρο του εργοστασίου, ελέγχονται τα εξής:

1. Αεροδυναμικοί θόρυβοι.
2. Άλλοι θόρυβοι.
3. Σύστημα θέρμανσης / κλιματισμού.
4. Ηλεκτρικά (ρύθμιση φώτων κ.λ.π.).
5. Κιβώτιο ταχυτήτων / μετάδοση.
6. Κινητήρας.
7. Φρένα.
8. Σύστημα διεύθυνσης.
9. Ανάρτηση.

Τέλος και αφού το αυτοκίνητο πάρει το "Final OK", οδηγείται στον ειδικό θάλαμο όπου γεμάζεται με το γνωστό προστατευτικό "κερί".

Μετά, καλά προστατευμένο, πια, απο κάθε στοιχείο της φύσης, περιμένει τη σειρά του στο μεγάλο χώρο στάθμευσης για να φορτωθεί σε ειδικά φορτηγά και να σταλεί στους κατά τόπους εξουσιοδοτημένους αντιπροσώπους απ' όπου και θα διατεθεί σε όλους που έχουν εμπιστοσύνη στα Ελληνικά χέρια.

## ΟΙ ΙΑΠΩΝΕΣ ΕΙΧΑΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙ:

Στις συνομιλίες της διοίκησης της «Τεοκάρ» με τους Ιάπωνες συναδέλφους τους στη Nissan, οι τελευταίοι προσπαθούσαν να πείσουν τους ανθρώπους της «Τεοκάρ» ότι η συνέχιση της παραγωγής στην Ελλάδα έχει παντελώς ξεφύγει από τα όρια του ρεαλισμού και του ορθολογισμού που βασίζεται στα οικονομικά δεδομένα. Είναι παραλογισμός, πίστευαν, να συνεχίζει κανείς μια παραγωγή με αρνητικά οικονομικά αποτελέσματα, για συναισθηματικούς και μόνο λόγους.

Στην προσπάθειά της να αντιμετωπίσει τα οξυμένα οικονομικά προβλήματα της επιχείρησης, η διοίκηση της «Τεοκάρ» επεδίωξε τη διαφοροποίηση της παραγωγής της, εκμεταλλευόμενη την τεχνογνωσία της. Αποτέλεσμα αυτής της προσπάθειας ήταν η δημιουργία προϊόντων και δραστηριοτήτων, όπως τα μηχανικά συστήματα στάθμευσης αυτοκινήτων και οι γυκτικοί θάλαμοι για φορτηγά ενός τόνου. Δυστυχώς, όμως, και αυτές οι δραστηριότητες δεν ήταν ικανές από μόνες τους να εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητα του εργοστασίου.

Οι διάφοροι αρμόδιοι του ΥΠΕΧΩΔΕ απέκλεισαν τα μηχανικά αυτά συστήματα στάθμευσης, που ως σημειωθεί έχουν υιοθετηθεί από τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες. Έτσι, για τους διοικούντες την «Τεοκάρ», η μοναδική διέξοδος ήταν:

1. Η εξασφάλιση 100 θέσεων εργασίας για την κατασκευή συστημάτων ελεγχόμενης στάθμευσης σε διάφορους δήμους της χώρας.

2. Η κατασκευή καθισμάτων και επίπλων γραφείων από την «Τεκόμ ΑΒΕΤΕ» με μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης στο μέλλον.

Η οριστική διακοπή της συναρμολόγησης αυτοκινήτων σημαίνει, εκτός των άλλων, τρομακτικές απώλειες κεφαλαίων που είχαν επενδυθεί στο εργοστάσιο του Βόλου και που δεν πρόκειται ποτέ να αποσβεστούν. Άλλωστε τα τμήματα του εργοστασίου που μπορούν να πωληθούν «κομμάτι-κομμάτι» είναι ελάχιστα. Έτσι, οι μέτοχοι της «Τεοκάρ» δεν έχουν πολλές ελπίδες «να πάρουν τα λεφτά τους πίσω». Αυτό, βεβαίως, δεν σημαίνει ότι οι ίδιοι έχουν χάσει λεφτά. Η ίδια η διοίκηση του ομίλου επιχειρήσεων Θεοχαράκη το τελευταίο διάστημα έχει επανεπενδύσει σημαντικά κεφάλαια από τα κέρδη της στο εμπορικό της δίκτυο. Χαρακτηριστική από αυτή την άποψη είναι η επένδυση για τη δημιουργία του νέου ελληνικού κέντρου διανομής ανταλλακτικών και εκπαίδευσης στον Ασπρόπυργο, συνολικού ύψους 2,5 δισεκατομμυρίων δραχμών.

Ο κ. Βασίλης Θεοχαράκης και οι διάδοχοί του στην επιχείρηση φαίνεται να έχουν πειστεί ότι στην Ελλάδα του 2000 **καλύτερα να είσαι έμπορος παρά βιομήχανος**. Έτσι, όλες οι προσπάθειές τους επικεντρώνονται στην ισχυροποίηση της θέσης και της δομής της εισαγωγικής εταιρείας «Νικ. Ι. Θεοχαράκης ΑΕ», η οποία από το 1961 αντιπροσωπεύει τα Nissan στην Ελλάδα.

## ΓΙΑΤΙ «ΒΟΥΛΙΑΞΕ» Η «ΤΕΟΚΑΡ».

Το 1980 δημιουργήθηκε στη Βιομηχανική Περιοχή του Βόλου ένα πρωτοποριακό εργοστάσιο. Δύο χρόνια αργότερα, το 1982 και ενώ τα προϊόντα της «Τεοκάρ» είχαν είδη κερδίσει την εμπιστοσύνη του κοινού, η επιχείρηση έχανε μια μεγάλη ευκαιρία.

Η τότε κυβέρνηση απέρριψε μια σημαντική πρόταση της Nissan: να δημιουργηθεί στην Ελλάδα μια μεγάλη βιομηχανική μονάδα παραγωγής αυτοκινήτων, που θα κάλυπτε τις ανάγκες της Ευρωπαϊκής αγοράς, στην οποία είχαν μεγάλη ανάγκη να εισβάλουν οι Ιαπωνικές εταιρείες. Η ευκαιρία ήταν ιστορική.

Η Ελληνική κυβέρνηση έθεσε κάποιους όρους. Οι απαιτήσεις αυτές θεωρήθηκαν από τους Ιάπωνες της Nissan υπερβολικές, και προφανώς δεν ικανοποιήθηκαν.

Εξάλλου, λίγο αργότερα η Βρετανία ικανοποίησε με το παραπάνω τις «απαιτήσεις» των Ιαπώνων. Η Βρετανία, που στέναζε ήδη από την κρίση και την ανεργία προσέφερε «γή και ύδωρ». Ακολούθησαν οι Ισπανοί, δίνοντας και αυτοί τα κατάλληλα «δώρα» στους ανθρώπους της Nissan.

Σήμερα μπορούμε να μετρήσουμε καλύτερα το μέγεθος της χαμένης ευκαιρίας: η αποδοχή των προτάσεων που έγιναν τότε θα εξασφάλιζε και την ουσιαστική αναβάθμιση, άρα και την βιωσιμότητα, των παραγωγικών εγκαταστάσεων της «Τεοκάρ».

Αυτή βεβαίως είναι η μια πλευρά των πραγμάτων. Γιατί είναι αλήθεια ότι στο χρονικό διάστημα 1980 ως 1987, αλλά και αργότερα σε μικρότερο βαθμό η Ελλάδα στήριξε την «Τεοκάρ» με διάφορους τρόπους:

1. Ο χαμηλότερος ειδικός φόρος κατανάλωσης που είχαν τα προϊόντα της «Τεοκάρ». Αυτό καθιστούσε τα αυτοκίνητά της ανταγωνιστικά ως προς την τελική τους τιμή. Πρακτικά αυτό είχε ως αποτέλεσμα η Ελληνική αυτοκινητοβιομηχανία «να ζει και να βασιλεύει» ακόμη και τότε που οι πωλήσεις στην Ελληνική αγορά δεν ξεπερνούσαν τις 60.000 ως 70.000 Ι.Χ. το χρόνο.

Η εταιρεία κατείχε ένα πολύ σημαντικό μερίδιο αγοράς. Μαζί με τις εισαγωγές της ήταν η πρώτη στη λίστα των πωλήσεων νέων αυτοκινήτων. Ωστόσο, στο τέλος του 1987, η μείωση στον ειδικό φόρο κατανάλωσης, που απολάμβαναν τα προϊόντα «Τεοκάρ», είχαν σχεδόν μηδενιστεί.

2. Η επιχείρηση ήρθε σε δύσκολη θέση με το καθεστώς της απόσυρσης των παλαιάς τεχνολογίας αυτοκινήτων τη διετία 1991 - 1992. Η ξαφνική και, συνήθως, απρογραμμάτιστη εφαρμογή ενός τόσο ριζικού μέτρου, δεν επέτρεψε στην «Τεοκάρ» να καλύψει τη ζήτηση που είχε εμφανίσει κάθετη αύξηση. Η ζήτηση ήταν τόσο μεγάλη που η εταιρεία είχε φτάσει να παραδίδει τα αυτοκίνητα στους αγοραστές ως και 8 μήνες μετά την παραγγελία τους. Όπως ήταν φυσικό, πολλοί πελάτες της Nissan - Τεοκάρ στρέφονταν σε άλλες μάρκες αυτοκινήτων, που είχαν μικρότερο χρόνο παράδοσης. Έτσι μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα η Nissan έχασε πολύτιμο μερίδιο. Από την πρώτη θέση στις πωλήσεις πήγε στην δεύτερη και απο εκεί στην τρίτη. Κάποτε όμως τελείωσε η απόσυρση.

3. Η εταιρεία ακολουθώντας την υψηλή ζήτηση, είχε προσαρμόσει σε υψηλότερα σημεία την παραγωγή της. Όσο ξαφνικά όμως είχε εκτιναχθεί η αγορά, άλλο τόσο απότομη

ήταν η πτώση της. Στο μεταξύ όμως στην αυλή της Τεοκάρ ήταν παρκαρισμένα εκατοντάδες έτοιμα αυτοκίνητα. Το κόστος συντήρησης του υπέρογκου στοκ έπεσε βαρύ στα χρηματοοικονομικά μεγέθη της επιχείρησης.

4. Ήταν το νέο σύστημα φορολογίας των αυτοκινήτων. Οι κατηγορίες του νέου ειδικού φόρου για τα Ι.Χ., ανάλογα με τα κυβικά του κινητήρα τους, ευνοούσαν τα αυτοκίνητα μικρού και μεγάλου κυβισμού. Όχι όμως τα αυτοκίνητα μεσαίου κυβισμού. Αυτά ακριβώς τα συναρμολογούσε η «Τεοκάρ»! Αποτέλεσμα αυτής της φορολογικής πολιτικής ήταν το γεγονός ότι το μερίδιο των μεσαίου κυβισμού αυτοκινήτων μειώθηκε, από 54,9% της συνολικής εγχώριας αγοράς το 1992, σε 34,8% το 1994

Καταλαβαίνει λοιπόν κανείς ότι η «Τεοκάρ» είχε ξεμείνει σε μια πολύ μικρή αγορά. Έτσι, από 13.162 «κομμάτια» το 1992, οι πωλήσεις του Sunny μειώθηκαν σε 4.758, το 1994 είχαν χαθεί τα 2/3 των πωλήσεων.

Η εξαιρετικά μεγάλη μείωση των πωλήσεων ανάγκασε τους ιδιοκτήτες της εταιρείας να θέσουν σε διαθεσιμότητα, για μεγάλα χρονικά διαστήματα, ολόκληρο το προσωπικό της. Η απόφαση αυτή είχε ένα τρομακτικό κόστος για την επιχείρηση, αφού την επιβάρυνε με 1,4 δισεκατομμύρια δραχμές.

Τα μεγάλα Ευρωπαϊκά εργοστάσια σε αντίστοιχες περιόδους ακολουθούν το μέτρο της απόλυσης χιλιάδων εργαζομένων ή της μείωσης των ωρών εργασίας ενώ η Nissan έλαβε το μέτρο της διαθεσιμότητας, ασκώντας με αυτό τον τρόπο κάποια κοινωνική πολιτική.

Στα αλλεπάλληλα αυτά εμπόδια οι άνθρωποι της «Τεοκάρ» προσπάθησαν να βρουν διέξοδο. Διερευνήθηκε η προοπτική να



δραστηριοποιηθεί η μονάδα στην κατασκευή μοντέλων cabrio («ανοιχτά» αυτοκίνητα) και ηλεκτρικών αυτοκινήτων. Ανεξάρτητες μελετητικές επιχειρήσεις ανέλαβαν να βρουν συνεργασίες με οίκους του εξωτερικού. Εξέτασαν ακόμη το ενδεχόμενο να μετατραπούν οι εγκαταστάσεις για να κατασκευάζουν αναταλλακτικά για λογαριασμό της Nissan στην Ευρωπαϊκή αγορά. Όλες όμως οι προσπάθειες αυτές δεν έφεραν κανένα πρακτικό αποτέλεσμα. Κανείς όμως δεν είναι σε θέση μέχρι στιγμής να απαντήσει στο ερώτημα αν η επιχείρηση αυτή θα μπορούσε να βρίσκεται ακόμη στη ζωή στην περίπτωση που οι εκπρόσωποι των εργαζομένων είχαν δεχθεί να υπάρξει δραστική μείωση του προσωπικού. Στην περίπτωση αυτή ίσως δεν ακολουθούσαν όλοι το δρόμο της ανεργίας αλλά ορισμένοι μόνο.

Πώς η ΤΕΟΚΑΡ έχασε το παιχνίδι. (Διαγράμματα Παράρτημα Α.)





## ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙΑΣ

### 1. Βαθμός παγιοποίησης περιουσίας:

#### Έτος 1991.

Πάγιο ενεργητικό/Σύνολο ενεργητικού=  
 $4.370.952.008/19.306.839.615=0,2264$

#### Έτος 1992.

Πάγιο ενεργητικό/Σύνολο ενεργητικού=  
 $6.277.409.771/25.525.131.002=0,2459$

#### Έτος 1993.

Πάγιο ενεργητικό/Σύνολο ενεργητικού=  
 $8.771.869.698/33.710.725.316=0,26021$

#### Έτος 1994.

Πάγιο ενεργητικό/Σύνολο ενεργητικού=  
 $8.305.040.643/26.411.046.073=0,31445$

### 2. Βαθμός δανειακής επιβάρυνσης:

#### Έτος 1991.

Ξένα κεφάλαια (μακροπρόθεσμα)/Ίδια κεφάλαια=  
 $13.620.707.711/5.374.944.472=2,5341$

#### Έτος 1992.

Ξένα κεφάλαια (μακροπρόθεσμα)/Ίδια κεφάλαια=  
 $18.313.465.191/6.952.269.670=2,6341$

#### Έτος 1993.

Ξένα κεφάλαια (μακροπρόθεσμα)/Ίδια κεφάλαια=

$28.057.048.332/5.435.206.916=5,1621$

**Έτος 1994.**

Ξένα κεφάλαια (μακροπρόθεσμα)/Ίδια κεφάλαια=

$23.623.372.771/2.689.332.650=8,784$

### **3. Βαθμός αυτοχρηματοδότησης:**

**Έτος 1991.**

Αποθεματικό/Μετοχικό κεφάλαιο=

$3.808.773.372/1.566.171.100=2,432$

**Έτος 1992.**

Αποθεματικό/Μετοχικό κεφάλαιο=

$4.736.098.570/2.216.171.100=2,1370$

**Έτος 1993.**

Αποθεματικό/Μετοχικό κεφάλαιο=

$4.704.708.731/2.200.000.000=2,1385$

**Έτος 1994.**

Αποθεματικό/Μετοχικό κεφάλαιο=

$4.682.708.731/2.200.000.000=2,1285$

### **4. Βαθμός κάλυψης πάγιου ενεργητικού:**

**Έτος 1991.**

Ίδια κεφάλαια/Πάγιο ενεργητικό=

$5.374.944.472/4.370.952.000=1,229$

**Έτος 1992.**

Ίδια κεφάλαια/Πάγιο ενεργητικό=

$2.216.171.100/6.277.409.771=0,3530$

**Έτος 1993.**

Ίδια κεφάλαια/Πάγιο ενεργητικό -

$5.435.206.916/8.771.869.698 = 0,6196$

**Έτος 1994.**

Ίδια κεφάλαια/Πάγιο ενεργητικό=

$2.689.332.650/8.305.040.643=0,32381$

**5. Βαθμός κάλυψης κυκλοφορούντος ενεργητικού:**

**Έτος 1991.**

Κεφάλαια μακράς διάρκειας - Πάγιο ενεργητικό /

Κυκλοφορούν ενεργητικό=

$244.785.228-4.370.952.008/14.675.351.170=0,28116$

**Έτος 1992.**

Κεφάλαια μακράς διάρκειας - Πάγιο ενεργητικό /

Κυκλοφορούν ενεργητικό=

$201.101.080-6.277.409.771/19.130.868.023=0,3176$

**Έτος 1993.**

Κεφάλαια μακράς διάρκειας - Πάγιο ενεργητικό /

Κυκλοφορούν ενεργητικό=

$148.714.722-8.771.869.698/23.157.183.402=0,3723$

**Έτος 1994.**

Κεφάλαια μακράς διάρκειας - Πάγιο ενεργητικό /

Κυκλοφορούν ενεργητικό=

$82.838.876-8.305.040.643/15.255.927.519=0,5389$

**6. Βαθμός ρευστότητας:**



**Έτος 1991.**

Κυκλοφορούν ενεργητικό/Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις =  
 $14.675.351.170/13.620.707.711 = 1,0774$

**Έτος 1992.**

Κυκλοφορούν ενεργητικό/Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις =  
 $19.130.868.023/18.311.465.191 = 1,0446$

**Έτος 1993.**

Κυκλοφορούν ενεργητικό/Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις =  
 $23.157.183.402/27.908.333.610 = 0,8297$

**Έτος 1994.**

Κυκλοφορούν ενεργητικό/Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις =  
 $15.255.927.519/23.540.533.895 = 0,64807$

**7. Βαθμός αποδοτικότητας:****Έτος 1991.**

Καθαρά κέρδη (Ζημιές)/Απασχολούμενα κεφάλαια (Ίδια) =  
 $1.471.744.655/5.374.944.472 = 0,2738$

**Έτος 1992.**

Καθαρά κέρδη (Ζημιές)/Απασχολούμενα κεφάλαια (Ίδια) =  
 $1.296.475.399/2.216.171.100 = 0,5850$

**Έτος 1993.**

Καθαρά κέρδη (Ζημιές)/Απασχολούμενα κεφάλαια (Ίδια) =  
 $1.462.121.742/2.210.000.000 = 0,6616$

**Έτος 1994.**

Καθαρά κέρδη (Ζημιές)/Απασχολούμενα κεφάλαια (Ίδια) =  
 $2.273.874.266/2.200.000.000 = 1,0335$

## ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΒΡΑΧΥΧΡΟΝΙΑΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ:

### 8. Γενικώς ρευστότητας:

#### Έτος 1991.

Κυκλοφορούν ενεργητικό/Βραχυχρόνιες υποχρεώσεις=  
14.675.351.170/13.620.707.711=1,0774

#### Έτος 1992.

Κυκλοφορούν ενεργητικό/Βραχυχρόνιες υποχρεώσεις=  
19.130.868.023/18.311.465.191=1,0446

#### Έτος 1993.

Κυκλοφορούν ενεργητικό/Βραχυχρόνιες υποχρεώσεις =  
23.175.183.402/27.908.333.610=0,8297

#### Έτος 1994.

Κυκλοφορούν ενεργητικό/Βραχυχρόνιες υποχρεώσεις=  
15.255.927.516/23.540.533.895=0,6481

### 9. Ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων:

#### Έτος 1991.

Καθαρές πωλήσεις χρήσεως (Μικτά αποτελέσματα) /  
Σύνολο απαιτήσεων. =  
8.042.493.095/8.476.947.359=0,9485

#### Έτος 1992.

Καθαρές πωλήσεις χρήσεως (Μικτά αποτελέσματα) /  
Σύνολο απαιτήσεων. =  
9.135.509.189/11.928.354.218=0,7658



**Έτος 1993.**

Καθαρές πωλήσεις χρήσεως (Μικτά αποτελέσματα) /

Σύνολο απαιτήσεων.

$$8.364.819.121/14.718.833.101=0,5683$$

**Έτος 1994.**

Καθαρές πωλήσεις χρήσεως (Μικτά αποτελέσματα) /

Σύνολο απαιτήσεων.=

$$7.992.973.471/10.484.858.276=0,7623$$

## **ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΑΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ:**

**10. Ίδιων κεφαλαίων:****Έτος 1991.**

Καθαρά κέρδη ή Ζημιές/Ίδια κεφάλαια=

$$1.579.991.588/5.374.944.472=0,2939$$

**Έτος 1992.**

Καθαρά κέρδη ή Ζημιές/Ίδια κεφάλαια=

$$1.296.475.399/6.952.269.670=0,1864$$

**Έτος 1993.**

Καθαρά κέρδη ή Ζημιές/Ίδια κεφάλαια=

$$1.485.672.915/5.435.206.916=0,2733$$

**Έτος 1994.**

Καθαρά κέρδη ή Ζημιές/Ίδια κεφάλαια=

$$2.379.830.713/2.689.332.650=0,8849$$

**11. Κάλυψης καταβαλόμενων τόκων:**

**Έτος 1991.**

Καθαρά κέρδη πρό τόκων και φόρων/Τόκος ξένων  
κεφαλαίων (χρεωστικοί τόκοι)

$$1.579.991.588/1.922.265.846=0,822$$

**Έτος 1992.**

Καθαρά κέρδη πρό τόκων και φόρων/Τόκος ξένων  
κεφαλαίων (χρεωστικοί τόκοι)=

$$1.296.475.399/2.256.162.862=0,5746$$

**Έτος 1993.**

Καθαρά κέρδη πρό τόκων και φόρων/Τόκος ξένων  
κεφαλαίων (χρεωστικοί τόκοι)=

$$1.485.672.915/4.016.497.031 =0,36989$$

**Έτος 1994.**

Καθαρά κέρδη πρό τόκων και φόρων/Τόκος ξένων  
κεφαλαίων (χρεωστικοί τόκοι)–

$$2.379.830.713/4.589.052.514=0,5185$$

## **Διερεύνηση της χρηματοοικονομικής λειτουργίας.**

Οι αριθμοδείκτες είναι το βασικό εργαλείο ανάλυσης των ισολογισμών. Με αυτούς μετράμε, εκτός των άλλων και την αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης (παραγωγικότητα και οικονομικότητα).

Οι αριθμοδείκτες αποτελούν μαθηματική σχέση της μορφής A/B χωρίς να υπάρχει πάντοτε εμφανής σχέση μεταξύ αριθμητή και παρονομαστή.

Η διερεύνηση της χρηματοοικονομικής λειτουργίας των επιχειρήσεων γίνεται με την κατάρτιση των αριθμοδεικτών.

**Καραγιαννίδου Ελένη**

Στην οικονομική ανάλυση οι αριθμοδείκτες δεν λαμβάνονται σαν απόλυτοι αριθμοί, αλλά έχουν συγκριτική αξία. Δηλαδή πρέπει να χρησιμοποιούνται σαν μέσα σύγκρισης είτε σε διαχρονική βάση στην ίδια την επιχείρηση, ήτε σε σχέση με άλλες ομοειδής επιχειρήσεις ή κλάδους. Δεν υπάρχουν σταθερά μέτρα σύγκρισης, όσον αφορά την χρηματοοικονομική διάρθρωση και κατ' επέκταση τους αριθμοδείκτες της επιχείρησης. Γι' αυτό οι αριθμοδείκτες θα πρέπει να λαμβάνονται σαν ενδείξεις για παραπέρα προσεκτική μελέτη, εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων και λήψη αποφάσεων. Οι συγκεκριμένοι αριθμοδείκτες που θα επιλεγούν για την διερεύνηση της χρηματοοικονομικής κατάστασης ή ενός χρηματοδοτικού προγράμτος της επιχείρησης, εξαρτώνται από την οπτική γωνία από την οποία εξετάζεται αυτή και το ειδικότερο στόχο των ενδιαφερομένων.

1. Στην περίπτωση αυτή οι επιχείρηση χαρακτηρίζεται εντάσεως κυκλοφοριακής περιουσίας (μεγαλύτερος από τη 1)

2. Από τα ξένα κεφάλαια μεγαλύτερη σημασία έχουν για την μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της επιχείρησης τα μακράς διάρκειας. Το ανεκτό όριο δανειακής επιβάρυνσης ποικίλει και εξαρτάται από την σταθερότητα του κύκλου εργασιών, την αποδοτικότητα και της γενικές οικονομικές συνθήκες. Είναι γεγονός ότι τα ίδια κεφάλαια υφίστανται πάντοτε πρώτα την πίεση από μια δυσμενή εξέλιξη αφού μειώνεται η πιστοληπτική ικανότητα της μονάδας και η συνέχιση των εργασιών πρέπει να στηριχθεί κατ' ανάγκη, στην περίπτωση αυτή, σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι προηγούμενα, στην αυτοδιαχείρηση.

3. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει το μειονέκτημα της έλλειψης σταθερότητας της βάσης του δείκτη, αφού κάθε χρόνο

μεταβάλεται. Στα αποθεματικά δεν θα πρέπει να περιλαμβάνονται οι προβλέψεις και οι κρατήσεις για υποτίμηση στοιχείων του ενεργητικού.

4. Αποτελεί κανόνα γενικής παραδοχής ότι το πάγιο κάθε επιχείρησης πρέπει να καλύπτεται από κεφάλαια μακράς διάρκειας. Σαν τέτοια χαρακτηρίζονται τα Ίδια Κεφάλαια και οι μακροπρόθεσμες πέρα της δεκαετίας χρηματοδοτήσεις. Στο πάγιο ενεργητικό δεν υπολογίζονται οι μακροπρόθεσμες τοποθετήσεις κεφαλαίων εκτός της επιχείρησης.

5. Στο κυκλοφορούν ενεργητικό δεν περιλαμβάνονται απαιτήσεις μη ρευστοποιήσιμες, ή αποθέματα αδρανοποιημένα. Το σημαντικότερο στοιχείο κάλυψης του κυκλοφορούντος ενεργητικού είναι οπωσδήποτε το καθαρό κεφάλαιο κίνησης της επιχείρησης που ορίζεται ως η διαφορά μεταξύ κυκλοφορούντος ενεργητικού και βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων της επιχείρησης.

6. Η ρευστότητα της επιχείρησης αποτελεί το πιο ευαίσθητο παράγοντα της χρηματοοικονομικής της διάρθρωσης. Οι χειρισμοί που αναφέρονται σ' αυτή απαιτούν μεγάλη προσοχή, καθώς η πίστη της επιχείρησης στις συναλλαγές εξαρτάται κατ' εξοχήν από το στοιχείο της ρευστότητας. Υπάρχουν περιπτώσεις που καθόλα βιώσιμες επιχειρήσεις οδηγήθηκαν σε πλήρες οικονομικό αδιέξοδο λόγω της μη συνετής πολιτικής που ακολούθησαν στο θέμα της ρευστότητάς τους.

7. Η αποδοτικότητα έχει πολλαπλή σημασία καί αποκτά ιδιαίτερο περιεχόμενο ανάλογα με την οπτική γωνία από την οποία εξετάζεται. Εάν ερευνάται από την πλευρά του μετόχου, η

αποδοτικότητα ενδιαφέρει ως προς τα μερίσματα δηλ. το ύψος των διανεμομένων κερδών.

Εαν η αποδοτικότητα ερευνάται από την πλευρά του επιχειρηματία, υπό την έννοια του μόνιμου μετόχου (ιδιοκτήτη), ή της διοίκησης της επιχείρησης, εκφράζεται σαν σχέση των καθαρών κερδών της επιχείρησης προς το σύνολο των απασχολούμενων κεφαλαίων (ιδίων).

Αυτή η μορφή αποδοτικότητας ονομάζεται ιδιωφελής ή αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων της επιχείρησης. Σάν καθαρά κέρδη λαμβάνονται εκείνα που εμφανίζονται στον ισολογισμό της επιχείρησης μετά την αφαίρεση των υπολοίπων, εάν υπάρχουν, της προϋγούμενης χρήσης και πριν από κάθε κράτηση για σχηματισμό αποθεματικών.

Συνεπώς από τα πιο πάνω βλέπουμε αντίστοιχα ότι:

1. Η παγιοποίηση της περιουσίας αυξάνεται σε 0,31445 το έτος 1994, δηλ. βελτιώνεται η οικονομική θέση της εταιρείας.

2. Η δανειακή επιβάρυνση είναι 2,5341 το έτος 1991 ενώ 8,784 το έτος 1994, δηλ. αυξάνονται οι οφειλές της και μειώνεται η ρευστότητα της επιχείρησης.

3. Η αυτοχρηματοδότηση της επιχείρησης είναι 2,132 το έτος 1991 ενώ 2,185 το έτος 1994, δηλ. αντλεί κεφάλαιο από το αποθεματικό της για τις υποχρεώσεις της με αποτέλεσμα την μειωσή της.

4. Οι υποχρεώσεις της επιχείρησης προς τον φορέα της δια τα αγαθά και τα δικαιώματα της (μακροχρόνια) είναι 1,229 το έτος 1991, δηλ. η εταιρεία είναι σε πλεονεκτικότερη θέση (ισχυρότερη) σε σχέση με 0,3238 του έτους 1994 που τα οικονομικά της είναι πιο περιορισμένα.

5. Ο δείκτης κάλυψης κυκλοφορούντος ενεργητικού δίδει αύξηση και έτσι έχουμε νέα κέρδη, νέες μετοχές, εισπράξεις οφειλών, συναλλαγή δανείων, κ.τ.λ.

6. Η ρευστότητα της επιχείρησης είναι 1,077 το έτος 1991 ενώ 0,648 το έτος 1994 δηλ. το 1991 κυκλοφορούσε στην επιχείρηση (ταμείο) περισσότερο χρήμα ενώ τώρα 1994 είναι περιορισμένο

7. Η επιχείρηση μπορεί να έχει στην διαθεσή της κεφάλαια αλλά το αποτέλεσμα της δεν είναι πάντα κέρδος. Πολλές φορές η επιχείρηση έχει ζημιά, όπως το 1993,1994 αντίστοιχα.

8. Το έτος 1991 είναι 1,0774 ενώ το έτος 1994 είναι 0,6481 δηλ. το 1994 η γενική ρευστότητα μειώνεται γιατί μειώνονται αντίστοιχα και οι υποχρεώσεις προς τρίτους.

9. Έχουμε το 1991 0,9485 ενώ το έτος 1994 0,7623, δηλ. το 1994 μειώνονται οι πωλήσεις και είναι φυσικό οι απαιτήσεις μας να μειώνονται ταυτόχρονα.

10 Τα ίδια κεφάλαια είναι το έτος 1991 0,293 και το έτος 1994 0,8849, δηλ. ότι όταν έχουμε ζημιά οι υποχρεώσεις μας αυξάνουν προς τρίτους.

11. Έχουμε το έτος 1991 0,822 ενώ το έτος 1994 0,515 δηλ. όταν πληρώνονται ο φόρος και ο τόκος τα καθαρά κέρδη πρό τόκων και φόρων μειώνονται.

## ΚΑΘΕΤΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ

Στο όχι ιδιαίτερα μακρινό παρελθόν, η κατάσταση ήταν λίγο πολύ γνωστή: προκειμένου να προμηθευτεί κάποιος ορισμένα ανταλλακτικά για το χαλασμένο αυτοκίνητό του, έπρεπε να τρέχει από συνεργείο σε συνεργείο και από κατάστημα ανταλλακτικών σε κατάστημα ανταλλακτικών. Το ίδιο βέβαια συνέβαινε και όταν απλά έπρεπε να γίνουν οι προγραμματισμένες εργασίες συντήρησης, αφού η ανεύρεση του κατάλληλου συνεργείου (ο όρος «εξουσιοδοτημένο» πέρασε πολύ αργότερα στο λεξιλόγιο των οδηγών στη χώρα μας) κάθε άλλο παρά εύκολη υπόθεση ήταν.

Το αποτέλεσμα βέβαια ήταν η ταλαιπωρία και φυσικά η απώλεια χρόνου και χρήματος, αφού κάποιος έπρεπε κυριολεκτικά να αφήσει τη δουλειά του για το σκοπό αυτό.

Εδώ και μια δεκαετία περίπου, η «περιπέτεια» αυτή τείνει να εκλείψει, αν δεν έχει ήδη, αφού πολλοί από τους αντιπροσώπους όλων σχεδόν των εταιρειών του χώρου έχουν δημιουργήσει τις λεγόμενες «κάθετες μονάδες» (κάθετα συγκροτήματα ή αντιπροσωπείες αν προτιμάτε), στα οποία οι εκθέσεις λιανικής πώλησης αυτοκινήτων συμπληρώνονται από τμήματα ανταλλακτικών και αξεσουάρ, καθώς και από πλήρως οργανωμένο συνεργείο.

Η κίνηση αυτή ουσιαστικά επιβλήθηκε, προκειμένου οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι αντιπροσωπείες να παραμείνουν ανταγωνιστικές και να μπορέσουν να ακολουθήσουν το σημερινό τρόπο ζωής. Ο κάθε κάτοχος αυτοκινήτου - και όχι

μόνο - δεν έχει καιρό για «χάσιμο». Έτσι απαιτεί την όσο γίνεται πιο γρήγορη, αλλά και καλή εξυπηρέτηση.

Πολλές λοιπόν από τις αντιπροσωπείες αυτοκινήτων, προσαρμόστηκαν, ανασκεύασαν ή δημιούργησαν εκ νέου κτιριακές εγκαταστάσεις, αγόρασαν σύγχρονο και εξελιγμένο εξοπλισμό, τόσο μηχανολογικό όσο ηλεκτρονικό, προκειμένου να ακολουθήσουν τις τάσεις της εποχής. Παράλληλα έδωσαν ιδιαίτερη έμφαση στο λεγόμενο after sales service, δηλαδή στις υπηρεσίες που προσφέρονται στον πελάτη μετά την πώληση του αυτοκινήτου.

Ένας άλλος λόγος δημιουργίας κάθετων μονάδων ήταν βέβαια ο έντονος ανταγωνισμός στο χώρο του αυτοκινήτου τα τελευταία χρόνια, αλλά και η ακόμα πιο πρόσφατη κάμψη των πωλήσεων. Τα ολοκληρωμένα συγκροτήματα δίνουν τη δυνατότητα επιβίωσης στο χώρο, αφού μπορούν να λειτουργήσουν πιο αποδοτικά με την βοήθεια των τμημάτων ανταλλακτικών και σέρβις τους. Προϋπόθεση βέβαια είναι τα δύο αυτά τμήματα να είναι άγογα σχεδιασμένα και οργανωμένα, έτσι ώστε κανένας πελάτης να μην φεύγει δυσαρεστημένος.

Ποιές είναι όμως οι δυνατότητες που παρέχει στον πελάτη της μία κάθετη μονάδα;

Κατ'αρχήν θα πρέπει να τονισθεί ότι δεν είναι αναγκαίο να είναι κανείς πελάτης της έκθεσης για να μπορεί να εξυπηρετηθεί από το τμήμα ανταλλακτικών ή το συνεργείο του κάθετου συγκροτήματος, αφού αρχή όλων των κάθετων μονάδων είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη σε κάθε έναν από τους τρεις τομείς.

Μια επιχείρηση, για να μπορεί να χαρακτηριστεί ως «κάθετη μονάδα», πέρα από την συστέγαση των τριών τμημάτων



σε ένα κτίριο πρέπει να μπορεί να προσφέρει και εξυπηρέτηση υψηλών προδιαγραφών. Ο υπογύφιος πελάτης που θα επισκεφθεί την έκθεση περιμένει να ενημερωθεί όσο γίνεται πιο καλά για το συγκεκριμένο μοντέλο που τον ενδιαφέρει. Για το σκοπό αυτό άλλωστε, οι πωλητές των μεγάλων αυτών συγκροτημάτων παρακολουθούν σε τακτά χρονικά διαστήματα σεμινάρια, ώστε να εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους και να ενημερώνονται πάνω στις εξελίξεις. Παράλληλα παρακολουθούν και τις μεταβολές στον τομέα του μάρκετινγκ.

Βέβαια, εδώ πρέπει να τονίσουμε ότι σεμινάρια δεν γίνονται μόνο για τους υπαλλήλους των εκθέσεων αλλά και για το τεχνικό προσωπικό, τους μηχανικούς και τους τεχνίτες των συνεργείων δηλαδή, οι οποίοι ενημερώνονται για τις αλλαγές των μοντέλων και τα μυστικά τους.

Για να μπορεί μια κάθετη μονάδα να είναι βιώσιμη, θα πρέπει όλες οι δραστηριότητές της να λειτουργούν σωστά. Για να γίνει βέβαια αυτό, θα πρέπει να έχει τον κατάλληλο εξοπλισμό και την κατάλληλη υποστήριξη. Με άλλα λόγια, το μεγαλύτερο βάρος στη λειτουργία ενός ολοκληρωμένου συγκροτήματος πέφτει στο συνεργείο και το τμήμα ανταλλακτικών.

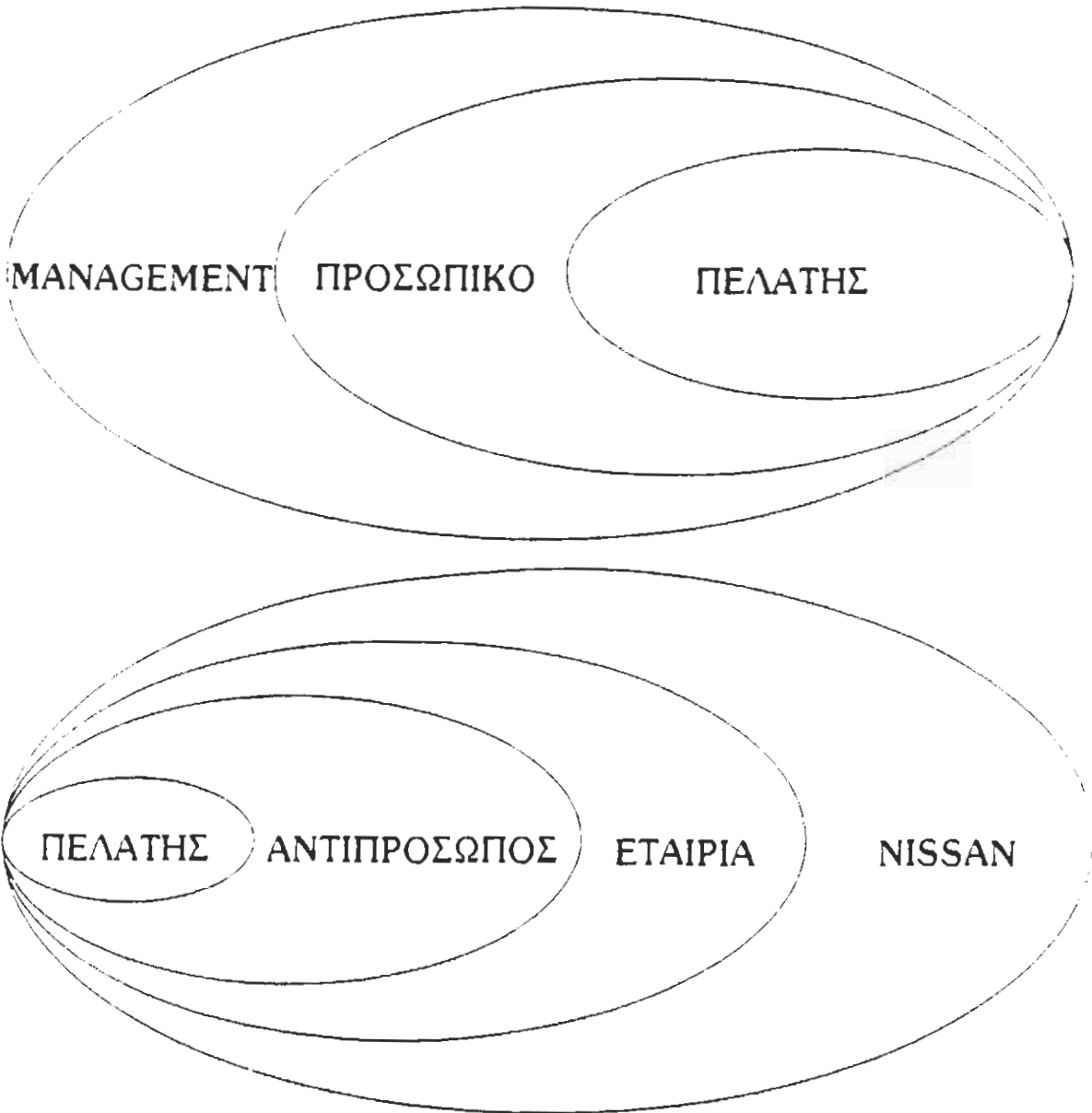
Έτσι, τα τμήματα σέρβις των περισσότερων κάθετων συγκροτημάτων διαθέτουν ηλεκτρονικές μονάδες ελέγχου, ώστε να μπορεί ο τεχνικός υπεύθυνος του κάθε συνεργείου να ανακαλύπτει αμέσως τη βλάβη του αυτοκινήτου που βρίσκεται μπροστά του. Επίσης τα συνεργεία συνήθως διαθέτουν μηχανήματα ευθυγράμμισης - ζυγοστάθμισης, καθώς και τμήμα φανοποιείου - βαφείου. Φυσικά, όλες οι επισκευές πρέπει να γίνονται από έμπειρους μηχανικούς.

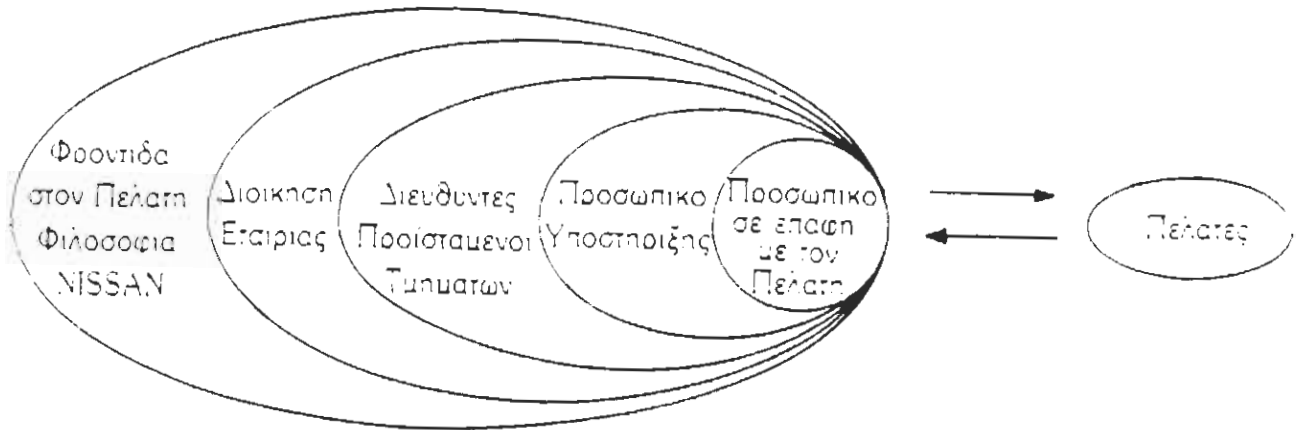
Η ταχύτητα με την οποία θα επισκευαστεί ένα αυτοκίνητο από τους τεχνικούς του συνεργείου είναι σαφώς εξαρτημένη από το τμήμα των ανταλλακτικών. Όσο πιο οργανωμένη είναι η αποθήκη των ανταλλακτικών και όσο πιο μεγάλο στόκ εξαρτημάτων διαθέτει, τόσο πιο γρήγορα θα εξυπηρετηθεί ένα αυτοκίνητο από το τεχνικό τμήμα μιας κάθετης μονάδας.

Σ' αυτό λοιπόν το σημείο θα μπορούσαμε να πούμε ότι μια κάθετη μονάδα μοιάζει με μία αλυσίδα, της οποίας οι κρίκοι συνδέονται και εξαρτώνται ο ένας από τον άλλον. Όσο πιο ευχαριστημένος μένει ο πελάτης από τον τρόπο με τον οποίο ο πωλητής θα τον αντιμετωπίσει και θα τον πείσει να αγοράσει το προϊόν του, τόσο πιο εύκολο είναι ο συγκεκριμένος άνθρωπος να εμπιστευτεί το αυτοκίνητό του στους υπαλλήλους του συνεργείου. Αυτό βέβαια λειτουργεί και αντίστροφα στην περίπτωση που κάποιος επισκεφτεί πρώτα το συνεργείο και αποφασίσει κάποια στιγμή να αγοράσει ένα καινούργιο αυτοκίνητο.

## ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ.

Η φιλοσοφία της Nissan στηρίζεται στην άποψη ότι το πιο σημαντικό πρόσωπο στην όλη διαδικασία του σχεδιασμού, εξέλιξης, κατασκευής και διανομής των αυτοκινήτων είναι ο πελάτης. Η πίστη της Nissan είναι ότι κάθε πελάτης ξεχωριστά δίνει στην εταιρεία ένα λόγο ύπαρξης και στόχος της είναι να ικανοποιεί κάθε πελάτη ξεχωριστά.





Η προσπάθεια της Nissan κατευθύνεται στην ικανοποίηση των πελατών της τόσο με την κατασκευή αξιόπιστων μοντέλων αλλά και με την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών σε όλα τα στάδια της πώλησης με ιδιαίτερη έμφαση το after salew service.

Οι κάτοχοι των αυτοκινήτων Nissan έχουν στην διάθεσή τους το μεγαλύτερο δίκτυο εξουσιοδοτημένων συνεργείων σε κάθε σημείο της Ελλάδας και την παροχή του καλύτερου πακέτου εγγυήσεων και εξυπηρέτησης. Αυτό περιλαμβάνει:

#### NISSAN - ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΥ:

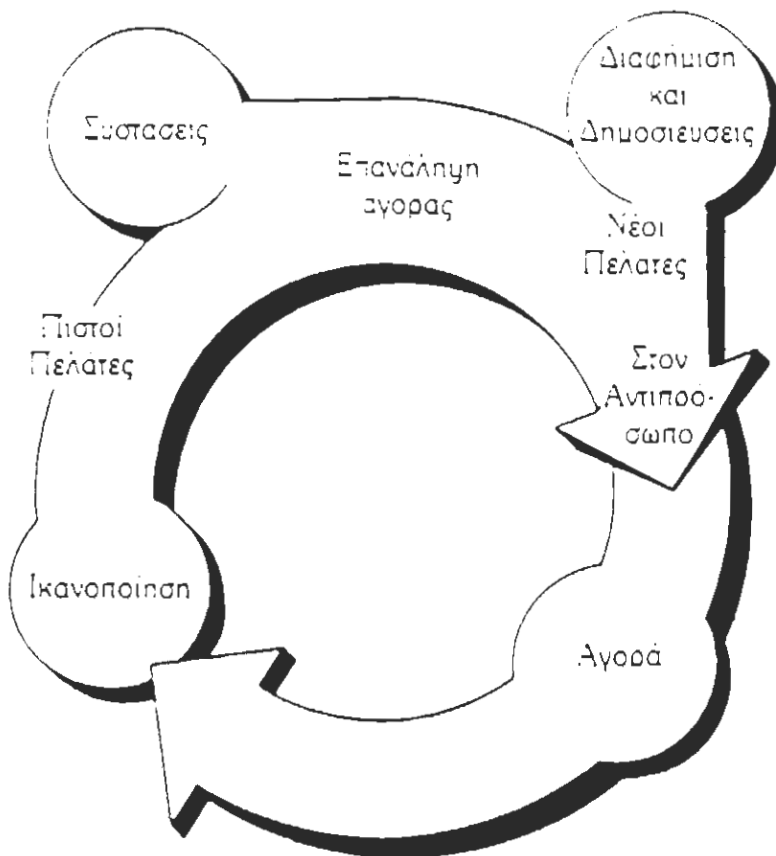
1. 3 χρόνια εγγύηση αυτοκινήτου.
2. 3 χρόνια εγγύηση χρώματος.
3. 6 χρόνια εγγύηση για αντισκωριακή προστασία.
4. 24 ώρες το 24-ωρο οδική βοήθεια και τεχνική κάλυψη σε όλη την Ευρώπη.
5. 1 χρόνος εγγύηση για τα γνήσια ανταλλακτικά της Nissan εφόσον αυτά τοποθετηθούν σε κάποιο εξουσιοδοτημένο συνεργείο της Nissan.

Σε τακτά χρονικά διαστήματα θα πρέπει να μετρούμε την ικανοποίηση του πελάτη έτσι ώστε να εξαλείψουμε κάθε δυσαρέσκεια και η εταιρεία να βρίσκεται στην κορυφή.

Η ικανοποίηση του πελάτη επιτυγχάνεται σε δυο στάδια:

1. Πριν και κατά την πώληση
2. Μετά την πώληση.

Κατά το πρώτο στάδιο η ικανοποίηση του πελάτη επιτυγχάνεται σε κάθε επαφή που έχει η εταιρεία με τον πελάτη σε όλη τη διαδικασία της πώλησης. Μετά την πώληση ο πελάτης επιδιώκει να εξυπηρετηθεί σε θέματα όπως είναι το συνεργείο, ανταλλακτικά, την εγγύηση του αυτοκινήτου του, την 24ωρη γραμμή επικοινωνίας και το Pan European Service.



Η Nissan πρέπει να μετρά συνεχώς τους δείκτες που εκφράζουν την ικανοποίηση των πελατών της και να επικεντρώνεται σε 'κεινους που απαιτούν άμεση ενέργεια. Η πιο άμεση ενέργεια είναι η εκπαίδευση των εργαζομένων, αφού ο ανθρώπινος παράγοντας έχει τη μεγαλύτερη βαρύτητα στην ικανοποίηση του πελάτη.

Έρευνα ικανοποίησης των πελατών (CSI) - πωλήσεις:

- 1) Ευγένεια και φιλικότητα του προσωπικού πωλήσεων
- 2) Συνεπεία του προσωπικού πωλήσεων
- 3) Γνώση προϊόντος από το προσωπικό πωλήσεων
- 4) Επεξήγηση οικονομικών ασφαλιστικών διακανονισμών
- 5) Παρουσίαση του αυτοκινήτου Επεξήγηση χαρακτηριστικών
- 6) Επεξήγηση της εγγύησης του αυτοκινήτου.
- 7) Επεξήγηση της συντήρησης του αυτοκινήτου.
- 8) Ενπνερωση για τα τιμήματα σερβις και ανταλλακτικών
- 9) Άνεση χώρων εκθεσης.
- 10) Ορατότητα ενδείξεων πινακίδων
- 11) Εμφάνιση χώρων εκθεσης.
- 12) Χώρος Parking.
- 13) Ευκολία θέσης αντιπροσώπου.
- 14) Εξωτερική καθαριότητα αυτοκινήτου κατά την παράδοση.
- 15) Εσωτερική καθαριότητα αυτοκινήτου κατά την παράδοση.
- 16) Συνεπής παράδοση αυτοκινήτου.
- 17) Follow - Up Επαφή μετά την πώληση.

Έρευνα ικανοποίησης των πελατών (CSI) - συνεργείο:

- 1) Πώς το προσωπικό άκουσε τις ανάγκες του Πελάτη.
- 2) Ευγένεια και φιλικότητα του προσωπικού συνεργείου.
- 3) Πόσο γρήγορα έγινε το σέρβις ή η επισκευή.
- 4) Ευκολία στο κλείσιμο ραντεβού.
- 5) Προσωπική εμφάνιση του προσωπικού συνεργείου.
- 6) Συνεπής παράδοση του αυτοκινήτου.
- 7) Επεξήγηση της εργασίας που πρόκειται να γίνει.
- 8) Επεξήγηση της εργασίας που έγινε και της χρέωσης πληρωμής.
- 9) Ευκολία επαφής με το νοσηείο κινήσεως.
- 10) Καθαριότητα Άνεση του χώρου αναμονής.
- 11) Καθαριότητα των χώρων συνεργείου
- 12) Ευκολία της θέσης του αντιπροσώπου.
- 13) Τιμές ανταλλακτικών
- 14) Τιμές εργασίας.
- 15) Διαθεσιμότητα ανταλλακτικών.

Η χρησιμοποίηση ενός διεθνούς δορυφορικού δικτύου συμβάλλει στην δυνατότητα επικοινωνίας των Αμερικανικών και Ευρωπαϊκών ερευνητικών τμημάτων της NISSAN με τους κεντρικούς κομπιούτερ της εταιρείας στην Ιαπωνία. Η NISSAN είναι πρωτοπόρος σε κάθε τεχνολογική εξέλιξη όπως για παράδειγμα στο σύστημα μετάδοσης της κίνησης 4X4 με συμπλέκτη συνεκτικής ζεύξης, το σύστημα φρένων 4WAS, κ.α. Η NISSAN κατέχει επίσης σημαντική θέση στο Ιαπωνικό διαστημικό πρόγραμμα, έχοντας σχεδιάσει και κατασκευάσει αρκετούς πυραύλους. Η NISSAN είναι ο μοναδικός προμηθευτής της Ιαπωνίας σε τουρμπίνες για την εκτόξευση πυραύλων.

## ΤΟ ΝΕΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΤΗΣ NISSAN ΤΟΥ 2000

Με νέους στόχους και νέα φιλοσοφία όσον αφορά την επικοινωνία, το δίκτυο των επίσημων εμπόρων της αλλά και τη κατασκευή των νέων μοντέλων της, η NISSAN αντιμετωπίζει την πρόκληση του 2000 και τις αυξημένες απαιτήσεις των Ευρωπαίων καταναλωτών

Προκειμένου να πετύχει τους στόχους της, η NISSAN έχει ξεκινήσει την υλοποίηση του προγράμματος NETWORK 2000 που στηρίζεται στην αναβάθμιση των εγκαταστάσεων των επίσημων εμπόρων της, του σήματος της αλλά και της φιλοσοφίας της για ολοκληρωμένη επικοινωνία με τους αγοραστές αυτοκινήτων NISSAN σε όλα τα στάδια της πώλησης.

Η αναβάθμιση αυτή επιτυγχάνεται με τη δημιουργία κάθετα οργανωμένων εγκαταστάσεων τριών σημείων (έκθεση, service, ανταλλακτικά) που έχουν ενιαία εξωτερική έμφαση, θα φέρνουν τα νέα εταιρικά σήματα της NISSAN, και θα έχουν μοντέρνα εσωτερική αρχιτεκτονική σχεδίαση.

Στα πλαίσια της ανάπτυξης του δικτύου σύμφωνα με το NETWORK 2000, το σκούρο μπλέ αποτελεί το βασικό χρώμα της NISSAN. Συνδυαζόμενο με τα υπόλοιπα εταιρικά χρώματα το κόκκινο, το άσπρο και το ασημί τονίζει το δυναμισμό της εταιρίας και την συνεχή προσπάθεια για την ικανοποίηση των αυξημένων αναγκών των απαιτητικών πελατών με την δημιουργία αυτοκινήτων υψηλής τεχνολογίας αλλά και με την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών.



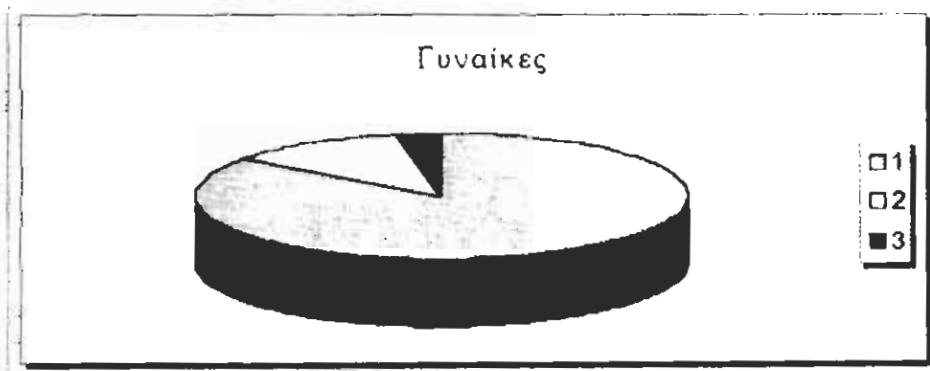
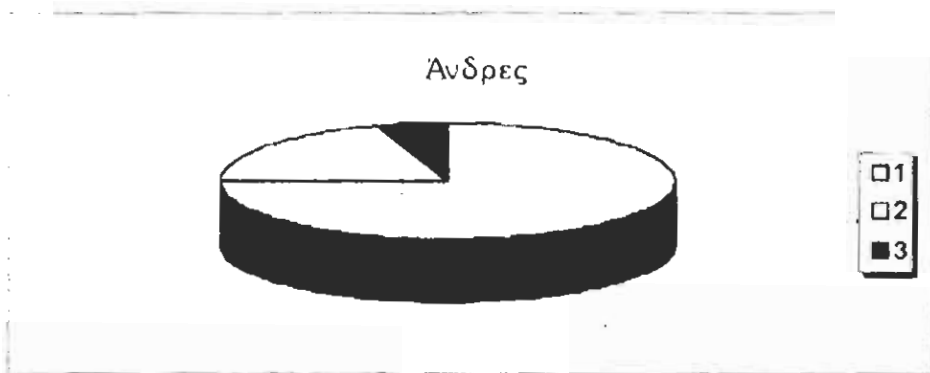
Το νέο σήμα της εταιρίας είναι τρισδιάστατο τοποθετημένο σε σκούρο μπλέ φόντο και το όνομα NISSAN αναγράφεται μόνο μέσα στο σήμα με ευανάγνωστα γράμματα. **Ο τρισδιάστατος χαρακτήρας του σήματος αντιπροσωπεύει τη νέα στρατηγική της NISSAN "Tri - Pollar Structure".** Σύμφωνα με αυτή τη στρατηγική η NISSAN έχει προχωρήσει στη δημιουργία "τριών στρατηγικών κέντρων" στις τρεις μεγαλύτερες αυτοκινητοαγορές του κόσμου, Ευρώπη, Αμερική και Ιαπωνία τα οποία τονίζουν ταυτόχρονα τον Ευρωπαϊκό αλλά και τον παγκόσμιο χαρακτήρα της.

Στην Ελλάδα ήδη ξεκίνησε η υλοποίηση του προγράμματος "NETWORK 2000" από την NISSAN - ΝΙΚ. Ι. ΘΕΟΧΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. με άμεσο στόχο την τοποθέτηση των νέων σημάτων της σε τουλάχιστον 30 συγκροτήματα μέσα στο 1994, εγκαινιάζοντας την αρχή μιας νέας εποχής για την NISSAN του 2000 στη χώρα μας.

## ΤΑ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΑ ΕΧΟΥΝ ΕΙΣΒΑΛΕΙ ΣΤΗ ΖΩΗ ΜΑΣ.

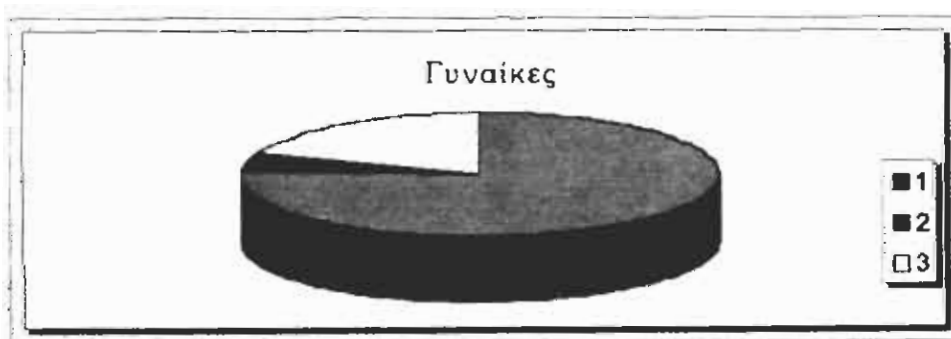
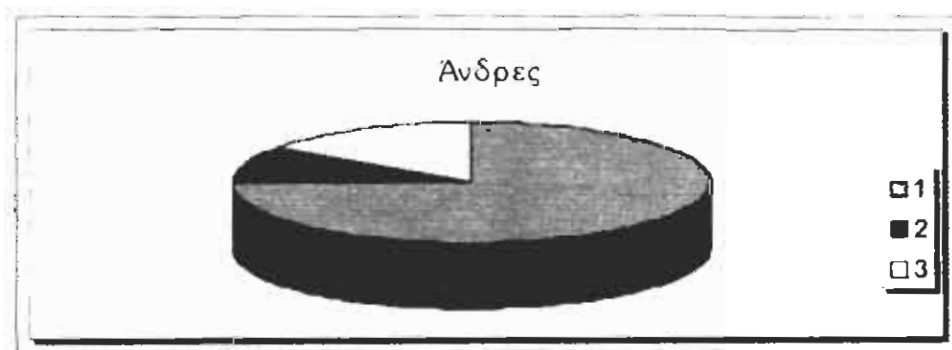
1. Η οικογένειά σου χρησιμοποιεί το αυτοκίνητο;

Μόνο για ταξίδια



Τι κυρίως αντιπροσωπεύει για σένα το αυτοκίνητο;

Φυγή απο την καθημερινότητα



Απο τα στοιχεία που έχουν βλέπουμε ότι:

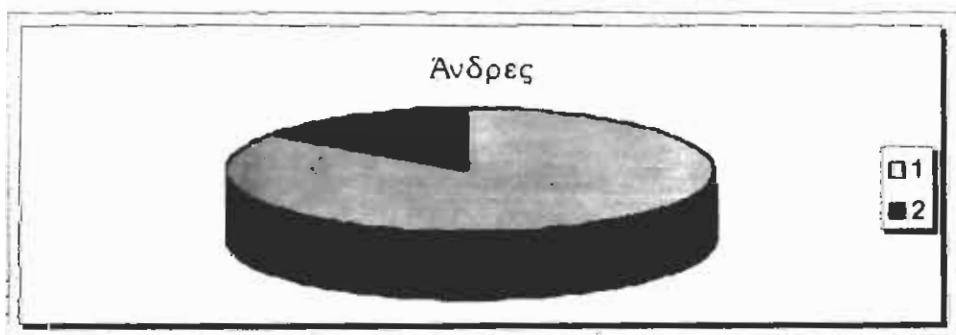
Η συντριπτική πλειοψηφία των οικογενειών αι' όπου προέρχονται οι νέοι, διαθέτει αυτοκίνητο και το χρησιμοποιεί σε καθημερινή βάση.

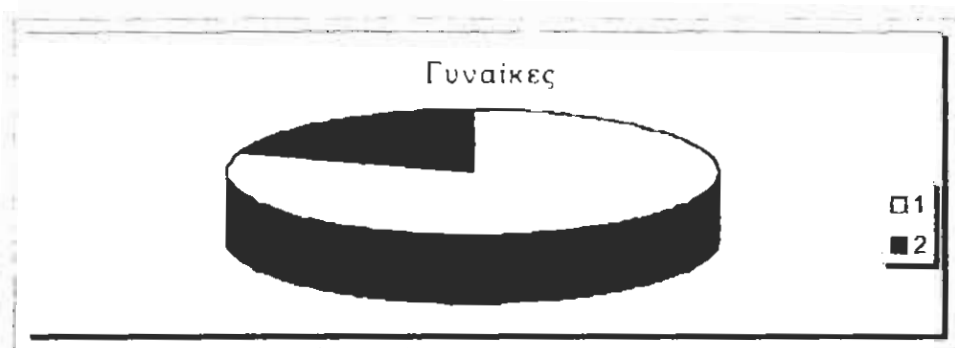
Το 90% των γυναικών και το 80% των ανδρών. Ενώ τα αυτοκίνητα χρησιμοποιούνται σε ποσοστό 8% των γυναικών και 15% των ανδρών για τα Σαββατοκύριακα και σε πολύ μικρό ποσοστό για ταξίδια.

Οι ίδιοι ζητούν δικαιώματα στην επιλογή του οικογενειακού αυτοκινήτου, δεν θεωρούν το αυτοκίνητο σύμβολο κύρους αλλά μέσο για περισσότερη κοινωνικότητα, και σαν μέσο μεταφοράς.

## 2. Θα προτιμούσες να έχεις:

### Μοτοσυκλέτα

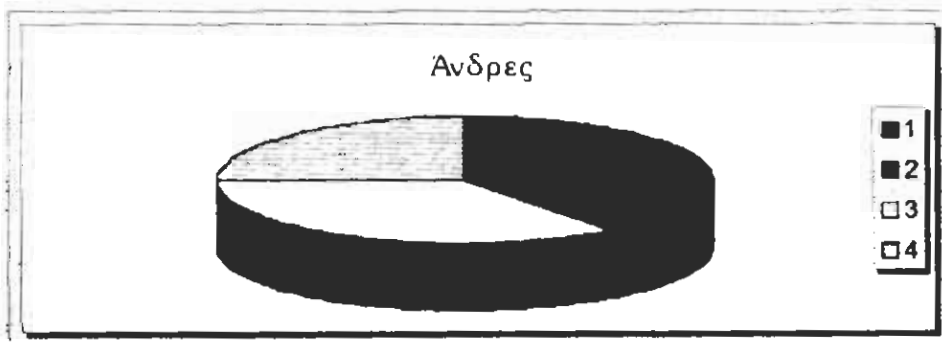


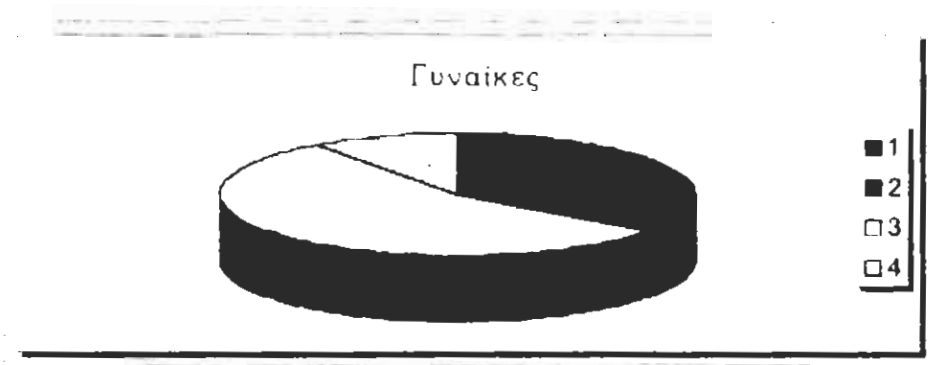


Πώς αξιολογείς τους Έλληνες ως οδηγούς;

Πολύ καλούς

Καλούς





Όπως φαίνεται:


Οι άνδρες και οι γυναίκες δείχνουν να προτιμούν τα αυτοκίνητα από τις μοτοσυκλέτες και ζητούν περισσότερη παιδεία για το αυτοκίνητο, ενώ θεωρούν τους Έλληνες μέτριους οδηγούς το 50% των γυναικών ενώ το ποσοστό των ανδρών είναι λίγο μικρότερο μόλις 43% και βασικούς υπευθύνους για τα τροχαία ατυχήματα, αλλά διαμαρτύρονται και για την κακή κατάσταση των δρόμων.

3. Η προτίμηση των ανθρώπων για ένα αυτοκίνητο επηρεάζεται:

Απο την τιμή του


Απο τα τεχνικά του χαρακτηριστικά:

Ανδρες



■ 1  
■ 2  
■ 3

Γυναίκες



■ 1  
■ 2  
■ 3

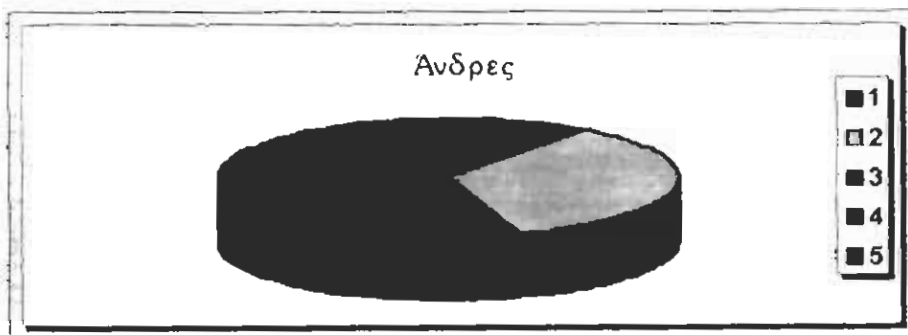
Βλέπουμε ότι το 52% των γυναικών και το 49% των ανδρών, διαμορφώνουν άποψη για το αυτοκίνητο με βάση τα τεχνικά χαρακτηριστικά του, ενώ το δεύτερο κριτήριο επιλογής και για τα δύο φύλα είναι η εμφάνιση του αυτοκινήτου, ενώ στην τρίτη θέση βρίσκεται η τιμή του.

**4. Τι βοηθάει τους άνδρες και τις γυναίκες να διαμορφώσουν άποψη για ένα αυτοκίνητο;**

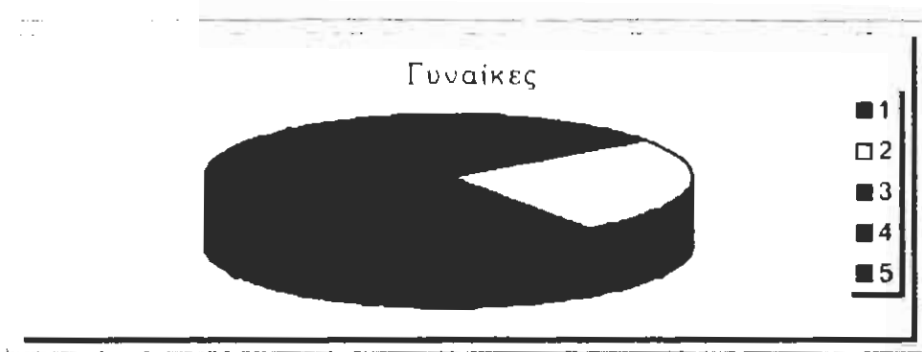
Οι διαφημίσεις αυτοκινήτου:

Το οικογενειακό περιβάλλον:

Συζητήσεις με φίλους







Βλέπουμε εδώ ότι τα ποσοστά διαφέρουν και έχουν ως εξής: το 30% των ανδρών εμφανίζονται πιο ενημερωμένοι στα θέματα αυτοκινήτου, αφού συζητούν, διαβάζουν ειδικά περιοδικά ή τα αγοράζουν ή τα δανείζονται από φίλους τους.

Αντίθετα η πλειοψηφία των γυναικών είναι λιγότερο εξοικειωμένη με τα τεχνικά περιοδικά οι οποίες τα διαβάζουν σπάνια ή ποτέ. Και όταν αυτό συμβαίνει, δεν είναι εκείνες που τα αγοράζουν. Και αυτές ενημερώνονται από διάφορες συζητήσεις.

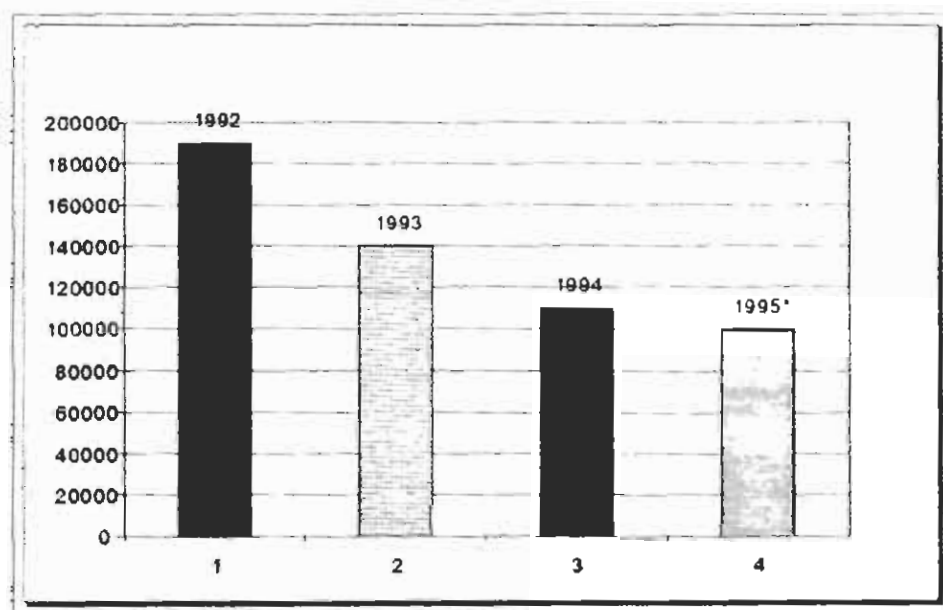
Τα πιο πάνω στοιχεία είναι από έρευνα που έγινε από μαθητές οι οποίοι απάντησαν στο ερωτηματολόγιο.

# **Παράρτημα Α.**

## **Διαγράμματα**

## Οι πωλήσεις νέων Ι.Χ. έπεσαν...

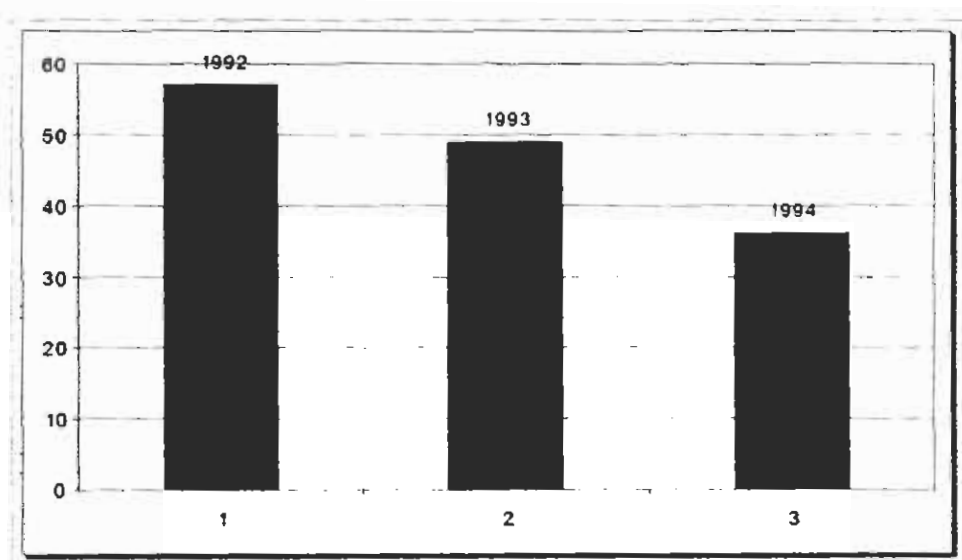
(Πωλήσεις νέων επιβατικών στην Ελλάδα).



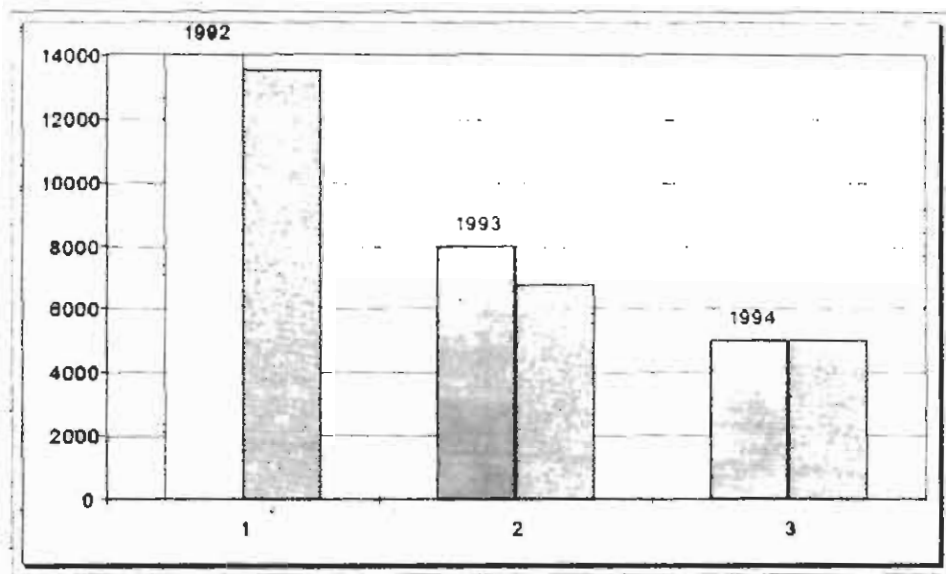
\* Πρόβλεψη.

## ... Η προτίμηση για τα μεσαίου κυβισμού αυτοκίνητα μειώθηκε...

(μερίδιο σε σύνολο των πωλήσεων)



**... Το Sunny έχασε την αγορά του...  
...συμπαράσύροντας την παραγωγή του  
εργοστασίου στον Βόλο.**



(Πωλήσεις «Ελληνικού» μοντέλου σε σχέση με την παραγωγή Ι.Χ. από την ΤΕΟΚΑΡ).

# Παράρτημα Β.

## Πίνακες

## Πίνακας 1.1.

Κατάταξη εταιριών σύμφωνα με πωλήσεις 1975 - 1994

|            |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|            | 75 | 76 | 77 | 78 | 79 | 80 | 81 | 82 | 83 | 84 | 85 | 86 | 87 | 88 | 89 | 90 | 91 | 92 | 93 | 94 |
| FIAT       | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 4  | 12 | 9  | 10 | 15 | 10 | 8  | 6  | 5  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 1  |
| OPEL       | 9  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 2  | 1  | 1  | 3  | 7  | 6  | 6  | 4  | 5  | 4  | 5  | 2  |
| TOYOTA     | 3  | 4  | 5  | 6  | 13 | 3  | 4  | 5  | 4  | 9  | 8  | 9  | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 3  | 1  | 3  |
| SEAT       | 2  | 2  | 3  | 4  | 5  | 15 | 23 | 32 | 23 | 17 | 17 | 2  | 3  | 4  | 7  | 7  | 14 | 13 | 3  | 4  |
| CITROEN    | 7  | 7  | 9  | 10 | 4  | 9  | 11 | 13 | 11 | 8  | 12 | 5  | 8  | 12 | 12 | 13 | 11 | 5  | 7  | 5  |
| NISSAN     | 5  | 6  | 4  | 5  | 6  | 1  | 1  | 2  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 4  | 6  |
| PEUGEOT    | 13 | 11 | 9  | 9  | 11 | 19 | 13 | 12 | 15 | 16 | 18 | 20 | 23 | 23 | 15 | 19 | 12 | 7  | 6  | 7  |
| HYUDAI     |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 36 | 8  | 9  | 10 | 8  |
| RENAULT    | 22 | 24 | 15 | 14 | 12 | 14 | 17 | 7  | 6  | 3  | 9  | 17 | 21 | 17 | 9  | 8  | 4  | 8  | 8  | 9  |
| FORD       | 6  | 5  | 6  | 3  | 3  | 5  | 3  | 1  | 3  | 6  | 6  | 10 | 11 | 4  | 13 | 15 | 9  | 6  | 9  | 10 |
| VOLKSWAGEN | 10 | 9  | 10 | 13 | 14 | 12 | 6  | 15 | 16 | 13 | 4  | 12 | 10 | 7  | 5  | 5  | 13 | 11 | 11 | 11 |
| SUZUKI     |    |    |    |    |    | 29 | 6  | 5  | 10 | 14 | 18 | 20 | 19 | 14 | 13 | 17 | 9  | 17 | 15 | 12 |
| ROVER      | 5  | 8  | 13 | 17 | 20 | 21 | 24 | 31 | 30 | 31 | 21 | 21 | 5  | 10 | 21 | 24 | 19 | 16 | 13 | 13 |
| LANCIA     | 13 | 14 | 13 | 12 | 10 | 15 | 19 | 19 | 18 | 19 | 21 | 21 | 28 | 26 | 23 | 21 | 24 | 22 | 21 | 14 |
| BMW        | 24 | 18 | 21 | 19 | 17 | 22 | 16 | 14 | 13 | 14 | 14 | 16 | 17 | 11 | 10 | 11 | 10 | 10 | 14 | 15 |
| MERCEDES   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 17 | 20 | 15 | 18 | 24 | 32 | 16 |
| AUDI       | 12 | 16 | 17 | 22 | 21 | 24 | 14 | 20 | 20 | 21 | 11 | 15 | 14 | 18 | 18 | 14 | 19 | 21 | 22 | 17 |
| ALFA ROMEO | 11 | 23 | 16 | 16 | 22 | 23 | 27 | 23 | 21 | 10 | 13 | 14 | 16 | 16 | 11 | 12 | 6  | 14 | 16 | 18 |
| MAZDA      | 25 | 27 | 22 | 23 | 25 | 17 | 19 | 16 | 12 | 11 | 20 | 23 | 22 | 21 | 26 | 10 | 7  | 12 | 19 | 21 |
| HONDA      | 26 | 20 | 19 | 20 | 16 | 7  | 8  | 3  | 5  | 5  | 7  | 13 | 18 | 15 | 16 | 16 | 22 | 19 | 18 | 22 |

Ταξινομήσεις επιβατικών αυτοκινήτων

| ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ | 1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ<br>- 30 ΔΕΚ. '93 | ΜΕΡΙΔΙΟ<br>ΑΓΟΡΑΣ (%) | 1 - 30 ΔΕΚ.<br>1993 | ΜΕΡΙΔΙΟ<br>ΑΓΟΡΑΣ (%) | ΚΕΡΔΟΣ  | (%)  |
|------------|-------------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|---------|------|
| TOYOTA     | 12.379.                       | 107                   | 538                 | 61                    | 3975.   | 9    |
| FIAT       | 12.270.                       | 102                   | 979                 | 111                   | 5502.   | 125  |
| SEAT       | 8.897.                        | 74                    | 726                 | 83                    | 2740.   | 62   |
| NISSAN     | 8.570.                        | 72                    | 764                 | 87                    | 2603.   | 59   |
| OPEL       | 7.676.                        | 64                    | 743                 | 85                    | 3877.   | 88   |
| PEUGOT     | 6.929.                        | 58                    | 695                 | 79                    | 2052.   | 47   |
| CITROEN    | 6.837.                        | 57                    | 585                 | 67                    | 2166.   | 49   |
| RENAULT    | 6.115                         | 51                    | 347                 | 4                     | 2.424.  | 55   |
| FORD       | 5.263                         | 44                    | 248                 | 2                     | 1.768.  | 4    |
| HYUNDAI    | 4.711                         | 39                    | 397                 | 45                    | 2.115.  | 48   |
| VOLKSWAGEN | 4.625.                        | 39                    | 274                 | 3                     | 2.578.  | 59   |
| SUZUKI     | 4.595                         | 38                    | 294                 | 34                    | 1.238.  | 28   |
| ROVER      | 4.389.                        | 37                    | 186                 | 21                    | 1.100.  | 25   |
| BMW        | 3.779.                        | 32                    | 198                 | 23                    |         |      |
| ALFA ROMEO | 3.117.                        | 28                    | 172                 | 2                     | 1.072.  | 25   |
| HONDA      | 2.451                         | 2                     | 125                 | 14                    |         |      |
| MERCENDES  | 2.132                         | 18                    | 267                 | 3                     |         |      |
| MAZDA      | 2.122                         | 18                    | 58                  | 07                    |         |      |
| ΣΥΝΟΛΟ     | 117.956.                      | 98,5                  | 8.637.              | 98,5                  | 42.180. | 95,9 |



Οικονομικά στοιχεία επιχειρήσεων αυτοκινήτου το 1994

| Επωνυμία                         | Σύνολο ιδίων κεφαλαίων | Απόδοση ιδίων κεφαλαίων (%) | Μεταβολή (%) | Σύνολο υποχρεώσεων | Μεταβολή (%) | Δείκτης δανειακής επιβάρυνσης (%) | Δείκτης ρευστότητας |
|----------------------------------|------------------------|-----------------------------|--------------|--------------------|--------------|-----------------------------------|---------------------|
| Mercedes Benz Ελλάς ΑΕΕ          | 4.036.129              | 34,89                       | 134          | 13.093.705         | 14,71        | 76,44                             | 2,56                |
| Flat Credit Hellas ΑΕΕ           | 207.176                | 123,76                      | 149,87       | 9.233.224          | 6,62         | 97,81                             | 0,96                |
| Φιρέν ΑΕΕ                        | 327.718                | 22,28                       | 13,73        | 1.249.300          | 116,02       | 79,22                             | 1,25                |
| Θεοχαράκης ΑΕ                    | -750.270               | -68,43                      | -196,36      | 3.853.083          | 4,72         | 124,18                            | 1,13                |
| Πιότζιο Ελλάς ΕΠΕ Οχημ.          | 246.461                | 71,52                       | -16,58       | 1.049.754          | 112,27       | 80,99                             | 1,21                |
| Καϊταρούνης Χάρης ΕΠΕ            | 129.999                | 26,6                        | -63,95       | 991.747            | 187,04       | 88,41                             | 1,07                |
| Auto Byron Κόνσουλας ΕΠΕ         | 35.100                 | 118,39                      | 40,22        | 242.237            | 128,08       | 87,34                             | 1,08                |
| Μεϊδώνης Σεραφείμ & Υιός ΑΕ (**) | 150.525                | 10,57                       |              | 560.775            |              | 78,84                             | 1,15                |
| Μαντζώρος Κ. «Auto Linea» ΑΕ     | 139.772                | -16,56                      | -4,35        | 836.415            | 10,18        | 85,68                             | 0,98                |
| ΣΙΦΙΚΟ ΑΕ                        | 111.051                | 3,55                        | -86,42       | 124.972            | 94,04        | 52,95                             | 1,74                |
| Ροϊός Α. ΑΕ                      | 58.411                 | 18,53                       | 86,98        | 32.247             | 22,52        | 35,57                             | 2,45                |
| ΓΕΜΜΑ ΑΕΒΕ                       | 215.799                | 10,02                       | 17,19        | 391.538            | 25,26        | 64,47                             | 1,46                |
| Φωκός Σπ. Π. Αυτοκίνητα ΑΕ       | -21.876                | -146,75                     | -            | 110.461            | 20,03        | 124,69                            | 2,77                |
| Μητξάιδανίδης Α. ΑΕ              | 349.954                | 1,86                        | 20,78        | 87.940             | 57,38        | 20,08                             | 4,61                |

(\*\*) Υπερδωδεκάμηνη χρήση 1994

Οικονομικά αποτελέσματα μεγάλων εμπορικών εταιρειών.

| Επωνυμία                    | Κλάδος     | Κύκλος εργασιών σε (χιλ.δρχ.) | Σε σχέση με 1994 (%) | Καθαρά κέρδη 1993 | Σε σχέση με 1994 (%) | Καθαρά περιθώριο κέρδους 1994 (%) |
|-----------------------------|------------|-------------------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-----------------------------------|
| Mercedes Benz Ελλάς ΑΕ      | Αυτοκίνητο | 28.764.751.                   | 9,4                  | 1.408.200.        | 33.74                | 4,9                               |
| Fiat Credit Hellas ΑΕΕ      | Αυτοκίνητο | 11.350.960.                   | -9,98                | 256.404.          | 297,58               | 2,26                              |
| Μισοθέν Ελλαστικά ΑΕΒΕ      | Αυτοκίνητο | 10.103.348.                   | 28,77                | 96.073.           | -63,75               | 0,95                              |
| Φιρέν ΑΕΕ                   | Αυτοκίνητο | 4.686.964.                    | 61,17                | 73.018.           | 15,34                | 1,56                              |
| Θεοχαράκης ΑΕ               | Αυτοκίνητο | 3.845.663.                    | -9,73                | -513.389.         | -109,36              | -13,35                            |
| Πιράτζιο Ελλάς ΕΠΕ          | Αυτοκίνητο | 2.786.387.                    | 157,2                | 176.269.          | 51,24                | 6,33                              |
| Καλτσούνης Χάρης ΕΠΕ        | Αυτοκίνητο | 2.781.664.                    | 10,59                | 34.576.           | -64,77               | 1,24                              |
| Auto Byron Κόνσουλας ΕΠΕ    | Αυτοκίνητο | 2.157.029.                    | 130,68               | 41.555.           | 49,05                | 1,93                              |
| Μειδώνης Σερραφείμ ΑΕ (**)  | Αυτοκίνητο | 1.616.413.                    |                      | 15.914.           |                      | 0,98                              |
| Ματζώπος Κ. «Auto Linea» ΑΕ | Αυτοκίνητο | 1.350.431.                    | 254                  | -23.140.          | -84,49               | -1,71                             |

(\*\*) Υπερβωδωδεκάμηνη χρήση 1994.

| ΜΑΡΚΑ         | ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ | ΠΟΣΟΣΤΟ (%) |
|---------------|-----------------|-------------|
| FIAT          | 15.953.         | 13,5        |
| OPEL          | 12.387.         | 10,5        |
| TOYOTA        | 11.981.         | 10,1        |
| SEAT          | 1.924.          | 10,1        |
| CITROEN       | 6.988.          | 5,9         |
| NISSAN        | 6.950.          | 5,9         |
| PEUGEOT       | 6.056.          | 5,1         |
| HYUNDAI       | 5.378.          | 4,6         |
| RENAULT       | 5.175.          | 4,4         |
| FORD          | 4.222.          | 3,6         |
| VOLKSWAGEN    | 3.677.          | 3,1         |
| SUZUKI        | 3.415.          | 2,9         |
| ROVER         | 2.716.          | 2,3         |
| LANCIA        | 2.577.          | 2,2         |
| BMW           | 2.258.          | 1,9         |
| MERCEDES      | 2.167.          | 1,8         |
| AUDI          | 2.064.          | 1,7         |
| ALFA ROMEO    | 2.015.          | 1,7         |
| SKODA         | 1.793.          | 1,5         |
| LADA          | 1.581.          | 1,3         |
| MAZDA         | 1.403.          | 1,2         |
| HONDA         | 1.189.          | 1           |
| KIA           | 1.063.          | 0,9         |
| MITSUBISHI    | 820             | 0,7         |
| VOLVO         | 508             | 0,4         |
| SAAB          | 492             | 0,4         |
| DAIHATSU      | 452             | 0,4         |
| SUBARU        | 383             | 0,3         |
| LANDROVER     | 208             | 0,2         |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b> | <b>117.795.</b> | <b>98</b>   |